

SZOLNOK MEGYEI JOGÚ VÁROS KÖZGYŰLÉSE

2016. március 31-ei

**Munkaterv szerinti
nyílt ülésének**

J E G Y Z Ő K Ö N Y V E

Tartalomjegyzék

1. napirend:	Tájékoztató a Béres Gyógyszergyár Zrt. tevékenységéről.....	21
2. napirend:	Előterjesztés Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Városmarketing és turisztikai stratégiája elfogadására	27
3. napirend:	Tájékoztató a Szolnok imázs stratégiáról.....	41
4. napirend:	Előterjesztés az állattartás körében a közösségi együttélés alapvető szabályainak meghatározásáról szóló önkormányzati rendelet megalkotására	43
5. napirend:	Előterjesztés a közterületek védelmével, rendjének fenntartásával kapcsolatos intézkedések meghozatalára.....	51
6. napirend:	Előterjesztés az átmenetileg szabad pénzeszközök lekötésére.....	54
7. napirend:	Előterjesztés az Aba-Novák Agóra Kulturális Központ Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására	57
8. napirend:	Előterjesztés az Aba-Novák Agóra Kulturális Központ Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására.....	58
9. napirend:	Előterjesztés a „Munkalehetőség a Jövőért” Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására	63
10. napirend:	Előterjesztés a „Munkalehetőség a Jövőért” Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására.....	65
11. napirend:	Előterjesztés a RepTár Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására.....	87
12. napirend:	Előterjesztés a RepTár Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására	92
13. napirend:	Előterjesztés a Szolnoki Ipari Park Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására	95
14. napirend:	Előterjesztés a Szollak Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására	97
15. napirend:	Előterjesztés a Szolnoki Sportcentrum Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására.....	99

- 16. napirend:** Előterjesztés a Szolnoki Sportcentrum Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására, valamint a Városi Sportcsarnokot 2016. évben rendszeresen használó sportszervezetek körének meghatározására..... 102
- 17. napirend:** Előterjesztés a Szolnoki Szimfonikus Zenekar Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására 116
- 18. napirend:** Előterjesztés a Szolnoki Szimfonikus Zenekar Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására..... 117
- 19. napirend:** Előterjesztés a Szolnok TV Zrt. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására 123
- 20. napirend:** Előterjesztés a Szolnok TV Zrt. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására 125
- 21. napirend:** Önálló képviselői indítvány a Gyermekeinkért, Magyarország jövőjéért határozat elfogadására 129
- 22. napirend:** Előterjesztés a személyes gondoskodást nyújtó szociális alapszolgáltatások és szakellátás átalakítására..... 134
- 23. napirend:** Előterjesztés Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Integrációs Programjának felülvizsgálatára és aktualizálására 137
- 24. napirend:** Tájékoztató a bölcsődei, óvodai, általános iskolai ellátásban, valamint a középiskolai menza és középiskolai diákotthoni gyermekélelmezéssel, reformátkezéssel kapcsolatos tapasztalatokról..... 149
- 25. napirend:** Előterjesztés a Járásszékhely múzeumok szakmai támogatására vonatkozóan pályázatok benyújtására 153
- 26. napirend:** Előterjesztés az 1956-os forradalom és szabadságharc 60. évfordulója alkalmából rendezett óriásplakát kiállítás megvalósításának támogatására vonatkozó pályázat benyújtására..... 154
- 27. napirend:** Előterjesztés alapítványok támogatására..... 155
- 28. napirend:** Előterjesztés a Szolnoki Városfejlesztő Zrt.-vel kötött települési önkormányzati feladatok ellátásáról szóló keretszerződés módosítására 159
- 29. napirend:** Előterjesztés a TOP 6. prioritása keretében megvalósítandó, első ütemben indításra tervezett pályázatok előkészítéséről és benyújtásáról, a szükséges előkészítési források biztosításáról szóló közgyűlési határozat módosítására 166
- 30. napirend:** Előterjesztés önkormányzati tulajdonú bérlőkijelölési joggal rendelkező lakásokkal kapcsolatos döntések meghozatalára..... 167

- 31. napirend:** Előterjesztés Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata és a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Büntetésvégrehajtási Intézet között kötendő együttműködési megállapodás jóváhagyására 168
- 32. napirend:** Előterjesztés az "Alcsi Holt-Tiszáért" Közalapítvány alapító okiratának módosítására..... 172
- 33. napirend:** Előterjesztés Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése irányítása alá tartozó költségvetési szervek alapító okiratainak módosítására..... 181
- 34. napirend:** Beszámoló az Önkormányzati Környezetvédelmi Alap 2015. évi felhasználásáról 198
- 35. napirend:** Előterjesztés a lejárt határidejű közgyűlési határozatok végrehajtására 199
- 36. napirend:** Tájékoztató a két ülés között tett fontosabb intézkedésekről, tárgyalásokról 206

Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése 2016. március 31-ei munkaterv szerinti nyílt ülésének

R E N D E L E T E I

- 7/2016. (IV.4.) az állattartás körében a közösségi együttélés alapvető szabályainak meghatározásáról
- 8/2016. (IV.4.) a közterületek rendeltetéstől eltérő használatáról, valamint a zöldterületek használatáról szóló 13/2008. (IV.28.) önkormányzati rendelet módosításáról
- 9/2016. (IV.4.) Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata 2015. évi költségvetéséről szóló 3/2015. (II.26.) önkormányzati rendelet módosításáról

H A T Á R O Z A T A I

- 54/2016. (III.31.) a Közgyűlés 2016. I. félévi munkatervének módosításáról
- 55/2016. (III.31.) a 2016. március 31-ei munkaterv szerinti közgyűlés nyílt ülése napirendjeinek jóváhagyásáról
- 56/2016. (III.31.) a Béres Gyógyszergyár Zrt. tevékenységéről szóló tájékoztatóról
- 57/2016. (III.31.) Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Városmarketing és turisztikai stratégiájának elfogadásáról
- 58/2016.(III.31.) a Szolnok imázs stratégiáról szóló tájékoztató elfogadásáról
- 59/2016. (III.31.) az állattartás körében a közösségi együttélés alapvető szabályainak meghatározásáról szóló önkormányzati rendelet közhíreléséről
- 60/2016. (III.31.) a közterületek védelmével, rendjének fenntartásával kapcsolatos intézkedések meghozataláról
- 61/2016. (III.31.) az átmenetileg szabad pénzeszközök lekötéséről
- 62/2016. (III.31.) az Aba-Novák Agóra Kulturális Központ Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyásáról
- 63/2016. (III.31.) az Aba-Novák Agóra Kulturális Központ Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyásáról
- 64/2016. (III. 31.) a „Munkalehetőség a Jövőért” Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyásáról
- 65/2016. (III.31.) a „Munkalehetőség a Jövőért” Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyásáról

- 66/2016. (III.31.) a RepTár Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyásáról
- 67/2016. (III.31.) a RepTár Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyásáról
- 68/2016. (III. 31.) a Szolnoki Ipari Park Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyásáról
- 69/2016.(III.31.) a Szollak Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyásáról
- 70/2016. (III.31.) a Szolnoki Sportcentrum Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyásáról
- 71/2016. (III.31.) a Szolnoki Sportcentrum Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyásáról, valamint a Városi Sportcsarnokot 2016. évben rendszeresen használó sportszervezetek körének meghatározásáról
- 72/2016. (III.31.) a Szolnoki Szimfonikus Zenekar Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyásáról
- 73/2016. (III.31.) a Szolnoki Szimfonikus Zenekar Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyásáról
- 74/2016. (III.31.) a Szolnok TV Zrt. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyásáról
- 75/2016. (III.31.) a Szolnok TV Zrt. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyásáról
- 76/2016. (III. 31.) Radócz Zoltán képviselő által benyújtott sürgősségi önálló indítvány sürgősségének elutasításáról
- 77/2016. (III.31.) a személyes gondoskodást nyújtó szociális alapszolgáltatások és szakellátás átalakításáról
- 78/2016. (III.31.) Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Integrációs Programjának felülvizsgálatáról és aktualizálásáról
- 79/2016. (III. 31.) a bölcsődei, óvodai, általános iskolai ellátásban, valamint a középiskolai menza és középiskolai diákotthoni gyermekétkeztetéssel, reformétkeztetéssel kapcsolatos tapasztalatokról
- 80/2016. (III.31.) a Járásszékhely múzeumok szakmai támogatására vonatkozó pályázatok benyújtásáról
- 81/2016. (III.31.) az 1956-os forradalom és szabadságharc 60. évfordulója alkalmából rendezett óriásplakát kiállítás megvalósításának támogatására vonatkozó pályázat benyújtásáról
- 82/2016. (III.31.) alapítványok támogatásáról
- 83/2016. (III.31.) a Szolnoki Városfejlesztő Zrt.-vel kötött települési önkormányzati feladatok ellátásáról szóló keretszerződés módosításáról

- 84/2016. (III.31.) a TOP 6. prioritása keretében megvalósítandó, első ütemben indításra tervezett pályázatok előkészítéséről és benyújtásáról, továbbá a szükséges előkészítési források biztosításáról szóló 52/2016. (III.9.) sz. közgyűlési határozat módosításáról
- 85/2016. (III.31.) önkormányzati tulajdonú, a Honvédelmi Minisztérium bérlőkijelölési jogával rendelkező lakások bérlőkijelölési jogának megszüntetésére vonatkozó döntések meghozataláról
- 86/2016. (III. 31.) Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata és a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Büntetés-végrehajtási Intézet között kötendő együttműködési megállapodás jóváhagyásáról
- 87/2016. (III.31.) az „Alcsi Holt-Tiszáért” Közalapítvány alapító okiratának módosításáról
- 88/2016. (III.31.) a Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése irányítása alá tartozó költségvetési szervek alapító okiratainak módosításáról
- 89/2016. (III. 31.) Az Önkormányzati Környezetvédelmi Alap 2015. évi felhasználásáról szóló beszámoló elfogadásáról
- 90/2016. (III. 31.) a lejárt határidejű közgyűlési határozatok végrehajtásáról
- 91/2016. (III. 31.) Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata és kizárólagos tulajdonában álló, egyszemélyes gazdasági társaságai közötti szerződésekről szóló tájékoztatóról
- 92/2016. (III.31.) a két ülés között tett fontosabb intézkedésekről, tárgyalásokról szóló tájékoztató elfogadásáról

J E G Y Z Ő K Ö N Y V

Készült: Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlésének 2016. március 31-én megtartott munkaterv szerinti nyílt üléséről.

Az ülés helye: a Városháza Hubay Ferenc Díszterme (5000 Szolnok, Kossuth tér 9.)

Jelen vannak:	Szalay Ferenc	polgármester	
	Bagdi Sándorné	képviselő	
	Falusi Vajk Zsolt	képviselő	
	Kiss Gabriella	képviselő	
	Dr. Kormosné Szombati Márta	képviselő	
	Dr. Lázár Zoltán	képviselő	
	Molnár Iván	képviselő	
	Pilák Imre	képviselő	
	Dr. Póta Sándor	képviselő	
	Radócz Zoltán	képviselő	
	Rehó János	képviselő	
	Rezák László	képviselő	
	Szabó István	képviselő	
	Tasnádi Zoltán	képviselő	
	Tokaji Gyula	képviselő	
	Tóth Istvánné	képviselő	
	Dr. Tóta Áron	képviselő	(17 fő)
Távolmaradását bejelentette:	Szerencsés Sándor	képviselő	(1 fő)
Tanácskozási joggal megjelentek:	Fejér Andor	alpolgármester	
	Dr. Sebestyén Ildikó	jegyző	
	Dr. Rác Andrea	aljegyző	
	Túróczi Nóra	a Szolnoki Gyermektanács képviselője	
	Aszódi Bence	a Szolnok Városi Diákok Tanácsa képviselője	
	Nagy Róbert	tű. alezredes, kirendeltség-vezető	

A Polgármesteri Hivatal képviseletében az ülésen tanácskozási joggal megjelentek:

Baranyiné Sárközi Erika	igazgató
Dr. Kondor Anita	igazgató
Dr. Versitz Éva	igazgató
Ábelné Egyed Eleonóra	osztályvezető
Deák Sándor	osztályvezető
Ferenczi Erika	osztályvezető
Jóvér Zoltán	osztályvezető
Kállai Sándor	osztályvezető
Kántor Andrea	osztályvezető
Dr. Lédeczi Barnabás	osztályvezető
Mészáros György Attila	osztályvezető
Romhányi Beáta	osztályvezető
Dr. Tóth Viktória	osztályvezető
Veréb Sándor	osztályvezető
Zornánszki Ildikó	osztályvezető
Pataki Ferenc	főépítész

A napirendi pontok tárgyalásánál tanácskozási joggal megjelentek:

- 1. napirendi pontnál:** dr. Bischof Zsolt cégvezető
- 2. napirendi pontnál:** Dr. Budai Zoltán, a Ketzal Kft. ügyvezető igazgatója
- 3.,28-29. napirendi pontnál:** Csatári István vezérigazgató
- 7-8. napirendi pontoknál:** Molnár Lajos Milán ügyvezető igazgató
- 7-10., 13-14. napirendi pontoknál:** Kardosné Faragó Edit gazdaságvezető
- 9-10. napirendi pontoknál:** Juhász Gyuláné ügyvezető
- 11-12. napirendi pontoknál:** Kovács Ákos ügyvezető igazgató
- 13-14. napirendi pontoknál:** Andrási Imre ügyvezető
- 15-16. napirendi pontoknál:** Rózsa József ügyvezető
- 17-18. napirendi pontoknál:** Patkós Imre ügyvezető
Ignác Ervin ügyvezető
Magyarné Kádár Piroska gazdaságvezető
- 19-20. napirendi pontoknál:** Harcsa Béla cégvezető
ifj. Dr. Tóta Áron, az Igazgatóság elnöke
- 22. napirendi pontnál:** Buru Györgyné igazgató
Mohácsi Andrea igazgató
- 23. napirendi pontnál:** Vincze Lajos, az Integrációs Munkacsoport vezetője
- 24. napirendi pontnál:** Bencsik Zsolt, az Intézményszolgálat igazgatója
Mészáros Mihályné igazgató
- 25. napirendi pontnál:** Dr. Horváth László igazgató
- 31. napirendi pontnál:** Fazekas László bv. alezredes osztályvezető

A jegyzőkönyvet vezette: Kissné Vincze Erzsébet osztályvezető

A jegyzőkönyvet hangfelvétel alapján összeállították a Szervezési Osztály munkatársai.

Szalay Ferenc polgármester: Köszöntötte a képviselőket, az ülésteremben jelenlévő érdeklődőket, meghívottakat. Külön köszöntötte Aszódi Bencét, a Szolnok Városi Diákok Tanácsa képviselőjét és Túróczi Nórát, a Szolnoki Gyermektanács képviselőjét.

Megállapította, hogy a jelenléti ív tanúsága szerint jelen van 16 fő képviselő, a Közgyűlés határozatképes. Megnyitotta az ülést. Távolmaradását bejelentette Szerencsés Sándor képviselő.

A Szervezeti és Működési Szabályzat szerint a pótlólagos előterjesztések jegyzékét a képviselők elérhetik a <http://kozgyules.szolnok.hu> címen. Az egyes napirendekhez még szükséges kiegészítéseket az aktuális előterjesztések mögött találhatják meg, melyekre a napirendek tárgyalásakor utalni fog.

A **munkaterv módosítására** vonatkozó határozati javaslatot a képviselők elérhetik a már ismertetett címen.

Kérdés, hozzászólás a munkaterv módosítással kapcsolatban nem hangzott el.

Szavazást rendelt el és megállapította, hogy Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése – határozathozatalakor jelenlévő képviselők száma 16 fő – 16 igen szavazattal, ellenszavazat és tartózkodás nélkül meghozta a következő határozatot:

**54/2016. (III.31.) sz. közgyűlési határozat
a Közgyűlés 2016. I. félévi munkatervének módosításáról**

Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Szervezeti és Működési Szabályzatáról szóló 7/2014. (II.28.) önkormányzati rendelet 13. § (1) bekezdésében foglaltak alapján a Közgyűlés a 2016. I. félévi munkatervének jóváhagyásáról szóló 254/2015. (XI.25.) számú közgyűlési határozatát az alábbiak szerint módosítja:

1./ A 2016. március 31-ei ülés nyílt napirendi pontjai közül törli az alábbi napirendi pontokat:

- Beszámoló Szolnok város közbiztonsági helyzetéről, a közbiztonság érdekében tett intézkedésekről és az azzal kapcsolatos feladatokról

Előadó: Szabó Zoltán r. alezredes, rendőrségi tanácsos, kapitányságvezető

Az előkészítést koordinálja:

Műszaki Igazgatóság

Az előterjesztést véleményezi:

Oktatási, Kulturális és Ifjúsági Bizottság

Városfejlesztési és Üzemeltetési Bizottság

- Előterjesztés a Szolnoki Kistérség Többcélú Társulása által biztosított személyes gondoskodást nyújtó ellátásokról, azok igénybevételéről, valamint az ellátások térítési díjainak megállapításáról szóló 14/2011. (IV.28.) önkormányzati rendelet módosítására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Az előkészítést koordinálja:

Humán Igazgatóság

Az előterjesztést véleményezi:

Egészségügyi, Sport, Turisztikai és Szociális Bizottság

Pénzügyi Bizottság

- Előterjesztés a Szolnoki Szigligeti Színház Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Az előkészítést koordinálja:

Humán Igazgatóság

Az előterjesztést véleményezi:

Oktatási, Kulturális és Ifjúsági Bizottság

Pénzügyi Bizottság

Városfejlesztési és Üzemeltetési Bizottság

2./ A 2016. március 31-ei ülés nyílt napirendi pontjai közül törli és a 2016. április 28-ai nyílt ülésére felveszi az alábbi napirendi pontokat:

- Előterjesztés a Szolnoki Szigligeti Színház Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására

Előadó: Balázs Péter ügyvezető

Az előkészítést koordinálja:

Humán Igazgatóság

Az előterjesztést véleményezi:

Oktatási, Kulturális és Ifjúsági Bizottság

Pénzügyi Bizottság

Városfejlesztési és Üzemeltetési Bizottság

- Előterjesztés a Szolnoki Városfejlesztő Zártkörűen Működő Részvénytársaság 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására

Előadó: Csatári István vezérigazgató**Az előkészítést koordinálja:**

Fejlesztési Igazgatóság

Az előterjesztést véleményezi:

Pénzügyi Bizottság

Városfejlesztési és Üzemeltetési Bizottság

- Tájékoztató a 2015. évi bizottsági ellenőrzések tapasztalatairól

Előadó: a bizottságok elnökei**Az előkészítést koordinálja:**

Polgármesteri Hivatal igazgatóságai

Az előterjesztést véleményezi:

az érintett bizottságok

Értesülnek: Szalay Ferenc polgármester
Szabó István alpolgármester
Fejér Andor alpolgármester
Dr. Sebestyén Ildikó jegyző
Dr. Rácz Andrea aljegyző
Polgármesteri Hivatal Igazgatói

Szalay Ferenc polgármester: A napirendi javaslat az ülés előtt kiosztásra került, melyhez a következő változtatásokat javasolta:

2. napirendi pontként: Előterjesztés Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Városmarketing és turisztikai stratégiája elfogadására

3. napirendi pontként: Tájékoztató a Szolnok imázs stratégiáról című napirendek kerüljenek megtárgyalásra.

Kérdés, hozzászólás a nyílt ülés napirendjével kapcsolatban nem hangzott el.

Szavazást rendelt el és megállapította, hogy Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése – határozathozatalkor jelenlévő képviselők száma 16 fő – 16 igen szavazattal, ellenszavazat és tartózkodás nélkül meghozta a következő határozatot:

55/2016. (III.31.) sz. közgyűlési határozat**a 2016. március 31-ei munkaterv szerinti közgyűlés nyílt ülése napirendjeinek jóváhagyásáról**

Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Szervezeti és Működési Szabályzatáról szóló 7/2014. (II.28.) önkormányzati rendelet 10. § (3), 11. § (3), 15. § (2) bekezdés e.) pontja alapján a **2016. március 31-ei** munkaterv szerinti **nyílt** ülésének napirendjeit, azok sorrendjét az alábbiak szerint hagyja jóvá:

Szóbeli tájékoztató:

1./ Tájékoztató a Béres Gyógyszergyár Zrt. tevékenységéről

Előadó: dr. Bischof Zsolt cégvezető

Humán területhez kapcsolódó előterjesztés:

2./ Előterjesztés Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Városmarketing és turisztikai stratégiája elfogadására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Városfejlesztéshez kapcsolódó előterjesztés:

3./ Tájékoztató a Szolnok imázs stratégiáról

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Rendeletek:

4./ Előterjesztés az állattartás körében a közösségi együttélés alapvető szabályainak meghatározásáról szóló önkormányzati rendelet megalkotására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

5./ Előterjesztés a közterületek védelmével, rendjének fenntartásával kapcsolatos intézkedések meghozatalára

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

6./ Előterjesztés az átmenetileg szabad pénzeszközök lekötésére

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Gazdasági társaságok üzleti tervei, támogatási szerződésai:

7./ Előterjesztés az Aba-Novák Agóra Kulturális Központ Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására

Előadó: Molnár Lajos Milán ügyvezető

8./ Előterjesztés az Aba-Novák Agóra Kulturális Központ Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

9./ Előterjesztés a „Munkalehetőség a Jövőért” Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására

Előadó: Juhász Gyuláné ügyvezető igazgató

10./ Előterjesztés a „Munkalehetőség a Jövőért” Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

11./ Előterjesztés a RepTár Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására

Előadó: Kovács Ákos ügyvezető igazgató

12./ Előterjesztés a RepTár Szolnok Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

13./ Előterjesztés a Szolnoki Ipari Park Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására

Előadó: Andrási Imre ügyvezető

14./ Előterjesztés a Szollak Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására

Előadó: Andrási Imre ügyvezető

15./ Előterjesztés a Szolnoki Sportcentrum Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására

Előadó: Rózsa József ügyvezető

16./ Előterjesztés a Szolnoki Sportcentrum Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására, valamint a Városi Sportszervezetek 2016. évben rendszeresen használó sportszervezetek körének meghatározására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

17./ Előterjesztés a Szolnoki Szimfonikus Zenekar Nonprofit Kft. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására

Előadó: Patkós Imre ügyvezető

Ignác Ervin ügyvezető

18./ Előterjesztés a Szolnoki Szimfonikus Zenekar Nonprofit Kft. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

19./ Előterjesztés a Szolnok TV Zrt. 2016. évi üzleti tervének jóváhagyására

Előadó: ifj. Dr. Tóta Áron, az Igazgatóság elnöke

20./ Előterjesztés a Szolnok TV Zrt. 2016. évi támogatási szerződésének jóváhagyására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Humán területhez kapcsolódó előterjesztések:

21./ Önálló képviselői indítvány a Gyermekünkért, Magyarország jövőjéért határozat elfogadására

Előadó: Radócz Zoltán önkormányzati képviselő

22./ Előterjesztés a személyes gondoskodást nyújtó szociális alapszolgáltatások és szakellátás átalakítására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

23./ Előterjesztés Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Integrációs Programjának felülvizsgálatára és aktualizálására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

24./ Tájékoztató a bölcsődei, óvodai, általános iskolai ellátásban, valamint a középiskolai menza és középiskolai diákotthoni gyermekélelmezéssel, reformátkezéssel kapcsolatos tapasztalatokról

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

25./ Előterjesztés a Járásszékhely múzeumok szakmai támogatására vonatkozóan pályázatok benyújtására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

26./ Előterjesztés az 1956-os forradalom és szabadságharc 60.évfordulója alkalmából rendezett óriásplakát kiállítás megvalósításának támogatására vonatkozó pályázat benyújtására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

27./ Előterjesztés alapítványok támogatására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Városfejlesztéshez kapcsolódó előterjesztések:

28./ Előterjesztés a Szolnoki Városfejlesztő Zrt.-vel kötött települési önkormányzati feladatok ellátásáról szóló keretszerződés módosítására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

29./ Előterjesztés a TOP 6. prioritása keretében megvalósítandó, első ütemben indításra tervezett pályázatok előkészítéséről és benyújtásáról, a szükséges előkészítési források biztosításáról szóló közgyűlési határozat módosítására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Vagyongazdálkodáshoz kapcsolódó előterjesztés:

30./ Előterjesztés önkormányzati tulajdonú bérlőkijelölési joggal rendelkező lakásokkal kapcsolatos döntések meghozatalára

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Városüzemeltetéshez kapcsolódó előterjesztés:

31./ Előterjesztés Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata és a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Büntetésvégrehajtási Intézet között kötendő együttműködési megállapodás jóváhagyására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Alapító Okiratok módosítása:

32./ Előterjesztés az "Alcsi Holt-Tiszáért" Közalapítvány alapító okiratának módosítására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

33./ Előterjesztés Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése irányítása alá tartozó költségvetési szervek alapító okiratainak módosítására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Beszámoló, tájékoztató:

34./ Beszámoló az Önkormányzati Környezetvédelmi Alap 2015. évi felhasználásáról

Előadó: Molnár Iván, a Városfejlesztési és Üzemeltetési Bizottság elnöke

35./ Előterjesztés a lejárt határidejű közgyűlési határozatok végrehajtására

Előadók: Szalay Ferenc polgármester

Dr. Sebestyén Ildikó jegyző

36./ Tájékoztató a két ülés között tett fontosabb intézkedésekről, tárgyalásokról

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Értesülnek: Szalay Ferenc polgármester
 Szabó István alpolgármester
 Fejér Andor alpolgármester
 Dr. Sebestyén Ildikó jegyző
 Dr. Rác Andrea aljegyző
 Polgármesteri Hivatal Igazgatói

Szalay Ferenc polgármester: Tájékoztatta a Képviselőket, hogy Pilák Imre képviselő írásban bejelentette, hogy a továbbiakban a Szolidaritás a Köztársaságért Párt tagjaként folytatja a képviselői munkáját.

Napirendelőtti kérdések:

Szalay Ferenc polgármester: Ismertette, hogy a mai közgyűlésre napirend előtti kérdést nyújtott be Tóth Istvánné, Dr. Lázár Zoltán, Tasnádi Zoltán, Molnár Iván képviselő.

Tóth Istvánné képviselő: Képviselői fogadónapján és panaszos levél formájában is a választópolgárok sokasága jelezte az utcai alkoholfogyasztásból adódó problémákat. Az Ady Endre út 3. szám alatti CBA étel-miszer áruház és ugyanezen ház szám alatt üzemelő Nemzeti Dohánybolt, valamint az Ady Endre út 1. szám alatt lévő lakóépület sarkán üzemelő Nemzeti Dohánybolt környezetében a lakók nyugalma zavarja a folyamatossá vált köztéri magatartás. A 10 emeletes épületekkel övezett parkot használhatatlanná tették a törött üvegek, az eldobált palackok és cigaretta csikkek és a szükségleteiket ott elvégző emberek, az esti sokszor hajnalig tartó duhajkodások, verekedések. A társasház számvizsgáló bizottsága fogalmazta mindezt meg levelében, melyet 131 tulajdonos közül 109 aláírt és eljuttatott az ÁNTSZ-hez, a Hivatal jegyzőjéhez. Folyamatosan konzultáltak a témában az aljegyzővel is.

A társasház lakói megfogalmazták a következőket: „Megítélésünk szerint itt már nem lesz elegendő néhány ellenőrzés. Számptalan esetben kértük már a rendőri segítséget az ittas emberek eltávolításához, az épületek előtti járdákról, a bejárat elől, a ház park felőli közvetlen környezetéről. Az épület és környéke kocsma jellegének megszüntetése a körzet fokozatos leépülésének megakadályozása érdekében kéri a segítséget. Ez a lakóövezet mintegy 500-600 lakójának, gyermekeknek és intézményeknek is az érdeke. Sajnálatos dolog, hogy nem egyedi esetről van szó. Ugyan ilyen panaszt jeleztek a Karcag László úton, a Jubileum tér 5. szám alatt lakók is. Mindegyik panasz a Nemzeti Dohányboltban árusított alkohol utcán történő fogyasztására vezethető vissza.

Évek óta panaszként fogalmazódik meg a Kossuth tér 6-7-8. szám alatt lakók részéről is az éjszakai rendbontás. Ezen a területen nem a Nemzeti Dohányboltban vásárolják az emberek az alkoholt, hanem a szórakozóhelyek bezárását követően folytatják az ivást a lakókörnyezet környékén. Kérdése, hogy mit kíván tenni az önkormányzat a közterületi rendbontások megelőzése, a lakástulajdonosok érdekeinek védelme érdekében? Tisztában van azzal, hogy a kétszer módosított 13/2008. (IV.28.) önkormányzati rendelet 18.§ (1) bekezdése megfogalmazza, hogy a közterületeken tilos a szeszes ital fogyasztása, illetve meghatároz néhány kivételt is.

Szalay Ferenc polgármester: Jónak tartja, hogyha a rendőrség felé is jelzéssel élnek, ha bármilyen szabálysértést észlelnek. A közterület-felügyelet és a rendőrség fokozott figyelmet és jelenlétet biztosít a városban, de természetesen felhívják a figyelmüket az érintett területekre. Tájékoztatta a jelenlévőket, hogy az Ady Endre út 1. szám alatti Nemzeti Dohánybolt hulladékgazdálkodásával kapcsolatban hatósági eljárás van folyamatban.

Tudomása szerint a dohányboltokban nincs alkohol árusítás, ha van, akkor természetesen a Nemzeti Dohánybolt és a számos egyéb kisbolt vonatkozásában is át kell gondolniuk a jegyzővel, hogy miként lehet a közterületi viselkedési formákat betartatni. Biztos abban, hogy az üzletekben azt fogják mondani, hogy a náluk megvásárolt áruk kapcsán nincs felelősségük abban, hogy hol fogyasztják azt el a vásárlók.

Véleménye szerint azt kell kezelni, hogy ne lehessen a boltok előtt fogyasztani. Úgy véli, hogy mindez nem kizárólag a Nemzeti Dohányboltokra jellemző, hiszen a Széchenyi lakótelepen lévő egyéb kisboltok környékéről is érkeznek hasonló visszajelzések, illetve a kocsmák előtti italfogyasztást és dohányzást is szokták jelezni a lakosok. Nem szeretné, ha a Nemzeti Dohányboltokra hegyeznék ki ezt a kérdést.

Megköszönte a jelzést, melyet továbbítani fog a közterület-felügyelők és a rendőrség felé is.

Tóth Istvánné képviselő: Megköszönte a választ, de nem biztos abban, hogy az elhangzottak megnyugtadják majd a lakosokat. Nem ők hegyezik ki a Nemzeti Dohányboltok felé ezt a problémát. A panaszos levelek és személyes megkeresések után megnézte, hogy az interneten mik szerepelnek a Nemzeti Dohányboltok kínálatában.

Elszörnyedve látta, hogy kaphatóak: bor, ásványvíz, dohánytermékek, tömény alkoholok és szeszes italok. Sajnálatosan egyértelművé vált, hogy a Nemzeti Dohányboltok ezeken a területeken kocsmá jelleggel működnek, hiszen a dohánytermékeken kívül minden egyéb alkohol is megvásárolható, melyeket a boltok előtt, helyben fogyasztanak.

Szalay Ferenc polgármester: Példának említette a Jólét ABC, a Szolnok ABC, a Széchenyi lakótelepen az Aranykanna bolt vagy a tömbházak előtti területeket, ahol szintén a boltok előtt fogyasztanak szeszesitalt. Hangsúlyozta, hogy nem a Nemzeti Dohányboltról van szó, hanem általános kérdéstről és problémáról.

Összességében figyelik a várost ez ügyben és általánosan hozták a közterületen történő alkoholfogyasztás szabályozásáról szóló rendeletet is.

Dr. Lázár Zoltán képviselő: Kérdése nagyon hasonló lesz Tóth Istvánné képviselő kérdéséhez, amely véleménye szerint azt mutatja, hogy egy olyan elszaporodott jelenségről van szó, amely érdemes arra, hogy komolyabban foglalkozzanak vele. A Széchenyi lakótelepről több lakó is felkereste azzal a problémával, hogy a lakótelep egyes pontjain az emeletes házak aljában található kisboltok előtt fogyasztják a vásárlók az alkoholt, dohányoznak és hangoskodásukkal zavarják az épületben lakókat. Van olyan rossz hírű kisbolt, amellyel kapcsolatban elterjedt, hogy a most divatos drogok terjesztőinek a kedvelt találkozóhelye. Olyan esetről is kapott hírt, hogy az Aranyi úton az egyik bolt melletti pincében hajléktalanok laknak, ahhoz kapcsolódóan pedig a poloskák és a patkányok is elszaporodtak.

Kérdése, hogy milyen módon lehetne ezeket a nyilvánvalóan közösségellenes viselkedési formákat visszaszorítani? Van-e tudomása a polgármesternek az említett Aranyi úti beköltözésről? A jegyző szerint jogszerűnek tekinthető-e, ha a hajléktalanok beköltöznek egy ilyen pincébe?

Szalay Ferenc polgármester: Tájékoztatta a jelenlévőket arról, hogy a Közterület-felügyelet március 30-án felmérte az Aranyi úton jelzett körülményeket a beérkezett kérdés alapján. Megállapították, hogy valóban lakik néhány személy az egyik pincében, amelynek tulajdonosa a mellette lévő kereskedelmi egység tulajdonosa is. Úgy véli, ez pont olyan mintha a saját lakásába fogadná be Dr. Lázár Zoltán képviselő a nagybátyját. A tulajdonos megteheti, hogy a saját tulajdonában az lakhasson akit ő szeretne, és az önkormányzat nem szelektálhat, hogy kit enged és kit nem enged ott lakni, hiszen magántulajdonról van szó.

Ebben a kérdésben arra kell figyelniük, hogy akik ott laknak megfelelő, normális életvitelt folytassanak. Az Egészségügyi Államigazgatási szerv hatáskörébe is tartozhat ez a terület, melyet jelezni is fognak feléjük.

A kereskedelmi egységek körzetében történt jelenségekkel kapcsolatban, mint azt az előző napirend előtti kérdésnél is említette a Közterület-felügyelet és a rendőrség tájékoztatása és az ellenőrzések fokozása nagyon fontos.

Kérdése Dr. Lázár Zoltán képviselőhöz, hogy tett-e feljelentést az ügyben, hogy tudomására jutott a drogfogyasztás az említett területen? „Én ezt most megteszem és ismeretlen tettes ellen feljelentést teszek.” Kérte Dr. Lázár Zoltán képviselő segítségét, hogy a nyomozás segítése érdekében mondja el az általa tapasztaltakat ez ügyben. Véleménye szerint képviselőként és jogászként különösen feladata és morálisan kötelessége is lenne, hogyha tudomást szerez ilyen dologról, akkor a lehető leggyorsabban tegyen lépéseket.

Az eltelt időben, amíg nem tette meg a szükséges lépéseket, lehet, hogy számtalan gyerek és ember jutott olyan lehetőségekhez, amelyekhez nem kellett volna. A felelősség nemcsak a kérdés feltevését jelenti, hanem arról is szól, hogy a lehető leggyorsabban kell cselekedni. Megköszönte a kérdést, a feljelentést megteszi és bízik abban, hogy Dr. Lázár Zoltán képviselő segíteni fog a kérdés megoldásában.

Az ágyi poloskák és a patkányok elszaporodásával kapcsolatban kiemelte, hogy a patkányirtási program több mint 30 millió forintos értékben szerepel a költségvetési rendeletben, amelyet nem fogadott el a JOBBIK frakció. Úgy véli, szembesülhetnek azzal, hogy mi történik, ha patkány van, melynek irtására nem biztosítják a forrást.

A patkányirtási programot elindítják szerte a városban, de véleménye szerint, ha valakinek a saját tulajdonában ágyi poloska és patkány van, akkor neki is illik a kérdést valamilyen szinten kezelni. Kiemelte, hogy megteszik a szükséges lépéseket annak érdekében, hogy a kábítószer, a drogok fogyasztása a lehető leginkább visszaszorítható legyen.

Felkérte Dr. Lázár Zoltán képviselőt, hogy a patkányirtás kapcsán legközelebb szavazzák meg a szükséges forrásokat is. A Közterület-felügyeletet és a rendőrséget felszólítják majd, hogy kiemelten figyeljék az említett területeket a városban.

Dr. Lázár Zoltán képviselő: Nem gondolta, hogy egy ilyen jó szándékú jelzést, amely a lakóktól jött a polgármester arra használja fel, hogy politikai szónoklatot tartson, amelyen egyébként nem lepődött meg. Szó nincs arról, hogy ne támogató a JOBBIK frakció az ágyi poloskák, vagy a patkányok irtását. Nem emlékszik olyan esetre, hogy konkrétan ilyen források biztosítását ne támogatták volna. Az ügy érdemét tekintően egyetért azzal, hogy a rendőrség felé bejelentéssel kell élni.

Arra kérte a polgármestert, hogy mivel élő kapcsolatban van a rendőrséggel, kérje meg őket, hogy fokozottabban ellenőrizzék az említett területet. A közterületi drogárusítást és fogyasztást illetően közvetlen tudomása arról nincsen, közvetett módon tud minderről, mivel többen jelezték számára. Nem nyomozó hatóság és nincsenek olyan eszközök a birtokában, amelyek lehetővé tennék azt, hogy megalapozott feljelentést tegyen. Véleménye szerint ezt a nyomozó hatóságokra kell bízni.

Szalay Ferenc polgármester: A nyomozó hatóságokra bízzák, de a feljelentést meg fogja tenni, és bízik abban, hogy amit közvetett módon megtudott Dr. Lázár Zoltán képviselő azt el fogja mondani ott ahol, kell. A költségvetést nem fogják pontokra bontani, hogy megszavazhassák például a patkányirtást, hanem egységes egészében kezelik.

Kiemelte, hogy nem politikai szónoklatot tartott, hanem arra szeretett volna utalni, amikor Dr. Lázár Zoltán képviselő a választási kampány idején kamerával körbejárta a lakótelepet, majd visszakozott az ott elmondottakkal kapcsolatban, mert nem tudta bizonyítani, hogy ki hol

mennyit ivott. Véleménye szerint itt az alkalom, hogy bizonyítsa azt és segítsen, hogy valóban „sasszem” módjára közlekedik a lakótelepen.

Megjegyezte, hogy van 3 önkormányzati képviselő az érintett területen akiknek jó a kapcsolata a körzeti megbízottal, a rendőrséggel és nagyon sokat dolgoznak azon, hogy megelőzzék a problémákat. Jelenleg kamerák felszerelését tervezik a közintézményeknél. A képviselőket a területen élők választották meg, és sokat dolgoznak azért, hogy a lakótelep biztonságos legyen. Kérte, hogy a későbbiekben is tegye meg az ilyen észrevételeit.

Tasnádi Zoltán képviselő: A tavasz beköszöntével a város elkezdte a 4 milliárd forintos kormányzati támogatásból a járda- és út felújítási programját, melyet természetesen ütemezni kell. Kérdése, hogy hogyan halad az építkezés megvalósítása és mikorra ütemezik a nagyobb forgalmú szakaszok felújítását?

Fejér Andor alpolgármester: Fontosnak tartja a kérdést. Ismertette, hogy a 4 milliárd forintos program keretében, amelyet a Modern Városok Program támogatási lehetőségein keresztül nyert el a város olyan út felújítási program indult el március első hetében, amely 22 kilométer járda és 11 kilométeres úthálózat felújításáról szól, valamint a Vízpart körúton járda és kerékpárút, az Ipari Parkba kerékpárút építéséről, illetve az elkerülő úton a már meglévő kerékpárút felújításáról. A munkálatok a Csaba utca felújításával kezdődtek, pillanatnyilag a város 12 pontján dolgoznak a kivitelezők és a következő héten több helyszínen is befejeződik a beruházás. A Tiszaligetben a sportcsarnok előtti járda és a parkoló megépítése a hét végén, vagy a jövőhét elején befejeződhet, illetve a Széchenyi városrészben a Szent-Györgyi Albert Általános Iskola előtti buszforduló felújítása is.

A napokban elkezdődött a Baross úti járda szakaszonkénti felújítása, azt követően a nyáron az út felújítás is el fog kezdődni. A Szapáry út, majd június 1-től szeptember 1-ig az Ady Endre út felújítása következik. A Szántó körút átépítésével kapcsolatosan még nem tud kezdési időpontot mondani, mivel az még egy tervezés alatt álló szakasz. 2-3 olyan kivitelezés van, amelyek engedélyes tervekhez kötöttek és a Szántó körút is azok részét képezi. Terveik szerint augusztusra elkészülnek a kiviteli tervek és azt követően kezdődhet el a kivitelezés. Kiemelte, hogy minden esetben figyelni fognak arra, hogy lehetőség szerint a lehető legkevesebb kellemetlenséget okozzák a munkálatok a lakosoknak.

Időben tájékoztatták eddig is és ezt követően is időben tájékoztatni fogják a lakosságot arról, hogy melyek azok az útszakaszok ahol forgalmi akadályokkal találkozhatnak, valamint kéri a partnerségüket, együttműködésüket, hogy lehetőség szerint a legnagyobb mértékben tehermentesítsék az adott útszakaszokat a közlekedéstől.

Tasnádi Zoltán képviselő: Megköszönte a választ. „korszakos programnak” nevezhető, hiszen a rendszerváltás óta ilyen volumenű járda- útfelújítás nem történt a város életében, amely valóban jól illeszkedik az önkormányzat Modern Városok Programjának kereteibe is.

Szalay Ferenc polgármester: Egyetértett azzal, hogy „korszakos program”, melynek keretében 22 út és azok járdái kerülnek felújításra a város számos területén a belvárostól a külterületekig: Az Ady Endre út, a Baross G. út, a Boldog Sándor István út, a József Attila út, Dobó út, a Kassai út, a Madách út, a Vasvári Pál út, a Bajtárs út, a Szapáry út, a Sólyom út, a Tiszaligeti sétány, a Csaba utca, a Pozsonyi utca, az Aranyi Sándor utca, a Hild Viktor úton az iskola előtti buszforduló, a Vásárhelyi Pál út, a Felhő út, a Kocsorosi út, a Kiss János út. A kerékpárutak felújítása a Tószegi úttól a Szent István hídig, onnan a 442-es főútig, illetve a Ceglédi út felújítása. Valóban jelentős program.

Molnár Iván képviselő: Az elmúlt időszakban közgyűlési döntés született a TOP uniós forrásokból megvalósuló fejlesztések előkészítéséhez szükséges források biztosításáról. Kérdése, hogy miként halad a tervezés és mikorra várható a kivitelezés leghamarabb?

Szalay Ferenc polgármester: Már elhangzott korábban, hogy a megyei Területi Operatív Programból 15,4 milliárd forint jut Szolnokra. Számos fejlesztésről beszélhetnek a program kapcsán, de amelyek belátható időn belül elindulhatnak azok például a Mester út megközelíthetőségének a javítása, az Alcsi városrész közlekedési hálózatának a munkaerő mobilitással összefüggő fejlesztése, melynek az engedélyezési eljárása már folyamatban van. Ez a program a Zagyva híd felújítását, a volt Tüdőkórház területének rendezését, egy új út építését a Mester úti laktanyáig, valamint kerékpárút építését tartalmazza a Milléri Szabadidőközpontig. Az út mellé kerékpárút és járda épül közvilágítással együtt. A program feltárja azokat a területeket, amelyeket a későbbiekben bármely feladatra használni lehet majd a városban.

Elsősorban a Mester úti laktanya területét szerették volna feltárni, ahol akár egy új lakóövezetet lehet majd kialakítani a városnak. Kerékpárral elérhetővé válik a Milliér, az ottani Vízügyi Múzeum, a horgásztó, a lőtér és a lovarda, így be tudják kapcsolni a Szabadidő Központot is a város turisztikai életébe. Az engedélyezési eljárás folyamatban van jelenleg, de bízik abban, hogy gyorsan elkezdődhet az építkezés.

A másik a Véső út és környékének komplex rehabilitációja, amely több tételből áll és nem csak a TOP, hanem a Modern Városok Programja is, sőt különféle sportágak támogatása is segíti. Kiemelte a Vívó Szövetséget, aki a vívócsarnok felújításával, a Kosárlabda Szövetséget, aki a kosárlabdacsarnok felújításával segíti a programot. Az új atlétikai pálya építését közvetlen állami támogatással egészíti ki. Új sporttelep lesz atlétikapályával, parkolóval, illetve felújított strandfürdővel, ahol a meglévő medencéket újítják fel. Talán az egyik legfontosabb rész, hogy a Penny áruház mellett buszjárat tudja majd megközelíteni a strandot és a sporttelepet egészen a vasútállomástól. Fontos, hogy biztosítani tudják azon a területen is a biztonságos közlekedést a gyerekek és a felnőttek számára egyaránt. Az épületek megközelítését szolgáló belső utakra vonatkozó tervek áprilisban elkészülnek, a további tervek készítése folyamatosan halad az ütemezés szerint.

A harmadik a Szolnoki Művésztelepre, az óvodákra és bölcsődékre, illetve az energetikai fejlesztésekre vonatkozó műszaki előkészítő tanulmányokról szól, melyek előkészítése elindult. A dokumentációk tartalmazzák a pályázat benyújtásához szükséges információkat. A zöldterületek fejlesztésére vonatkozó koncepció véglegesítése a napokban várható.

Ezekon felül az Eötvös téri szociális központ, a Móra úti orvosi rendelő és a Milléri szabadidős övezethez vezető kerékpárút tervezése a szükséges kiválasztási eljárások előkészítése folyamatban van. Úgy véli, hogy az idei év első felében minden szükséges dokumentum rendelkezésre fog állni az említett programok elindításához.

Molnár Iván képviselő: Megköszönte a választ. Véleménye szerint nagy szükség van arra, hogy a Zagyva híd megújuljon, a Tüdőkórház területe felszabadulhasson és az őspark látogatható legyen. A „Zöld Város” Program keretében egy újabb zöldfelülettel gazdagodhat a város. Nagyon várják már az ott élők a Véső úti sporttelep, illetve a strand megnyitását.

Szalay Ferenc polgármester: Kiegészítésként elmondta, hogy a program része továbbá a Belvárosi és a Kassai Úti iskola felújítása, a Móra Ferenc úti rendelő, a Hold úti és a Szapáry úti óvoda újjáépítése, a Kacsa úti óvoda felújítása is. Úgy gondolja, hogy a program első ütemének indulása látványos lesz a városban.

Frakcióvezetői kérdés:

Molnár Iván képviselő: Megköszönte a FIDESZ-KDNP frakció elmúlt 9 évi, illetve a jelenlegi fennállásának 5 évi munkáját. Az elmúlt időszakban jelentős fejlődések történtek a városban, és számos olyan projektet készítettek el, illetve hagytak jóvá, amelyek véleménye szerint a város és a városban élők érdekében történtek. Sokan nem tudják azt, hogy a fejlesztések mögött milyen háttérmunka folyik, melyről tájékoztatta a jelenlévőket és tévénézőket. Elmondta, hogy egy-egy közgyűlési döntést számos egyeztetés és előkészítő munka előz meg. Az elkészült előterjesztéseket a Közgyűlést megelőzően a kibővített frakció – 30-40 fő – értékeli és véleményezi, illetve kialakítják a FIDESZ-KDNP frakció irányvonalát. Az egyeztetéseken számos külsős szakértő és a Hivatal munkatársai vesznek részt, akik segítenek a megfelelő álláspont kialakításában. Ezt követően a bizottsági üléseken tárgyalják meg az előterjesztéseket, melyek után eldől, hogy végérvényesen milyen álláspontot képvisel majd a Közgyűlésen a FIDESZ-KDNP frakció. Tekintettel arra, hogy a 12 körzetnek 12 FIDESZ-KDNP képviselője van, a döntések fontosságát és szükségességét nagyon komolyan veszik és a döntésekben is ez alapján igyekeznek eljárni. Bízunk abban, hogy ezzel a munkával nemcsak a város, hanem a lakosok is elégedettek. Kérdése, hogy mit javasol a polgármester annak érdekében, hogy ez jobban működjön?

Szalay Ferenc polgármester: Válaszában elmondta, hogy azért fontos a felvetés, mert a képviselő-testületben a FIDESZ-KDNP frakció mellett a bal oldal 3 vonulata és a JOBBIK frakció is képviselteti magát, akik a bizottsági munkában is részt vesznek. Fontos, hogy a döntés előkészítésben mindig a többségi frakciónak kell az irányt mutatni, amelyhez lehet kapcsolódni, lehet azt kiegészíteni és jobbá tenni. Úgy gondolja, hogy így egységes egészében lehet beszélni egy város képviselő-testületének munkájáról. Megköszönte, hogy az előkészítő munkákban – például a lakásgazdálkodás, a Területi Operatív Program, az Integrált Városfejlesztési Stratégia, vagy a Modern Városok Program előkészítésekor - segítséget nyújt a civil tanács, a nyugdíjas klubok és az egyéb pártokon kívüli szervezetek. Sokat segítenek a rendőrök, a katonák, a pedagógusok is. Szokott néhány megjegyzés születni azzal kapcsolatban, hogy ki hányszor szólal meg a Közgyűlésen. Véleménye szerint lehet szócséplésről, mantráról beszélni, de a döntés előkészítés nagyon fontos része a munkának, melynek eredendő része a Hivatal Igazgatóságai. A Közgyűlés elé került előterjesztések azért tárgyalhatóak ennyire intenzíven és jól, mert akik előkészítik – a jegyző vezetésével a Hivatal munkatársai – nagyon komoly munkát végeznek, amely véleménye szerint egyfajta bizalmi kapcsolat is. Fontos, hogy a képviselők érezzék azt, hogy a Hivatal által előkészített anyagok 99%-ban megállja a helyét, a fennmaradó 1%-ot meg mindig helyre lehet tenni. Lényeges, hogy a stratégiai gondolatokat képes-e a város képviselő-testülete közvetíteni a Hivatal felé, amely azt formába önti. Megköszönte a jegyző és a Hivatal munkatársainak a munkáját.

Úgy véli, hogy a képviselő-testületnek kifelé a város felé és befelé a Hivatal felé is azt kell mutatni, hogy a város fejlődése a legfontosabb számukra. Természetesen lehetnek eltérő vélemények, de az a legfontosabb, hogy mindenki mondja el a véleményét, és hatékonyan végezze a képviselői munkáját. Jelenlegi működésüket jónak tartja, de természetesen fejleszthető. Kérte a képviselőket, hogy legalább ilyen lendülettel végezzék a munkájukat a jövőben is, szükség szerint konzultáljanak a jegyzővel.

Az ellenzéki pártoknak megköszönte a bizottságokban végzett munkájukat.

Molnár Iván képviselő: Megköszönte a választ. Kiemelte, hogy a képviselőknek példaértékű a Hivatallal a kapcsolata. Bármilyen problémával fordulhatnak a Hivatal munkatársaihoz akár frakcióként, akár képviselőként és mindig maximális segítséget kapnak, melyet a jövőben is igényelni fognak.

Napirendi pontok tárgyalása:

1. napirendi pont:

Tájékoztató a Béres Gyógyszergyár Zrt. tevékenységéről

Előadó: dr. Bischof Zsolt cégvezető

Szalay Ferenc polgármester: Tájékoztatta a jelenlévőket arról, hogy a cégek beszámolóit újból visszakerülnek a Közgyűlés elé és a jövőben minden ülést, a város valamelyik meghatározó tevékenységet végző cégének beszámolójával kezdik majd, annak érdekében, hogy a képviselőknek is rálátásuk legyen arra, hogy a város gazdasága hogyan működik.

dr. Bischof Zsolt cégvezető: *(Beszámolóját PowerPointos bemutatóval kísérté.)* Megköszönte a lehetőséget. Büszke arra, hogy 2011 óta már második alkalommal számolhat be a Közgyűlésen. Külön megtisztelő számukra, hogy a cégek újbóli bemutatkozását a Béres Gyógyszergyár Zrt. kezdheti elsőként. Kiemelte, hogy a cég most már 27 éve végzi tevékenységét az „egészséges emberért”, a közeljövőben fogják ünnepelni megalakulásuk 30. évfordulóját. Felhívta a figyelmet arra, hogy az Olimpia Mozgalom aranytámogatói már az 5. cikluson keresztül. Reméli, hogy a cég által nyújtott támogatások legalább olyan eredményességgel fogják elősegíteni a magyar sportolók riói szereplését, mint a Londoni Olimpián. Igyekezett a beszámoló kapcsán arra fókuszálni, hogy az elmúlt 5 évben milyen változások történtek a cég életében. Büszkének arra, hogy Magyarország legnagyobb magyar tulajdonú gyógyszergyára a Béres Gyógyszergyár Zrt. Megemlítette a tradicionális magyar cégek közül az Egis Nyrt-t, a Richter Gedeon Nyrt-t, a Chinoin Zrt-t, melyek egyes tulajdonban lévő vállalatok. Mindez meghatározza a versenyhelyzetüket is, hiszen az említett cégekkel, vagy olyan multinacionális cégekkel kell versenyre kelniük, amelyek a világ számos országában hasonló termékeket forgalmaznak és sokkal nagyobb tőkével rendelkeznek. Látható lesz a piaci részesedéseknél, hogy komolyan fel tudják venni a versenytársakkal a küzdelmet. Az árbevételük szépen alakult, a válság utáni időszakban is sikerült mindig azt a stratégiát megtalálniuk, amely előre vitte a céget.

Most már közel 10 milliárd forintos árbevételük van és az export részaránya a 20%-ot is eléri. Fontos, hogy sikerült a kelet és a nyugat európai országok piacára is betörniük, melyek közül elsősorban az Egyesült Királyságot, azon belül pedig Angliát emelte ki. Szolnokon van egyedül Béres Gyógyszergyár, illetve csak és kizárólag a városban gyártják termékeiket. A cég központja található csak Budapesten. Egyre komolyabb súllyal jelennek meg a helyi munkaerőpiacon és látják, hogy az elmúlt pár évben 180-ról 230 felé nőtt az alkalmazotti létszámuk. Egy jó éven belül plusz 40 fős létszámbővítést terveznek Szolnokon. Mindehhez hozzáadva a rendszeresen náluk dolgozó alvállalkozókat, az plusz 30-40 főt jelent. Ismertette, hogy több mint 70 fajta termékük van, több mint 200 fajta készítésben. Látható az az intenzív növekedés, amely egy fejre állított piramishoz hasonlít, azt hogy milyen széles spektrumban növekedett a gyár termékpalettája. Kiemelte, hogy a termékeik kétharmada gyógyszer. Sokan úgy vélik, hogy csak étrend kiegészítőket gyártanak. Termékeik döntő többsége már az országos gyógyszerészeti intézet által regisztrált, a gyógyszer minőségnek megfelelő készítmény. Bízik abban, hogy sokan ismerik is a termékeiket, melyek közül kiemelte a 2013-ban hungarikummá minősített Bérescseppet. A termelési volumenük is nagyon szépen alakul, mely nyilván az árbevétellel és a foglalkoztatotti létszámmal párhuzamos. Évente 13,5 millió doboz terméket gyártanak, amely rendkívül dinamikus növekedést jelent, és időnként meg is haladta a kapacitásaikat. 3 műszakban és hétvégén is termelnek folyamatosan. Mind a hazai, mind a külföldi piacok pozitívan reagálnak a termékeikre. Piacvezetők a hazai betegségmegelőző és egészségmegőrző piacon, 35%-os a piaci részesedésük. Ez azt jelenti, hogy minden 3. doboz termék, amelyet a polcokról

levesznek a vásárlók, az Béres termék. Az immunerősítők, a komplex multivitamin készítmények, az ízületi készítmények, a kalciumpótló készítmények és a C-vitamin piacán is. Szép eredményeket érnek el a szemerő termékcsaláddal és a magnézium készítményeikkel is. Fontosnak tartja, hogy milyen versenykörnyezettel kell megküzdeniük, hiszen elsőként fölőről támadják a piacaikat a multinacionális cégek, alulról pedig az igen megkérdőjelezhető minőségű, de árban rendkívül alacsony szinten elérhető, Ázsiából beérkező kontrollálhatatlan minőségű termékek. Nagyon komoly kihívás számukra, hogy az olcsó piacokkal és termékekkel, melyeknek a minősége, a hatóanyag összetétele egészségre gyakorolt hatása megkérdőjelezhető, miként tudják felvenni a versenyt a következő 1-2 évben.

1995-ben a Béres megvásárolta az egykori gyógyszergyári központot, azóta több mint 3 milliárd forint értékű fejlesztést hajtottak végre. 2011 után két nagy fejlesztésük volt, melyek elérték az 1 milliárd forintot. Kiemelte, hogy azok saját erős fejlesztések voltak. Egy integrált vállalatirányítási rendszer, mely onnantól, hogy az igény bármely termékre felmerül egészen odáig, hogy kész termék eljut a nagykereskedőkhöz, minden egy egységes informatikai rendszerben nyomon követhető, mely nagyban megkönnyítette a munkájukat. 2014-ben volt egy kapacitásbővítő beruházásuk, melynek átadásáról képeket mutatott be a jelenlévőknek. Reméli, hogy 2017 évvégén és 2018 első negyedévében hasonló körben ünnepelhetnek majd, mint az előző képeken látható átadás volt. Belekezdtek egy több mint 3 milliárd forintos beruházásba, melynek első lépése már megtörtént, azaz egy 800 m²-es új raktárcsarnok építése. Jelen pillanatban folyik egy új gyártóüzemnek a létesítése, amelyre a Béres Gyógyszergyár életében nem volt még példa. 1700 m²-es új terület, melyből 1000 m² gyógyszergyártásra minősített terület lesz, a többi pedig raktár és kiszolgáló helyiségeknek ad teret. A beruházás célja, hogy a kapacitásukat a duplájára növelhessék, hiszen sokszor a piaci növekedésüknek az volt a korlátja, hogy fizikailag nem tudták kielégíteni a megnövekedett piaci igényeket. Reméli, hogy ez a beruházás hozzájárul ahhoz, hogy mind a hazai és mind az export piacot növelni tudják. Ez a fejlesztés hozzájárul ahhoz, hogy az adófizető erejük is megnövekedjen. Sok 10 millió forintot fizetnek évente helyi iparüzési és építmény adóként a városnak. Megvásároltak egy szomszédos 4000 m²-es telephelyet is, amely a további komoly terveiket és fejlesztési elképzeléseiket is elölrányozza.

Kiemelte, hogy a Béres család és a felsővezetés komoly szándéka, hogy csak és kizárólag Szolnokon szeretne tevékenykedni. Úgy gondolja, hogy ebben a város vezetése is partner. A rendezési terv módosítására beadott kérelmük is ezt a célt szolgálta, melynek támogatását megköszönte a képviselő-testületnek.

A Béres egy tradíció, egy márka név Magyarországon, egy ember neve mára összekötődött egy termék nevével. Megjegyezte, hogy ez év tavaszán került bemutatásra Budapesten és Kecskeméten Fazekas János drámájának a színházi változata, a Megvádold című dráma. Dolgoznak azon, hogy a következő évben Szolnokon is bemutatásra kerüljön. A Béres társadalmi elismerésének egy fontos része, hogy egy színmű, egy dráma került bemutatásra az Újszínházban, és a kecskeméti Katona József Színházban is. Idősebb Béres József egyik gondolata volt olvasható a bemutatott diákon, melyhez hozzátette, lényege, hogy a becsületes, tisztességes és segítő szándék vezessen mindenkit, akármilyen munkát is végezzen. Bárhol legyen az életben feladata, kötelezettsége. Igyekeznek ennek megfelelni és méltó utódként ezt a szellemiséget továbbvinni, melyre egy alapítványt hozott létre korábban a tulajdonos. A támogatásaik négy fő irányt vesznek: a daganatos betegekért, a magyar kultúráért, a magyar oktatásért és az egyházi és lelki élet támogatásáért. Igyekeznek ennél sokkal szélesebb körben is támogatni azokat a kezdeményezéseket, amelyeket arra méltónak tartanak. A diákon olvasható felsorolásban azok a szolnoki partnerkapcsolatok voltak láthatóak, amelyeknél úgy ítélték meg, hogy az általuk folytatott tevékenységek értékteremtők, hagyományörzők. Külön figyelnek arra, hogy az elesettek, betegek támogatása megtörténjen, illetve az ifjúság, az utánpótlás, az értékteremtő fiatal kultúra, művészet, sport területén kiemelkedő gyerekek

megfelelő támogatást kaphassanak. Fontos, hogy 2016-ban is megszervezik a városi Egészségnapot a Városi Sportcsarnokban a tavalyi évhez hasonlóan, továbbá az idősek otthonának 1 millió forint értékű béres terméket ajánlottak fel.

Képeken keresztül bemutatta a széleskörű támogatásukhoz kapcsolódó programokat, mint például a „Szolnok Segít Program”, jótékonysági adományok, a HPV vírus elleni oltás, Tímár Sándor ünneplése. Megköszönte a Rotary Clubnak a „Rotary Mecénás Díjat”, amelyet idén januárjában a Kultúra Napján vehetett át. Kiemelte a kölcsönösen jó együttműködést a várossal. Megemlítette a Csepp Parkot, a Béres József sétányt, az emlékszobát. Kifejtette a Pelikán Bevásárló Központ kapcsán, hogy az eredeti stratégia is arról szólt, hogy a Béres Zrt. megépíti a központot, a Volán kap egy európai szintű közlekedési infrastruktúrát és azt követően, mivel az ingatlan fejlesztés üzemeltetése nem a szakterületük, átadják annak, akik igazán értenek hozzá. Sajnos a válság okán időben mindez elhúzódott, de megnyugtatót mindenkit, hogy aki bemegy a központba, semmit sem fog észrevenni abból, hogy tulajdonos váltás történt. A Volánnal sikerült egy nagyon konstruktív megállapodást kötniük, amely arról szól, hogy az üzemmenet folyamatos lesz.

A városban működő szakhatóságokról elmondta, hogy Szolnokon vállalkozás barát a hatósági ügyintézés. A Polgármesteri Hivatal hatósági osztályait emelte ki elsősorban, a Kormányhivatal szinte valamennyi szakigazgatási szervét, a Katasztrófavédelmet, a Megyei Közlekedésselügyeletet, akikkel konstruktív és példaértékű az együttműködésük, a partnerség. Az, hogy egy komoly fejlesztés valósulhat meg a városban, amellyel az adóbevételekhez is jelentős mértékben hozzá tudnak járulni, illetve 300 embert tudnak alkalmazni, köszönhető nagyban az említett hatóságoknak.

Körülbelül 3 perces kisfilmen mutatta be a gyógyszergyárat, a termelési folyamatokat és a termelési eszközöket, berendezéseket, amelyekről elmondható, hogy világ színvonalúak. Angliából, Németországból, Olaszországból vásárolják az eszközeiket. Az említett beruházással pedig tovább fogják fejleszteni a technológiájukat, így elmondható, hogy valóban TOP technológia, a világon ma elérhető legmagasabb színvonalú termelőeszközöket fognak beszerezni. Mindezt azért teszik, hogy a termékeik minősége, megbízhatósága és a termelés hatékonysága a lehető legmagasabb színvonalon valósuljon meg.

K é r d é s e k:

Molnár Iván képviselő: Nagyon sok termékről szó esett, mellyel kapcsolatban kérdése, hogy a termékek fejlesztése is Szolnokon történik-e? További kérdései, hogy az új gyártóüzem kapcsán tervezik-e újabb termékek gyártását is? Milyen földrészekre exportálnak, hol ismerik a Béres termékeket? A 40 fő beállításával számítanak-e árbevétel növekedésre?

dr. Bischof Zsolt cégvezető: A beruházással plusz 60 főt vállaltak, amelyből már 20 főt felvettek. Az egyedi kormánydöntéses támogatásnak egyébként is feltétele az árbevételük növekedése, de nyilvánvalóan a beruházás azért valósulhat meg, mert a piaci igények is alátámasztják. A középtávú terveikben 10-11 milliárd forintos árbevétellel számolnak, amely azt jelenti, hogy további 3-4-5%-os növekedést terveznek. Az exportpiacok kapcsán elmondta, hogy két fő exportpartnerük korábban Ukrajna és Románia volt, de az ismert gazdasági és politikai viszonyok miatt gyakorlatilag Ukrajna összeomlott, így az Egyesült Királyság az, ahol a kalcit termékeiket nagy sikerrel tudják forgalmazni. A Béres az egyedüli gyártó Európában, akik a kalcium és a D-vitamin kombinációját egy filmtabletta formájában elő tudják állítani. Korábban pezsgőtabletta formájában volt ez fogyasztható. Ez is egy olyan innováció volt a Béres részéről, amely hozzájárult ahhoz, hogy az exportpiacokon is megjelenjenek. A kutatás, fejlesztés Budapesten történik, ott van a kutató-fejlesztő laboratórium, és amikor a kísérleti fázisba jut el a termék, meg van az üzemelésnek a

technológiája, akkor kerül Szolnokra, ahol megtörténnek a próbagyártások. A kutatás-fejlesztésnek az elméleti része és az induló gyakorlati része Budapesten van, az üzemelés és gyártás pedig Szolnokon valósul meg.

Szalay Ferenc polgármester: Kérdése, hogy a munkaerő biztosítása, a szakképzett munkaerő kiválasztásának lehetősége kapcsán mik a tapasztalatok? Számos visszajelzés van azzal kapcsolatban, hogy lassan elfogy a szakképzett munkaerő. A Béres Zrt. hogyan tud megbirkózni ezzel, egyáltalán van-e ilyen jellegű problémája?

dr. Bischof Zsolt cégvezető: Válaszában elmondta, hogy jelen pillanatban még meg tudják oldani a munkaerő igényüket. A legnagyobb létszámban vegyész és gépészmérnököket keresnek. A középfokú végzettség megszerzését követően szeretik, ha a fiatalok elvégzik az 1-2 éves technikus képzést is, melyben a Gépipari - és a Pálffy Szakközépiskola is partner. Gyakorlatilag a Pálffy Szakközépiskolából kikerülő fiatal vegyészek szintén kivétel nélkül megfordulnak a cégnél. Az a probléma, hogy amennyiben Tiszapüspökiben megépül a kukorica élelmiszer feldolgozó üzem, az nagyon komoly vákumot fog eredményezni a munkaerő piacon. Amikor a polgármester korábban összehívta a város cégeinek a képviselőit, akkor is elmondta, hogy a következő 4-5 évben a szakképzésre és a középiskolai szakképzésre strukturáltan oda kell figyelni. Az Ipari Parkban lévő vállalatok és a szolnoki cégek is szembesülnek ezzel a problémával.

Úgy látja, hogy a többi cégnél is elindult egy dinamikus növekedés, és elsősorban az autóipar, a gépipar, a feldolgozó ipar az, amely munkaerőre tart igényt. Biztos abban, hogy a következő 4-5 évben mind a gépész, a vegyész és az élelmiszer technikus vonalon számukra jelentős munkaerő igény fog képződni. A beiskolázási rendszer összeállításánál örömmel vennék, ha erre strukturáltan, szervezeten, akár egy piaci felméréssel készülnének az illetékesek. A mostani beiskolázás 5-6 év múlva ad számukra képzett munkaerőt, hiszen 4 év a szakközépiskola és 2 év a technikus képzés. Diplomás munkaerővel kellően elvannak látva. Véleménye szerint a középfokú végzettségű munkaerő kapcsán sem lesz a jövőben probléma, ha a középiskolák ezt a fajta képzést tovább erősítik. Megjegyezte, hogy az említett két szakközépiskolával példaértékű a kapcsolatuk, rendszeresen hívják a diákokat üzemlátogatásra. Kiemelte, hogy csak a legjobbakat, a legjobban felkészült diákokat kívánják alkalmazni.

H o z z á s z ó l á s o k:

Dr. Lázár Zoltán képviselő: Megköszönte a beszámolót, amely lenyűgözte. Három dolgot emelt ki, amely különösen felkeltette az érdeklődését és elismerésre méltónak tart. Az első, hogy milyen óriási versenyben kell helyt állniuk, illetve kiválóan teljesíteni. Az, hogy olyan multinacionális cégekkel szemben tudnak abszolút versenyben maradni, amelyeknek jóval nagyobb a tőkeereje és az ismertsége, mint a Béres Zrt-nek. A másik, amely talán a legfontosabb, hogy majdhogynem egy jó értelemben vett „amerikai sikertörténet” zajlott le atekintetben, hogy egy apró, de zseniális találmánnyal, a Bérescseppel indultak. Azt mutatta meg a cég felépülésének története, hogy az innováció tehetséggel, szorgalommal, kitartással és rátermettséggel párosulva óriási eredményeket tud hozni. Emlékszik arra, hogy a rendszerváltás környékén a Bérescsepp kézzel a kézre járt az emberek között, mint valamiféle csodaszer. Elismerésre méltónak tartja azt, hogy néhány évtized alatt egy ilyen komoly iparágat és egy ilyen gyárat sikerült létrehozni.

A harmadik, melynek szolnokiként külön örül, hogy beépült szervesen a város életébe a gyógyszergyár. Szolnokról elégíti ki a munkaerő igényét, illetve nagyon fontos, hogy a

szakközépiskolák diákjai is megfordulnak a cégnél. Gratulált Dr. Bischof Zsoltnak és hasonló sikereket kívánt a jövőben.

Szabó István alpolgármester: Nagyszerűnek tartja azt, hogy egy magyar ötlet magyar termék formájában éppen Szolnokról indult el világhódító útjára. Volt szó arról, hogy milyen piaci versenykörülmények között kell bizonyítania a cégnek. A másik oldalon pedig a termék sajátosságából adódóan hatósági eljárásoknak is meg kell felelnie a világ különböző országainak piacain. Külön gratulált ahhoz, hogy Angliába is meg tudnak felelni a hatósági kihívásoknak. A társadalmi felelősségvállalást emelte ki, amely a Béres névhez kapcsolódik, azon belül azt, hogy a magyar olimpiai csapat egyik legnagyobb támogatója a Béres Zrt. Természetesen ez a dolog is kétélű, hiszen egyik oldalról a támogatás, a társadalmi felelősségvállalás, a másik oldalról pedig egy nagyon komoly reklám lehetőség. Bízunk abban, hogy jól fog szerepelni a magyar olimpiai csapat.

Megemlítette, hogy a városkép befolyásolását is köszönhetik bizonyos mértékben a Béres Zrt-nek, hiszen a Pelikán Bevásárló Központ a városközpont arculatát az elkövetkezendő 100 évre meghatározta. Megköszönte a munkájukat és gratulált a sikereikhez.

Bagdi Sándorné képviselő: Nagyon büszke arra, hogy régóta jól prosperáló cég található az általa képviselt területen. Úgy érzi nagyon szerényen került bemutatásra a társadalmi felelősségvállalása a cégnek, hiszen számtalan egyéb alkalommal is bizonyították, hogy nagyon komolyan veszik mindezt. Két alkalmat emelt ki, melyet a nyilvánosság előtt megköszönt: egy Vöröskeresztes rendezvényre kapott korábbi támogatást, valamint a Szív és Érendszerei Betegség Rehabilitációs Egyesületének támogatását.

Falusi Vajk Zsolt képviselő: Nagyon kevés olyan cég van, amely egész évben és nemcsak idejellel diákmunka lehetőséget biztosít a fiatalok számára. A Béres Zrt-nél két műszakban van lehetőség arra, hogy a diákok dolgozhassanak. Megköszönte, hogy eddig is és bízunk abban, hogy a jövőben is lehetőséget biztosítanak erre. Kiemelte, hogy a szolnoki fiatalok körében nagyon népszerű ez a munkalehetőség.

Szalay Ferenc polgármester: Megköszönte a tájékoztatót, melyet célzottan tarthatott elsőként a Béres Zrt. Kiemelte, hogy az elhangzottakon túl önbizalmat is ad a városnak a cég. Megjegyezte, hogy a városban lévő cégek egyre inkább fejlődnek, melyet Dr. Bischof Zsolt, a Vállalkozók Országos Szövetségének Megyei alelnökeként is megerősített. Fontosnak tartja, hogy a cég azt tükrözi Szolnokon, hogy a gyár rendben van, megvan a szükséges munkaerő és a fejlesztési lehetőségek. Összességében otthon érzi magát a városban a Béres Zrt., amely sokak számára azt közvetíti, hogy a szolnoki gazdaság fejlődik és erősödik. Az elmúlt Közgyűléseken is elhangzott, hogy az elmúlt 3 évben közel 1 milliárd forinttal nőtt az adóbevétele a városnak, az elmúlt évben 8-9%-kal növekedett a gazdaság.

A beszámolóban elmondottak is ezt támasztják alá, mivel a Béres Zrt. is úgy látja, hogy van lehetőség és jövő Szolnokon, illetve az országban. A Béres Zrt. 2015 évi fejlesztésének eredménye a jelenlegi 3,5 milliárd forintos fejlesztés, mellyel kapcsolatban az érdekvérvényesítés fontosságát emelte ki. Addig nem volt az ilyen volumenű cégeknek lehetősége ilyen támogatásokhoz hozzájutni. A miniszterelnökkel folytatott beszélgetésben ifj. dr. Béres József elnök kifejtette, hogy szükséges változtatni a szabályozáson annak érdekében, hogy a 10 milliárd forintos árbevételű cég is állami támogatáshoz juthasson. Elmondható, hogy a szabályozók változását is sikerült komoly munkával elérni a cégnek, illetve a cégtulajdonosának.

A legfontosabbként a munkaerő biztosítását emelte ki az elhangzottakból, illetve azt a gondolatot, amelyet nyilván a kamaráknak, a vállalkozók szövetségének, a szakképző

rendszernek is nagyon komolyan kell venni, hogy előre fel kell készülni a cégek munkaerő igényeire. Véleménye szerint ez a jelenkor oktatási átszervezésének, szakképzési átalakításának egyik legfontosabb része. Bele kell gondolni abba, hogy hány fiatal képzett ki az eddigi szakképzési rendszer, akik azt követően nem tudtak elhelyezkedni, vagy akár a felsőoktatás is. A változtatás szükségességét hangsúlyozta, hiszen például a műkörmös szakmával szemben a vegyipari képzettségűeket alkalmazná a legtöbb cég. Megemlítette a Citromsavgyárat és a kukorica feldolgozót, amelyek szintén ide kapcsolhatók. Úgy véli, hogy ha minden cég hasonlóképpen gondolkodna, mint a Béres Zrt. semmi gondja nem lenne a városnak. Természetesen így is nagyon sok támogatója van a város különféle területeinek, de a Béres Zrt. ez ügyben „úttörő”, hiszen nem kér, hanem ad, nem várja a kéréseket, hanem felajánlja a segítségét, melyet minőségi különbségnek tart.

A Rotay Club hasonlóan önálló, így vélhetően ennek kapcsán találtak egymásra a Béres Zrt-vel. Megemlítette a „Rotary Mecénás” Díjat. Úgy látja, hogy az utánpótlás nevelés a gazdaságban is nagyon fontos, melyre Dr. Bischof Zsolt cégvezető jó példa, aki a Polgármesteri Hivatal Városfejlesztési Főosztály vezetőjeként indult, majd a Szolnoki Főiskola tanáraként dolgozott, és a Béres Gyógyszergyár Zrt. vezetője lett Vajda József után. Fontosnak tartja, hogy fiatal szolnokiak ilyen komoly pozíciót tudnak betölteni egy nagy magyar cégnél. Megköszönte a cég tevékenységét, amelyet a városért és az orszáért végez.

dr. Bischof Zsolt cégvezető: Jól esik számára, hogy a polgármesteren, az alpolgármestereken, a Közgyűlésen és sok szolnoki polgáron keresztül érezhetik a megbecsülést és a szeretetet, amely kölcsönös dolog. Az elhangzottak arra sarkalják őket, hogy még jobban és még többet tegyenek. Kiemelte, hogy a másik oldalról pedig egy megerősítés is a cég számára és nagyon fontos, hogy olyan környezetben dolgozhatnak ahol minden munkatársa büszkén vállalhatja, hogy a Béres Zrt-nél dolgozik. Megjegyezte, hogy bármerre járnak az országban mindig hangsúlyozzák, hogy Szolnokról jöttek. Úgy gondolja, hogy ami elhangzott az abszolút kölcsönös és igyekeznek a jövőben is mindent megtenni annak érdekében, hogy betöltsék azt a szerepet, amelyet eddig is igyekeztek megvalósítani Szolnokon. Megköszönte a lehetőséget és a dicsérő szavakat. Reméli, hogy egy következő alkalommal még több pozitívumról tud beszámolni, illetve hogy 1,5 éven belül ebben a körben is megünnepelhetik az említett beruházást.

Szalay Ferenc polgármester: Megköszönte az elővetített jövőképet, amely önbizalom növelő a város számára.

Szavazást rendelt el és megállapította, hogy Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése – határozathozatalakor jelenlévő képviselők száma 17 fő – 17 igen szavazattal, ellenszavazat és tartózkodás nélkül meghozta a következő határozatot:

56/2016. (III.31.) sz. közgyűlési határozat a Béres Gyógyszergyár Zrt. tevékenységéről szóló tájékoztatóról

Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése, a Magyarország helyi önkormányzatairól szóló 2011. évi CLXXXIX. törvény 6. § b) pontja alapján az alábbi határozatot hozza:

Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése, a Közgyűlésen elhangzott bemutató alapján a **Béres Gyógyszergyár Zrt.** tevékenységéről szóló tájékoztatót megismerte, és tudomásul veszi.

Értesülnek: Szalay Ferenc polgármester
 Szabó István alpolgármester
 Fejér Andor alpolgármester
 Dr. Sebestyén Ildikó jegyző
 Dr. Rác Andrea aljegyző
 Polgármesteri Hivatal igazgatói
 A képviselők helyben
 dr. Bischof Zsolt, a Béres Gyógyszergyár Zrt. cégvezetője

2. napirendi pont:

Előterjesztés Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Városmarketing és turisztikai stratégiája elfogadására

Előadó: Szalay Ferenc polgármester

Szalay Ferenc polgármester: Az előterjesztés széles körű kutatást és annak elemzését tartalmazza, amelyet a Ketzal Kft. Dr. Budai Zoltán vezetésével végezte.

Dr. Budai Zoltán ügyvezető igazgató: A XXI. században a városoknak már sokkal több funkciójuk van, mint korábban volt. Ezeket a funkciókat akkor tudják ellátni, ha sikeres városok lesznek. Ennek a sikernek az egyik alapfeltétele, hogy piacképesek legyenek, városmarketinget folytassanak. Szolnok az elmúlt években jelentős fejlődéseken ment keresztül és ez a fejlődési irány az elkövetkezendő években folytatódik, folytatódhat, illetve új területeket is kaphat. Ilyen új terület lehet a turizmus, a vendéglátás, amelyben a városnak az eddig is meglévő jó adottságai a fejlesztéseknek köszönhetően piacképességet is jelent majd. Az elkészített városmarketing anyag széles kutatáson alapszik, amelynek több területe volt. Felhasználásra kerültek a korábbi anyagok, a KSH adatai, végeztek saját internetes kutatást, valamint swot analízist, amely az erősségeket és a gyengeséget szedte számba. Végeztek ugyanakkor google trends elemzést, készítettek mély interjúkat szakemberekkel és versenytárselemzés is készült, valamint egy úgynevezett MPPC- ábra is, amelyet Magyarországon csak e cég végez.

Az anyagban körvonalazódtak azok a fejlesztési irányok, azok a legfontosabb üzenetek, amelyeket a városnak meg kell fogalmaznia. Kiemelte azt az adatot, hogy a szolnokiak döntő többsége büszke a városára, elismeri annak fejlődését és örül annak, hogy a város a jövőben is új terveket készít. Megjegyezte, hogy a több száz oldalas anyag bemutatása már több alkalommal megtörtént a Városházán is.

Szalay Ferenc polgármester: Az anyag és a mérés az imázs stratégiával együtt azért készült, mert eljutott a város arra a pontra, amikor egységesíteni kell tudni a város értékeit az értékesítésre. Szükség van egy irány meghatározására, arra, hogy mi mentén viszik a híret Szolnok értékeinek. A stratégia mérései megmutatják, hogy mennyire ismerik a város lakói az eddigi és a várható fejlesztéseket és látható az is, hogy mennyire értékelik az elért eredményeket. Fontos, hogy a stratégia után az a csapat is fel tudjon állni, aki a munkát elvégzi és az is, hogy a marketingstratégiában megfogalmazott gondolatok hogyan öltsenek testet. Ehhez szükségesek a már meglévő cégek, az intézmények és a Hivatal, ugyanakkor új személyek is, akik ebben a kérdésben feladatot tudnak majd vállalni. 640 fő megkérdezésére alapul ez a program. Megjegyezte, hogy országos mintát készítenek 1000 fővel, tehát ez a mérés teljes információt tud nyújtani a városról. Kiemelte, hogy a szolnokiak jelentős

többsége büszke Szolnokra és örül annak, hogy ebben a városban él, ellentétben azzal a sugallattal, hogy a szolnokiak nem szeretik a várost.

Fejér Andor alpolgármester: Az előterjesztést széles körben megtárgyalták a városban, így a szakmai szervezetek is. A frakcióknak lehetőséget biztosítottak arra, hogy még a munkaszakaszban a véleményüket elmondhassák. Voltak olyan képviselőcsoportok, képviselők, akik éltek ezzel a lehetőséggel, voltak olyanok, akik nem tudtak élni ezzel a lehetőséggel. Minden olyan észrevétel, amely az elkészült anyaghoz érkezett a stratégia készítése során, a stratégia készítői által beemelésre került. Felsorolásra került azon résztvevőknek a száma is, akik a területüknek jelen képviselői, így turisztikai- és marketinggel foglalkozó szakemberek. Fontosnak tartja, hogy a város eljutott egy olyan szakaszba, amikor az adottságait egy turisztikai termékfejlesztési szakaszba tudja fordítani. Erre azért van szükség, hogy egy turisztikai desztinációvá válhasson a város és Szolnok, mint márka megjelenhessen a turisztikai palettán. Ezeknek a céloknak az eléréséhez a stratégia javaslatokat fogalmaz meg, amelyeket operatív programmá kell az elkövetkező időszakban kidolgozni. Ezt követően kötelességük a város jövőjét, sikerességét továbbra is erősíteni. Erre példaként említette a Béres Zrt.-t, amely bemutatta, hogy a termékfejlesztés, a marketing és a kommunikáció milyen sikerekhez vezetett egy céget.

K é r d é s e k:

Dr. Lázár Zoltán képviselő: Az iránt érdeklődött a polgármestertől, hogy milyen szempontok alapján került kiválasztásra a cég, amely a városmarketing stratégiát készítette? Kérdése Dr. Budai Zoltánhoz, hogy van-e olyan város, vagy bármilyen település, ahol működő települési marketing stratégiát dolgozott ki a cége? Ha igen, akkor hol?

Radócz Zoltán képviselő: Egyetértett azzal, hogy a városmarketing fontos és részletesen tartalmazza az előterjesztés is. Kérdése, hogy végeztek-e átfogó turisztikai piackutatást Szolnok vonatkozásában? Érdeklődtek-e az ideérkezőktől, a szakképviselői szervektől, így a Magyar Turizmus Zrt.-től? Elvégezte a cég 300 km-es körzetben a versenytársak elemzését Kecskeméten kívül. Ezt a háttér tanulmányt nem tartalmazza azonban a stratégia, amely a turisztikai részt megalapozta volna. A helyi felkutatás az imázs, a városmarketing, nem pedig a turizmus része. Mély interjúkat készítettek, de hol vannak az elemzések, amelyek pozicionálják a várost a versenytársakkal szemben és egyfajta helyzetképet mutatnának arra vonatkozóan, hogy hol tart a szolnoki turizmus és hová akar eljutni azokkal az attrakciókkal, amelyeket a TOP, a modern városok és egyéb programokon keresztül fog elérni a város? Ez az anyag nemcsak városmarketing stratégiának, hanem turizmus stratégiának is készült, legalábbis a címe erre utal. További kérdése, hogy készítettek-e valahol olyan turisztikai stratégiát, amely ma működik? A két téma nem elválasztható, de a turizmus részére kívánt rákérdezni, mert mégiscsak a turizmus lesz az egyfajta kitörés. Nagyon fontos a városmarketing, az, hogy el lehessen adni a várost, de a turizmus jobb feltételnek megteremtésével tudják azt biztosítani, hogy a városmarketing és a turizmus együtt érje majd el, hogy akár a 2,5 nap/fő eredménynél jobbat érjen el a város. Hasonlóan a vendégéjszaka tekintetében is. Kérdése, hogy ezzel kapcsolatban végeztek-e kutatásokat?

Elmondta, hogy a nyolc kérdéses kérdőívet kitöltötte, így a 640 fő között szerepel az ő véleménye is. Megjegyezte, hogy ennél jobbakat, nem negatív válaszokat adott. Kérdése, ki állította össze a kérdéssort? Azokat nagyon fejlesztés- és városimázs centrikusnak tartotta. Nem látja benne, hogy a szolnokiakat arról kérdezték volna, hogy ők mit látnak, mik lehetnek a városnak a kitörési pontjai. Erre vonatkozóan nem voltak kérdések. Hogyan állt össze szakmailag a nyolc kérdés? További kérdése, mivel az internetes kör is szűk, hogy a

személyes megkérdezéstől, a néhány száz szolnoki véletlenszerű kiválasztásától miért tekintettek el? Úgy gondolja, hogy érdemes lett volna bevonni a lakosokat ilyen formában is, mert szélesebb körben lehetett volna belőle meríteni. Nem tartja jónak az internet felhasználók és az interneten elérők megkeresését. Úgy gondolja, hogy akik ki is töltötték, csak szűkebb kört jelenthetett és Szolnokon kívüli is kitölthette.

Molnár Iván képviselő: Az előterjesztésben szerepelnek azok a turisztikai szakemberek, akik részt vettek a program kidolgozásában. Kiemelte Jakus Beátát, a Tourinform Szolnok iroda vezetőjét, Dr. Máté Zoltánt, a Kereskedelmi, Marketing és Nemzetközi Gazdálkodási Tanszék vezetőjét, Dr. Kóródi Máriát, a Turizmus, Térség- és Társadalomfejlesztés Tanszék tanszékvezetőjét, Molnár Anitát, a Magyar Turizmus Zrt. Tisza-tavi Regionális Marketing igazgatóját, Galó Anitát, a Jász-Nagykun-Szolnok-Megyei Önkormányzat Hivatal Térségfejlesztési és Külügyi Iroda irodavezető-helyettesét. Úgy gondolja, hogy a felsorolt szakemberek, akik e témával foglalkoznak, tehát a felmerült kérdéseket nem találja érhetőnek. Főleg úgy, hogy olyan témával indul el az önkormányzat, a turizmussal, amelyben a városnak nincs gyakorlata, tehát szükséges volt megfelelő szakembereket igénybe venni. Kérdése, hogy milyen szinten vettek ezek a személyek részt a munkában?

Szalay Ferenc polgármester: Három ajánlatot kért az önkormányzat. Az egyik 7.950.000 Ft+ Áfa, a másik 7.500.000+ Áfa, a harmadik pedig 7.000.000 Ft+ Áfa összegű volt. A legalacsonyabb összegű ajánlat került kiválasztásra.

Dr. Budai Zoltán ügyvezető igazgató: Elmondta, hogy 25 éve a turizmusban dolgozik. Az első Széchenyi Tervet még 2000. évben ő készítette, akkor turisztikai államtitkár volt. Onnan datálódik az ismeretsége a város vezetésével. Megjegyezte, hogy nemcsak az Orbán kormány idején volt turisztikai államtitkár, hanem a Medgyessy kormány idején is betöltötte ezt a tisztséget. Részt vett azoknak a turisztikai programoknak az előkészítésében, amely szerint a Medgyessy kormány folytatta az első Orbán kormánynak a munkáját. Több turisztikai stratégiát készített utána is. Miután az államigazgatásból távozott, továbbra is a turizmus területén maradt. Elkészítették az országnak a kulturális turizmus stratégiáját, valamint további városoknak, így Győr város turizmus és város stratégiáját. Ebben a város stratégiában jelezték Borkai Zsolt polgármesternek, hogy az Audival és az egyetemmel való együttműködésre kellene Győrnek a jövőjét építeni. A stratégiát egyébként a város végrehajtja. Ennek köszönhetően a következő három évben sikerült megduplázni a vendégéjszakák számát.

Jelenleg is több stratégia elkészítésén dolgoznak. A megyében Cserkeszőlön gyógyhelyfejlesztési stratégiát készítenek, de az Alföldön több városban, nemcsak fidesz vezetésű városokban, így Hajdúszoboszlón is dolgoztak, amely független, valamint Ózdon strandfejlesztést készítettek, amely jobbikos vezetésű település. Széles körben mozognak és nemzetközi munkáik is vannak. A visegrádi országoknak készítettek egy városmarketing együttműködést Budapesttel, Krakkóval és Prágával.

Elmondta, hogy három évvel ezelőtt a Magyar Köztársaság legmagasabb turisztikai elismerését, a turisztikai Kossuth-díjat, a Pro Turismo díjat is megkapta. Ezek örömmel töltik el és a díjaknak méltóan kívánja a munkát végezni a jövőben is.

Szolnok jelenleg nincs rajta az ország turisztikai térképén, mert a város egyenlőre nem bír azokkal a turisztikai attrakciókkal, azokkal a turisztikai szolgáltatásokkal, és azzal a praktikus elérhetőséggel, amely ahhoz lenne szükséges, hogy a város valóban egy meghatározó lesteráció legyen. Ez nem jelenti azt, hogy ez nem fog megváltozni néhány éven belül, egyszerűen csak azért, mert az első attrakció – amely az anyagban is szerepel -, a RepTár elkészült és már a főszezonban tudja fogadni a vendégeket. Vannak a városnak olyan

fejlesztései, amelyek fontosak és ezek anyagi háttere is meg van. Így a Tiszaligetben történő fejlesztés, valamint a város elérhetőségének javítása, amely szintén a turizmusnak a szükséglete. Budapestről sokkal könnyebben elérhető lesz a város.

Nem érezte azt, hogy érdemben lehetne megkérdezni a jelenleg Szolnokon előforduló csekély számú vendéget. Akkor lehet majd megkérdezni, ha a Tiszaligetben megújult a fürdő és megépült a wellness szálloda, készen lesz az út és jönnek a vendégek. A kutatásnak nem is volt célja a turisztikai kutatás, azért, mert ennek a feltételei nem voltak meg. A város adottságai turizmusban kimondottan jók, hiszen olyan attrakció-együttest lehet a városban kialakítani, amelyre a programban javaslatot is tettek. Azokra a trendekre épül, amely turisztikai trendek, Magyarország, Európa és a világ turizmusát jellemzik majd. A turisták keresik azokat a helyszíneket, amelyek aktív, természet közeli, kulturális és egészségturisztikai lehetőségeket kínálnak. Szolnoknak meg van az a különleges helyzete, hogy ezen területek mindegyikével bír, mindegyikben vannak olyan alapok, amelyekre fel lehet építeni majd a turizmust. Úgy gondolja, hogy ezen az úton a városmarketing stratégia az első lépés abban, hogy valóban megpróbálja magát a hazai és a nemzetközi piacra vinni több tekintetben is. Ez a városmarketing stratégia a turizmusnál többet jelent, ezért mindenképpen foglalkozni kell a turizmussal és külön turizmusstratégiát is kell készíteni. Kell olyan stratégiát készíteni, amelynek vannak fejlesztési, szolgáltatás erősítés és marketing elemei egyaránt. Ebben egyetértett a képviselő véleményével.

A kérdéseket a cég állította össze és utána egyeztetésre kerültek a városvezetéssel is. Megjegyezte, hogy nehéz kérdéseket összeállítani, mert annak vannak elvi és gyakorlati szempontjai egyaránt. Az elvi szempontok nyilvánvalóak, hiszen olyan eredményeket akarnak a kérdések válaszaiból megszerezni, amelyek vagy alátámasztják, vagy cáfolják azokat a koncepciókat, amelyeket a kutatás elején kitalálnak. A méréseknél fontos, hogy számszerűsíthetőek és valóban eredményorientáltak legyenek. A gyakorlati feladatok nehezebbek. Az embereket sokan keresik fel termékekkel, szolgáltatásokkal, akár napi aktuálpolitikai kérdésekben is a véleményük miatt. Jellemző, hogy az emberek nem szeretnek válaszolni, mert sok idő elmegy vele, a válaszaikat úgy sem veszik figyelembe a döntéseknél. A kérdéseket ezért úgy kell megfogalmazni, hogy szívesen válaszoljanak arra. Megjegyezte, hogy a kérdőívből egy kérdést direkt hagytak ki. Erre a kérdőívre jellemző, hogy ez magyarországi kérdőív, mert ugyanezt a kérdőívet Hollandiában nem lehetne megtenni. Az első kérdés ugyanis az volt, hogy férfi, vagy nő-e a válaszadó. Vannak olyan országok, ahol ezt a kérdést nem tartják igazán politikailag korrektnek. A kérdőívben már nem kérdeztek az iskolai végzettségre azért, mert a válaszadók jelentős része azzal sincs tisztában, hogy milyen a végzettsége. Középfokú, felsőfokú vagy esetleg más, mert az iskolarendszeri képzés átalakult. A kérdések elsősorban azt az irányt vették, hogy megkeressék azokat a pontokat, amelyekre a városmarketing épülhet, azaz megkeresni azokat az üzeneteket, amelyeket őszinte üzenetnek tartanak a szolnokiak és amely üzenetekre ők kíváncsiak.

Azokat a fejlesztéseket kívánták körülhatárolni, amelyek a leginkább befogadottak a városban és a leginkább szeretnék a szolnokiak, illetve azokat, amelyeket leginkább elkerülnének. Fontosnak tartotta azt is vizsgálni, hogy a fejlesztésekről tudnak-e a városlakók, tisztában vannak-e azzal, hogy a városvezetése milyen irányokat szab és azzal mennyire értenek egyet, illetve milyen kommunikációs csatornákon lehet az embereket bevonni a döntéshozatalba, illetve a döntések megismertetésébe is.

Dr. Lázár Zoltán által írásban is feltett kérdéseit jónak tartotta, hiszen arra utaltak, hogy az internetes kutatás mennyire tekinthető reprezentatívnak, mennyire maradnak ki bizonyos rétegek a megkérdezésből. Minden egyes kutatásnál a reprezentativitás, a szakmaiság fontos kérdés, ugyanakkor nincs olyan kutatás, amelyben mindenkinek a véleményét megkérdezik, főleg egy nagyvárosban. Amikor az internetes kutatás mellett döntöttek, akkor elsősorban az volt a cél, hogy a lehető legtöbben ki tudják a véleményüket fejteni és a lehető leginkább ne

szabjanak annak gátat, hogy ki juthat a válaszadás lehetőségéhez. Nyilvánvaló, ha az utcán állítják meg a személyt és kérdezik a véleményéről, akkor az jellemző, hogy nagyon kevés embert tudnak megkérdezni és nagyobb hányadát a lakosságnak kizárják a válaszadás lehetőségéből. Tehát az, aki a Pelikán központ előtt kerül megszólításra, ő örül annak, hogy megszólították, mert elérték, de a lakosságnak a 99,9 %-át, aki a megkérdezésnek az idején nem volt ott, őt eleve kizárták a válaszadás lehetőségéből. Az internetes kutatásnál mindenkinek a lehetősége megnyílt, nem volt beszorítva az adott időpillanatra és az adott helyszínre. Kétségtelen tény, hogy akinek nincs internet elérhetősége - az a magyar lakosságnak a 20-25 %-a a statisztika alapján -, ők nem tudnak direkt módon választ adni. Ez még mindig alacsonyabb szám, mint a 99,9 %, amikor nincs ott a Pelikán központnál. A kutatásoknak a metodikája az elmúlt években átalakult, nagyon áttevődött a hangsúly az internetes kutatásokra azért, mert a lakosság egyre nagyobb százaléka használja az internetet. A város által korábban végzett kutatásokból kiderül, hogy a városlakók is előszeretettel az internetet használják információforrásként. Az utcai megkérdezés már nem korszerű megoldás, nem javasolja, hogy városmarketing területén utcai megkérdezés történjen azért, mert kevés az a százaléka az embereknek, aki elérhető. Aki éppen nincs ott az utcán, azokat nem lehet elérni, tehát sokkal nagyobb hányadát rekesztik ki a válaszadásból a potenciális megkérdezendőknek és nem tudják pontosan kifejezni a véleményüket. Az internetnek megvan az előnye, hogy rápillant erre a kérdőívre és van ideje végiggondolni a válaszadást, így órákkal, esetleg napokkal később is megteheti a választ. Az utcai megkérdezést a turisztikai célú kutatás esetén csak akkor szokta alkalmazni, amikor van egy turisztikai attrakció és az azt felkereső vendégeknek a véleményére kíváncsiak. Ebben az esetben semmilyen más metodika nem használható, mert sokkal drágább lenne akár az interneten, akár bármilyen más módon ezt a látogatói kört elérni. Úgy gondolja, ha Szolnok városa készít majd turizmusstratégiát és valóban lesz vendégmegkérdezés, akkor ezt a módszert kell majd alkalmaznia a turisztikai attrakcióknál. Így a vendégek könnyen elérhetőek lesznek, amelyhez még szükséges lesz a jó kérdőív és a kedves kérdezőbiztos is.

Pilák Imre képviselő: Elhangzott, hogy a turisztikai térképre Szolnok még nem került fel. Jelenleg ezen folyik a munkálkodás. Erre a térképre fel lehet kerülni egy-egy attrakcióval, amelyre példaként említette Poroszlón a Tisza-tavi Ökocentrumot, amely vendégéjszakákat nem hoz. Kérdése, hogy melyek lehetnek azok a több napos attrakciók, amelyek az itt tartózkodók vendégéjszakáit növeli? A RepTár és a Sörárium is egy napos látogatást megér, de nem feltétlenül növeli az itt töltött vendégéjszakákat. Elhangzott Budapest közelsége, a vasút fontossága és a majd épülő autópálya, illetve a gyorsforgalmi út. Úgy gondolja, ha nem Budapestről jönnének ide egy-egy napra a turisták, hanem Szolnokon töltenének el egy éjszakát és innen látogatnának Budapestre és más területekre, akkor ez növelné a vendég éjszakákat. Ezt olyan módon lehetne megalkotni, hogy itt jól érezzék az emberek magukat. Olyan infrastruktúrát szükséges kialakítani, amely ezt ebben a formában szolgálná. A vízi turizmust lényegesnek tartja, mert sokan szeretik a természetet, sokan túráznak a vízben, amely szintén egy éjszakás. Ennek érdekében megvalósításra kerül a vízi telep a Tisza mellett. Meg kell vizsgálni azt is, hogy ehhez kapcsolódón plusz projekt kialakítása lehetséges-e, amely egy napos éjszakát biztosítana. Megemlítette, hogy a város életében fontos a horgászturizmus is – az anyagban erről nem volt szó - , amely több éjszakát is érinthet. Kérdése, hogy erről mi a véleménye Dr. Budai Zoltánnak és lehet-e ez kitörési pont?

Dr. Budai Zoltán ügyvezető igazgató: Amikor a turizmusnak az anyagi hasznát nézik, akkor egy koordináta rendszert vázol fel, amelynek vízszintes tengelyén van az idő, a függőleges tengelyén pedig a költség. Nyilván, minél több időt tölt valaki valahol, annál többet költ, de ez nem egyenes arányosságot tükröző egyenes. Amikor megérkezik valaki valahová, 3-4 óra

után megugrik a költés, mert akkorra megéheznek az emberek és esznek. Ha valahol már több mint 10 órát töltenek, akkor megint nagy ugrás észlelhető a költésben, ez pedig azért, mert a szállás-szolgáltatást igénybe veszik és arra költik a turizmusban a legnagyobb költséghányadot a vendégek. Nyilvánvaló, hogy azok a települések, országok, vagy régiók igazán sikeresek anyagi szempontból is a turizmusban, amelyek minél többször tízen akárhány órát tudnak kínálni a turistáknak. A városban jelen pillanatban még nem éri el az attrakcióknak a mértéke azt, hogy tízóraira érdemes lenne idejönni, viszont a következő fejlesztések alapján sokszorosan meg is fogják haladni majd. A görbe másik érdekessége, ha hagyják hogy a turista az egész napot és az éjszakát töltsen nálunk, akkor is itt keletkezik a költésnek a nagy része. Szolgáltatásfejlesztéssel, tehát jó szállodával, vagy különleges attrakció kialakításával, esetleg egy esti attrakcióval el tudják érni azt, hogy itt töltsék az éjszakát. E tekintetben viszont már Szolnok jó helyzetben van, hiszen a kulturális turizmusban a színház, amely az országnak az egyik legjobb színháza már lehetőséget kínál. Messzebb lévő céltérületekről nem jönnek ide színházba az emberek egészen addig, amíg több órát kell utazni. Onnantól kezdve, hogy könnyebben megközelíthető lesz, az is lehetséges, hogy csak a színházlátogatók, vagy egy fesztiválra érkezők már itt töltsék az éjszakát.

Úgy gondolja, hogy a vízi turizmus a városnak egy kulcskérdése lesz. Az anyagban a Tisza, a Tisza jelentősége többször aláhúzásra került. Rendkívül fontos része a városnak a Tisza, egy olyan attrakció, amelyre több, egymástól elkülöníthető, irányba is ráépíthető a turizmus. Legyen szó akár tiszaligeti fürdőfejlesztésről, az evezésről, a tiszavirágzásról. Magyarországon a turizmus az elmúlt évek fejlesztéseinek és a Széchenyi Terv fejlesztéseinek az eredményeképpen átalakult. Az emberek már olyan helyekre mennek el akár hosszú hétvégére, akár hosszabb pihenésre a tavaszi, őszi, nyári szünetben, ahol fürdők és wellness szállodák vannak. Ez átalakult Magyarországon és ez a fő irány. Azok a települések, azok a régiók, kulturális, vagy természeti attrakciók, amelyek nem rendelkeznek wellness szállóval és fürdővel, azok lemaradtak a térképről. Hiába szeret túrázni valaki a hegyekben, olyan helyen szeret megszállni, ahol a vízben tud pihenni. Ez elsősorban a fejlesztéseknek, másodsorban az üdülési csekknek és a szép kártyának köszönhető. Meggyőződése, hogy ez így is marad, azok a városok lehetnek sikeresek, amelyek ilyen jellegű fejlesztéseket végeznek és e tekintetben Szolnoknak kulcskérdés lesz a Tiszaligetben a fürdő, illetve a wellness szálló fejlesztése.

Szalay Ferenc polgármester: Ismertette, hogy az előterjesztést véleményezte az Egészségügyi, Sport, Turisztikai és Szociális Bizottság, az Oktatási, Kulturális és Ifjúsági Bizottság, a Városfejlesztési és Üzemeltetési Bizottság, amelyek támogatják az előterjesztés elfogadását.

H o z z á s z ó l á s o k:

Dr. Lázár Zoltán képviselő: Megkapta a meghívót az említett személyes egyeztetésre, de nem tudott részt venni azon, mert az ország másik részében volt akkor. Problémának látja a következőket. Dr. Budai Zoltán hosszasan érvelt amellett, hogy miért ezt a módszert választották a kutatás alapjául. Ezzel nem értett egyet. Elhangzott, hogy internettel a lakosság 20 %-a nem rendelkezik. Ez félrevezető, mert nemcsak azok voltak kizárva, akik nem rendelkeznek internettel, hanem azok is, akik nem látogatják Szolnok város honlapját és nem vették a fáradságot, hogy kitöltsék a kérdőívet. Ez az érvelés finomításra szorul az ügyvezető részéről. Az anyag színvonalát hullámnak tartja. Példaként emelte ki, amikor különféle szlogeneket javasoltak: Szolnok a város, melyet neked terveznek, a város, amit rád szabnak. Gyenge szlogeneknek tartja és prűd mondatoknak. Szolnok a Tisza fővárosa mondat elfogadását pedig erőltetett szlogennek tartja. Szüksége van a városnak szlogenre, de ezek

személyes dolgok és nem tetszenek, miközben nem is fejezik ki a szolnokiság lényegét. Tárgyi tévedések is kerültek az anyagba. Így a 16. oldalon olvasható, hogy a főiskolára jelentkező hallgatók száma folyamatosan bővül, miközben az intézménynek a saját honlapján szerepel, hogy 2014-ben 4.000 fő volt, most pedig 1.164 fő a hallgatók száma, tehát az ellenkezője igaz, nem bővül, hanem csökken a Szolnoki Főiskola hallgatóinak a létszáma. Ez csak egy kiragadott példa volt, de jól mutatja azt, hogy milyen gyengéi vannak az anyagnak. Egyetértett azzal, hogy Szolnok egy különleges város, de a hangsúlyt a folyókra, illetve a termálvizekre kellene helyezni. Ez majd megállapodás kérdése lesz. A sport még kimagasló Szolnokon, amelyhez Rózsa József tevékenysége nagyban hozzájárul. Ezeket látja olyannak, amely nem csak álom, hogy abban vezetők tudjanak lenni, hanem a valóság is. Tehát ezt kellene hangsúlyozni.

A Kecskeméttel történő összevetést szomorúnak tartotta. Az összehasonlított adatokat látva - igaz Kecskemét jóval nagyobb gazdasági erőt képvisel -, elkeserítő volt látni, hogy Szolnok mennyire gyengén teljesít. Két táblázatra hívta fel a figyelmet. Az egyik az, hogy másfél éve megnyitásra került az Agóra, mégis a legalacsonyabb pontszámot kapta a megvalósult fejlesztések közül. 53 %-a a válaszadóknak közepes, vagy annál gyengébbre értékelte az Agórát. Itt volt a legmagasabb az elégtelen osztályzatot adóknak a száma. Ez egy olyan figyelemfelhívás, amelyre a város vezetőinek figyelni kell és erősíteni kell, hogy nagyobb legyen az elfogadottsága ennek az épületnek. Számára értehetetlen és szomorú, hogy a 36. számú ábra tartalmazta a tetszési indexet az egyéb megvalósult fejlesztések vonatkozásában. A RepTár és a Sörárium még létre sem jött, de a legutolsó helyen a Szigligeti Színház műsorai és színdarabjai szerepeltek. Ez számára meglepő és erről a direktor urat tájékoztatni szükséges. Az anyagban érezhető az a nyomás, hogy a városvezetésnek az elmúlt időszakban tett erőfeszítéseinek helyességét kell igazolni. Összességében elmondható, látszik, hogy szükség van városmarketingre, mégis ez az anyag nem felel meg erre a célra, a kutatás módszereit elégtelennek tartják, a megfogalmazott ötleteket és irányokat pedig nem eléggé megalapozottnak.

Dr. Póta Sándor képviselő: Örült annak, hogy eljutattak arra a pontra, hogy városmarketingről és turisztikai stratégiáról beszélhetnek. Szolnok város speciális helyzetben van. Az, ami az előnye, hogy a Zagyva és a Tisza partján van, a közlekedés szempontból ez a hátránya. Úgy kell kialakítani, hogy a szolnokiaknak is jó legyen a későbbiekben, de turisztikailag is vonzó legyen a város. Ha 10-15 évvel ezelőtt megkérdezték volna az embereket, sokkal kevesebben mondták volna, hogy szeretik Szolnokot és szeretnek itt élni. Az elmúlt években olyan változások voltak a város életében, amelyek sokkal vonzóbbá tették és ezek jó alapot adnak, hogy a stratégiát mely irányba fejlesszék tovább. Olyan attrakciók kellene Szolnokon, hogy az átutazó vendégek ne csak egy-egy éjszakát töltsenek el a városban és valamilyen programot megnézzenek, hanem el lehessen tölteni egy hetet is. Ehhez nagyon jó a Tiszaliget, a vízi turizmus és a Művésztelep fejlesztése. Tehát mind arra épülnek, hogy Szolnokon a helyiek is jól érezzék magukat és ugyanakkor máshonnan is jöjjenek ide.

Régebben a vonat teremtette meg, hogy Szolnok fejlődjön bizonyos mértékben. A vonat szempontjából a közlekedés az újabb fejlesztések szerint sokat javult, de mindennek az alfája az lesz, ha Budapestről és a többi nagyvárosból a gyorsforgalmi hálózaton könnyebben elérnek ide a vendégek.

Radócz Zoltán képviselő: Megköszönte Dr. Budai Zoltánnak a korrekt, szakmai válaszait az előterjesztéssel kapcsolatosan. Elmondta, hogy több helyen is megkérdezték már utcán, táblagéppel, hasonló kérdéskörben, vagy akár sokkal bonyolultabb 30-40 kérdéses témakörben is. Legutóbb vízzel kapcsolatban több mint 20 percig kérdezték meg. Igaz, ha ülő

személyt kérdeznek meg, akkor az átgondolja és sokkal több szöveges információt fog becsatornázni a válaszába. A személyes kutatás számára sokat jelent, igaz Dr. Budai Zoltán szerint csak 1 %-ot. Úgy gondolja, hogy átgondolja a választ a megkérdezett, mert egy személy nézi a viselkedését is, lassan teszi fel a kérdést és nem pontokat ad. Jónak tartja a kérdezőbiztos által történő megkérdezést. Sok olyan régebbi városlakót, időst lehet elérni így, aki az utcán van, beszélget, tehát az internetes kutatással együtt kiegészítheti egymást.

Molnár Iván elmondta, hogy a városnak kellene külön turisztikai stratégiát készíteni, de ez nem az, amelyet problémának tart. Ez egy városmarketing stratégiának, városimáznak jó. A városmarketing hozhatja azt, hogy egyes turisztikai elemeket főlemel az adott pozíciójából. Úgy gondolja, hogy nemcsak a fürdő miatt válik egy város turisztikai célponttá. Bízunk abban, hogy nemcsak ez alapján választanak Magyarországon sem célpontot. Az anyagban olvasható az is, hogy történelmi múlt is meghatározhatja a város turisztikai fontosságát, de ki lehet alakítani a város iránt olyan kötődéseket, amelyek följebb emelik a turizmus szempontjából az egyes településeket. Kialakíthatják azt a képet a városról, hogy miért érdemes odamenni, amely lehet több elem is, lehet történelmi múlt, a vizek, a sport. Azzal egyetértett, hogy ma a wellness turizmus mellett ez elengedhetetlen, hiszen egy réteg eleve kizárja, ha nem talál itt megfelelő feltételeket ehhez. A városmarketing szempontjából jó is lehet, de turizmus szempontjából nem. Azért, mert nincs egy kép, a városimázs, amely alapján az emberek fejében él egy-egy település. Való igaz, hogy befelé is javítani kell, mert ez kisugározhat, de ezt kifelé is kell javítani. Ehhez segíthetnek az elhangzott tényezők.

Kiindulópontnak jónak tekinthető, de turizmust keresett az anyagban, amit nem talált meg és a szakember elmondta, hogy nem is erre készült. Azt is elmondta, hogyha épül egy attrakció, utána lehet majd ráépíteni. El kellene gondolkodni azon, hogy mikor fogják ezt megcsinálni. Induljon el ez a folyamat, de ez nem az a része. Ezt kereste a tegnapi beszélgetésen is, de nem találta ezt a lábát az anyagnak, mert nem erről szól. Megemlítette Dr. Budai Zoltán, hogy Győrben is dolgoztak. A város honlapjára rákattintva nagy logó jelenik meg a turizmussal kapcsolatban, de itt még nincs. Szükség lesz marketing, imázsépítés szempontjából az előrelépés.

Hiányolta, de elmondta az ügyvezető, hogy ez a mélységű elemzés nem készült el. Úgy gondolja, hogy azért kell elkészíteni a városnak egyfajta külső elemzését a turizmussal kapcsolatban, mert ebből látható majd, hogyan kapcsolódik bármely attrakció, az hogyan illeszkedik be és javított-e ezen a pozíción és az ide jövők mit tudnak az előzőekről. Az ügyvezető szerint még nem desztináció Szolnok és reményei szerint tíz óránál többet is el lehet tölteni majd a városban és akik idejönnek, azok sokkal jobban érzik magukat. Fontos lesz az is, hogy miért jöttek ide és hogyan lehet megismertetni a többi dolgot is. A nulla verziót is el kell készíteni a turizmusban ahhoz, hogy sikeres legyen a kettő. A véleménye az, hogy nagyon le van maradva a város a régióban abban, hogy célpont legyen és ne csak átutazó hely, vagy megállóhely, hanem kimondottan célpont. Az, hogy Budapest közel van, az lehet rossz is, de jó is ebben a kérdésben. Az anyag is említi, hogy Budapestnek van elszívó ereje, vagy bármelyik városnak az elszívó ereje rossz is lehet, de a közelsége is lehet jó ebből a szempontból.

Molnár Iván képviselő: Ellentétben a képviselőtársakkal nem tartja magát turisztikai szakembernek és nem is így kezelte az anyagot. A benne foglaltakat örömmel fogadta, mert végre eljutott a város oda, hogy a marketing és imázs program kialakuljon. Az elhangzottak a megvalósult fejlesztéseknek az elemzése. Elhangzott az a szlogen, hogy Szolnok a Tisza fővárosa. Kérdése, hogy ki legyen a Tisza főváros? Zagyva, Holt-Tisza, Tisza, szebb környezet nincs egy Tisza parti városban sem. Tokaj? Szeged? Kire gondolnak? Véleménye szerint Szolnok erre a névre igazán méltó.

Szolnok-Kecskemét vonatkozásában látható, hogy Szolnok 72 ezer lakosára 7 milliárd forint összegű, míg Kecskemét 111 ezer lakosára 10 milliárd Ft összegű az adóbevétel. Ha ez az összeg leosztásra kerül, akkor látható, hogy Szolnokon jobb az adóbevétel. Nem értette, hogy miért rosszabb Szolnok Kecskemétnél. Kecskeméten van a mercedes gyár, mert Szolnoknak nem voltak meg ahhoz a feltételei, de jelenleg nem rosszabb a város.

Olyan programot állított össze az ügyvezető, amely egy fejlődést mutat az elérni kívánt célokról. Úgy gondolja, hogy az Agórát nem szidni kell, hanem el kell menni egy rendezvényre, hogy kialakuljon a vélemény róla. Példaként említette, hogy az unokájával látogatott el a Vasútmodell kiállításra, amely rendezvény az egész Agórát lefedte és hallatlan élmény volt számára úgy, mint az unokájának is. Úgy gondolja, hogy művelődési szempontból magas szintű tevékenységet végeznek és jó munkát kívánt a továbbiakban is. Nem kell lehúzni az intézményt. Ha több mint 50 % a rossz vélemény az Agóráról, akkor meggyőződése, hogy az a válaszadó még nem járt ott. Ugyanígy említhetné a többi létesítményt is.

Az érezhető, hogy amit elkészítettek az elmúlt években, azt az ellenzék csak becsméri, nem tetszik nekik és jobbat kellene alkotni. Mi lesz akkor a jelenlegi fejlesztésekkel kapcsolatban? Az se csinálják? Az sem tetszik? Úgy gondolja, hogy amit a turizmus fejlesztésért tesznek, az mind a város előnyét fogja szolgálni. Ezek közül kiemelte a tiszaligeti wellness- és gyógyturizmust, a kikötő kialakítását, a most elkészülő RepTárat és később a Mester úti beruházást. Úgy véli, hogy ez a marketing nagyon jó irányt mutat és ha szükséges, majd változtatnak rajta. Megköszönte a program elkészítését.

Szabó István alpolgármester: Szolnok a Tisza fővárosa gondolattal kapcsolatban megjegyezte, hogy a várost el kell adni, így ilyen szempontból ez a szlogen találó. Egyedül a szegedieket zavarhatja, a város nagyságát, vagy a kulturális hagyományait illetően, de ezzel a szegedieknek kell foglalkozni. Példaként említette, hogy az utóbbi időben Európában mind jobban elfogadják azt, hogy Brüsszel Európa fővárosa, amely Párizshoz, Rómához, Athénhoz, Berlinhez, Moszkvához képest azonban messze van. Tehát nem a szorosan vett tartalmat kell vizsgálni, hanem értékesíteni szeretnék Szolnok szolgáltatásait, a város kulturális, turisztikai adottságait, így olyan szlogent kell találni, amely erre felhívja a figyelmet. Véleménye szerint Szolnok a Tisza fővárosa.

Radócz Zoltán képviselő: Egyetértett a város identitásnak a befelé történő növelésével, azaz, az egységes kép kialakításával. Az alpolgármester által említett szlogent vinni kell tovább, különösen azért is, mert a média is néha ezzel azonosítja Szolnokot. Ez az anyag arra mutat rá, hogy a városimázs, a városmarketing fontos, ezen keresztül lehet elérni bármit, tehát ez a megelőző szakasz. Molnár Iván hozzászólására reagálva elmondta, hogy nem szakember és egyetlen beruházásról nem szólt, miközben azonosította az ellenzékkel. Egyetlen beruházást nem szidott e pontban, így kérte Molnár Iván frakcióvezetőt, hogy ne azonosítsa az ellenzékkel.

Fontosnak tartotta a programot, amely arra mutat rá, hogy a városmarketing önmagában is kevés, hiszen a városmarketing csak ahhoz segíthet hozzá, hogy ráirányítja majd a figyelmet a városra, bizonyos turisztikai attrakciókra és ezen keresztül a kettőnek lehet együttes fejlesztése. Dr. Budai Zoltán is arról szólt, hogy amennyiben elindul ez a feladat és a határozatokat betartják, akkor van egy városmarketing irány, amelyhez becsatornázódnak bizonyos turisztikai elemek és kialakulhat az a folyamat, hogy van városmarketingje, városimázsa, identitási képe befelé, kifelé a városnak és ebből lesz a turisztikai desztináció kép az emberekben, amelyről tudják majd, hogy ez Szolnok. Egyetért azzal, hogy ez egy folyamat, csak arra irányította rá a figyelmet, hogy most a RepTár elindulásával próbálják becsatornázni a turisztikai elemeket is, mert a határidők elég szűkek és nem szabad leragadni

a városmarketing részénél. Javasolta, hogy őrizték meg az alpolgármester által is említett szlogent és meg kell próbálni mellé még ezer szlogent tenni és majd ebből alakuljon ki a végleges. A kritikája az volt, hogy készítsenek egy igazi turisztikai stratégiát. Vannak határozatok, amelyeket el fog fogadni a Közgyűlés és elindulnak a munkálatok. A későbbiekben látható lesz, hogy ezek eredményei hogyan fogják segíteni a város turizmusát. Megjegyezte a jegyzőnek, hogy ezt a napirendet csak egy bizottság tárgyalta, amelyet kevésnek tartott, mert a bizottsági üléseken ezen kérdéseket részletesebben is meg lehetett volna tárgyalni.

Dr. Lázár Zoltán képviselő: Molnár Iván megjegyzéséhez hozzáfűzte, hogy az Agórát nem azért emelte ki, mert szidni szerette volna, vagy bármely negatív megjegyzést fűzni hozzá, hanem egy tényt közölt, amelyet az önkormányzat által megrendelt kutatás rögzített. Többször járt az Agórában és ha kitöltötte volna a kérdőívet, akkor 4 vagy 5-re értékelte volna, mert valóban színvonalas és jó programjai vannak. Az más kérdés, hogy nem ezt és nem így végezte volna a beruházást a városban. Ez már lényegtelen. Ha megfigyeli a képviselő, akkor az eddigi Közgyűléseken és a mai ülésen is az fog történni, hogy a Jobbik frakció részéről mind az Agóra, mind a Sörárium és a RepTár vonatkozásában is minden előterjesztést meg fognak szavazni. Minden olyan pénzt, amely szükséges ahhoz, hogy ezek az intézmények valóban ellássák a feladataikat, ha már megépültek. Bízunk abban, hogy a nemsokára átadásra kerülő két intézmény valóban motorjai lesznek a turizmusnak. Kérte, hogy ne keverje össze a képviselő az általános szkeptikusságát azzal, hogy egyébként a megvalósult építményt segíti-e vagy nem. Eddig mindig partnerek voltak abban, hogy azokat szavazataikkal segítség.

Molnár Iván képviselő: Örül annak, hogy az Agóráról más a véleménye Dr. Lázár Zoltánnak, mint ahogyan értette szavait. A szlogennel kapcsolatban eltérő a véleménye, de az más probléma. A marketinggel kapcsolatban megjegyezte, hogy előrébb tartanának, ha 2002-2006 között elindult volna ez a kérdés, mert akkor már a befejezéséhez közelítenének, nem pedig most kezdenék el.

Fejér Andor alpolgármester: Ha végiggondolja azokat a hozzászólásokat, amelyek igyekeztek csak a negatív részét kiemelni a stratégiának, akkor nem kellene csinálni semmit. Szívesen pártolta és támogatta volna azt az elképzelést, hogy a tíz évvel ezelőtti stratégiának a felülvizsgálatát végezze el a Közgyűlés, amelyhez javaslatokat, építő kritikát is tett volna, de nem rendelkezett a város ilyen tanulmánnyal. Visszautasította azt, hogy „akármilyen kutatást megrendeltünk volna”. Nem kutatást rendelt meg az önkormányzat, hanem megrendelt egy stratégiát. A szakemberek eldöntötték azt, hogy ehhez a stratégiához milyen típusú kérdéseket tegyenek fel. Aki csak politikai szintéren tud gondolkodni, az nehezen tudja azt elképzelni, hogy vannak olyan dolgok, amelyek csak szakmai alapon működnek. Olvashatták, amikor ezek a kérdések felkerültek, hogy volt olyan képviselő, aki a papucsállatkák szintjét jelölte meg a kérdések színvonalával. Úgy gondolja, hogy meg kell próbálni előre is gondolkodni. Marketing eszközökkel szeretnék a turizmus fejlesztését elvégezni. Elkészült az Integrált Városfejlesztési Stratégia, amely célokat jelöl ki a város számára egy egész fejlesztési periódusra. Abban vannak a turizmus fejlődését szolgáló fejlesztések. Ezeket marketing eszközökkel meg kell tudni támasztani, hogy azok a fejlesztések, amikor megvalósulnak, akkor eredményesek legyenek. Ha jártak az Utazás Kiállításon, akkor láthatták, hogy a szolnoki stand volt a legsikeresebb. Olyan standdal készült a Tourinform Iroda, amely a RepTárat pozícionálta és az egész országnak, sőt országhatárokon túlmenően is az érdeklődők figyelmét felkeltette.

Azt mérni, amely pillanatnyilag nem működik, azt elég nehéz. Arra el lehet kezdeni építkezni és lehet majd mérni. A cselekvési terv tartalmazza, hogy 1 év múlva újra a Közgyűlés elé kerül és a stratégiában megfogalmazott célokról be kell majd számolni. Sajnálattal vette, hogy ebben csak a negatívumokat veszik észre, mert az anyag is tartalmaz számtalan olyan negatívumot, amely cselekvésre készít mindenkit. Ha a várost kell eladni, akkor ettől a pillanattól kezdve nincsen ellenzéki és nincs kormánypárti képviselő, akkor szolnokiaknak kell lenni és közösen kell vinni azokat az értékeket, amelyekből tovább szeretnének építkezni és amelyből a város prosperálni szeretne.

Kiss Gabriella képviselő: Néhány gondolatot kívánt szólni az identitással kapcsolatban, arról, hogy mi szól kifelé és befelé. Önmagát szolnokinak tartja, nagyon szeret itt élni és szereti a Tiszát és a Zagyvát is. Most különösen szép, mert most virágozik a japán díszcseresznyefa, amelyet ugyancsak be lehet majd mutatni. Minden programnál nagyon fontos, hogy legyen egy közös képviselet, amely az anyagban is megjelent. Azonban a cselekvésekben ez már nem mindig jelenik meg és ez lassan a vesszőparipájává válik. Felsorolásra kerültek a teendők. Többször meg szokta említeni a szemetelés kérdését. Ez az identitásban is meg kell hogy jelenjen, a belső identitásunkban. Először is nem szemetelünk, másrészt nem tesszük le más területére a szemetet. Érinti továbbá azt is, hogy a szelektív hulladékgyűjtőt hogyan helyezik el, amely véleménye szerint katasztrófa. Ugyanez kifelé is kell hogy meglegyen, hiszen ha valaki ide szeretne jönni és azt látja, hogy szemetes a város, akkor nem fog idejönni. Márpedig a vasút mellett, amikor bejövünk a városba, akkor szemétdombok várják a beutazókat, vagy minket. Fontos, hogy mit mondanak a szolnokiak, mert így tudják magukévá tenni azt, hogy a mi és a szolnoki identitás meglegyen. Ha nyitni szeretnénk kifelé, akkor az is fontos, hogy megkérdezzék azokat, akik idejönnek, hogy miért is szeretnének idejönni, vagy mennyire ismerik Szolnokot. Ezt a fajta identitást is vizsgálni kellene. Felhívna a figyelmet ezekre az egyszerű és nem biztos hogy pénzbe kerülő dolgokra.

Dr. Budai Zoltán ügyvezető: A felmerült kérdésekre reagálva ismételt elmondta, hogy alapvetően nem egy kutatás történt. Az alapok, amelyekre építkeztek a KSH adatai, a korábbi szakmai anyagok és kutatások. Szakemberekkel is végeztek mély interjúkat, google trends elemzést, swot analízist, versenytárs elemzést és MPPS ábrát is. Az internetes kutatásokon kívül 7 más analitikus módszert is használtak, amely kellőképpen kiegészíti az internetes kutatás eredményeit. Bizonyára, minél több embert kérdeznek meg, minél több féleképpen, annál jobb az az eredmény, amelyhez hozzájuthatnak. Azt gondolja, ha utcai megkérdezést végeztek volna két-három helyen a városban, nem mutatna más eredményt. Akkor reprezentatív egy kutatás, ha további számosság azt már lényegesen nem befolyásolná. Úgy gondolja, hogy ugyanezen eredményeket kapnák meg, ha a város összes lakóját megkérdezték volna. Az internetes kutatás mellett megemlíttet két gondolatot. Nem politikáról akar beszélni, de szakmai szemmel úgy látja, hogy a nemzeti konzultációt a kormányzat az elmúlt időszakban úgy végezte, hogy minden egyes lakásra elküldött egy levelet egy kérdőívvel és minden egyes választópolgár elmondhatta a véleményét. Az utolsó nemzeti konzultáció levél formában már nem működött, ezért internet alapra helyezték. Elvileg a kormányzat is úgy látta jónak, hogy ez a módszer nem célravezető, pedig mind az anyagi, mind az adatbázis lehetősége meg van arra, hogy levélben mindenkit elérjen. A népszámlás egy olyan terület, amely sokkal lényegesebb, sokkal átfogóbb és szélesebb kört érintő kérdéseket fogalmaz meg, illetve adatokat gyűjt. Az Európai Unióban néhány évvel ezelőtt lezajlott az első kizárólag csak internet alapon zajló népszámlálása. Portugáliában, ahol egyébként az internet hozzáférés alacsonyabb, mint Magyarországon, csak internet alapon végzi a népszámlálást. Ez is azt mutatja meg, hogy mi az irány. Megjegyezte, hogy mindenhol az internetkutatást használják. Más városokban is végeznek szakmai munkákat, így Ózdon strandfejlesztésben

kérték a segítségét, ahol ugyancsak internetalapú volt. Úgy gondolja, hogy rendkívül átfogó és nagyon komplex alapra próbálják felépíteni a marketing munkát.

A szlogeneket illetően nehéz objektíven gondolkodni, hiszen mindenkinek van egy szubjektív véleménye arról. Van, akinek tetszik, van, akinek nem tetszik, van, akinek bejön, van, akinek nem. Szolnok a Tisza fővárosa akkor lehet sikeres, amely jó szlogen, ha jól leírja azt, hogy Szolnok milyen attrakciókkal várja az idelátogatókat.

Szolnok és a Kecskemét minősítésével kapcsolatban elmondta, hogy egészen mások a lehetőségek a két városban. Két dologra azonban felhívta a figyelmet. A google trends elemzést végezték el, amely során azt vizsgálják, hogy azt a szót, hogy Kecskemét, vagy Szolnok, hányszor írják be a számítógépbe. Akkor teszik ezt meg, ha akár sport rendezvényre akarnak elmenni oda, vagy turistaként kívánnak odalátogatni, vagy csak érdeklődnek az adott település története iránt. Elvégezték a trendelemzést a két településre, amely az anyag 61. oldalán található. Az látszik, hogy Kecskemétet többen keresik, mint Szolnokot, viszont a két város közötti keresési különbség csökken, azaz a tendencia szerint mindenképpen Szolnoknak kedvez. Elhangzott a szolnoki színház is. Megjegyezte, hogy a Szigligeti Színház és a Katona József Színház összehasonlítása során a google trends analízise azt mutatja, hogy a Szolnoki Szigligeti Színháznak a kereslete messze felülmúlja a Kecskeméti Katona József Színházat. Vannak olyan pontok a kultúra területén is, ahol a város jobb helyzetben van, mint az összehasonlításban szereplő Kecskemét.

Véleménye szerint az Agóra egy jó beruházás, olyan komplex kulturális központ alakult ki a város szívében, amelyet bármely európai város elfogadna. Nyilvánvalóan, amikor a fejlesztések tetszését vizsgálva a 12 fejlesztésből lesz olyan, amely a legnépszerűbb és lesz olyan, amely a legkevésbé népszerű. Felhívta figyelmét arra, hogy az Agórának a Szolnokot szerető lakók között az eredménye 3,59 %-os átlag. Általános iskolásban ha kerekítenek, akkor is ez egy jó átlag. Szó nincs arról, hogy az emberek nem szeretik az Agórát. Nyilvánvaló, hogy az emberek szeretik azokat a fejlesztéseket, amelyekben a város gondoskodását érzik. Ezért, a kórház fejlesztésének sokkal nagyobb a tetszés indexe, mint egy kulturális beruházásnak, hiszen a kórházat a lakosság 100 %-a használja, egy kulturális rendezvény helyszínt ennél jóval alacsonyabban. Az Aróga így nem népszerűtlen, hanem legkevésbé népszerű. Radócz Zoltán turizmussal kapcsolatos megjegyzésére hozzáfűzte, hogy a Széchenyi Tervnek a turizmusfejlesztési programját személyesen vezényelte 2000. évben. Ennek ellenére azt gondolja, hogy nem feltétlenül kell csak egy fürdőre építeni egy fejlesztést, de Magyarországon az a különleges helyzet állt elő, hogy ezeket a helyeket keresi az emberek, így élnek a turizmus lehetőségével. Példaként említette Sümeget, amely az ország egyik leglátogatottabb kulturális helyszíne volt. Miután megépült a Kapitány Wellness szálloda, nemcsak vendégéjszakák keletkeztek Sümegen, hanem a várnak a látogatói száma is több mint kétszeresére emelkedett. Ez nem jött volna létre, ha ott nem alakul egy wellness szálló. A másik példa Hollókő, amely a világörökség része, gyönyörű szép falu. Azt gondolhatnák, hogy oda nem kell semmi, oda mennek a látogatók. De ez nem így van. Most Hollókő is wellness szállodát fejleszt és biztos abban, hogy a községnek a jövedelme jelentős mértékben is meg fog növekedni, valamint a látogatói szám is megnő. Ez egy turisztikai trend, amelynek lehet örülni és lehet nem örülni, de figyelmen kívül semmiképpen sem szabad hagyni.

Megköszönte az anyagot dicsérő mondatokat is. Örömmel töltötte el, hogy ezen az anyagon dolgozhatnak, mert Szolnok most abban a pillanatban van, amikor valami elkezdődött és az most egyre inkább megfoghatóvá válik. Sok olyan pontja van a városnak, amely ezt a várost különlegessé teszi. Ezt a városlakók is jelzik, de ugyanezt mutatták az elemzések is, nem az internetes kutatás, hanem a google trends elemzés is. Úgy gondolja, hogy ez egy olyan város, amelynek ígéretes és szép jövője van.

Szalay Ferenc polgármester: Kérte, hogy mindenkit töltsön el erővel az, hogy támadják ezt az anyagot, személyét erősíti, amely azt mutatja, hogy jó úton van a város. Az elhangzottak alapján úgy érezte, nem tetszését fejezte ki az ellenzék arra vonatkozóan, hogy olyan fejlesztésekbe vágnak bele, amelyet mások nem tudtak eddig megcsinálni. A napirend előtti kérdéseknél kiemelte az együttműködést, a közös gondolkodást, amelyet még egy ideig meg kell tenni. Ha valaki nem vesz részt egyeztetéseken, mert az ország másik részében volt és utána modortalan módon minősít anyagot, akkor az ne is jöjjön egyeztetésre. Megteszik az összes gesztust az ügyben, hogy kapjanak lehetőséget véleményt mondani és erre ez a válasz. Ez a megdobnak kővel, dobd vissza kenyérrel mondás elve. Ez egy ideig még működni fog, mert szeretné, ha mélységében megismernének dolgokat és nem a felkészületlenséget bizonyítanák, mint most a szolnoki színház és a kecskeméti színház összehasonlítása kapcsán. Fontosnak tartja a vélemény kikérésére vonatkozó kérdéskört. Az Integrált Városfejlesztési Stratégia, az Integrált Területfejlesztési Stratégia és minden más program kapcsán a fél város véleményét kikérték annak érdekében, hogy merre legyen az irány. Ezért nagyon fontosnak tartotta Pilák Imre hozzászólását. Egy ilyen anyagból annak kell következnie, amit ő elmondott. Mi lesz a későbbiekben, amely kapcsán Szolnok vonzereje megnő és a vendégéjszakák számát növelni tudják. Ez arról szól, hogy a fejlesztési irányok az elkövetkező 4-5 évben turisztikáról, a város vonzerejének növekedéséről fognak szólni. Elhangzott többször, hogy a modern városok programján belül kikötőépítéssel a tiszai turizmus és a horgász turizmus erősítésével kívánnak foglalkozni. Szó esett a fürdőfejlesztésről, amely a legfontosabb része e kérdéskörnek, mert ha nincs termálfürdő, akkor nincs meg az az eredendő mágnes, amely éjszakákra itt tudja tartani az embereket. Ezt Dr. Budai Zoltán is említette. Szükséges a négysávos út a Szolnok elérhetősége, a megközelíthetősége érdekében.

Mágnesként hangzott el a RepTár, amely az a program lesz, mely miatt érdemes Szolnokra jönni, amely kuriózum és nincs máshol. A Művésztelep felújítása és fejlesztése, a Tiszai vár bizonyos részének a rekonstrukciója, a vártemplom és környékének a felújítása. Számos olyan elem része az anyagnak, amellyel el kell majd adni Szolnokot, ismertté kell tenni. A Területi Operatív Programot vizsgálva látható, hogy milyen fejlődés várható turisztikai, idegenforgalmi vonzerő szempontjából. A mai ülésen elhangzott a Mester úti térség fejlesztése kapcsán a vízügyi múzeum, a Millér és a hozzá kapcsolódó rendszerek elérhetőségének biztosítása. Fontos látni, hogy mivel lehet vonzóvá tenni a várost.

A szállodaépítés is e kérdéskörbe tartozik. A program tartalmazza, hogy a termálfürdőhöz szálloda is tartozik, a szálláshelyek számát növelni kell. Sok szó esett ezekről a tervekről. Nem értette, hogy miért kell elvenni a kedvét az embereknek attól, hogy ezek a fejlesztések egyébként jók és Szolnokról szól. Úgy gondolja, hogy ilyen jellegű anyagot nem úgy kell véleményezni, hogy folyamatosan arról beszélünk, hogy mi nem jó benne, hanem elmondjuk, hogy mi nem jó és hozzátesszük, hogy mi a jó. E kettő együtt az, ami előre viszi a programot. Egyetértett Radócz Zoltán véleményével, miszerint ki kell tudni jobban emelni a turizmust, amely a 112. oldalon is megtalálható. Komoly turisztikai fejlesztési elképzelést tartalmaz a jövőre vonatkoztatva. Úgy véli, hogy most van egy olyan anyag, amelyből indulni lehet. 30 év hiányosságait kell tudni pótolni ezzel az anyaggal és a hozzá kapcsolódó logókkal. Megjegyezte, hogy a következő napirendben a városimázs kérdéséről lesz szó, amely kérdésben a Városfejlesztő Zrt. már jelentős munkát végzett. Egymásra épülnek ezek a programok.

Az együttműködéssel kapcsolatban elmondta, hogy sokféle együttműködés van. Példaként említette meg, hogy a tegnapi nap Dr. Beer Miklós püspök, a váci egyházmegye vezetője járt itt, akivel az egyházi turizmus és a város turisztikai gondolatainak kapcsolódásáról tartottak megbeszélést. A püspök elmondta, hogy 1,5 milliárd forintból kívánják felújítani a Belvárosi Templomot és annak környékét. Az önkormányzat 600 millió Ft-ból kívánja felújítani a

vártemplomot és környékét, így együttműködnek majd e kérdésekben. Együttműködés van a sportegyesületekkel, a Sportcentrummal, a város szolgáltatásait biztosító cégekkel, intézményekkel.

Jogosnak tartja Dr. Budai Zoltántól az a mondat, hogy Kecskemét és Szolnok adottságai bár különböznek, de a tendencia Szolnok fejlődésében nyomon követhető. Fejlődik, halad előre. Kecskeméttel addig nem tudnak versenyezni, amíg a közlekedési struktúra nem változik. A két város közötti együttműködés az egyetem létrehozása kapcsán példaértékű és a felsőoktatás garantált biztosításával szintén nyomon követhetővé és kézzelfoghatóvá válik. Kecskemét és Szolnok kapcsolódása a közeljövőben is meghatározó lesz.

Jónak tartja, hogy elkészült ez az anyag, amely elkészítése kapcsán az első kérdés, hogy hogyan választották ki a céget? Elmondta, hogy három ajánlatot kértek. Három olyan cégtől, akikben bíztak, bármelyiket is választják, a szakmaisága megfelelő. Ár- érték arányban, felkészültségben az elmondott referenciák, illetve a bizalom miatt úgy gondolja, hogy jó volt a választás és a Ketzal Kft., valamint Dr. Budai Zoltán is sokat tudna segíteni a későbbiekben. Megjegyezte, nem probléma, ha Dr. Tóta Áron ügyvédet azért keresek meg, mert bíznak abban, hogy ügyvédként tudja őket segíteni. Így bízunk Dr. Budai Zoltánban is, aki segíteni és támogatni fog a jövőben is.

Szavazást rendelt el és megállapította, hogy Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése – határozathozatalkor jelenlévő képviselők száma 16 fő – 12 igen szavazattal, 2 ellenszavazattal és 2 tartózkodás mellett meghozta a következő határozatot:

57/2016. (III.31.) sz. közgyűlési határozat

Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Városmarketing és turisztikai stratégiájának elfogadásáról

Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése a Magyarország helyi önkormányzatairól szóló 2011. évi CLXXXIX. törvény 13.§ - (1) bekezdés 13. pontjában foglalt feladatkörében eljárva az alábbi határozatot hozza:

1./ Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése megismerte és elfogadja Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata Városmarketing és turisztikai stratégiáját a határozat 1. számú melléklete szerint.

2./ Szolnok Megyei Jogú Város Közgyűlése megismerte és elfogadja Szolnok Megyei Jogú Város Városmarketing és turisztikai stratégiájának – a határozat 2. sz. mellékletét képező – Cselekvési Tervét, melynek végrehajtását az abban nevesített határidők alapján ellenőrzi.

Értesülnek: Szalay Ferenc polgármester
Szabó István alpolgármester
Fejér Andor alpolgármester
Dr. Sebestyén Ildikó jegyző
Dr. Rácz Andrea aljegyző
Polgármesteri Hivatal Igazgatói

Ketzal Kft.

Szolnok Megyei Jogú Város városmarketing és turisztikai stratégiája



Szolnok

2015. november

Köszönetnyilvánítás

Ez úton szeretnénk köszönetet mondani első sorban Szolnok Megyei Jogú Város polgármesterének, Szalay Ferencnek és alpolgármesterének, Fejér Andornak.

Munkánkat segítették még:

Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata részéről:

- Ábelné Egyed Eleonóra – Oktatási, Kulturális és Sport Osztály, osztályvezetője
- Hazám Anita – városmarketing referense
- Bertalan Zsófia - ifjúsági referense
- Pókász Endre – Kabinet, sajtófőnöke
- Jakus Beáta - Tourinform Szolnok irodavezetője

Szolnok Városfejlesztő Zrt. részéről:

- Csatári István - vezérigazgatója
- Kertészné Bokor Zsuzsanna, – stratégiai tervezője

Szolnoki Főiskola részéről:

- Dr. Máté Zoltán –Kereskedelem, Marketing és Nemzetközi Gazdálkodási Tanszék tanszékvezetője
- Dr. Kóródi Márta - Turizmus-, Térség és Társadalomfejlesztési Tanszék tanszékvezetője, Oktatási és tudományos rektorhelyettese

Aba-Novák Agóra Kulturális Központ részéről:

- Molnár Lajos Milán–ügyvezető igazgatója
- Tapasztó Ildikó – általános igazgatóhelyettese, koordinációs vezetője

Szolnoki Sportcentrum Nonprofit Kft. részéről:

- Rózsa József - ügyvezető igazgatója
- Ábel István - Véső úti létesítmény vezetője
- Tihanyi Kata - szervező

Molnár Anita – Tisza-tavi és Észak-magyarországi Regionális Marketing Igazgatóság igazgatója

Andrási Imre - Szolnoki Ipari Park Kft. ügyvezetője

Galó Anita – Szolnok Megyei Önkormányzati Hivatal Térségfejlesztési és Külügyi Irodájának vezető-helyettese

Tartalomjegyzék

1. Vezetői összefoglaló	5
2. Szolnok helyzetelemzése.....	10
2.1. Társadalmi helyzet	11
2.2. Gazdasági helyzet.....	20
2.3. Innováció és fejlesztések Szolnok városában.....	26
2.4. Szolnok turisztikai helyzetelemzése.....	37
3. Szolnok SWOT analízise és trendelemzése	57
3.1. SWOT analízis a városmarketing jegyében	57
3.2. Turisztikai SWOT-analízis.....	59
3.3. Trendelemzés	60
4. Versenytárs elemzés	70
5. Szolnok városfejlesztésének irányai.....	78
5.1. Szolnok városfejlesztési szempontrendszer.....	78
5.2. Szolnok modern város.....	82
5.3. Környezettudatos város	86
5.4. Szolnok gondoskodó város.....	89
5.5. Szolnok különleges város.....	93
6. Szolnok jövője, víziója	98
7. Turizmusfejlesztési stratégiai célok Szolnokon	100
8. Marketingkommunikáció	114
8.1. Városmarketing, márkáépítés.....	114
8.2. Céltrendszer.....	116
8.3. A célok eléréséhez szükséges marketing intézkedések	119
8.4. Újszerű marketing megoldások alkalmazása	124
8.5. Imázs alakítás folyamata és szempontjai Szolnokon	136
9. Belső kommunikáció területei és eszközei.....	140
9.1. Célcsoportok lehatárolása, jellemzőik.....	140
9.2 A belső PR célcsoportjai és a kommunikációs taktikai tervek.....	144
10. Külső kommunikáció területei és eszközei	153
10.1. Célcsoportok lehatárolása, jellemzőik.....	153
10.2. A külső PR célcsoportjai és hozzá kapcsolható kommunikációs taktikai tervek.....	155
Összegzés, javaslatok	161
Felhasznált források	162
Mellékletek.....	164

1. sz. Melléklet: Innováció a városfejlesztésben	164
2. sz. Melléklet: Nemzetközi városfejlesztési példák.....	177
3. sz. Melléklet: Díjak, amelyekre Szolnok pályázhat	196

1. Vezetői összefoglaló

Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata a Ketzal Kft.-t Városmarketing és turisztikai stratégia elkészítésével bízta meg.

Szolnok városa az elmúlt évek során jelentős fejlesztéseket hajtott végre, a sikeres fejlesztések azonban önmagukban még nem eredményezték az egységes Solnok brand kialakulását. A városmarketing stratégia célja volt megvizsgálni, hogy mely elemek alkalmasak, illetve szükségesek az egységes városmárka kialakításához, milyen kommunikációs üzeneteket kell a belső (szolnokiaknak szóló) és külső piacon Solnoknak, mint sikeres 21. századi városnak megfogalmaznia.

A városmarketing és turisztikai stratégia kidolgozásakor felhasználtuk Solnok az elmúlt időszakban készített releváns szakmai anyagait, több analitikus módszer segítségével vizsgáltuk a várost, a szolnoki szakemberekkel konzultáltunk valamint primer internetes kutatást végeztünk a szolnoki lakosság véleményének megismerése céljából.

Primer kutatásunk széleskörű módszertani elvek figyelembevételével, a XXI. századi modern technikák alkalmazásával, 640 szolnoki polgár online módon történő megszólításával valósult meg a városmarketing célok kialakítása érdekében. A kutatást a szolnoki városvezetés közreműködésével végeztük, a város online internetes felületeinek ilyen céllal történő hasznosításával. A válaszadók életkor szerinti megoszlása meglehetősen pozitívan alakult, hiszen a kutatásban feltüntetett négy korcsoport szinte mind reprezentatív módon képviseltette magát (55 évnél idősebb 22%, 30-55 év közötti 52%, 18-30 közöttiek 23%, 18 éven aluliak 3%). A megfogalmazott 'Solnok-specifikus' feltevések, állítások, hipotézisek, szlogenek kapcsán, arra kerestük a választ, hogy lakosság körében vajon létezik-e olyan erős 'brand' a megyeszékhely vonatkozásában, amelyre építhet a város is a jövőben.

Szolnok lakossága alapvetően büszke arra, hogy a városban lakik, tapasztalja, hogy a település figyelemreméltó fejlesztéseken ment és megy keresztül, érzi, hogy a város sportélete példamutató, és látja, hogy a megyeszékhely kulturális kínálata valóban gazdag, de nem tud egységes szolnoki jellemzőt megnevezni. A kutatás eredményei alapján is megállapítható, hogy jelenleg nincs olyan egyedülálló, valóban markáns irányvonal, egyedi 'márka', amely meghatározóvá válhat, a belső, illetve kifelé irányuló kommunikációban és marketingtevékenységben szerepet kaphatna.

A „Szolnok a vasút városa” gondolattal a városlakók tudnak azonosulni, de ennek jövőbe mutató tartalma korlátozott. A megállapítást lehet erősíteni, 21. századi tartalommal megtölteni, de – bár ezáltal lehet a helyiek identitását erősíteni – a mondat nem alkalmas arra, hogy a városkommunikáció alapja legyen.

A 'Szolnok a Tisza fővárosa' szlogen, lehetséges vezető 'brand' vizsgálata jelentős hangsúlyt kapott anyagunkban, ugyanakkor a jelenlegi adottságokat, megvalósuló fejlesztéseket, a piaci igényeket, trendeket ismerve, kijelenthető, hogy ezen megállapítás jelenleg még nem rendelkezik valós, felvállalható tartalommal. A szlogen a város távlati víziójában jelenhet meg, amennyiben a folyóhoz kapcsolódó több területet is érintő integrált fejlesztések megvalósulnak. A Tisza, jelenleg inkább hátráltató tulajdonságainak jelentős átformálása után már lehetne egy üzenet központi eleme.

Hosszútávon – amint sikerül megtölteni tartalommal - jó városmárka lesz a „Szolnok, a Tisza fővárosa” gondolat. Addig, míg ez megvalósul egy átmeneti jelmondatot célszerű használni, mely sugallja

- a város dinamikus változását,
- a városvezetés elhivatottságát,
- a több irányú folyamatos fejlődést,
- a lakosság központúságot
- a közösség érdekeinek győzelmét
- azt, hogy ez csak egy átmeneti szlogen.

Néhány javaslat:

Szolnok, a város, melyet Neked terveznek!

Szolnok, a város, melyet Neked fejlesztenek!

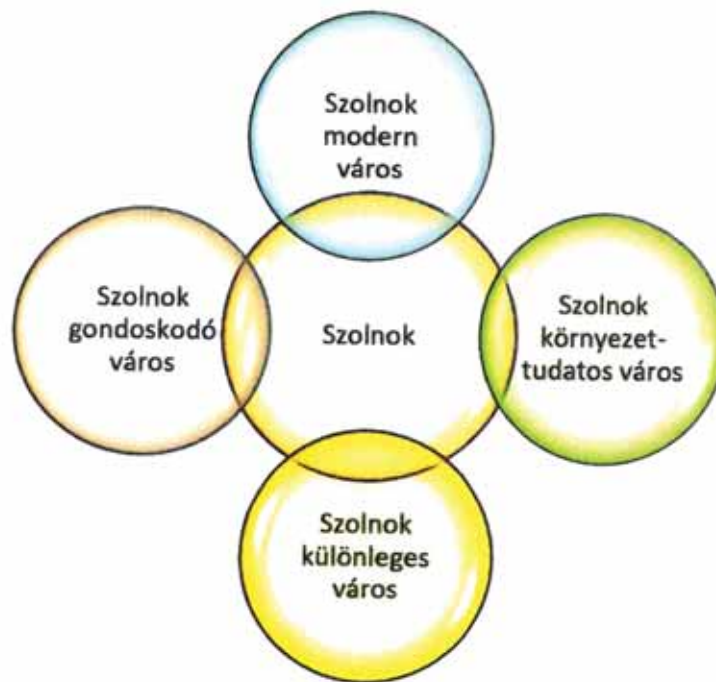
A város, amit Hőzzad illesztnek!

A város, amit Rád szabnak!

Szolnok olyan lesz, amilyennek mindannyian szeretnénk!

Szolnok a Tisza fővárosává fejlődik!

Tanulmányunkban négy jellemző várostulajdonságot különböztettünk meg (ld. 1. ábra), ezek teszik lehetővé a 21. századi településsé Szolnokot, ezeket szeretné megvalósítani a város lakossága - a különböző korosztályok, célcsoportok más - más preferencia sorrendben. A négy állításra minden fejlesztési és kommunikációs tevékenység során közvetve, vagy közvetlenül utalni célszerű.



1. ábra Szolnok városfejlesztési irányai

Forrás: saját szerkesztés

A megfogalmazott fejlesztési és kommunikációs irányok segítik a négy várostulajdonság elmélyítését, Szolnok város identitásának erősítését, a „vasút” jelleg modern értelmezését, „Szolnok a Tisza fővárosa szlogen” tartalommal való feltöltését, annak érdekében, hogy néhány év múlva ez a gondolat teljes (városvezetői és lakossági és a piac által elfogadott) konszenzuson alapuló valódi jelmondata lehessen a városnak.

A városfejlesztési stratégiában meghatározott több tucatnyi intézkedés segíti a város élhetőségét, a városlakók identitásának erősödését, javítja a város lakosság- és vállalkozás vonzó képességét, Szolnok turisztikai attraktivitását és piaci pozícióit.

1. Fejlesztési irány: „Szolnok a modern város”

A rendelkezésre álló EU-s forrásoknak, továbbá annak köszönhetően, hogy az Unió új tervezési – fejlesztési időszakában (2014-2020) kiemelt források állnak rendelkezésre a megyei jogú városok számára. Szolnok már elindult a modernizáció útján, amelynek kapcsán az életkörülmények nagymértékű javítása, a desztináció turisztikai súlyának, imázsának erősítése, hangsúlyosabbá tétele, a befektetői tőke dinamikus vonzása a településre, valamint a szolnoki székhelyű jelentős vállalkozások fejlesztése és támogatása valósulhat meg.

2. Fejlesztési irány: „Szolnok a gondoskodó város”

A családokon, gyereken túl, Szolnok városa figyelmet fordít többek között a fogyatékkal élőkre, fizikailag korlátozottakra (akadálymentesítés intézmény – és közlekedésfejlesztések kapcsán), betegekre (kórházfejlesztés), továbbá az idősgondozásra is (idősek otthona modernizáció). A családbarát óvodák és munkahelyek megvalósítása, a zöld területek kialakítása, játszóterek létesítése, kerékpárutak kialakítása, illetőleg az ez irányú további tervek azt a célt szolgálják és szolgálhatják a jövőben, hogy Szolnokon a családok valóban otthonosan érezhessék magukat, megélhetésük biztosított legyen, gyermekeik minőségi oktatási és szabadidős szolgáltatásokat tudjanak igénybe venni.

3. Fejlesztési irány: „Szolnok a környezettudatos város”

A település zöld területeinek növelése, illetőleg azok szabadidős, rekreációs célú hasznosítása, az élő Tisza városi szerepének kialakítása, a „zöld” közlekedés egyre intenzívebb népszerűsítése, infrastrukturális feltételeinek megteremtése, az energiahatékonyság szem előtt tartása az intézményfejlesztések vonatkozásában, mind-mind a „zöld város” megvalósulását segítik elő, és segíthetik elő a jövőben is, fontos imázs-értéket biztosítva ezáltal Szolnoknak.

4. Fejlesztési irány: „Szolnok a különleges város”

Szolnok természeti adottságai – a Tisza és a Zagyva folyó, azok természetes élőhelyei, unikális elemei -, a folyók nyújtotta sportlehetőségek, a megyeszékhely vasúti csomóponti szerepe, logisztikai jelentősége, a város példamutató sportélete és jelentős sport hagyományai, kulturális értékei mind-mind segítik ennek a képnek a kialakulását, továbbá előmozdíthatják azt, hogy ezen cél még hangsúlyosabb, mély tartalommal megtöltött értelmet nyerjen a jövőben.

Jelen városmarketing stratégia alkalmával a négy fejlesztési irány vonatkozásában belső és külső kommunikációs célcsoportokat határoztunk meg, akik megszólítására kommunikációs eszközöket, üzeneteket dolgoztunk ki.

A dokumentumban ajánlásokat tettünk a stratégia megvalósításához szükséges intézményfejlesztés területére is, amelynek mihamarabbi felállítását követően kezdődhet meg a stratégiában megfogalmazottak operatív megvalósítása.

A stratégiai anyag elfogadását követően az alábbi konkrét feladatok megvalósítását javasoljuk:

A város stratégiai gondolkodásának folytatásaképpen szükségesnek gondoljuk a turizmusfejlesztési stratégia operatív programok szintjén történő kidolgozását, melyet önálló dokumentumként javaslunk elkészíteni. Továbbá a stratégiai termékek fejlesztése esetében az egyes elemek megvalósíthatóságának vizsgálatát, majd a gazdasági és társadalmi hasznosságukkal alátámasztott, megfelelő javaslatok kiválasztását követően azok gyakorlati megvalósítását. E tekintetben fontosnak tartjuk kiemelni, hogy a fejlesztési ötletek, javaslatok kapcsán átfogó turisztikai piacelemzés elvégzése lesz szükséges, a potenciális turistákat küldő desztinációkban és a ténylegesen idelátogató vendégek bevonásával. Elengedhetetlennek tartjuk továbbá mielőbb egy külön szervezet létrehozását a befektetés ösztönzés területére, amely lehetővé teszi a fejlesztések megvalósítását, tőke investícióját.

A városmarketing területén legsürgetőbbnek az intézményfejlesztési javaslatunk megvalósítását, a városmarketing szervezet felállítását tartjuk. A hosszú távú imázs eléréséhez a kialakított szervezetnek további kutatásokat javaslunk végezni egy markáns középtávú városmarketing irányvonal megfogalmazásához, amely elvezet a távlati imázként megfogalmazott „Szolnok a Tisza fővárosa” képhez. Majd ezt követően a városmarketing stratégiában meghatározott eszközök végrehajtását javasoljuk megkezdeni a kialakított szervezet hatáskörébe utalva.

Fontosnak tartjuk továbbá a turizmus fejlesztése kapcsán a szolnoki desztináció márkázását és a városmarketinget külön, de egymással összhangban kezelni és fejleszteni.

2. Szolnok helyzetelemzése

Szolnok neve 1030 körül válik ismertté, amikor István király az újonnan szervezett ispánság központjává tette. Szolnok vármegye kezdetben Szolnok környékét, a Tisza mindkét partján lévő településeket – Szanda, Varsány, Várkony, stb. – foglalta magába, de később kiterjedt az erdélyi részekig, a Dés vidéki sóbányáig. A város nevének első írásos említése 1075-ben a garamszentbenedeki apátság oklevelében történik. I. Géza király Garamszentbenedeken monostort alapítván, a Tisza mentén is birtokokat adományozott a fenntartásukra. A tatárdúlás előtt Szolnok már fontos egyházi központ. Az 1241-ben bekövetkezett pusztulás Szolnokot is elnéptelenítette, IV. Béla azonban rövidesen újra telepéseket rendelt a várba és a városba.

Szolnok jelentősége különösen megnőtt a XVI. sz. közepén. Régi várát a fenyegető török veszély miatt 1550-51-ben újjáépítették, majd a várost is fallal és vizesárokka l vették körül. 1552-ben a törökök Szolnokot katonai és szandzsákszékhellyé alakították, de uralmuk alatt a város képe nem nagyon változott. Nevükhöz fűződik azonban az 1562-ben Güzeldzse Rüsztém budai pasa veretett cölöphíd a Tiszán, amely hazánk legrégibb hídja.

A város fejlődésében új szakaszt jelentett az 1847. szeptember 1-jén megnyitott Pest-Szolnok közötti vasút – az ország második vasútvonala. 1857-ben a Tiszán vasúti híd épült, és megindult a vasúti forgalom Debrecen, Nagyvárad felé, 1858-ban pedig Arad, Temesvár irányába. Szolnok vasúti gócponttá vált. 1876-ban újra megyeszékhely lett, s ez közigazgatási, kulturális szerepkörét is megnövelte. A századforduló táján élelmiszer- és malomipar alakult ki, a város kereskedelme, üzletei, bankjai új építkezésekkel átformálták Szolnok jellegzetes városközpontját. Kialakult festészeti élet otthonául az egykori földvár területén 1902-ben 12 műtermes művészi kolónia létesült. Lakói alkotásaikkal Európa-szerte ismertté tették az Alföld szépségeit. Az első világháború megállította a látványos fejlődést, azonban a trianoni tragédia után gyorsan talpra állt a város. Gazdasági és kulturális téren látványos fejlődésnek indult.

A második világháború mérhetetlen károkat és szenvedést okozott, amely után a város ismét feléledt, nehézipari központtá nőtt Szolnok. 1957 után több hullámban jelentős ipari és infrastrukturális fejlesztések valósultak meg. 900 éves évfordulójára, 1975-re Szolnok modern középvárossá vált. 1980-ig folyamatosan gyarapodott a lakossága, de a nagyarányú bevándorlás gyökértelenné tette a közösséget. A város fejlődése az elmúlt húsz évben nem állt meg – a gazdasági válság ellenére sem. Szolnok hídváros szerepe 1992-ben a 4-es főútra épülő Tisza-

híddal tovább bővült. A Tiszavirág híd a Tiszaligetet szervesen bekapcsolja a városba. A belátható jövőn belül viszont elodázhatatlan egy új városi közúti híd építése.

2.1. Társadalmi helyzet

Demográfiai jellemzők, nemzetiségi összetétel, képzettség

Szolnok lakónépességének száma 2011-es népszámlálás idején 72 953 fő volt, ez 2005 januárjában még 76 331 fő, a 2001-es népszámláláskor pedig 77 553 fő volt, azaz a város lakónépessége folyamatosan és egyre gyorsuló ütemben csökken, mára a 2001-es lélekszám 93,7 %-ára. A régió másik két megyeszékhelyére a lakónépesség csökkenése kisebb mértékű. Kecskemét viszont folyamatosan növekvő lakónépességgel dicsekedhet, a 2015-ös adatok szerint 103,7 %-ra nőtt a népesség 2001-hez képest. Így a népesség alakulásában, a térségben a legkedvezőtlenebb helyzet Szolnokon regisztrálható.

	2001. népszámlálás lakónépesség (fő)	2011. népszámlálás lakónépesség (fő)	2015. évi lakónépesség (fő)	2015-ös lakónépesség szám aránya a 2001-es népességszámhoz képest (%)
Szolnok	77 631	72 953	72786	93,7
Debrecen	211 034	211 320	203506	96,4
Nyíregyháza	118 795	119 746	118125	99
Kecskemét	107 749	114 411	111836	103,7

2. ábra Megyeszékhelyek népességszáma

Saját szerkesztés – Forrás: KSH

A szolnoki népesség fogyásnak a negatív természetes „szaporulat” és az ugyancsak negatív vándorlási különbözet együttesen oka. Debrecenben a természetes fogyást az azt meghaladó mértékű vándorlási nyereség ellensúlyozni tudja, míg Nyíregyházán a természetes stagnálás mellett a bevándorlás pozitív, így létszámemelkedés tapasztalható. Kecskeméten a természetes fogyás mértéke viszonylag kicsi, de mindhárom másik megyeszékhelyhez viszonyítva igen magas a bevándorlás, így ott – az országos népesség fogyás ellenére - jelentős népesség növekedés tapasztalható. Mind országosan, mind Szolnokon is jellemző az elöregedés: a gyermek korosztály (0-14 év) létszáma folyamatosan csökken (2015-ös adatok szerint 13,5 %) és lényegesen elmarad a nyugdíjasok –folyamatosan növekvő – arányától (2015-ben ~26%). Ez

különösen akkor feltűnő, ha figyelembe vesszük, hogy 2001-ben ez az arány még 15,0% és 20,1% volt.

	0-14 éves		60- x éves		Vitalitási Index ¹ (100 fő '60-x évesre' jutó '0-14 éves')	
	2004 (%)	2015 (%)	2004 (%)	2015 (%)	2004	2015
Szolnok	15,0	13,5	21,1	26	0,71	0,52
Debrecen	14,8	13,8	19,3	23,8	0,76	0,58
Nyíregyháza	15,7	14,9	16,9	22,6	0,93	0,66
Kecskemét		15,5		22,7		0,68
Jász-Nagykürt-Szolnok Megye	16,3	14,9	22,0	26,2	0,74	0,57

3. ábra Népeség korcsoportok szerinti megoszlása; vitalitási index

Saját szerkesztés –Forrás: KSH

A népszámlálási összeírásakor a lakosság 11 %-a nem adott választ a nemzetiségi hovatartozásáról. A hazai nemzetiségek teszik ki a lakónépesség 3,34 %-át, ebből a roma népesség aránya a legmagasabb, a statisztika szerint a lakosság 2,18 %-a. Önkormányzati információk szerint a tényleges arány 7-8 % körül lehet. Szolnokon a kisebbségi önkormányzatok közül a roma önkormányzat képviseli a legnagyobb népességet. A többi nemzetiség aránya ezrelékekben mérhető, közülük a legnagyobb német nemzetiség is csak fél százalékot ér el. A nem hazai nemzetiségeket az oroszok képviselik legnagyobb számban, de részarányuk még így is csak a lakosság negyed %-a.

A megye népességének iskolázottsági szintje elmarad az országos átlagtól. Szolnok város a megyeinél jobb mutatókkal rendelkezik, sőt, az érettségizettek és felsőfokon képzettek arányával meghaladja az országos átlagot is. Alacsony viszont az idegen nyelvet beszélők száma, mindössze 15 546 fő, a népesség 21,3%-a, azaz csupán minden ötödik ember tud

¹ A Vitalitási index azt mutatja meg, hogy 100 időszerű személyre, hány gyermekkorú személy jut az adott településen, megyében, régióban stb.

megszólalni más nyelven. Az idegenforgalom és a gazdasági kapcsolatok fejlesztéséhez ennél magasabb arányra lesz szükség, így a nyelvtanulást fokozottan ösztönözni kell.

	Ált. Iskolát elvégezte (%)		Érettségizett (%)		Felsőfokú végzettségű (%)	
	2004	2011	2004	2011	2004	2011
Szolnok	85,4	97,0	43,3	61,5	19,2	25,7
Debrecen	94,9	97,1	55,8	62,5	22,8	27,6
Nyíregyháza	92,8	97,0	52,1	59,1	21,1	26,6
Jász-Nagykun-Szolnok megye	88,3	92,8	34,0	40,0	10,5	13,3
Országos átlag	91,6	95,1	42,6	49,0	14,7	19,0

4. ábra Iskolai végzettség szerinti megoszlás

Saját szerkesztés –Forrás: KSH; Szolnok MJV –IVS

A javulási tendencia eredményeképpen Szolnokon az általános iskola 8 osztályát el nem végzettek száma kedvezően csökkent, a 15 éven felüli népesség mindössze 3,0 %-a. A közép- és felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya meghaladja az országos átlagot és kis mértékben a megyeszékhelyek összesített mutatóit is. ²

Egészségügyi helyzet és ellátás

A város egészségi és szociális állapotának kedvezőtlen helyzetét tükrözi, hogy míg 2011-ben a 60-x éves lakosság aránya az össznépességből 23,4 %, az inaktív keresőké 28,6%, azaz jelentős a járulékosok: rokkant nyugdíjasok (3 015 fő) és kordedvezményel nyugdíjban levők aránya. Közgyógyellátási igazolvánnyal rendelkezik 3 087 fő. A városban működő házi orvosok száma a 2005-ös 35-ről 2011-ig 28 praxisban 34-re (ez a szám 2014-ben is stagnált), a gyermekorvosoké 19-ről 17-re csökkent, 2014-ben ismét 18-ra növekedett. A gyógyszertárak

² Az iskolázottságra, az iskolai végzettség szerinti megoszlásra vonatkozó statisztikai adatok vonatkozásában nem áll rendelkezésre 2011-nél frissebb, a Központi Statisztikai Hivatal tájékoztatása szerint.

száma viszont 14-ről 26-re növekedett 2005 és 2011 között, majd 2014-ben ismét csökkent számuk, 23-ra. A felnőtt ellátásban 2014-ben 398 911 orvos-betegtalálkozás volt, ami kevesebb, mint 2005-ben (416 447). A gyermekorvosi betegtalálkozások 2014. évi száma 107 523 volt, ez közel 10 ezer fővel alacsonyabb, mint a 2011-ben regisztrált érték (117069), az egy orvosra jutó fajlagos érték 6 887 betegtalálkozás/év, egy orvosi munkanapra több mint 31 betegtalálkozás jut. Szakorvosi rendelés a JNSz Megyei Hetényi Géza Kórház Rendelőintézet és a MÁV Kórház és Rendelőintézet járó-beteg szakellátásának keretében működik.

Szolnokon a működő kórházi ágyak száma 2011-ben 1 471 volt, 2014-re ez a szám 1295-re csökkent. A maximálisan teljesíthető kórházi napok száma 2011-ben 539 645 volt, ebből 2011-ben a ténylegesen teljesített ápolási nap 353 641 volt, azaz a kapacitás nem teljesen kihasznált, még tartalékokkal rendelkezik, 2014-ben ezen értékek 489 793 illetve 318 474 voltak. A kórházi ápolásban részesült, elbocsátott betegek száma 2011-ben 50 346 volt, amely érték 2014-re 48 874-re csökkent, követve a korábban vizsgált értékek tendenciáját. Kiemelt súlyponti kórház a Hetényi Géza Megyei Kórház, mely komplex – valamennyi orvosi szakmát érintő – gyógyító funkciókkal rendelkezik. A kórház súlyponti kórház besorolású létesítmény. A város lakosságán kívül a térség településeit is ellátja. A megyében Szolnokon kívül Mezőtúron, Jászberényben és Karcagon üzemel még kórház, de a szolnoki kórház fogadja azon eseteket is, amelyek a megye többi kórházában nem láthatók el. A Hetényi Kórház 2006-ban az „Év kórháza” értékelésben nyolcadik helyezett lett. A Megyei Kórházon kívül a városban üzemel a MÁV Kórház és Rendelőintézet is, mely a Vershegy úton fekszik. Elsősorban mozgás-szervi rehabilitációs központ. Helyileg itt működik a szervezetileg független és magánvállalkozásként üzemelő Mamma Klinika is. A Zagyva-parton elhelyezkedő tüdőkórház önállósága megszűnt, megváltozott funkcióval a Hetényi Géza Kórház része lett. Területének funkcióváltására, hasznosítására terv készült. Az Országos Mentőszolgálat Mentőállomása a Széchenyi körúton található.

A Központi Statisztikai Hivatal 2014-as adatai alapján, a járóbeteg szakellátásban 1.214.896 esetet láttak el, ezen érték jóval magasabb, mint 2012-ben és 2013-ban (~1.170.000). Az összes, személyi sérüléssel járó közúti közlekedési balesetek száma 151 volt.

Nyugdíjas ellátás

A Szolnoki Kistérség Többcélú Társulása Egyesített Szociális Intézménye alapellátásként biztosítja az étkeztetést, a házi segítségnyújtást, a jelzőrendszeres házi segítségnyújtást Szolnok, Szászberek, Tiszajenő Tiszavárkony, Tószeg és Vezenseny településeken és az idősök napközbeni ellátását Szolnok és Tószeg településeken. Működteti a gondozást, ápolást nyújtó intézmények közül az idősök otthonát, amely ellátási területe a Szolnoki Kistérség.

Az Idősök Otthona azon nyugdíjkorhatárt betöltött személyek ápolását, gondozását biztosítja, akik egészségi állapota rendszeres gyógyintézeti kezelést nem igényel. Az ellátást igénylők száma a várólista alapján folyamatosan 180-200 fő körül alakul, ebből mintegy 60-70 fő esetében indokolt a soron kívüli sürgősségi elhelyezés. A Magyar Evangéliumi Testvérközösség részéről egy 50 fős nem emeltszintű ellátást biztosító intézmény 2008 II. félévében kezdte meg működését. A környező településeken belépő idősellátást biztosító intézmények megjelenése és kistérségi szinten történő működtetése a várólista rövidüléséhez hozzájárult.

A Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján, a megyeszékhelyen élő nyugdíjas korúak száma 2005-ben 14 544 fő volt, míg 2011-re ez a száma már 17071-re növekedett, 2015-ben pedig elérte a 18 ezer főt is, miközben a város teljes népessége csökkent. Elmondható tehát, hogy az időskorúak aránya növekvő tendenciát mutat (2001-ben 20,1%, 2011-ben 23,4 %, 2015-ben közel 26%), jellemző az előregedés Szolnokon is.

2014-ben az időseket (is) ellátó nappali szociális intézmények száma 7 volt, ez az érték stagnált 2011-től kezdődően. Az időskorúak vonatkozásában a nappali ellátásban részesülők száma 2013-ban 139, 2014-ben már 149 fő volt, azonban érdekesség, hogy 2011-ben ez az érték még elérte 164 főt is.

2014-ban az öregségi nyugdíjban részesülő férfiak száma 5829 fő volt, míg a nőké jóval magasabb, 10 200 fő (4 év alatt nagyjából 1000 fővel növekedett).

Közoktatás

Óvodai ellátás: A bölcsődei helyzetnél kedvezőbb az óvodai ellátás: az óvodák kapacitása (2448 férőhely) és a beírt gyerekek száma (2223 fő) nagyjából szinkronban van (2014-es adat). Az óvodai csoportok száma 102, az óvoda pedagógusoké 215 volt 2014-ben, így számuk

meghaladja a csoportonkénti kettőt, azaz egész napra biztosított képzett óvónő jelenléte. A csoportlétszám átlagosan 23-28 fő között ingadozik.

Általános iskola: A városban 2014-ben 15 általános iskola (2011 után 1-gyel növekedett) működött 5669 tanulóval. Ez a létszám 2005-ben még 6986 tanuló volt, azaz a gyerekszám itt is rohamosan fogy. 2011-ben 233, míg 2014-ben 235 osztályközösség működött átlagosan 24-25 fős osztálylétszámmal (érdekesség, hogy 2005-ben még 281 osztályközösség volt jelen az általános iskolai oktatásban). Az iskolák finanszírozhatóságában gondot okoz a folyamatosan csökkenő gyermekszám, a zsugorodó osztálylétszám, az esetleges iskola összevonások vagy megszüntetések viszont az egyenletes területi ellátás biztosíthatóságát nehezítik. A fenti tanulólétszámot 559 (2014.) főállású általános iskolai tanár oktatta, amely szignifikáns mértékű csökkent indikál a 2005-ben főállás pedagógusok számához képest (656). Az egy tanárra jutó gyermekszám így is 10,6 főről 10,2 főre mérséklődött. Integrált formában gyógypedagógia oktatásban részesült 164 gyerek, a tanulók 2,88%-a.

Középiskola: A nappali tagozatos szolnoki középiskolások száma 2011-ben 5 785 fő volt, amely 2014-ben 4 952 főre mérséklődött. 2014-ben 2 217 fő (44,7%) gimnáziumban, 2 735 fő (55,3%) szakközépiskolában tanult. A középiskolákban 178 osztályközösség dolgozott (ez közel 10%-os visszaesés 2011-hez képest), átlagosan 30-as létszámokkal. A diákok 43,9%-a (2 174 fő) a környező településekről bejáró, 499 fő (10%) kollégista. A középiskolai pedagógusok száma a 2005. évi 550 főről, nagyjából 13%-os csökkenéssel, 480-ra mérséklődött 2014-re. A szakiskolai képzésben vesz részt 1 530 tanuló (2011-ben 2 171 fő), akiket 160 fős pedagógus gárda tanít (2011-ben 171 fő). A szakiskolások 12,6%-a (194 fő) kollégiumban lakik. Az alap- és középfokú oktatási feladatellátásban szerepet vállal 1 egyesület által működtetett intézmény, a Waldorf Óvoda, Általános Iskola és Gimnázium.

Felsőoktatás: A városi székhelyű Szolnoki Főiskola egyre népszerűbb a továbbtanulni szándékozók között, a jelentkező hallgatók száma folyamatosan növekszik. 2015-ben a nappali tagozatos hallgatók száma elérte az 1 164 főt, azonban országos viszonylatban ez a szám még mindig viszonylag alacsonynak értékelhető. A felsőoktatásban dolgozó oktatók száma 84 fő. A Szolnoki Főiskola képzési profilja széles, a gazdasági, üzleti képzéseket (kereskedelem és marketing, nemzetközi gazdálkodás, pénzügy és számvitel, turizmus-vendéglátás), valamint agrár és műszaki (mezőgazdasági és élelmiszer-ipari gépészmérnöki, gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnöki, műszaki menedzseri) területeket öleli fel.

Ezen a pontos lényegesnek tartjuk továbbá hangsúlyozni, hogy a Kecskeméti Főiskola és a Szolnoki Főiskola egyesülésének eredményeként új intézmény, alkalmazott tudományok egyeteme jön létre 2016. július 1-jétől, az Emberi Erőforrások Minisztériuma Felsőoktatásért Felelős Államtitkárságának felsőoktatási átalakításokkal kapcsolatos intézkedései nyomán.

Kecskemét városa és a Kecskeméti Főiskola egy erős partnert talált Szolnok városában és a szolnoki felsőoktatásban. Több olyan projektet is indítottak a közelmúltban, amiben Kecskemét és Szolnok együttműködik, az infrastrukturális elemek megerősítése után következő állomásként a humán erőforrás fejlesztése került előtérbe. A komoly gazdasági képzési múlttal rendelkező Szolnoki Főiskola az együttműködés során nagyban hozzájárulhat a kecskeméti felsőoktatás ezen szektorban történő fejlesztéséhez, fejlődéséhez is, ahol cél egy kutató-fejlesztő központ kialakítása, a kutató-fejlesztő mérnökök képzésének elősegítése.

A Zrínyi Miklós Nemzetvédelmi Egyetem Bolyai János Katonai Műszaki Kara Repülő és Légvédelmi Intézete a felsőoktatási átalakítások következtében ma a Nemzeti Közszolgálati Egyetem Hadtudományi és Honvédtisztképző Karának részévé vált, de Kilián utcai kampuszát megtartotta. Az intézmény ma hivatalosan a Nemzeti Közszolgálati Egyetem Hadtudományi és Honvédtisztképző Kar Katonai Repülő Intézet nevet viseli. Jelenleg két szakon folyik képzés: 1. Had- és Biztonságtechnikai Mérnöki alapszak (BSc) Repülő műszaki- és Légiközlekedési szakirányokon (kifutó szak/szakirány a katonai képzésekben); 2. Katonai Üzemeltetés alap- és mesterszak (BSc és MSc) Katonai repülőműszaki és Repülésirányító specializációkon (új képzések). Az alap- és mesterképzésben évente 15-20 hallgató képzését folytatják, e mellett a felnőttképzések rendszerében évente 4-500 fő hallgató fordul meg náluk. Az intézet 25 főt foglalkoztat (20 fő oktató és 5 fő oktatás biztosító).

Kultúra, sport

Szolnok kulturális élete rendkívül színes. Többek között a nagy múltú, 1902-ben alapított és ma felújítva működő Művésztelep, az országosan elismert Szigligeti Színház, a képzőművészeti és iparművészeti tárlatoknak rendszeresen helyet adó Galéria és a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Múzeum szolnoki tagja, a patinás Damjanich János Múzeum öregbítik a város hírnevét.

Kiemelkedő a város zenei élete, kórus- és néptánc mozgalma. Ezt a Szolnoki Szimfonikus Zenekar, a Bartók Béla Kamarakórus, Kodály Kórus, a Tisza Táncegyüttes országhatáron belüli és túli ismertsége is fémjelzi. A zenei élet meghatározó létesítménye a modern városközpontban található az Aba-Novák Kulturális Központ, mely a szórakoztató és kulturális rendezvények,

zenei események, városi ünnepek mellett gyakran szakmai konferenciák színhelye is. 2015-ös rendezvények között szerepelnek többek között: családkutató pályázati program, gépiró tanfolyam, Életreform Klub, helyi termékek vására, bronzöntő szimpózium, ismeretterjesztő kiállítások, történelmi megemlékezések, táncház, koncertek, nemzetközi csokoládé fesztivál, versenytánc gála, továbbá játszótér a gyermekek részére. A megyei Verseghy Ferenc Könyvtár és a Damjanich János Múzeum a művelődést és a kutatást egyaránt szolgálják.

A városban megrendezésre kerülő, tematikus bálók palettája is színesnek mondható, melyek közül a legfontosabb, legnépszerűbb rendezvények a következők:

- Polgármesteri bál
- Megyebál
- Jótékonyági bál
- Rotary bál
- Mérnökbál
- Vadászbál

Szolnokot igen pezsgő sportélet jellemzi. A városban közel 70 működő sportegyesület, sportszervezet képviseli mind a klasszikus, mind az újszerű sportágakat, melyek a diáksporttól a verseny- és élsportig, az egyedi tömegsport akcióktól az aktív szabadidősportig széles palettán kínálják a lehetőségeket a sportolásra, a szabadidő aktív eltöltésére. Tiszaliget a város sportéletének egyik fő központja. A [tiszaligeti sportlétesítmények](#) (legfontosabbak: Szolnok Városi Sportcsarnok -2500 fős befogadó kapacitással; műfüves labdarúgó pályák, labdarúgó stadion, Tiszaligeti Squash Club) számos sportrendezvénynek adnak otthont egész évben, a rendezvények, programok által képviselt sportágak köre igen színes, és egyre bővülő. Szolnok a keleti országrész kosárlabda fellegrvára, a hatszoros magyar bajnok és hatszoros kupagyőztes [Olaj Kosárlabda Klub](#) férfi csapatának otthona. A sportlétesítmények üzemeltetését, illetve a rendezvények szervezését és lebonyolítását a Szolnoki Sportcentrum Nonprofit Kft. végzi. A Nonprofit Kft. üzemeltetésében vannak azok a kiemelt városi létesítmények, melyek a sport, nagy létszámú kulturális és egyéb kiemelt programok, események alapvető infrastrukturális feltételeit biztosítják.

A város természeti adottságai kedveznek a „vizes sportágak” fejlődésének: A Tisza és a Zagyva vizén edzenek a kajak-kenu és evezés sportágak képviselői. Emellett a Holt-Tiszai Vízi-sporttelep a fő központja ezen sportágaknak. A sportlétesítmény évről évre rangos versenyeknek ad otthont, de itt tartja felkészítő edzőtáborait a nemzeti kajak-kenu válogatott is.

Az ingatlan Szolnok egyik legjobb adottságú fejlesztési lehetősége, mely tartalmában teljesen illeszkedik a „Szolnok a Tisza Fővárosa” projekthez. Természetes környezetben, üdülőövezetben, vizek (Holt-Tisza 16 km hosszú szakasza), kerékpárutak találkozásánál országosan, s nem túlzás, hogy nemzetközi sportturizmus, versenyturizmus szempontjából is egyedi lehetőségeket rejt Szolnok számára. Jelenlegi állapotában is a Magyar Kajak – Kenu Válogatott mellett Ausztráliából, Új-Zélandról, Dél-Afrikai Köztársaságból, Angliából, Ausztriából érdeklődnek edzőtábori lehetőségek miatt. Több mint 150 fő számára alkalmas szállás van a sporttelepen. Az utóbbi 5-6 évben egymás után kerültek felújításra a régi épületek (leány-, és fiú öltözők, a 40 férőhelyes „Dózsa-ház”, a versenypálya lelátója, a céltorony épülete). 2015. évben a Magyar Kajak-kenu Szövetség támogatásával megépült egy új 10 szobás 20 férőhelyes minden igényt kielégítő (szinte 4 csillagos) létesítmény az úgynevezett „Bajnokok Háza”. A közeljövő fejlesztési elképzeléseire tervek készültek, amelyek szabadidő sportpark megvalósítását tartalmazzák (kemping, sportpályák, új öltözők, szállásépületek, játszótér, stb.)

Nagy hagyománya van a [szolnoki vízilabdának](#), a sportág több olimpiai bajnokot hozott a városnak. A szolnoki Vízilabda Arénát 800 millió forintot meghaladó beruházás keretében fejlesztették 2013-ban. A kétezer négyzetméter alapterületű csarnokban a medencetér mellett edzőtermek, öltözők és irodák kaptak helyet. Kialakítottak egy, akár 1100 nézőt befogadóra bővíthető lelátórendszert, a parkoló 66 személygépkocsit és 3 autóbust fogadnak be egyszerre, és az épület mellett új termálmedencét építettek. A városban működik a húszéves jubileumát jövőre ünneplő Szolnoki Sportiskola, nyolc sportág kilenc szakosztályában mintegy nyolcszáz gyermek sportol. Fiaatal sportolók teljesítményei alapján 2010. és 2014. években elnyerték a „Magyarország legjobb Sportiskolája” címet, illetve a köztük lévő időszakban mindig dobogós helyen végzett az intézmény.

A városban patinája van a repülő sportoknak: a sportrepülés, az ejtőernyőzés és a vitorlázó repülés igen jelentős múltra tekint vissza. A vízfelszín alatti világ megismeréséhez a [szolnoki búvárklub](#) kínál lehetőségeket. A város nagy gondot fordít az iskolai testnevelésre, és a diáksportra. Ennek egyik bizonyítékeként Szolnokon - az országban az elsők között - sikerült bevezetni az általános iskolák alsó tagozataiban, felmenő rendszerben a kötelező mindennapos testnevelést.

A város vezetése a meglévő létesítmények fejlesztésével igyekszik hozzájárulni a sportélet gazdagításához, ennek ékes bizonyítéka a [Tiszaligeti Strand és Élmenyfürdő](#) fejlesztése, a Tiszaligeti Műfüves Labdarúgó Központ kialakítása, vagy a 4 pályás Tiszaligeti Fallabda Klub.

Mindezek a fejlesztések azt a célt szolgálják, hogy a város lakossága minél több lehetőség biztosításával szolgálja az aktív pihenés kedvelőit.

2.2. Gazdasági helyzet

Jász-Nagykun-Szolnok megye jellemzői

Jász-Nagykun-Szolnok megye a magyarországi régiók között a gyenge középmezőnyben elhelyezkedő Észak-Alföldi régió része, ez determinálja a megye és Szolnok város gazdasági környezetét is.

A megye gazdasági mutatói az országos átlag alatt helyezkednek el és a régión belül is romló tendenciát mutatnak. Míg az ezredforduló táján a megyei GDP adatok a régiós átlag fölött voltak, mára egyértelműen az alá csúsztak. Bár a régió másik két megyéjében is hanyatlás tapasztalható, de az lényegesen kisebb mértékű, mint Jász-Nagykun-Szolnok megyében (2000-2010: Hajdú-Bihar megye 75,4 %-ról 74,1 %-ra, Jász-Nagykun-Szolnok megye 71,7 %-ról 61,7 %-ra, Szabolcs-Szatmár-Bereg megye 56,0 %-ról 54,6 %-ra.). Az egy főre jutó GDP értéke Jász-Nagykun-Szolnok megyében az országosnak csak 61,7 %-a, és kedvezőtlenül csökkenő tendenciát mutat folyamatosan (1996-ban még majd háromnegyede volt).

A megyei átlaghoz képest a város helyzete kedvezőbb, de nem éri el a megyei városok átlagát. Az ipari termelés értéke az elmúlt években nőtt a megyében, de a növekedés üteme elmarad mind a régiós, mind a régiót alkotó többi megye adataitól. Ugyanakkor az ipari foglalkoztatottak munkában tartásában Jász-Nagykun-Szolnok megye a régióban a legkedvezőbb, a létszám megtartás majdnem teljes (99,9%). A nagyobb, legalább 50 főt foglalkoztató vállalatokban az egy fő által megtermelt GDP értéke azonban a régiós átlagnak mindössze 92,5 %-a, a vezető Hajdú-Bihar megyeinek pedig csak 79,5 %-a, ami nem kellő hatékonyságra utal.

Foglalkoztatási szempontból az Észak-alföldi régió Észak-Magyarország és a Dél-Dunántúl után hátulról a harmadik helyet foglalja el aktivitási arány szerint. Az Észak-alföldi régióban viszont Jász-Nagykun-Szolnok megye adatai a legjobbak. Az Észak-Alföld munkanélküliségi rátája az országban a második legkedvezőtlenebb, de a régión belül itt is Jász-Nagykun-Szolnok megye áll a legjobban: 2014-es munkanélküliségi rátája kedvezőbb a másik két megyében tapasztalhatótnál.

	Foglalkoztatási arány (%)	Munkanélküliségi ráta (%)	Alkalmazásban állók száma (ezer fő)
Ország	54,8	7,1	2 823,1
Észak-Alföld	52,4	10,8	334,0
Szabolcs-Szatmár-Bereg megye	50,8	12,4	118,4
Jász-Nagykun-Szolnok megye	56	6,8	90,4
Hajdú-Bihar megye	51,4	12	125,3

5. ábra Munkanélküliségi és foglalkoztatottsági ráta az Észak-alföldi régió és megyéinek vonatkozásában (2014.)

Forrás: KSH – Foglalkoztatási viszonyok (2014)

A 2013-as KSH adatok alapján a nyilvántartott álláskeresők száma összesen 3246 fő volt, míg 2014-ben ez a szám 2860-ra csökkent.

A 2014-es teljes lakónépességi adatokhoz mérten (72 786 fő), ez az érték 4 %-os munkanélküliségi rátát eredményez a megyeszékhely vonatkozásában. Jász-Nagykun-Szolnok megyében a hivatalos statisztikai adatok alapján 2014-ben a munkanélküliségi ráta, 6,8%, mely magasabb, mint a megyeszékhelyen mért, azonban jelentős pozitív változást prezentál a 2011-es adatokhoz viszonyítva.

Szolnok közlekedési hálózata és infrastruktúrája

A város már kialakulását és fejlődését is közlekedési szerepének, a tiszai átkelőhelynek, az Erdélyből jövő só-útnak, később a vasút megépülésével vasúti csomópont-funkciójának, a vasút és közutak találkozási pontjának köszönhetette. Közlekedési szerepe mindmáig meghatározó: több vasútvonal találkozási pontjának köszönhetően. Közlekedési szerepe mindmáig meghatározó: több vasútvonal találkozási pontjának köszönhetően. Közlekedési szerepe mindmáig meghatározó: több vasútvonal találkozási pontjának köszönhetően. Közlekedési szerepe mindmáig meghatározó: több vasútvonal találkozási pontjának köszönhetően. Közlekedési szerepe mindmáig meghatározó: több vasútvonal találkozási pontjának köszönhetően. Közlekedési szerepe mindmáig meghatározó: több vasútvonal találkozási pontjának köszönhetően.

A 4. sz. fkl. út a K-Ny-i, a 32. sz. és 442. utak az É-D-i kapcsolatokat biztosítják. Még ma is fontos az átkelőhely szerepe: a Tiszán Kisköre (vízlépcső) és Lakitelek (44. sz. út hídja) között a két szolnoki híd biztosítja az állandó átkelési lehetőséget (csak kompok találhatóak közben). Tervbe van véve egy további híd építése is, a közelmúltban pedig – EU pályázati támogatással – megvalósult a városközpontot a tiszaligeti szabadidős területekkel összekapcsoló gyalogos híd, mely kerékpárúttal is ellátott. A beruházás a „Szolnok a Tisza fővárosa” program keretében valósult meg. Az Európai Unió 1,5 milliárd forinttal támogatta az 5 milliárd forintos fejlesztést. A jellegzetes épületté váló híd beépült a megyeszékhely logójába is.

Szolnok 40 modern, többnyire alacsonypadlós autóbusból álló tömegközlekedési hálózattal rendelkezik. A VOLÁN távolsági, helyközi járatai valamennyi települést elérnek. Van olyan település, melyben a helyközi járatok sűrűsége már-már a helyi járatsűrűséget közelíti meg.

Szolnok város területe három parkolási övezetre, és kettő díjosztályra van osztva, ennek megfelelően az egyes helyeken más-más díjtételeket kell fizetnünk (I. díjosztály az 5,5 m-nél nem hosszabb és 3500 kg összsúlyt meg nem haladó gépjárművek és rendszámot nem viselő motorkerékpárok; II. díjosztály 5,5 m-nél hosszabb vagy 3500 kg összsúlyt meghaladó gépjárművek.)

Gazdasági szervezetek száma és összetétele

Szolnok a rendszerváltás előtt egyértelműen ipari városként volt definiálható. A szocialista gazdasági időszak iparosítása révén a városban erős volt az ipar, a hagyományos mezőgazdasági terményfeldolgozáson (cukoripar, gabonaipar, állati fehérje-feldolgozó, tejüzem) túl egyéb ágazatok (vegyipar (TVK), a szállításhoz kapcsolódó gépipar (MÁV Szolnoki Járműjavító), papíripar) is képviselve voltak. A rendszerváltás után – egyes iparágak talpon maradása mellett is – megváltozott a gazdasági szerkezet. Nemcsak a privatizáció zajlott le és a megmaradt iparágak működési keretei változtak, hanem jelentősen előretört a kereskedelmi-szolgáltatási ágazat. Szolnokon a működő vállalkozásokból a feldolgozóipari 6,9 %-os és az építőipari 7,5 %-os arány jelentősen elmarad a szolgáltatások együttes 84,3 %-os részesedésétől. A vállalkozások mindössze 1,4 %-a tevékenykedik a mező-erdő- és vadgazdálkodásban. Ez az arány egyértelműen igazolja a terciér szektor dominanciát

A következő táblázat az egyes megyeszékhelyeken működő vállalkozások gazdasági ág szerinti megoszlását szemlélteti az elérhető legfrissebb statisztikai adatok vonatkozásában:

	Regisztrált korlátolt felelősségű társaságok száma (db)	Építőipar (db)	Információ, kommunikáció (db)	Mezőgazdaság, erdőgazdálkodás és halászat (db)
	2013.	2013.	2013.	2013.
Szolnok	2456	338	167	72
Debrecen	9160	1107	646	327
Nyíregyháza	5544	751	329	251
Kecskemét	5285	695	346	198

6. ábra A megyeszékhelyeken működő vállalkozások gazdasági szervezetek szerinti megoszlása

Saját szerkesztés –Forrás: KSH

A szolnoki vállalatok nagyság szerinti megoszlására jellemző a kisebb vállalkozások túlsúlya. 500 főnél többet foglalkoztató regisztrált vállalkozás mindössze 3 db van a városban, jellemző az 1-9 fős vállalati méret (7 904 db), de az 50 fős méretet sem éri el további 235 vállalkozás. A vállalatok nagyság szerinti megoszlásának arányait tekintve azonban a régió megyeszékhelyei között nincs különbség, általánosan jellemző a 10 fő alatti nagyság, mindenhol 96,6-97,0 % között alakul a részarányuk, míg az 50 főnél nagyobb aránya fél % alatt marad.

A Központi Statisztikai Hivatal 2013-as adatai alapján, Szolnokon összesen 2456 Korlátolt Felelősségű Társaság működött regisztráltan, ez a szám 2014-re 2391-re csökkent. 2014-ben az egyéni vállalkozók száma 3506 db volt.

2014-ben a regisztrált vállalkozások és társas vállalkozások vonatkozásában, az 1-9 főt foglalkoztató vállalkozások száma 7872 volt, továbbá 31 további vállalkozásban dolgoztak 50 és 250 fő között. 500-nál több főt foglalkoztató regisztrált vállalkozások száma 3 volt.

Napjainkban Szolnokot a következő iparágak jelenléte jellemzi leginkább: autóipar, járműipar (vasúti gépgyártás), gyógyszeripar, logisztika, mezőgazdasági gépgyártás, vegyipar, valamint a Tisza közelsége miatt vízigényes iparágak.

Gazdasági aktivitás, és a K+F helyzete

A K+F tevékenységen belül szélsőséges területi eltérések tapasztalhatók. Az Észak-alföldi régió a kutatóhelyek 9,8 %-ával és a kutatói létszám 8,5 %-ával nem áll rossz helyen a többi régióval való összevetésben, de a régiót alkotó megyék között igen nagyok a különbségek. Az egyetemmel rendelkező Hajdú-Bihar megye vezető szerepe vitathatatlan, de a másik két megye ehhez viszonyított elmaradása túlzott mértékű. Jász-Nagykun-Szolnok megye az országos kutató helyek mindössze 1,0 %-ával rendelkezik és a kutató/fejlesztői létszám kevesebb, mint 1,0 %-át foglalkoztatja. Az ezer lakosra jutó K+F ráfordítások között akár húszszoros különbség is tapasztalható, Jász-Nagykun-Szolnok megye ebben is a lemaradt mezőnyben foglal helyet. Ha a város a Közép-Tiszavidék vízgazdálkodási és ökotgazdálkodási központjává, valamint a járműipar, gépipar és környezetipar húzóágazati (regionális) központjává szeretne válni, e téren feltétlenül erősítés szükséges. A megyei K+F tevékenységek jelentős része Szolnokon található.

Befektetés-ösztönzés:

Az önkormányzat különböző befektetés-ösztönző eszközökkel igyekszik vállalkozásbarát környezetet kialakítani, ezáltal a működő tőkét a városba „csábítani” és a helyi vállalkozásokat segíteni. A 100 %-os önkormányzati tulajdonban levő Szolnoki Városfejlesztő Zrt koordinálja a fejlesztéseket. A lehetőségeihez mérten minden olyan együttműködésre fogékony az önkormányzat, amely elősegíti a város gyarapodását, a lakosok közérzetének javítását.

Az ipari parkok és logisztikai park:

A gazdaságfejlesztés jó lehetőségét biztosítja az ipari parkok és a logisztikai park projektjeinek elindítása illetve bővítése, mely megfelelő területet, infrastrukturális ellátást biztosít a betelepülő vállalkozásoknak. Külön előnye a projekteknek, hogy a fizikai szolgáltatásokon túl szellemi és egyéb szolgáltatási háttérrel (pl. szálloda) is biztosít a business-tevékenységekkel kapcsolatos igényekre. Ugyancsak kedvező, hogy a park(ok) kialakítása olyan, hogy különböző (nagy-, közép- és kis) vállalkozások befogadására alkalmas, széles választékot kínál befektetési lehetőségekben is. Ezzel a város a tőkevonzás fizikai kereteit és lehetőségeit biztosítja, a tőkeáramlás azonban az utóbbi évek országos gazdasági problémái miatt lassú.

Az önkormányzati tulajdonú Szolnoki Ipari Park:

Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata, a város gazdasági vonzerejének növelése, és a foglalkoztatottság bővítése érdekében határozta el, hogy Szolnokon ipari parkot hoz létre.

Ennek megvalósítására 1999. januárjában megalapította a 100%-os önkormányzati tulajdonú Szolnoki Ipari Park Kft-t 2000. februárjában a Kft. és az üzemeltetésébe került 126 ha fejlesztendő földterület, amely a mellette található akkor már működő 30 ha iparterülettel együtt elnyerte az Ipari Park címet és megkezdődött a fejlesztési területen az alpinfrastruktúra hálózat tervezése. A megvalósításhoz szükséges Önkormányzati forrás kiegészítésére az Önkormányzat és az Ipari Park Kft pályázatok készített (Támogató szervezet: PHARE, Gazdasági Minisztérium). Ennek eredményeként 2002-ben 289 000 000 Forint és 2 000 000 Euro támogatást nyert, és megkezdődött a szükséges területek megvásárlása és az alpinfrastruktúra beruházás. 2006-2007 között közel 200 000 000 Ft értékű II. ütemű infrastruktúra fejlesztés valósult meg. Hatékony és eredményes munkájának elismeréséül, a Szolnoki Ipari Park 2008-ban elnyerte „Az év Befektetőbarát Ipari Parkja -2008” címet. A Kft 2008-ban a Szolnoki Ipari Park Kft. sikeresen pályázott az Infrastruktúra fejlesztés III. ütemének megvalósítására. A mintegy egy milliárd forintos infrastruktúra fejlesztés közel 50 % -os európai uniós támogatásban részesült. A beruházás befejezését követően, az ipari park teljes területe összközművessé vált és ezzel a Szolnoki Ipari Park az ország egyik legnagyobb, szabad ipari parki közműkapacitással rendelkező parkjává vált. Jelenleg már több mint 20 betelepült céggel rendelkezik az ipari park, amelyek által foglalkoztatottak létszáma megközelíti a 3.000 főt. Az Ipari Park közúton jól megközelíthető (a 4.sz. főút város délről elkerülő szakasza mellett helyezkedik el), valamint közvetlen vasúti kapcsolatban áll a szintén az Ipari Park Kft. által üzemeltetett logisztikai központtal. Ez igen fontos értéknövelő tényezőt jelent a két tevékenység egymást kiegészítő és erősítő hatása miatt: az Ipari Park fontos szolgáltatását jelenti a logisztikai szolgáltatás, a logisztikai központnak pedig piacot teremtenek az Ipari Parkba települt vállalkozások. A város és az Ipari Park üzemeltetői vállalkozásbarát környezettel, különböző kedvezményekkel és teljes körű szolgáltatásokkal nyerték meg a vállalkozásokat és kívánnak a területre csábítani további tőkeerős cégeket. A nagybefektetők mellett kis- és középvállalatok számára is területet kínál az ipari park. Továbbá az igénybe vehető szolgáltatások bővítése érdekében egy inkubátorház- innovációs központ létesítése is a tervek között szerepel.

Logisztikai Szolgáltató Központ:

A logisztikai központ kialakítását évek óta tervezte a város, az első érdemi lépés azonban csak akkor következett be, amikor együttműködési szerződést írtak alá a MÁV-val. A Logisztikai Szolgáltató Központ működtetésének alapjai ráépülnek a MÁV Rt jelentős hálózatára, és vasúti vágányon keresztül kapcsolódhat az Ipari Parkhoz. A logisztikai központ jelentős potenciállal

bír, a város egyik gazdasági kitörési pontja, az EU-ból az Unión kívüli keleti és délkeleti országok felé irányuló forgalom központja, elosztója lehet. Szolnok város tulajdonában lévő Szolnoki Logisztikai Szolgáltató Központ háromszög területe 80.323 m², amely a hozzá kapcsolódó MÁV tulajdonú konténer- és általános vasúti rakodói területtel eléri a 103.781 m²-t. Továbbfejlesztési lehetőséget biztosít a MÁV tulajdonban lévő kapcsolódó 25.000-30.000 m² hasznosítható terület. Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzata sikeres PHARE pályázat alapján 2005-ben megkezdte a logisztikai szolgáltató központ kialakításának projektjét. Az első ütem 2006 decemberére fejeződött be, melynek keretében 6 millió euró értékű beruházás valósult meg. Pozíciója alapján alkalmas a napi ki- és beszállításokhoz szükséges raktárbázis létesítésére, a citylogisztika ellátására, a város ipari parkja üzemeinek kiszolgálására, mellyel közúti és vasúti kapcsolatban áll. 2006 decemberében átadott alpinfrastruktúrával rendelkező logisztikai központ működéséhez szükséges további fejlesztéseket a Szolnoki Ipari Park és Logisztikai Szolgáltató Központ Kft, mint üzemeltető, 2007 tavaszán kezdte el. A komplex logisztikai központ hálózatának kialakítását több, egymásra épülő fejlesztési koncepcióban jelölte meg. A fejlesztés második üteme első fázisában egy 145 m² hasznos alapterületű portadiszpécserközpont megépítése szerepel. Ez az épület ad helyet a központi vagyonvédelmi szolgálatnak és az ahhoz tartozó elektronikai rendszernek, a személy és áruforgalom felügyeletét, ellenőrzését is végző diszpécser szolgálatnak, az öltözőknek és fürdőknek, egyéb szociális helyiségeknek. A második és harmadik fázisba tartozik két, összesen 12.200 m² alapterületű magas raktár, a negyedik fázisba egy további (a hatodik) 340 vfm hosszú rakodóvágány megépítése.

2.3. Innováció és fejlesztések Szolnok városában

Szolnok városa nem veheti fel a versenyt a világ innovációs fővárosaival³ méretéből és múltjából adódóan, azonban a megújulás és a hatékony működés területén, a nemzetközi trendek irányába jelentős fejlesztéseket valósított meg, illetve teremtette meg a következő évek innovációjának lehetőségét:

Szolnok magas hozzáadott értékű iparágai, adottságai:

- Erős imázs, arculati elemek: „Szolnok a Tisza Fővárosa”; Ami „CSAK SZOLNOKON VAN” kampány (Tiszavirág kerékpáros – és gyalogos híd, Reptár, Sörárium, az ország

³ Id. 1. Számú melléklet

- legrégebbi Művésztelepe, Szolnoki csata, Tiszavirág Fesztivál és Tiszavirágzás Kerékpártúra, Szolnoki Gulyásfesztivál, Globe Fesztivál, Szolnok ischler);
- Nemzeti és nemzetközi szinten is fontos versenysportok kiszolgálása (környezeti adottságok, korszerű infrastruktúra), 70 működő sportegyesület;
 - Az egészségipar alapjainak megléte a városban (kórház, Béres Gyógyszergyár Zrt);
 - Fejlett kulturális élet, minőségi kulturális szolgáltatások széles tárháza, többek között: Aba-Novák Művelődési Központ és az Agóra Terminál – „a 21. század új fénye Szolnokon”, Szolnoki Művésztelep;
 - Húzóhatás más területekre, nagy növekedési potenciál a gyalogos és kerékpáros Tiszahíd nyújtotta lehetőségekben, Tiszaliget dinamikus bekapcsolása a város és a turizmus vérkeringésébe, felsőoktatási, rekreációs és sportközponttá fejlődik Tiszaliget;
 - Szolnok az országos közlekedési hálózatban, mint vasúti gócpont, fontos szereplő;
 - Fenntarthatóság és 'zöld gondolkodás' a közlekedés terén;
 - Új rendszerek fejlesztése: egyedi energiahatékonysági módszerek;
 - Új anyagok felhasználása a fűtéskorszerűsítés és a közvilágítás terén;
 - Átfogó szemlélet a városrészek rehabilitációja, korszerűsítése kapcsán, egyedi városrész képek;
 - Új ötletek, technológiák bevezetése, kutatási-fejlesztési háttér fejlett: modern technikával felszerelt természettudományos laboratórium oktatási intézmények részére;
 - Oktatási háttér: folyamatos oktatásfilozófiát és eszköztárat fejlesztő, innovatív megoldások, szolgáltatások a közoktatási intézményekben;
 - Esélyegyenlőség: teljes körű akadálymentesítés megvalósítása a megvalósuló intézmény és egyéb épületfejlesztések során;
 - Magas fokú gazdaságfejlesztés, új beruházások nagy száma: a régió megyeszékhelyei közül Szolnokon a legmagasabb az 1 főre jutó foglalkoztatottak száma.

A fenti adottságokból látható, hogy Szolnok számára az innovatív megújulás, a kiemelkedés lehetősége adott. Szolnok város Önkormányzata az elmúlt hét évben sokat tett a város megújításáért, és piaci pozíciójának erősítéséért. A város átfogó fejlesztéseket valósított meg,

amelynek során előtérbe helyezte az élhetőséget elősegítő projektek végrehajtását, továbbá megalapozta a turizmus fejlődését is.

A tudatos tervezésen alapuló fejlesztésekkel a város vezetése megkezdte az innováció útjába kerülő akadályozó tényezők felszámolását és számos területen a fejlődés motorját is elindította. Az alábbiakban ezen fejlesztéseket foglaljuk össze.

Városrész-rehabilitációs fejlesztések, projektek, amelyek közvetve vagy közvetlenül hatással vannak a turizmusra is:

- Nyugati városrész szociális rehabilitációja

Az energiahatékonysági korszerűsítés és komfortfokozat-növelés mellett, a projekt hozzájárul a minőségi lakókörnyezet kialakításához is. Közösségi ház épült a humán szolgáltatási infrastruktúra fejlesztés keretében, udvarán uniós előírásoknak megfelelő játszótérrel. Az új intézmény a gyermekektől a nyugdíjas korosztályig kínál hasznos programokat. A területen élő hátrányos helyzetű lakosok foglalkoztatási helyzetének javítása érdekében szocializációs, munkaerő-piaci esélyeket növelő képzés indul. A képzés látogatottságát a tanulmányok ideje alatt juttatott megélhetési hozzájárulás segítségével biztosítják.

- Szolnok, Abony, Rákóczi falva és Szajol felhagyott települési szilárdhulladéklerakóinak rekultivációja

A rekultivációval sikerült környezetbarát módon rendezni Solnok, Abony, Rákóczi falva és Szajol használaton kívüli hulladéklerakóinak sorsát, így azok biztonságossá váltak, és nem szennyeznek tovább. A területen ma zöld fű, fák, sőt van, ahol játszótér fogadja az arra járókat. A területrendezés jelentős mértékben javította az egykori lerakók környezetében lakók életszínvonalát.

- Gárdonyi – Kút utca felújítása

Jelentősen megkönnyítette a környéken élők mindennapjait a Gárdonyi és Kút utcák teljes újraaszfaltozása.

- A Liget utca felújítása

A Liget utca útburkolatának felújítása sok szolnoki polgár számára javítja érzékelhetően a közlekedés színvonalát, hiszen ezen az útszakaszon bonyolódik le a szolnoki

Vasútállomásra irányuló forgalom jelentős része. Ezen felül a Liget úton több közintézmény is működik, így a Liget úti Általános Iskola, Előkészítő, Készségfejlesztő Speciális Szakiskola és Egységes Gyógypedagógiai Módszertani Intézmény, és a Magyar Államkincstár.

- Tiszaligeti sétány felújítása

Szolnok belső területei megújításának részeként új burkolatot kapott teljes hosszában a Tiszaligeti sétány, valamint 175 parkolóhelyet újítottak fel.

- „Gazdára találva” korszerű állatotthon létesítése Szolnokon

- Szolnok a Tisza Fővárosa belváros rehabilitáció

A szolnoki városközpont rehabilitációjának részeként épült meg Közép-Európa leghosszabb, 444 méter hosszú gyalogos hídja, a Tiszavirág híd. Az új híd egyszerre turisztikai látványosság és műszaki kuriózum. Formája a névadó tiszavirágot mintázza. A Tiszahíd a megyeszékhely belvárosát, a Tiszai hajósok terét köti össze a felsőoktatási, rekreációs és sportközponttá fejlődő Tiszaligettel. A híd város felőli oldalán új díszter került kialakításra a beruházás részeként. A Tiszai hajósok tere korábbi park jellege helyett díszburkolatot kapott, új parkolóhelyeket alakítottak ki, és a helyszín alkalmassá vált rendezvények megtartására is.

- Két kerékre Szolnok!

A fejlesztés eredményeképp az egész várost behálózó bicikliút hálózat jött létre, melynek megléte a korszerű, környezetbarát város egyik fő ismérve. A fejlesztés keretében 9 km hosszan épül új bicikliút, ezen felül 4.7 km meglévő kerékpárút újul meg. A városban 14 szakaszon készül új út. A kerékpárok biztonságos tárolását 250 tároló kiépítésével igyekeznek még könnyebbé tenni. Az új utak és tárolók átadásával párhuzamosan szemléletformáló kampányt indítanak a kerékpáros közlekedés népszerűsítésére. A biciklizés nem csak környezetkímélő közlekedési forma, hanem megőrzi az egészséget, és kisebb zsúfoltságot eredményez a városi utcákon.

- Szandaszőlős decentrum létrehozása városrehabilitációval

Új városrész-központ jött létre Szandaszőlős magjában. A városrehabilitáció keretében fedett agóra és rendezvénytartásra alkalmas multifunkcionális központ épült, közpark és parkoló került kialakításra, valamint megtörtént a művelődési ház felújítása is. A fejlesztés eredményeképpen a városrészközpontban 3100 m² nagyságú közpark és 76

férőhelyes parkoló jött létre. Az iskola és a Coop bolt parkolója közötti területen közösségi és kulturális rendezvényeknek otthont adó multifunkcionális fórum, valamint fedett agóra épült 333,34 m²-en.

- A Debreceni út és a Csokonai utca felújítása

A projekt keretében sor került két nagy forgalmú gyűjtőút, a városközpontban futó Csokonai utcának, valamint a régi 4.sz. főközlekedési út egy szakaszának, a Debreceni útnak a felújítására.

- Széchenyi városrész rehabilitáció

A mintegy 20 ezer lakost számláló Széchenyi lakóváros rehabilitációjának célja a városrészben található kulturális és szabadidős létesítmények fejlesztése, a környezet színvonalának emelése közösségi terek kialakításával és a közterületek rendezésével, valamint az infrastruktúra fejlesztése és az energiahatékonyság növelése volt. 166 új parkolót alakítottak ki. A városrészben több térfelügyelő-kamerát helyeztek el a közbiztonság javítása érdekében. A városrész rehabilitáció részeként sor került a Széchenyi gimnázium és a Zöld Ház felújítására.

Közoktatási intézmények infrastrukturális fejlesztése, innovatív oktatási fejlesztések:

- „Út a Kiváló Gyermekszigetek felé!”

A program átfogó szakmai innovációt valósított meg a Szolnoki Városi Óvodákban. A projekt keretében 19 szolnoki óvoda bel- és kültéri eszközeinek beszerzésén, informatikai eszközparkjának bővítésén túl sor került az óvodapedagógusok továbbképzésére és a „jó gyakorlatok” beépítésére is az óvodai programokba. Ezen felül egy intézményben tornaszobát is kialakítottak. Az „Út a Kiváló Gyermekszigetek felé!” program számos újszerű együttműködési formát sorakoztat fel az egészségéhtől kezdve a Szülők akadémiáján át a családi sportnapokig és a környezeti programokig. A projekt keretében összesen 66 program és szolgáltatás valósult meg, amelyből 10 tehetséggondozásra, interaktív foglalkozásokra, 19 az intervenciók szemlélet kialakítására, 7 a szülői szakmai fórumokra, 29 különböző témájú családi napok szervezésére, és 1 a szociális és gyermekvédelmi területen való együttműködésre vonatkozik.

- A Kőrösi Csoma Sándor és Alapfokú Művészetoktatási Intézmény infrastrukturális fejlesztése

A diákok egy éves, átfogó felújítás után kapják vissza 2014 őszén Szolnok legnagyobb iskolájának, a Kőrösinek az épületét. Az épületet teljes körű akadálymentesítése céljából egy liftet is kapott az iskola. A tornaterem is teljes egészében megújult.

- A Szandaszőlősi Általános Iskola Infrastrukturális fejlesztése

Az ökológiai tudatosság és a takarékoság jegyében a felújítás után jelentős mértékben csökkenni fog az épület energiafogyasztása

- Fiumei Úti Általános Iskola infrastrukturális fejlesztése

A Fiumei Úti Általános Iskola energiatakarékosság jegyében történt felújítása 30%-kal csökkentette az intézmény energiafelhasználását. A fejlesztés részeként megvalósult az iskola akadálymentesítése is.

- A kompetencia alapú oktatás informatikai eszközrendszerének bővítése Szolnok iskoláiban

A modern, 21. századi oktatáshoz, és a pedagógiai és módszertani reformhoz elengedhetetlen előfeltétel a korszerű informatikai eszközök megléte a szolnoki oktatási intézményekben. A városvezetés ennek érdekében 527 db laptopot és az üzemeltetéseikhez szükséges eszközöket szerzett be 5 szolnoki iskola számára.

- A pedagógiai, módszertani reformot támogató infrastruktúra fejlesztése

Szolnok valamennyi iskolája digitális táblákat kapott, hogy a diákok modern tanulóeszköz segítségével folytathassák tanulmányaikat. Összesen 146 osztálytermet szereltek fel a korszerű íróeszközzel, amelyet kréta helyett digitális tollal lehet használni. A projekt keretében 333 pedagógust képeztek ki a digitális táblák használatára.

- Környezettudatos nevelés, és a fenntarthatóság pedagógiája című környezetvédelmi tárgyú projekt

Az átfogó pedagógiai projekt keretében többféle környezetvédelmi akció valósult meg. Sor került többek között bolygatott és roncsolt élőhelyek helyreállítására, növénytelepítésekre, erdei iskolák és környezetvédelmi táborok lebonyolítására, táj- és természetfotó versenyekre, szelektív hulladékgyűjtő kialakítására, közösségi terek

energiatakarékos átalakítására, valamint a kerékpározás ösztönzésére. 620 db kerékpár, illetve a hozzájuk tartozó láthatósági mellények és egyéb kiegészítők beszerzésére került sor. 1050 db szelektív hulladékgyűjtő edényt helyeztek ki szolnoki általános iskolákban, illetve Karcagon. Gyerekek ezrei vettek részt a környezettudatos életmóddal kapcsolatos nyári táborokban, tájbejárásokon. Közel huszonötezer fő vett részt a projektek keretein belül szervezett képzési, szemléletformáló programokban, rendezvényeken.

- „Legyél Te is természettudós!” –természettudományos labor kialakítása

Olyan modern technikával felszerelt természettudomány laboratóriumot alakítottak ki a Széchenyi István Gimnázium és Általános Iskolában, amely megfelel a korszerű, szemléltető oktatás igényeinek. A fejlesztési projekt során az Önkormányzat 14 oktatási intézménnyel kötött együttműködési megállapodást és vállalta a létrejövő laboratórium működtetését.

- A természettudományos oktatás módszertanának, eszközrendszerének korszerűsítése, és a diákkutatás fejlesztése a Varga Katalin Gimnáziumban

A Varga Katalin Gimnázium referenciaintézménnyé válik a természettudományos oktatás területén a modern technológiával felszerelt, a korszerű pedagógiai szemléltetés igényeinek megfelelő, fizika, kémia, biológia, földrajz és természetismeret szaktantárgyak oktatását segítő iskolai laboratórium felújításával és több iskola számára elérhetővé tételével.

- Természettudományi ismeretek oktatása korszerű eszközökkel és módszerekkel

A szolnoki természettudományos oktatás minőségi fejlesztése érdekében új természettudományi labort alakítanak ki, a hozzá tartozó helyiségekkel együtt, a Szolnoki Műszaki Szakközép- és Szakiskolában. A projekt keretében sor kerül a szaktanárok továbbképzésére is.

- Móra Ferenc úti bölcsőde bővítése és teljes felújítása

A Móra Ferenc úti bölcsőde felújítását a környéken élő kisgyermek számának növekedése tette szükségessé. A fejlesztés során 20 férőhelyes épületszámmal bővült az intézmény. A beruházás keretében megvalósult az épület konyhájának az egészségügyi előírásoknak megfelelő modernizációja, megtörtént a régi épület akadálymentesítése

- Kodály Zoltán Általános Iskola fenntarthatóságot ösztönző mintaprojekt

A Kodály Zoltán Általános Iskolában megvalósított környezetvédelmi mintaprojektnek kettős célja volt: egyrészt korszerű megoldásokkal jelentős mértékben növelte a közintézmény energiatakarékosságát, másrészt a tanulók, a szülők és a pedagógusok körében megismertette a fenntartható alternatívák használatának módjait, és erősítette a környezettudatos értékrendet. A környezetkímélő és takarékosági beruházás eredményeképpen az uszoda elfolyó vizét a vécék öblítésére lehet használni az újonnan kiépített vezetékrendszer segítségével. Napcellák táplálják az aulában felhelyezett LED paneleket, az uszoda fűtését pedig napkollektorok szolgálják. Esővíz-hasznosító öntözőrendszer épült, valamint kerékpártároló került kialakításra. Az energiatakarékosságot szolgáló fejlesztések éves szinten 20-30%-os megtakarítást hoznak.

Projektek az esélyegyenlőség jegyében:

- Szolgáltató Önkormányzat fejlesztése Szolnokon

Az önkormányzati munka hatékonyabbá és korszerűbb tétele érdekében elengedhetetlenül szükséges az a szemléletváltás, amit a „szolgáltató önkormányzat” kifejezéssel lehet leírni. A modern önkormányzatnak a lakosság szükségleteit a munkája középpontjába állító szolgáltatóként kell működnie. A Szolgáltató Önkormányzat projekt keretében sor került Szolnok város döntési mechanizmusának korszerűsítésére, a költségvetési gazdálkodás eredményességének javítására és a partnerség erősítésére.

- Az Egyesített Szociális Intézmény Kaán Károly úti épületének akadálymentesítése

A felújításnak köszönhetően akadálymentesítetté vált a Kaán Károly úti Szociális Otthon épülete. Az idősek otthonában különösen fontos, hogy a mozgáskorlátozott lakók is könnyen tudjanak használni minden helyiséget. Az átalakításnak köszönhetően a fogyatékossgal élők számára is elérhetővé és használhatóvá váltak a lakószobák és a közösségi helyiségek.

- A Liget Otthon akadálymentesítése

A „Liget Otthon” Fogyatékos Személyek Ápoló, Gondozó Otthona és Nappali Intézmény korszerű akadálymentesítése elengedhetetlen feladat volt az intézmény működése szempontjából. A Liget Otthon „Nappali Kreatív Műhely” néven szocioterápiás, munka-rehabilitációs és mentálhigiénés foglalkoztatást, kreatív fejlesztést biztosít fogyatékkal élő személyek számára.

ÁROP-1.A.3-2014-2014-0053 azonosítószámú, „együtt-esély – a Szolnoki járás településeinek területi együttműködése az esélyegyenlőség biztosításában” című projektA program fő célja egy, a helyi együttműködésen alapuló, a feltárt problémákat komplexen kezelni tudó járási szintű esélyteremtő programterv elkészítése.

Fejlesztések a sport jegyében:

- Holt-Tiszai öltöző

A beruházás keretében megtörtént a fiú és leány sportöltöző felújítása a Holt-Tiszai Vízi Sporttelepen. A sporttelep a központja a Szolnokon nagy hagyományokkal rendelkező kajak-kenu versenyeknek és edzéseknek.

- Utánpótlás nevelésre, edzőtáborozásra, nyári sporttáborozásra használt épület felújítása

Holt-Tiszai Vízi Sporttelepen a Dózsa-ház felújítását követően gyakorlatilag egész év során használni lehet az épületet, így az szervesen tud kapcsolódni a sportközpont minőségi szolgáltatásaihoz. Az épület a sporttelep utánpótlás nevelésre, edzőtáborozásra és nyári táborozásra használt létesítménye, amelyet elsősorban a gyermek- és ifjúsági korosztály vesz igénybe.

- Sportszervezési és sportigazgatási központ kialakítása a Tiszaligetben

A Tiszaligetben a sportlétesítmények fejlesztésével jelentősen javultak a diáksport és az utánpótlás-nevelés körülményei. A sportszervezés hatékonyságát növeli, hogy a Szolnoki Sportcentrum – Sportiskola, a Városi és a Megyei Diáksport Bizottság, a Testnevelők Egyesülete, valamint az érintett megyei sportági szövetségek egy helyen munkálkodhatnak.

- „Zöld-Ház” tornaterem

A többfunkciós létesítmény – 36x18 m-es, öltözőkkel ellátott – 2014. évben került teljes körű felújításra. A Sportiskola labdás szakosztályai tartják itt edzéseiket, de helyet ad a senior korúak tornájának, az ovifocinak, rendezvényeknek, stb.

- Véső úti Sportközpont rehabilitációja (2016-ban)

2016. évben megkezdődik a Sportközpont teljes körű rehabilitációja, amelynek keretében felújításra kerül a sportcsarnok, új nemzetközi versenyek megrendezésére alkalmas atlétikapálya épül a hozzákapcsolódó kiszolgáló épületekkel együtt (öltöző, lelátó, futófolyosó, irodák, stb.). Teljesen megújul az uszoda, amelynek medencéi látványelemekkel egészülnek ki, és az új öltöző épületben szauna-világ és fitness-terem

is elhelyezésre kerül. A rehabilitáció szerves részét képezi a teljes közműhálózat felújítása, valamint az úthálózat kiépítése is.

Innováció a kultúra jegyében:

- **Agóra Terminál –a 21. század új fénye Szolnokon**

Az Agóra Terminállal új, korszerű, háromszintes kulturális és közösségi intézménnyel gazdagodik Szolnok. A Belváros új nevezetessége az Aba-Novák Művelődési Központ mellé, az egykori pártszékház parkolójának helyére épült. Az Agóra lehetőséget ad Szolnok és térsége lakói számára, hogy jobb minőségű kulturális szolgáltatáshoz jussanak. Az új komplexum elsődleges feladata a kultúra közvetítés, a közösségfejlesztés és a képzés. (multifunkcionális rendezvénytér, stúdiósínház-terem, irodák)

Amint a fenti projektgyűjteményből látszik Szolnok több területen is jelentős előrelépést tett a város fejlesztése területén. A városvezetés továbbra is elkötelezett a város megújítása és fejlesztése területén, az európai uniós források felhasználása ezeket az elképzeléseket magas támogatási arányban segíti is. Hamarosan újabb, a város számára egyedi és innovatív fejlesztési projektek megvalósítása zárul le, amelyeket az alábbiakban foglalunk össze:

Fejlesztések a turisztikai szektorban

- **REPtár Szolnoki Interaktív Repülőmúzeum (ÉAOP -2.1.1/E-12-k2-2012-0002; a fejlesztés teljes költsége: 2.691.671.215)**

Új helyre költözik, és interaktív kiállítással gazdagodik a szolnoki honvédségi Repülőmúzeum. A múzeum a belvároshoz közeli új helyszínre, a Tisza jobb partján található Indóház 5 hektáros területére települ át. Az interaktív elemekkel kibővülő múzeum a laikus vendégek tájékoztatása és szórakoztatása mellett a repülés szerelmeseinek egyik hazai központja lesz, így szakmai találkozónak, konferenciáknak is otthont ad.

- **Interaktív Sör –és Gasztronómiai Pincemúzeum (ÉAOP -2.1.1/A.1-12-2012-0074; a fejlesztés teljes költsége: 528.579.588)**

Szolnok fontos új turisztikai attrakciója lesz a Sörmúzeum. A sörfőzés történetének bemutatása olyan népszerű téma, amely az átlagos múzeumok kínálatánál vonzóbb látnivalóvá teszi a kiállítást. A Sörmúzeum így várhatóan sok látogatót fog vonzani, így közvetve más szolnoki látnivalók látogatottságát is növelni fogja.

Közműfejlesztési projektek:

- Szolnok közvilágításának energiatakarékos átalakítása, I. és II. ütem

Az energiatakarékos közvilágítás nem csak elősegíti a környezeti fenntarthatóságot, hanem az adófizetők pénzével is spórol. Ennek érdekében a városfejlesztési stratégia keretében több ütemben valósul meg Solnok közvilágításának átalakítása. A felújításnak köszönhetően 42%-os energia megtakarítás érhető el.

Energetikai fejlesztési projekt:

- TERRE Projekt Solnok

A TERRE Solnok projekt a térségben könnyen felhasználható, megújuló energiaforrások használatát, elsősorban a fásszárú biomassza felhasználási lehetőségeit, és a „Zöld távfűtés” technológiáját kívánja népszerűsíteni. Az Európai Unió energia- és környezetvédelmi politikája egyre inkább a szén-mentes termelés és megújuló energiaforrások alkalmazásának irányába mutat. A nemzetközi pályázatban Solnok további 8 ország 12 településével együtt vesz részt. Solnok város és térsége földrajzi és mezőgazdasági adottságait tekintve a távfűtési rendszert elsősorban a fásszárú biomassza felhasználásával lehet megoldani. A „Zöld távfűtés” jövőbeni rendszer kialakításához biomassza kazánokat rendszerét szükséges kiépíteni.

A 2014-2020-as időszakban Solnok további jelentős fejlesztést tervez megvalósítani az Európai Unió támogatásával:

- Tüdőkórház kertjének rehabilitációja
- Közúti Zagyvahíd felújítása
- Dr. Sebestyén Gyula körúti híd felújítása
- Solnoki Termál és Strandfürdő fejlesztése
- a Véső úti sporttelep komplex rehabilitációja -RAJT Regionális Atlétikai JátékTÉR projekt
- Eötvös téri víztorony felújítása és turisztikai célú hasznosítása
- Millér Vízügyi Múzeum fejlesztése
- Thököly úti laktanyától délre fekvő területek gazdasági célú hasznosításának előkészítése feltáró úthálózat kiépítésével
- Szapáry út és környékének lakosság és vállalkozásbarát megújítása
- Két kerékre Solnok II.

- A Szolnoki Művésztelep turisztikai célú fejlesztése - SzolnokVÁR projekt

Összefoglalóan elmondható, hogy mind a már megvalósult innovatív fejlesztések, mind a jelenleg is futó újítások, továbbá a jövőre előirányzott tervek is, mind egy átfogó szemlélet alapján születnek meg, mennek végbe, magas szinergikus hatással erősítve egymás vonzerejét, hatékonyságát, elősegítve ezáltal a teljes település imázsának dinamikus fejlődését, az egyediségekre történő épülését, megkülönböztethetőségének elősegítését, mind hazai, mind pedig nemzetközi viszonylatban.

Szolnok kiemelt figyelmet fordít meglévő értékeinek megőrzésére, azok modernizációjára, fenntartásukra a jövő nemzedék számára. A fejlesztések mindegyike a társadalmi és környezeti fenntarthatóság mindenkor szem előtt tartásával valósul meg, számos innovatív szolgáltatást beépítve többek között az oktatásfilozófiába és az épületek korszerűsítésébe.

Szolnokon jelentős hangsúlyt helyeznek az ott élők életfeltételeinek, közbiztonságának, szórakozási, kulturális és egyéb szabadidős igényeinek minél magasabb szintű kiszolgálására, a szolgáltatási paletta folyamatos, innovatív fejlesztésére. Szolnok szignifikáns célja, hogy szerethető, polgárait megtartó várost alakítson ki és tartson fenn, ahol az állampolgárok szeretnek élni, és büszkék településükre, annak értékeire, továbbá a városba látogatók, a turisták is egyedi impulzusokkal, élményekkel gazdagodhassanak tartózkodásuk során. A városrészek mindegyike, az adott területen élők igényeinek megfelelően épül, szépül időről időre, kor – és célcsoport specifikus újítások, szolgáltatások valósulnak meg folyamatosan. A város egyre inkább vonzó a befektetők számára is, mint beruházási helyszín.

Az esélyegyenlőség mindenkor biztosítása ugyancsak szignifikáns súlyt, figyelmet kap, hiszen korcsoporttól, nemzetiségi hovatartozástól függetlenül, a város odafigyel állampolgáira, kitüntetett gondoskodással fordul időskorú és fogyatékkal élő polgárai irányába.

2.4. Szolnok turisztikai helyzetelemzése

A turizmus kínálata

Szolnok – Jász-Nagykun-Szolnok megye székhelye – az Alföld szívében fekszik. A várost a Tisza és Zagyva folyók szelik át, melyek árterei, holtágai horgászok, kirándulók paradicsoma. Az érintetlen folyópartok sokszínű szabadidős lehetőségeket biztosítanak a vízi sportokat kedvelőknek, valamint a kerékpározni és kirándulni vágyóknak egyaránt. A város kulturális élete igen gazdag, nyári programjai és a hagyományosan megrendezésre kerülő Gulyásfesztivál

tömegeket vonz. Szolnok hírnevét öregbíti előadásaival a Szigligeti Színház, tárlataival a Művésztelep, mely 1902 óta fogadja a művészeket. Emellett számos múzeum állandó és időszakos kiállításokkal várja a látogatókat.

Szolnok a folyóvízvilágán túl egy másik nagy érték birtokosa is, hiszen a helyi gyógyvíz jótékony hatásait egyre többen ismerik és kedvelik. A város vonzerejéhez hozzájárulnak olyan nagyszabású rendezvények is, amelyek már hagyományossá váltak. Minden év március-április hónapjában megrendezik a Szolnoki Zenei Fesztivált, amelyen rangos művészek lépnek fel. A város alkotó közösségei közül nemcsak a művésztelep művészei váltak híressé az évek során, hanem ismert a Tisza Táncgyűttes, a Bartók Béla Kamarakórus, a Szolnoki Szimfonikus Zenekar.

Legfontosabb látnivalók:

- **Belvárosi templom:** Szolnok legrégebbi műemléke. Az érett barokk stílusban épült Belvárosi Szentháromság templomot ferences rendi szerzetesek emelték a hozzá tartozó kolostorral együtt a 18. század elején.
- **Zsinagóga – Szolnoki Galéria:** A Damjanich János Múzeum kezelésében lévő Szolnoki Galéria az ország egyik legimpozánsabb kiállítóhelye, amelyben nagyszabású időszakos tárlatokat és hangversenyeket is rendeznek
- **Tiszavirág gyalogos –és kerékpáros híd:** Szolnok emblemikus építménye, Közép-Európa leghosszabb gyalogos hídja (444 m), amely összeköti a belvárost a Tiszaligettel, a város „tüdejével”, a sport és szabadidős intézményeknek helyet adó erdős-ligetes parkkal. A városi hídfőnél a Tiszai hajósok tere májustól szeptemberig változatos programok és fesztiválok színhelye.
- **Szigligeti Színház:** A megye kulturális életének egyik központja. Az eredeti, szecessziós teátrumra emlékeztető mai formáját 1991-ben kapta. A színház névadója Szigligeti Ede, akinek bronzszobra az épület Tisza felőli oldalán áll.
- **Tisza Szálló és Gyógyfürdő:** Barokkos tornya szintén a város egyik jelképe. Török fürdőkre hasonlító híres termálfürdőjében három medence, gőzkabin és szauna várja a pihenni, gyógyulni vágyó vendégeket. A szolnoki hévíz olyan jó minőségű, hogy ivókúrára is alkalmas.
- **Rozárium –Magyar rózsák kertje:** A Versegly park egyik szegletében, a Megyeháza mögött terül el a Rozárium, amely arról híres, hogy Magyarország szinte összes őshonos

nemesítésű rózsafajtája megtalálható benne. A Rozárium Szolnok egyik legkedveltebb és leggyönyörűbb zöldterülete.

- **Damjanich-szobor és a Tabán:** A carrarai márványból készült Damjanich-émlékművet tíz év adománygyűjtés után 1912-ben avatott fel a város. Radnai Béla szobrászművész alkotása az 1849. március 5-i, győztes szolnoki csatának és hőseinek állít emléket. a Zagyva belváros felőli partján található a Tabán, mely szerkezetében és egy-két épületével még őrzi az egykori ófalu hangulatát. Legöregebb háza 1890-ben épült.
- **Szolnoki Művésztelep:** Az ország legrégebbi, 1902-ben megnyitott művésztelepe, amely 2002-es felújítása óta ismét a hazai képzőművészeti élet egyik központjává vált. Az egykori vár területén, idilli környezetben sorakozó műteremlakásoknak állandó és ideiglenes lakói is vannak. A nagyközönség számára meghirdetett eseményeik között a legismertebbek az Articum, a Particum, az ARTjáró és a Szolnoki Képzőművészeti Társaság hagyományos, magyar festészet napjához kötődő októberi tárlata.
- **Kossuth tér és Damjanich János Múzeum:** A város főtere, amely évszázadok óta központi szerepet tölt be. Kezdetben a kút, az állatvásár és a piac miatt, később az épületei, elsősorban az 1884-ben elkészült eklektikus Városháza miatt. A Damjanich János Múzeum az egykori Magyar Király Szálloda klasszicista tömbjében működik, amely Obermeyer Lajos szolnoki építész tervei alapján 1860-ban készült el. A Kossuth tér 2007-es felújítása után vált ismét igazi közösségi térré. Zsánerszobraival, látványos szökőkútrendszerével a gyerekek és felnőttek kedvence egyaránt. Télen a karácsonyi falunak nyújt helyet, nyáron színes szabadtéri programok otthona.
- **Tiszaliget, Liget Termálstrand és Élmenyfürdő:** Tiszaliget a megyeszékhely legnagyobb összefüggő zöldterülete, sport- és szabadidő központja. Egy négycsillagos wellness szálloda, több panzió és motel mellett a Tiszaligetben található a város ifjúsági szálláshelye, a Turisztikai és Szabadidő Központ, valamint a Szolnoki Főiskola Campusa is. A Liget Termálstrand és Élmenyfürdőben termál- és élmeny-medencék, úszómedencék, csúszdapark és wellness szolgáltatások várják a látogatókat.
- **Szolnoki repülőmúzeum:** Magyarország legnagyobb repüléstörténeti múzeuma, amely a budapesti Hadtörténeti Intézet és Múzeum egyik legismertebb külső kiállítóhelye.
- **Széchenyi Parkerdő és Ökoturisztikai Központ, Bagolyvár Vadaspark:** A 125 hektáros Széchenyi parkerdőben két tematikus kiállítóhelyet és egy természetismereti, valamint egy erdészeti tanösvényt alakítottak ki. A túraútvonalak bemutatják az Alföld élőhelyeit, madárvilágát, vadon élő állatait, és a kihelyezett foglalkoztató táblák

segítségével megtanítják a természetben való tájékozódást, a térképhasználatot. A parkerdőben lovas és kerékpáros útvonalat, valamint egy szabadtéri főző- és tűzrakó helyet is kiépítettek. Itt található továbbá az ország legnagyobb, összesen 1,2 hektáros játszótere és az a fenyőrönkökből készült „téli szálláshely”, amelyben az erdei iskolai foglalkozásokat őszen és télen is meg lehet tartani. A Bagolyvár Vadaspark természetes környezetükben mutatja be Magyarország vadfajait, házi- és hobbiállatait.

- RepTár: A beruházás lezárult, a nagyközönség 2016. március 21-étől látogathatja az új interaktív élményparkot. A RepTár Szolnok egyedi vonzerőjeként a jövőben meghatározó turisztikai terméket jelent a város életében, amelyre a későbbiekben több más turisztikai attrakció és szolgáltatás is kapcsolódhat.

Kiemelt fesztiválok:

- Szolnoki Gulyásfesztivál
- Szolnoki Zenei Fesztivál
- Tiszavirág Fesztivál

Kiemelt turisztikai szakmai szervezetek –Tourinform Szolnok:

A Tourinform Szolnok Iroda 2012-ben nyílt meg, működtetője az Aba-Novák Agóra Kulturális Központ Nonprofit Kft. Az iroda szakmai koordinációját a Magyar Turizmus Zrt. végzi. A Tourinform Szolnok iroda elsődleges feladata:

- a turisták versenysemleges tájékoztatása a helyi, térségi és országos turisztikai kínálatról
- az alábbi települések átfogó turisztikai ajánlatának nonprofit képviselője és turisztikai marketing feladatainak segítése: Cibakháza, Csépa, Cserkeszőlő, Kengyel, Kunszentmárton, Martfű, Nagyrév, Rákóczi falva, Rákócziújfalú, Szajol, Szászberek, Szelevény, Szolnok, Tiszaföldvár, Tiszainoka, Tiszajenő, Tizsakürt, Tizsapüspöki, Tizsasas, Tizsatenyő, Tizsavárkony, Tószeg, Törökszentmiklós, Újszász, Zagyvarékas

2014. augusztus 30-án vehette birtokba a Tourinform Szolnok Iroda, a XXI. századi, új, modern irodahelyiségét az Agórában, ahol méltó helyen tudja fogadni a belföldi turisztikai információk iránt érdeklődő vendégeit. A szokásos szolgáltatások mellett az irodában található a Szolnok Bolt, ahol vásárolhatók szolnoki képeslapok, hűtőmágnesek és más, jellegzetes szolnoki színvonalas képzőművészeti ajándéktárgyak is. A repertoár folyamatosan tovább bővül, helyi és térségi termékekkel.

A szolnoki Tourinform Iroda által szervezett programok, rendezvények az elmúlt években:

- 5. Szolnoki Utazás Kiállítás és Vásár, 2013. április 26-27. (A kiállításon 500m²-en 45 kiállító mutatkozott be);
- Tiszavirágzás Kerékpártúra, 2013. június 22.
- Turizmus Világnapja, 2013. szeptember 27. („Ismerd meg Szolnok város nevezetességeit és kóstold meg a Tisza Szálló forrásvizét!” felhívással gyalogos városnézést indítottak. továbbá „Kerékpározz velünk Szolnokon, a Turizmus Világnapján!” felhívással kerékpártúrát szerveztek és indítottak 30 km-es távon Szolnokról Rákóczi falvára.);
- 16. Szolnoki Utazás Kiállítás és Vásár, 2014. április 18-19. (több mint 50 kiállító vett részt a rendezvényen. Külföldi kiállítók voltak a finnországi Häme megye, az észtországi Lääne-Viru megye és a Vajdaság Autonóm Tartomány.);
- Tiszavirágzás Kerékpártúra, 2014. június 21 (117 fő regisztrált túrázóval indították el a kerékpártúrát, az új kerékpárút hálózaton);
- Gyalogos, szervezett városnézések (Tisza-parti Nyár rendezvénysorozat minden szombatján gyalogos városnézést szerveztek 2014-ben.);
- Motorcsónakozás (2014-ben júliusban minden szombaton);
- Kenu túra a Tiszán (2014. júliusában);
- Szolnoki Utazás Kiállítás és Vásár, 2015. március 27-28. (Új helyszínen, az Agóra aulájában került megrendezésre a vásár. A kiállítás történetében még soha nem volt jelen ennyi külföldi desztináció);
- Tiszavirágzás Kerékpártúra 2015 június 20-án;
- Szolnoki Városnéző séták sorozat, 2015. július szombatjain;
- Kitelepülések 2015 nyarán: szolnoki programokon, megyei rendezvényeken, Békéscsaba és Hajdúszoboszló nagyrendezvényein;
- Sétahajózás fellendítésének segítése, jegyárusítás az irodában;
- Termelői Piac rendszeres megrendezése az irodában és a Hild téren (helyi és térségi termelőkkel együttműködve).

Szálláshelykínálat:

Szálláslehetőségként rendelkezésre áll három négycsillagos, három háromcsillagos szálloda, továbbá több panzió és kemping. A város turisztikai életében egyre nagyobb szerepet játszik a konferenciaturizmus (MICE turizmus), melyet több, e célra alkalmas infrastruktúrával bíró létesítmény is kiszolgál.

Szolnokon működő szállodák rövid bemutatása:

- Garden Hotel****wellness és konferencia
62 db elegáns, légkondicionált szoba; szakmai konferenciák, tréningek, üzleti tárgyalások kiváló helyszíne
- Hozam Hotel****
Szolnok első négycsillagos szállodája, a belváros egyik legcsendesebb utcájában; négy egyágyas, három kétágyas szobával és négy apartmannal
- Semiramis Hotel****
Szolnok belvárosában, a Tisza partjától néhány lépésre található, a folyót és a főteret összekötő Magyar utcában. A szálloda kiemelkedően kényelmes és izléselesen berendezett, otthonos szobákat, lakosztályokat kínál; magasra pozicionált színvonal, exkluzivitás jellemzi.
- Liget Hotel***
Szolnok város legszebb zöldövezetében, a Tiszaligetben található. A szálloda egész évben várja a pihenésre, kikapcsolódásra, sportolásra vágyó vendégeit, s egyben rendezvényeknek is helyt ad. 32 jól felszerelt, részben klimatizált, balkonos, fürdőszobás, kétágyas szobák; mozgássérültek részére kialakított szoba; szintenként egy-egy összenyitható szoba (apartman)
- Sóház Hotel*** és Apartmanszálloda***
A gyógyfürdőtől és a színháztól 150 m-re, több színvonalas étterem, üzlet közvetlen szomszédságában található. A 12 igényesen kialakított apartmanként használható szoba mind az egyéni, mind a családi vagy csoportos vendégek számára ideális szálláslehetőséget kínál rövidebb, vagy hosszabb időtartamú tartózkodásra.
- Tisza Szálló*** és Gyógyfürdő
A Tisza folyó partján parkosított környezetben egy festői szépségű neobarokk épületben található. Az épületet 1928-ban építették. A termálvíz hatása kettős: ezzel biztosítják a szállodai és éttermi részek vízellátását és egy nagyon hatásos fürdő rész üzemeltetését.

- **Hotel Tranzit****

Szolnok belvárosától kb. 5 km-re található, egész évben nyitva tartó egy szintes egyszerű létesítmény. Kollégiumi részében várják vállalkozások dolgozóit, diákcsoportokat, -2, 5 ágyas közös zuhanyzós, közös konyhás helyiségekkel. A pihenni vágyó és átutazó vendégeket a két csillagos légkondicionált szobákkal és apartmanokkal várják.

- **Hotel Trojka és Panzió*****

A Trojka Vendégház Szolnok üdülőövezetében, a városközponthoz közel, a Tiszaligetben található. 3*-os Hotelként egész évben fogadja a Tiszaligeti Szabadidőközpont vendégeit. A vendégház 9 szobában 29 fő részére kínál kényelmes szálláslehetőséget színes tv-vel, zuhanyzóval. A 2010-ben átadott Hotelben 10 db kétágyas, pótágyakkal együtt 31 fő befogadására képes.

- **Park Panzió Étterem *****

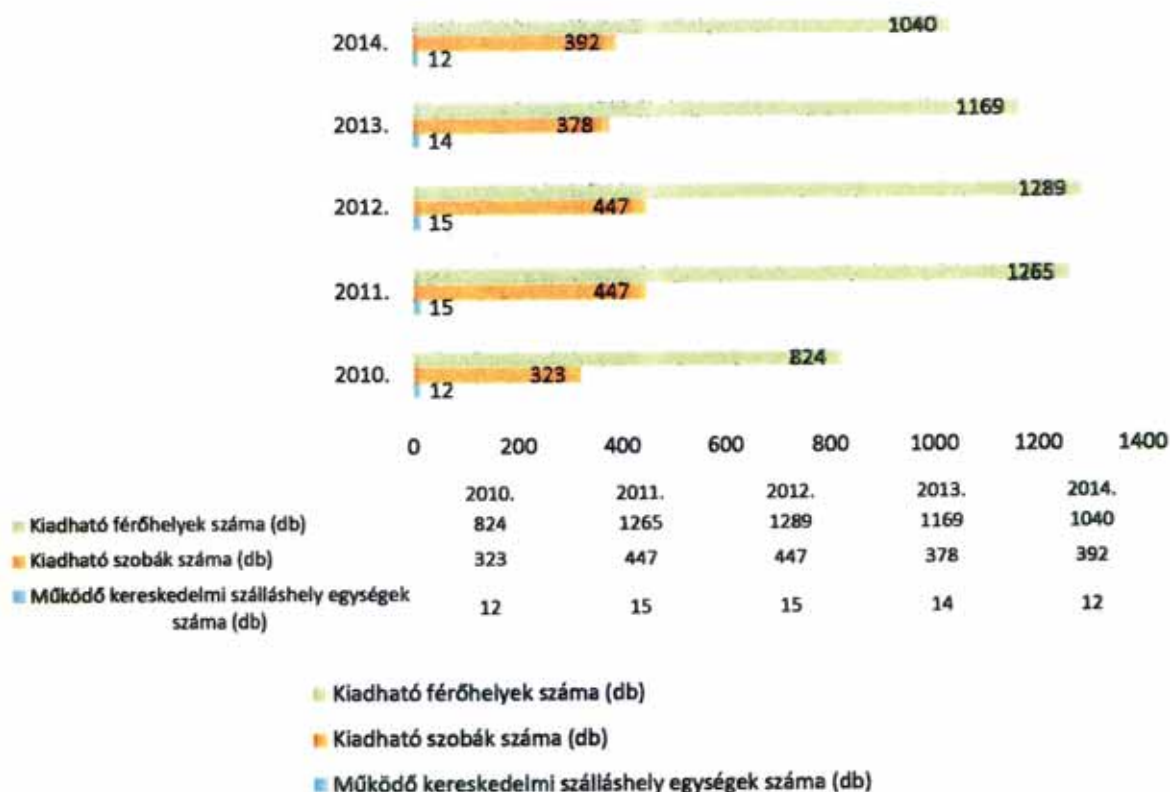
A Park Vendégház Kft által üzemeltetett Panzió Étterem Szolnokon az Ipari Park területén található. A Panzió 2006-ban épült, azóta 2010-ben egy átalakítás következtében megújult, melynek eredményeként éttermi szolgáltatással is várja vendégeit. Az Ipari Parkban lévő vállalatok, vállalkozások részére szállást, és étkezést biztosít, kellemes, nyugodt környezetben kínáljuk szolgáltatásait. A panzióban hat szoba (1 db egy ágyas, 3 db két ágyas, 2 db három ágyas) található, amelyek három csillagos besorolásúak, modern berendezéssel kerültek kialakításra.

Kereskedelmi szálláshely kapacitás Szolnokon:

Elmondható, hogy a működő kereskedelmi szálláshelyek számában viszonylag kismértékű változás történt az elmúlt 5 év során, gyakorlatilag a stagnálás állapítható meg.

Mind a működő egységek számát, mind pedig a kiadható szobák és férőhelyek számát illetően 2012-ben láthatjuk a legmagasabb értékeket, azóta valamelyest visszaestek ezek a számok. 2012 és 2014 között a szálláshely egységek száma 20%-kal csökkent, míg a kiadható szobák száma nagyjából 12 %-kal.

Kereskedelmi szálláshely kapacitás Szolnokon (2010-2014.)



7. ábra Kereskedelmi szálláshely kapacitás

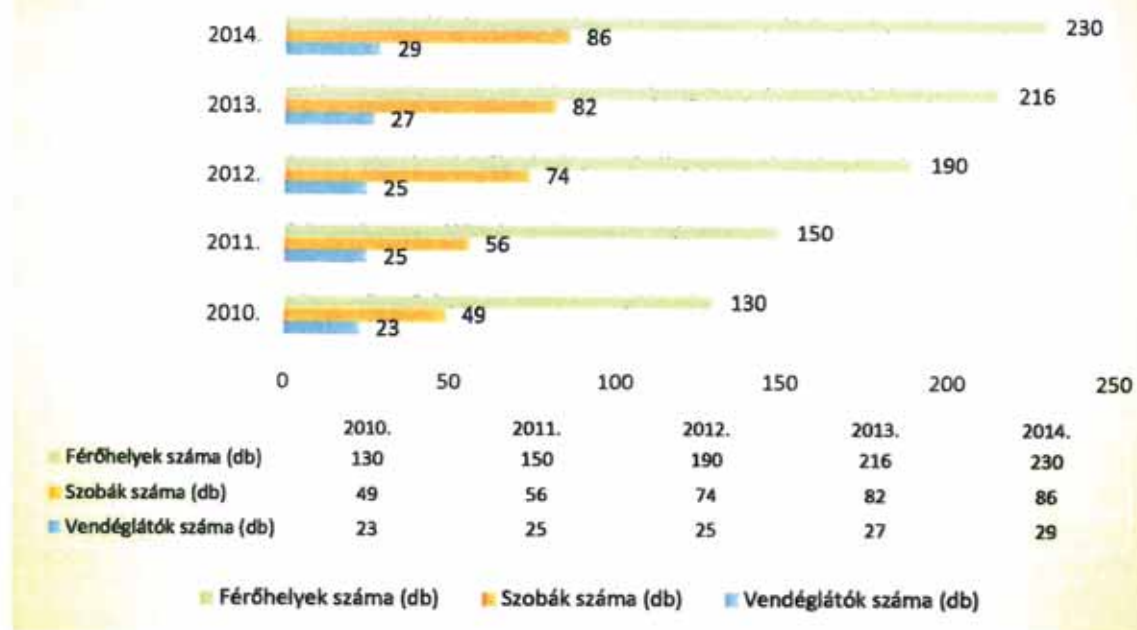
Forrás: Saját szerkesztés (KSH)

Üzleti célú egyéb (magán-) szálláshely kapacitás Szolnokon:

Kijelenthető, hogy a vizsgált öt éves intervallumban mind a vendéglátó egységek számában, mind pedig a kiadható szobák és férőhelyek számában jelentős permanens növekedés mutatkozik.

2010 és 2014 között az egységek száma 25%-kal emelkedett, míg a kiadható szobák és férőhelyek számában még szignifikánsabb fellendülés tapasztalható, 75 illetve 77 %-kal növekedtek ezen értékek.

Üzleti célú egyéb szálláshelyek Szolnokon (2010-2014.)



8. ábra Üzleti célú egyéb szálláshelyek, Szolnok

Forrás: Saját szerkesztés (KSH)

A turizmus kereslete Szolnokon

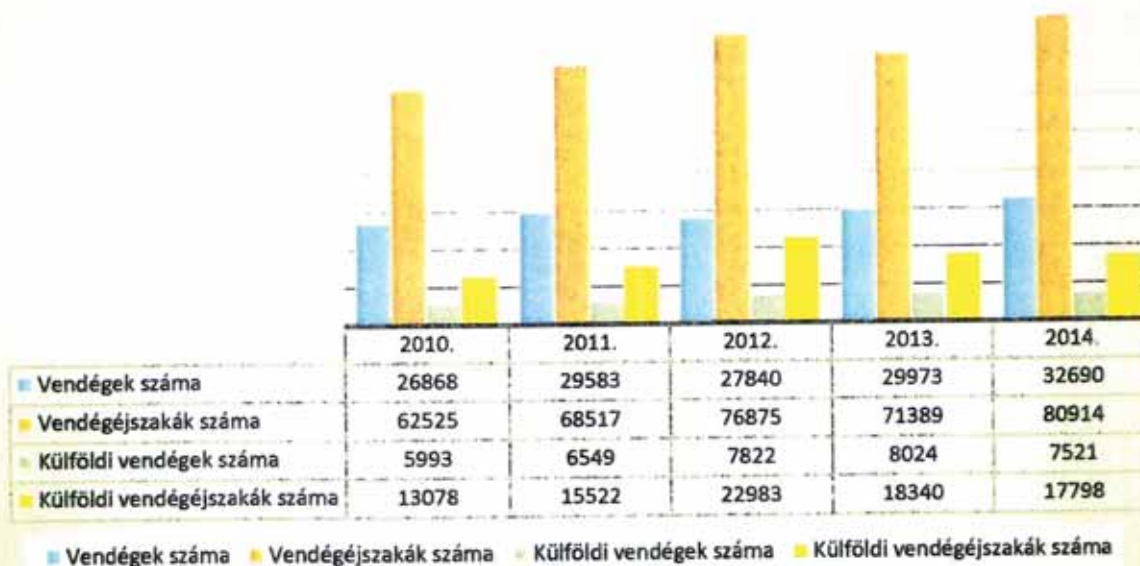
Míg a kereskedelmi szálláshelyek kínálata az elmúlt évek során alig-alig változott, addig a vendégforgalmi adatok már biztató tendenciákat sejtetnek.

Kereskedelmi szálláshelyek:

Kijelenthető, hogy a kereskedelmi szálláshelyek forgalmát illetően, folyamatos növekedés tapasztalható mind a vendégek számát (egy kisebb visszaesés történt ugyan 2012-ben), mind pedig a vendégéjszakák számát tekintve. 2010 és 2014 között a vendégek száma 22 %-os, a vendégéjszakák 29 %-kal növekedtek, tehát ebből következően némiképp emelkedett az átlagos tartózkodási idő is a kereskedelmi szálláshelyeken.

A külföldi vendégek száma 2010-ben az teljes vendégszám 22 %-át, míg 2014-ben a 23 %-át jelentette. A külföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák tekintetében 20-24 %-os részarányt képviselnek a nem hazánkból érkező vendégek.

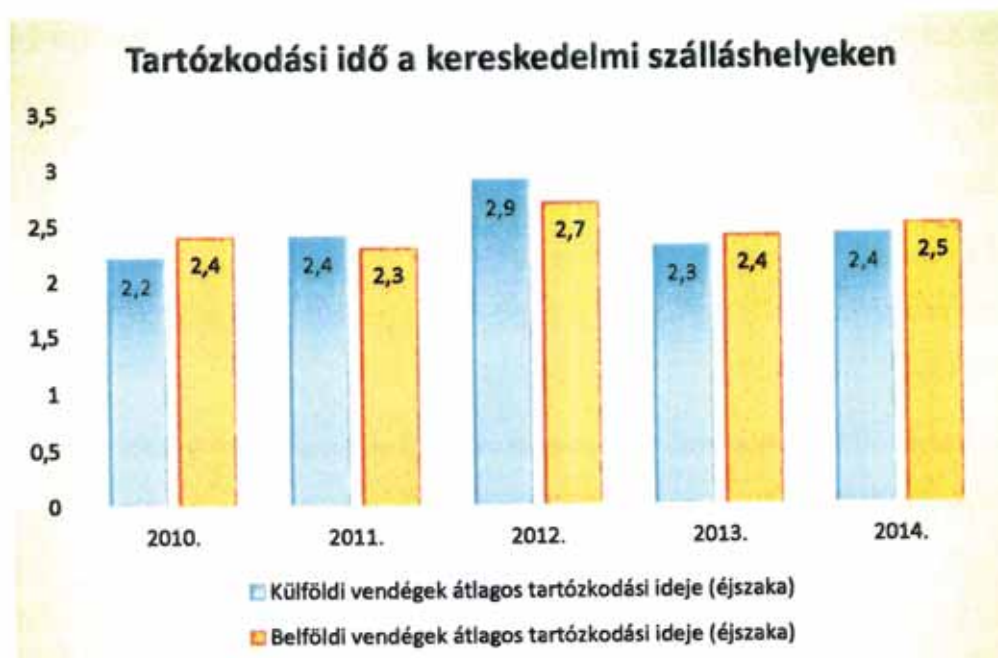
Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma



9. ábra Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma

Forrás: Saját szerkesztés (KSH)

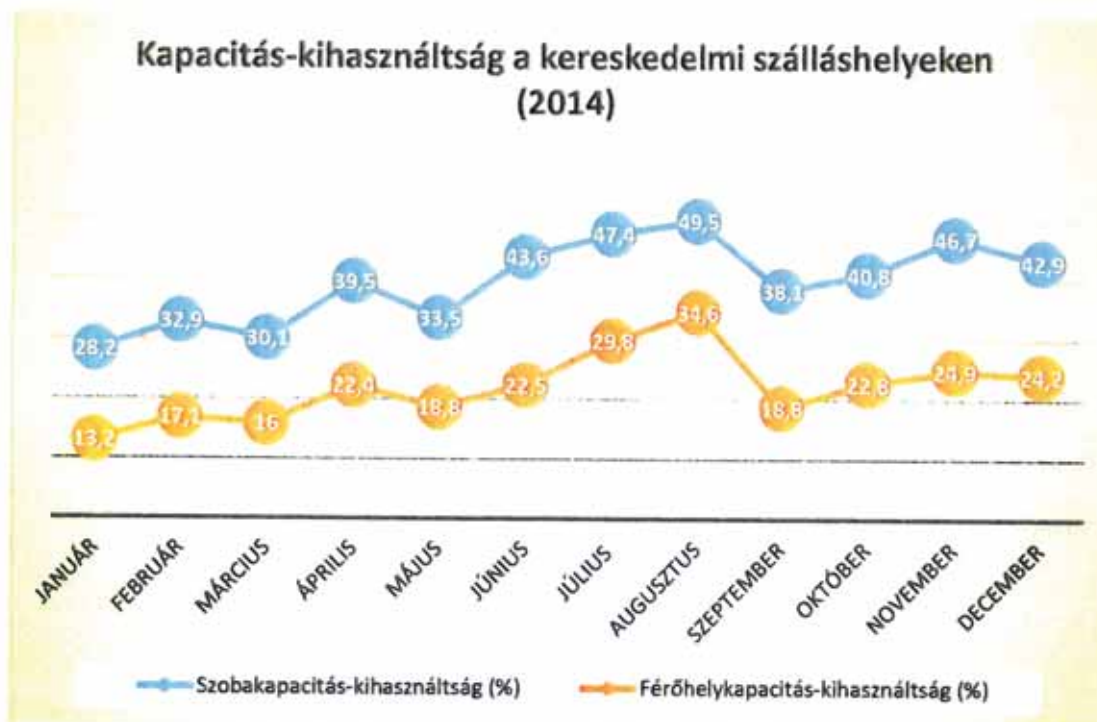
Az átlagos tartózkodási idő vonatkozásában nem tapasztalhatunk nagyarányú eltérést a belföldi illetve a külföldi vendégek vonatkozásában a kereskedelmi szálláshelyeken. A legmagasabb számokat a 2012-es évben regisztrálhattuk. A pontos értékeket a következő diagram szemlélteti:



10. ábra Átlagos tartózkodási idő a kereskedelmi szálláshelyeken

Forrás: Saját szerkesztés (KSH)

A kereskedelmi szálláshelyek kapacitás-kihasználtságát a 2014-es év hónapjaiban, a következő diagram szemlélteti:



11. ábra Kapacitás-kihasználtság a kereskedelmi szálláshelyeken (2014)

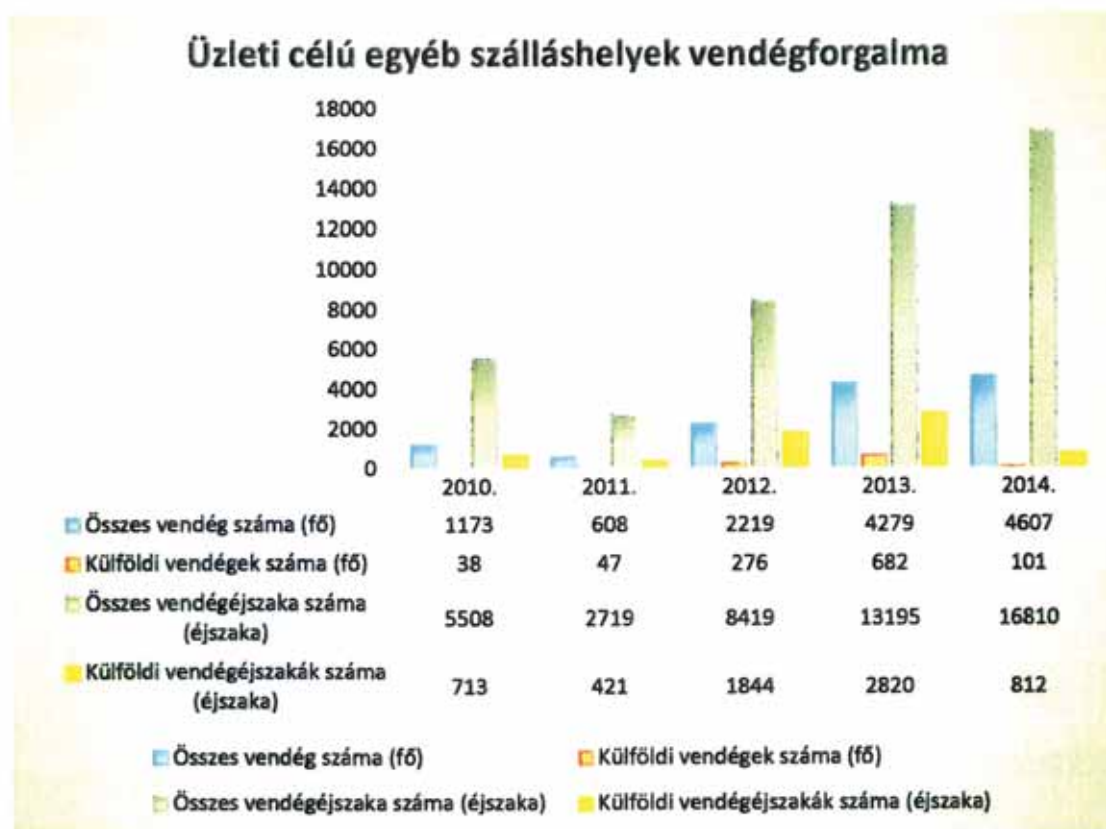
Forrás: Saját szerkesztés (KSH)

Kijelenthető, hogy a legerősebb hónapok kapacitás-kihasználtság vonatkozásában egyértelműen a nyári hónapok, ugyanakkor az év utolsó harmada is meglehetősen intenzív volt a tavalyi esztendő folyamán.

Üzleti célú egyéb (magán-) szálláshelyek:

Elmondható, hogy a kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmával párhuzamosan, a vizsgált időintervallumban, az üzleti célú egyéb szálláshelyek vendégforgalma és vendégéjszaka száma is folyamatosan növekedett.

2010 és 2014 között a vendégszám gyakorlatilag megnégyszereződött, míg a vendégéjszakák számában háromszoros növekedés volt tapasztalható.



12. ábra Üzleti célú egyéb szálláshelyek vendégforgalma (2010-2014.)

Forrás: Saját szerkesztés (KSH)

A külföldi vendégek számának részaránya azonban igen csekélynek mondható, ez az érték 2010-ben 3 %-a, 2012-ben 12 %-a, míg 2014-ben csupán 2 %-a volt a teljes vendégszámnak. A vendégéjszakák vonatkozásában ennél valamivel nagyobb részarányt mutatnak a külföldi turisták értékei (13, 15, illetve 22 % 2010 és 2013 között), amelyből következik, hogy a külföldi turisták átlagos tartózkodási ideje magasabb, mint a belföldi turistáké. Az erre vonatkozó pontos értékeket a 13. ábrában kívánjuk szemléltetni.

A kimutatás alapján tehát kijelenthető, hogy nagyarányú eltérés tapasztalható az átlagos tartózkodási idő vonatkozásában a külföldi vendégek javára.

A külföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma – a hazai turisztikai régiók közül - az Észak-Alföldön bővült a legdinamikusabban (+7,9%). A külföldi vendégéjszakák aránya 30% feletti volt még a Nyugat-Dunántúlon (48,6%), a Balatonnál (36,9%) és az Észak-Alföldön (31,0%). Az Észak-alföldi régióba érkező küldő országok TOP listája: Románia, Ukrajna, Szlovákia, Németország és Lengyelország.



13. ábra Tartózkodási idő az üzleti célú egyéb szálláshelyeken (2010-2014.)

Forrás: Saját szerkesztés (KSH)

IFA –bevételek:

Az elmúlt évek idegenforgalmi – adó bevételeit vizsgálva megállapítható, hogy a 2011-es esztendő hozta a legnagyobb értéket, míg a tavalyi év meghaladta a 2012-es és 2013-as adatokat is. Az idei év bevételei várhatóan nem fogják elérni a tavalyi összeget. A következő táblázat az elmúlt 5 év, illetőleg a jelenlegi év eddigi bevételeit szemlélteti az IFA vonatkozásában:

Vizsgált évek	Bevétel összege (Ft)
2010	4 040 600
2011	22 314 400
2012	6 728 000
2013	5 811 200
2014	7 054 000
2015.09.30.-ig	4 329 000

14. ábra IFA bevételek 2010-2015.09.

Forrás: Saját szerkesztés –Szolnok MJV Önkormányzata

A trendekből látható, hogy Szolnok turizmusból származó önkormányzati bevételek erősen ingadozó képet mutatnak, melyeket a turisztikai keresleti adatok nem tükröznek. Ezen ellentmondás feloldására jelenleg nem áll rendelkezésre kielégítő magyarázat.

Szolnoki rendezvények látogatottsága:

Amint azt már jelen fejezet korábbi részében ismertettük, a város színes rendezvény palettával büszkélkedhet. A következő táblázatban az idei év városi és kiemelt rendezvényeinek látogatottságát szeretnénk prezentálni, időrendi sorrendben:

Időpont	Rendezvény megnevezése	Résztevők száma
2015. év kiemelt versenydíszakaiban	Városi Diákolimpia	3000 fő
2015. január 8.	Hanzély Pál emléktáblájának koszorúzása	50 fő
2015. január 25.	Magyar Kultúra Napja ünnepség	450 fő
2015. február 2.	Tisza élővilágának emléknapja	250 fő
2015. február 25.	Kommunizmus áldozatainak emléknapja	80 fő
2015. március 7.	Szolnoki csata	1000 fő
2015. március 15.	Megemlékezés az 1848-49-es forradalom és szabadságharcra	800 fő
2015. március 12-05.	IV. Országos Vasúttörténeti és Vasútmodell kiállítás	4441 fő
2015. március 27-28.	17. Szolnoki Utazás Kiállítás és Vásár	5000 fő
2015. április 16.	Holokauszt emléknap	100 fő
2015. április 21.	COOP Májusfa Futás	7150 fő
2015. április 22.	Megavers -Döntő	220 fő
2015. április 23.	Végzős diákok köszöntése	600 fő
2015. április 29.	Tánc Világnapja rendezvény	258 fő
2015. május 1.	Családi Majális	10000
2015. május 7.	Óvodás Tavaszi Sorverseny	400 fő
2015. május 22.	V. Táncművészeti Fesztivál	380 fő

Időpont	Rendezvény megnevezése	Részvevők száma
2015. május 29-31.	XXII. Szolnoki Országos Néptáncfesztivál	2400 fő
2015. június 4.	Nemzeti Összetartozás Napja	200 fő
2015. június 6.	Szolnok Táncol	480 fő
2015. június 13.	Sportok, Gólok Éjszakája	500 fő
2015. június 16-20.	X. Szolnoki Tiszavirág Fesztivál	50000 fő
2015. június 27.	Ganz Villám Nap	400 fő
2015. július 3-4.	Tisza-parti Nyár	1500 fő
2015. július 7 –aug. 13	Nyári Kispályás Labdarúgó Bajnokság	1100 fő
2015. július 11.	Tisza-parti Nyár	2500 fő
2015. július 18.	Tisza-parti Nyár	3000 fő
2015. július 27.	Séf Randevú	2000 fő
2015. augusztus 20.	Szent István Napja	12000 fő
2015. augusztus 29-31.	Szolnok Napja	15000 fő
2015. augusztus 29.	Kis esti futás	63 fő
2015. augusztus 29.	Szolnoki Olaj KK Baráti Kör –Családi Nap	450 fő
2015. augusztus 31- szeptember 1.	Szolnok napi koszorúzások	210 fő
2015. szeptember 1.	Szolnok napi díjátadó	400 fő
2015. szeptember 11-13.	Gulyásfesztivál	45000 fő
2015. szeptember 16-20.	Tiszaligeti Napok	4000 fő
2015. szeptember 20.	Jászkun Volán Családi Nap	400 fő
2015. szeptember 26.	III. Tiszai Hal Napja	2000 fő
2015. október 6.	Városi megemlékezés az aradi vértanúkra	400 fő

Időpont	Rendezvény megnevezése	Részvevők száma
2015. október 23.	Október 23. Ünnepség	500 fő
2015. november 4.	Őszi Óvodás Sorváltó Verseny	400 fő
2015. november 22.	28. Belépés nem csak tornacipőben	600 fő
2015. nov. 27.-dec. 31.	Adventi Falu (Kossuth tér)	10000 fő
2015. december 2.	Sportiskolai Díjátadó	1000 fő
2015. december 2-24.	Karácsonyi Vásár (Hild Tér)	5000 fő
2015. december 11.	Országos Diákolimpiai –és Felnőtt Magyar Bajnoki Átadó	126 fő
2015. december 31.	Szilveszter –BÚÉK 2016.	4000 fő

15. ábra Szolnok kiemelt rendezvényeinek látogatottsága 2015-ben

Saját szerkesztés –Forrás: Aba-Novák Agóra Kulturális Központ, Szolnok; Szolnoki Sportcentrum Nkft.

Szolnok nemzetközi kapcsolatai

Szolnok jelenleg tizenegy településsel kötött testvérvárosi együttműködést:

- 1969 Rihimaki (Finnország)
- 1990 Reutlingen (Németország), Nagybánya (Románia)
- 1995 Bielsko-Biala (Lengyelország)
- 1998 Forlí (Olaszország)
- 2001 Shoham (Izrael)
- 2004 Yuza (Japán)
- 2006 Eastwood (Nagy Britannia)
- 2008 Rakvere (Észtország)
- 2009 Sanmenxia, Jinzhong (Kína)
- 2014 Bengbu (Kína)

Régebben a szomszédos népek jobb megismerése, a nyelvtanulás, kulturális és sport kapcsolatok létrehozatala volt a cél, ma már inkább erősödik a gazdasági „társkeresés” a kulturális mellett. A testvérvárosi kapcsolatok szakmai sikereket is jelentenek, hiszen a középiskolások már olyan cserelátogatásokon is részt vesznek, ahol ki-ki a maga szakmája

oktatási-képzési szokásait is megismerheti. A sportolók rendszeresen jelen vannak egymás versenyein. A hivatalos szálak mellett az évek alatt számtalan barátság alakult, ami családok kölcsönös utazásait jelenti már évek óta, de a madarászok, a tűzoltók és az énekkarok is megtalálták a maguk „embereit” idegen országokban. A város segít, ahol tud a civil kapcsolat fölvételekben is. A testvérvárosi kapcsolatok alkalmasak arra is, hogy a jelenleg tervezett fejlesztések során a testvérvárosok célcsoportjai számára is attraktív kínálati elemekkel találkozzanak. Így érdemes az új attrakciók, pl. fürdőfejlesztés esetében például a japán stílust megjeleníteni a létesítmény külső kialakítása során és szolgáltatásai között japán kínálati elemeket is megvalósítani. Ezekkel az apró, ám jelentőségteljes beavatkozásokkal tovább specifikálható Szolnok turisztikai kínálata.

Szolnok szerepe a megye turizmusában

A helyzetelemzés korábbi fejezeteiben bemutatott nagyrendezvények illetve országos jelentőségű turisztikai attrakciók természetesen a megye több településéről is magas számú látogatóközönséget vonzanak be a megyeszékhelyre.

Jelen fejezetben statisztikai adatok prezentálásával kívánjuk Szolnok, megyében elfoglalt turisztikai súlyát érzékeltetni. A következő táblázat a megyeszékhely, Jász-Nagykun-Szolnok megyében való szerepét szemlélteti a kereskedelmi szálláshely egységek számát, illetőleg a kiadható férőhelyek számát illetően, a 2014-es adatok tekintetében:

	2014	
	Jász-Nagykun-Szolnok megye	Szolnok
Kiadható férőhelyek száma (db)	13451 (100%)	1040 (a megye 7,7%-a)
Kereskedelmi szálláshelyek száma (db)	108 (100%)	12 (a megye 11 %-a)

16. ábra Szolnok turisztikai súlya a megyében

Forrás: Saját szerkesztés

Megállapítható tehát, hogy Szolnok, a megye kereskedelmi szálláshely egységeinek alig több, mint 10 %-ával, a kiadható férőhelyek vonatkozásában a megyei érték csekély 7,7 %-ával rendelkezik.

A következő kimutatás a megyeszékhely, Jász-Nagykun-Szolnok megyében való szerepét szemlélteti az üzleti célú egyéb szálláshely egységek számát, illetőleg a kiadható férőhelyek számát illetően, a 2014-es adatok tekintetében:

	2014	
	Jász-Nagykun-Szolnok megye	Szolnok
Kiadható férőhelyek száma (db)	5673 (100%)	230 (a megye 4 %-a)
Üzleti célú egyéb szálláshelyek száma (db)	720 (100%)	29 (a megye 4 %-a)

17. ábra Szolnok turisztikai súlya a megyében II.

Forrás: Saját szerkesztés

Az elemzés alapján elmondható, hogy a magánszálláshely kínálat a kereskedelmi szálláshelyi arányokhoz mérten is alacsonyabb részarányt képvisel a megye vonatkozásában. Mind a kiadható férőhelyek számát, mind pedig a szálláshely egységek számát tekintve 4 %-os súllyal jelenik meg Szolnok Jász-Nagykun-Szolnok megyében, amely alapvetően nem tekinthető magas aránynak a megyeszékhelyen megtalálható turisztikai és egyéb szolgáltatások, attrakciók vonatkozásában, illetőleg a település méretét tekintve.

A keresleti oldal vizsgálata ugyancsak releváns szerepet kap jelen fejezetben, amely során azt vizsgáljuk, hogy a vendégek, vendégéjszakák száma, a bevételi oldal, a kapacitás kihasználtság tekintetében a megyeszékhely milyen erőt képvisel Jász-Nagykun-Szolnok megye viszonylatában.

	2014	
	Jász-Nagykun-Szolnok megye	Szolnok
Vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (fő)	183640 (100%)	32690 (a megye 17,8%-a)
Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (éj)	507624 (100%)	80914 (a megye 16 %-a)
Átlagos tartózkodási idő (éj)	2,8	2,5

18. ábra Kereskedelmi szálláshelyek forgalma Szolnokon illetve Jász-Nagykun-Szolnok megyében (2014.)

Forrás: Saját szerkesztés

A fenti táblázat alapján látható, hogy a megyeszékhely kis mértékben elmarad a megyei átlagtól a kereskedelmi szálláshelyeken mért átlagos tartózkodási idő vonatkozásában a 2014-es regisztrált adatok alapján. Fontos megjegyezni továbbá, hogy míg kínálati oldalon a szolnoki kereskedelmi szálláshely egységek illetőleg a férőhelyek száma a megyei összérték mindössze 11 illetve 7,7%-át adják. Ugyanakkor a keresleti oldalon a vendégek száma ~18 %-át, a vendégéjszakák száma pedig 16%-át képviselik a megyei összértéknek. Ezek alapján a megyeszékhely tekintetében valamivel magasabb kapacitáskihasználtságra következtethetünk a megyei átlaghoz képest.

A következő táblázat a kereskedelmi szálláshelyek kapacitás-kihasználatát szemlélteti Szolnok és a megye viszonylatában.

	2014	
	Jász-Nagykun-Szolnok megye	Szolnok
Szobakapacitás-kihasználat (%)	38,2	39,6%
Férőhelykapacitás-kihasználat (%)	16,2	22,3%

19. ábra Kapacitás-kihasználat a kereskedelmi szálláshelyeken Szolnokon és Jász-Nagykun-Szolnok megyében (2014.)

Forrás: KSH –saját szerkesztés

A fenti táblázat alapján tehát elmondható, hogy Szolnok valóban magasabb a kapacitáskihasználtsággal rendelkezik a kereskedelmi szálláshelyek tekintetében a megyei átlag értékhez viszonyítva.

A következő táblázat az elmúlt évek bevételeit szemlélteti a kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó szállásdíj bevétele alapján, Szolnok és a megye vonatkozásában:

	Kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó szállásdíj árbevétele (1000Ft)	
	Jász-Nagykun-Szolnok megye	Szolnok
2012.	2 036 955	477 803 (megye 23%-a)
2013.	2 120 774	449 528 (megye 21%-a)
2014.	2 382 198	498 144 (megye 20%-a)

20. ábra Kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó szállásdíj árbevétele Jász-Nagykun-Szolnok megye és Szolnok vonatkozásában (2012.-2014.)

Forrás: KSH – Saját szerkesztés

A fenti táblázat alapján elmondható, hogy a vizsgált 3 év során a megye vonatkozásában folyamatosan emelkedett kis mértékben a bruttó szállásdíj árbevétel a kereskedelmi szálláshelyeken összesen, Szolnokon 2013-ban kisebb visszaesés volt tapasztalható, majd 2014-ben a bevétel meghaladta az előző évek értékeit. A megyeszékhely részesedése Jász-Nagykun-Szolnok megye viszonylatában, kis mértékben ugyan, de csökkenő tendenciát mutat a vizsgált időszakban. A részarány természetesen következik az 1 szoba 1 működési napjára jutó szállásdíj (REVPAR mutató) mértékétől is, amely, míg 2012-ben 5,2%-kal, addig 2014-ben már 15,3%-kal maradt el Szolnokon a megyei átlagtól (forrás: KSH).

3. Szolnok SWOT analízise és trendelemzése

3.1. SWOT analízis a városmarketing jegyében

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> • fejlett oktatásfilozófia • akadálymentesített közintézmények nagy száma • természetes vízi élőhely típusok a Tisza mentén • fejlett belső és külső kerékpárút hálózat • fejlett vasúthálózat, vasúti gócpont, jelentős logisztikai szerep • „hídváros szerep” • alternatív energiaforrások hasznosítása, magas fokú energiahatékonyság • tudatos, célorientált városfejlesztési stratégia • kialakult, jól megkülönböztethető profillal rendelkező és magas szakmai színvonalon működő kulturális intézmények • magas fokú közbiztonság • színes rendezvénynaptár, kifejezetten a nyári hónapokban • két regionális fesztivál (Gulyásfesztivál, Tiszavirág Fesztivál) • Közép-Európa leghosszabb, egyedi gyalogos hídjá • magas szintű, színes sport-élet • az érettségizettek és felsőfokon képzettek aránya meghaladja az országos átlagot • fokozatosan fejlődő helyi gazdaság, bővülő ipari park(ok) 	<ul style="list-style-type: none"> • aránylag alacsony létszám a felsőoktatásban • a város egészségi és szociális állapotának kedvezőtlen helyzete → elöregedő népesség, jelentős a rokkant nyugdíjasok és kedvezményel nyugdíjban levők aránya is • sok tekintetben a megörökölt épületek elavultak, korszerűtlenek, látványuk nem vonzó • nagy az elvándorlók aránya, kevés a munkalehetőség a közép és felsőfokú végzettségűek számára • innovációs, K+F tevékenységet végző vállalkozások alacsony száma

Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> • növekvő beruházási kedv a befektetők részéről • 4-es számú főút gyorsforgalmi úttá fejlesztése • műemlékek, régi épületek, épületállományok megléte, rehabilitációja, új funkciók szerinti hasznosítása • magán, állami és EU-s források további bevonása a jövőbeni fejlesztésekbe → az új EU-s ciklus konkrét forrásokat delegál a megyei jogú városok részére → Modern Városok Program • A Kecskeméti Főiskola és a Szolnoki Főiskola egyesülése kapcsán új együttműködési alternatívák, képzési formák • a Logisztikai Szolgáltató Központ jelentős potenciállal bír, a város kitörési pontja lehet • Szolnok egyediségei (habos ischler, Művésztelep, Tiszavirág híd, szolnoki csipke) 	<ul style="list-style-type: none"> • a szolnoki népesség további fogyása • negatív vándorlási különbözet • szélsőséges időjárási viszonyok (tiszai árvizek, aszály) • magánbefektetők elmaradása

21. ábra Szolnok SWOT-analizise

Forrás: Saját szerkesztés

3.2. Turisztikai SWOT-analízis

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> • természetes vízi élőhely típusok a Tisza mentén • fejlett belső és külső kerékpárút hálózat • fejlett vasúthálózat, vasúti gócpont, • „hídváros szerep” • kialakult, jól megkülönböztethető profillal rendelkező és magas szakmai színvonalon működő kulturális intézmények • magas fokú közbiztonság • színes rendezvénynaptár • két regionális fesztivál (Gulyásfesztivál, Tiszavirág Fesztivál) • Magyarország legnagyobb repüléstörténeti múzeuma • Közép-Európa leghosszabb, egyedi gyalogos hídja • az ország legnagyobb ökojátsszóttere • turizmus szakkal rendelkező Szolnoki Főiskola 	<ul style="list-style-type: none"> • viszonylag alacsony részarány a kereskedelmi és magán szálláshelyek számát, illetőleg a férőhelyek számát tekintve a megye vonatkozásában • alacsony az idegen nyelvet beszélők száma, a népesség 21,3%-a • sok tekintetben a megörökölt épületek elavultak, korszerűtlenek, látványuk nem vonzó • a városon áthaladó folyók turisztikai hasznosítása nem megfelelő • turisztikai pozicionálás hiánya • a rendezvényeknek nincs régió túlnyúló hatásuk • korlátozott szálláshely-kapacitás • kevés az egyedi vonzerő
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> • 4-es számú főút gyorsforgalmi úttá fejlesztése • műemlékek, régi épületek, épületállományok megléte, rehabilitációja, új funkciók szerinti hasznosítása • magán, állami és EU-s források további bevonása a jövőbeni fejlesztésekbe • REPtár és Sörárium interaktív múzeumok megnyitása, melyek „igazi turistákat” vonzhatnak a városba • Szolnok egyediségei, melyek a turisztikai arculat pilléreivé is válhatnak (habos ischler, Művésztelep, Tiszavirág híd, szolnoki csipke) 	<ul style="list-style-type: none"> • versenytárs városok sikeresebbek lesznek a turizmusban

22. ábra Szolnok turisztikai SWOT – analízise

Forrás: Saját szerkesztés

3.3. Trendelemzés

Kutatási módszertan –Internetes kutatás

Manapság egy téma iránti érdeklődést (vagy érdektelenséget) a világhálón jelentkező keresések jellemeznék legjobban, ezért fontos Szolnok megjelenését a Web-en megvizsgálni.

A **Google Keresőprogram** által nyújtott statisztikai adatok egy adott kifejezésre vonatkozó keresések intenzitását, az érdeklődők földrajzi megoszlását mutatja, valamint annak megjelenését a hírportálon, így a közéletben is. E statisztikák esetén számszerű adatok nem jeleníthetők meg, csupán arányok, százalékos változások érzékelhetők, így főként az idősoros vizsgálatnak, valamint több kifejezés összehasonlításának van értelme. A nemzetközi vonatkozást figyelembe véve érdemes egy szó több változatát egyszerre vizsgálni. (A Google portál statisztikai adatai bizonyos időszakokra nem elérhetők, ezt azonban az elemzések esetén figyelembe vesszük.) A keresés folyamán kulcsszavak adhatók meg, amelyre, ha elegendő mennyiségű keresést regisztrál a program, akkor jelenít meg trendeket bemutató görbét. A keresőprogram lehetőséget biztosít arra is, hogy két vagy akár több szempontot, kulcsszót összevetve jelenítse meg a trendeket, amely ez által lehetővé teszi a versenytársak vizsgálatát is. Jelen tanulmányban Szolnok esetében több kulcsszóra kerestünk rá, amelyek közül nem minden esetben volt meg az elegendő mennyiségű keresés.⁴ Az alábbiakban összegezzük, hogy mely kulcsszavakra biztosított megjelenítési lehetőséget a program.

Szolnok
Tiszaliget
Szolnoki szálláshelyek
Szolnoki Olaj Kosárlabda Klub
Szigligeti Színház
Tiszavirág Fesztivál
'Gulyásfesztivál Szolnok'
Tiszavirág híd
'Szolnok kerékpár'
Tiszavirágzás (kerékpártúra)

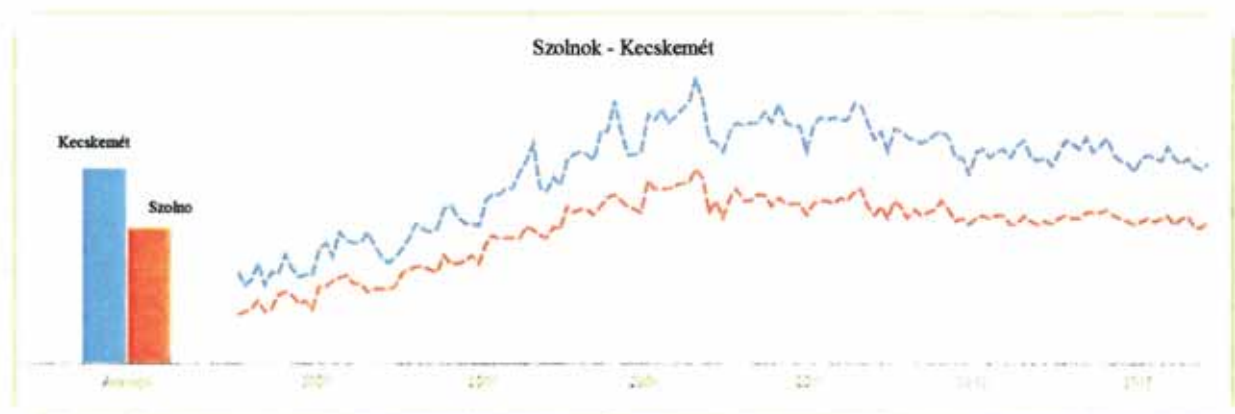
23. ábra Google trends kulcsszavas keresés eredményei

Forrás: saját szerkesztés

⁴ Jelen trendelemzés során elsősorban Szolnokra fókuszálunk, azonban több helyen érdekesnek gondoltuk vázolni Kecskemétet, mint versenytárral szembeni helyzetét. Ezeket az összehasonlító ábrákat ebben a fejezetben szerepeltetjük, de a versenytárselemzésnél is figyelembe vesszük.

Szolnok vs Kecskemét:

Szolnok neve iránti keresési értékek (piros színnel jelölve) azt mutatják, hogy 2004-től egészen 2009 augusztusáig permanensen növekedtek a keresések, ekkor láthatjuk az eddig elért csúcspontot. Az ezt követő időszakban megfigyelhető, hogy minden évben a nyár utolsó hónapjában jelentkeztek a legmagasabb keresési értékek, mely értékek hozzávetőlegesen megegyeznek az elmúlt négy-öt év során. A legalacsonyabb értékek az évek utolsó hónapjában láthatóak. Kecskemét értékei – melyeket kék színnel jelölünk – átlagosan magasabb százalékpontokat mutatnak a vizsgált időszak során, azonban valamelyest ingadozóbb összkép látható Bács-Kiskun megye székhelye esetében. Szolnok százalékpontjainak átlaga 48, míg Kecskemété 68, az elemzett időszakban.



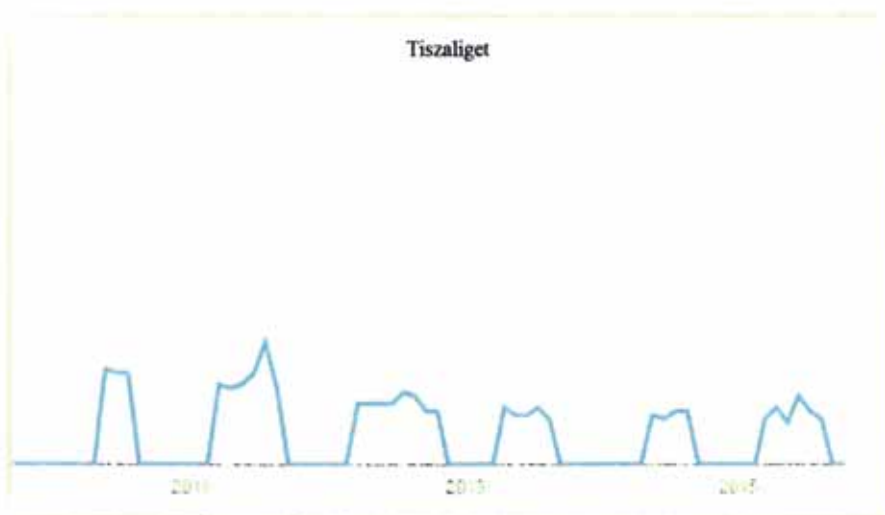
24. ábra Trendelemzés - 'Szolnok -Kecskemét'

Saját szerkesztés –forrás: <https://www.google.com/trends/explore>

Tiszaliget:

A város „tüdeje”, a sport –és szabadidős intézmények, szolgáltatások helyszíne, melyet a 2011-ben átadott Tiszavirág híd köt össze a belvárossal. Ennek köszönhetően a keresési értékek is jelentős növekedést mutatnak a nyári hónapok vonatkozásában 2010 és 2011-et összehasonlítva, a híd átadásának évében keresések mutatkoznak egészen októberig. Az elmúlt négy évet vizsgálva elmondható, hogy a nyári hónapokban láthatóak a legmagasabb keresési értékek, azonban az évek alatt egyre inkább kiszélesedni látszik a keresések időtartama, és 2015-ben már egészen márciustól szeptemberig, míg a korábbi években legkorábban áprilistól figyelhetünk meg kereséseket, és augusztussal bezárólag véget ért a „szezón”. A Tiszaligetben

további szezon szélesítő hatást további sportrendezvények szervezése és a tervezett fürdő fejlesztés megvalósítása jelenthet.



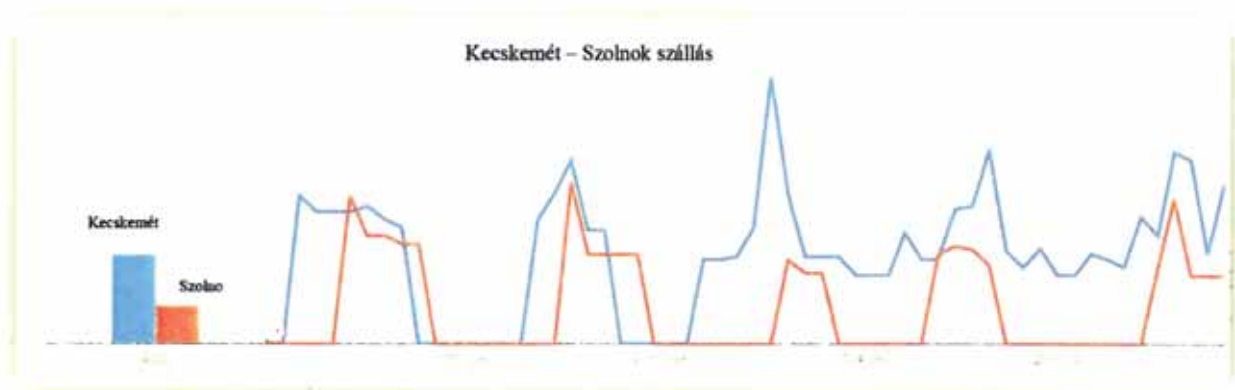
25. ábra Trendelemzés - 'Tiszaliget'

Saját szerkesztés –forrás: <https://www.google.com/trends/explore#q=tiszaliget>

Szolnoki vs kecskeméti szálláshelyek:

Kecskeméttel (kék színnel jelölt) összevetve Szolnok (piros színnel jelölt) szálláshelyeit átlagosan 15% ponttal kevesebben keresik. A keresések mindkét város esetében Budapestre fókuszálnak. Általánosságban megjegyezhető, hogy mindkét város esetében a nyári hónapok jelentik a csúcsszezont. A szolnoki szálláshely kínálat iránti érdeklődés, interneten történő keresések az elmúlt négy év során a nyári hónapokban voltak a legmagasabbak. 2011-ben a júniusi hónapban indult meg a nagyobb mértékű érdeklődés a településen elérhető szálláshelyek iránt, 2012-ben júliusban kezdődött meg a jelentősebb érdeklődés és november hónapig volt jelentősebb intenzitású. A következő évben Szolnokon augusztus és október között egy igen alacsony intenzitású (27 % pont), és szűk szezon látható, ehhez képest 2014-ben májustól augusztusig tartott a rövid csúcsszezon. Az idei év eddig rendelkezésre álló értékei alapján elmondható, hogy hasonló képet kapunk, mint a 2012-es év folyamán, a júliusi hónap azonban némileg elmarad a 2012-es esztendő hasonló időszaki (61% pont) értékeitől (55 % pont). Kecskemét esetében jóval kiegyenlítettebb szezon képét láthatjuk. 2011-ben március és szeptember közötti időszak jelentette a csúcst, míg 2012-ben sokkal rövidebb májustól szeptemberig tartó csúcs időszakot láthatunk. Mindemellett azonban 2013-ig a nyári

csúcokban emelkedés is tapasztalható, 2013-ban július jelentette az elmúlt évek csúcsát (100 % pont). Azonban megállapítható, hogy 2013-at követően a kereslet minden hónapban mutat értéket, amely jelzi, hogy a szezon széthúzása sikeres volt egész évre vonatkozóan, ugyanez sajnálatos módon Szolnokról nem mondható el. Javasoljuk olyan egész éves programkínálat nyújtását, amely a nyári időszakokon kívüli időszakban is színvonalas kikapcsolódási lehetőséget nyújtanak.



26. ábra Trendelemzés - 'Kecskemét - Szolnok szállás'

Saját szerkesztés –forrás: <https://www.google.com/trends/explore#q=szolnok%20sz%C3%A1ll%C3%A1s>

Szolnoki Olaj Kosárlabda Klub:

A város első osztályban szereplő kosárlabda klubja után az internetes keresés az utóbbi évek során 2012-ben nőtt meg ugrásszerűen, kifejezetten a téli-tavaszi hónapokban, amely tendencia 2013-ban is hasonlóan folytatódott, azonban 2014-ben már alacsonyabb értékeket mérhetünk.

A keresések az elmúlt évek során az októberi időszaktól kezdődően növekedtek ugrásszerűen, értelemszerűen a profi kosárlabda bajnokság szezonjához igazodva. A városnak érdemes figyelemmel követni a kosárlabda klub jelentősebb mérkőzéseit, ezen alkalmak a városi kommunikáció számára is különleges alkalmakat jelenthetnek.

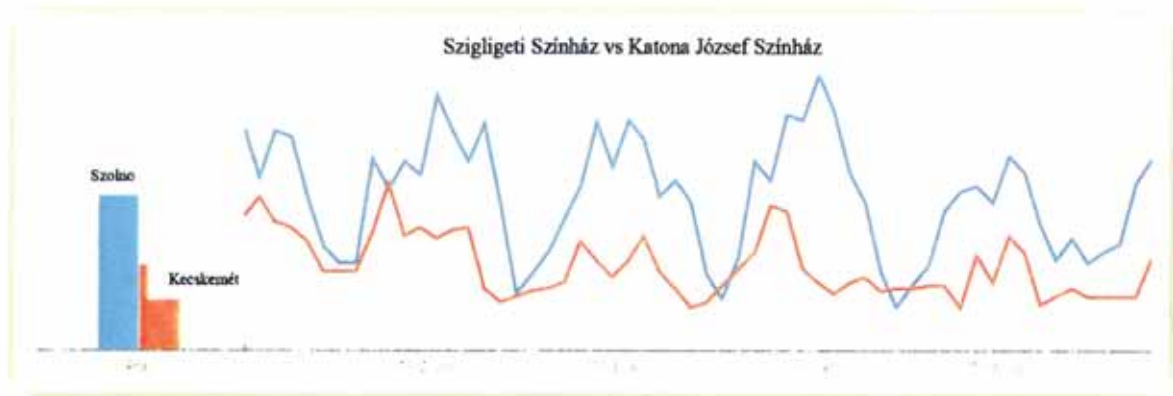


27. ábra Trendelemzés - 'Szolnoki Olaj KK'

Saját szerkesztés –forrás: <https://www.google.com/trends/explore#q=%2Fm%2F0drz38c>

Szigligeti Színház vs Katona József Színház:

A szolnoki színház (kék színnel jelölt) iránt minden évben magasabb érdeklődés mutatkozik, mint a kecskeméti színház (piros színnel jelölt) iránt. Szolnok esetében a nyári hónapok között is a június mutatkozik általában jelentősen gyengébbnek a többi hónapnál, míg Kecskeméten sokkal kevésbé mutatkozik érdeklődés a tavasztól ősziig terjedő időszakban. A szolnoki 2014. januári csúcsához képest (100 % pont) a kecskeméti színház 2012 őszién érte el maximumát (70% pont). Kecskeméten az őszi és téli hónapokban mutatkozik a legnagyobb érdeklődés, amelytől 2013-as év jelentősen eltér, ott szeptember jelentette a csúcst, Kecskemét képe jóval egyenletesebb képet mutat, habár sokkal alacsonyabb (átlagosan 26% ponttal kisebb) az érdeklődés. Szolnok esetében 2012-2014 között a színházi szezonnak megfelelően az ősztől tavaszig terjedő időszakban mutatkozik a legnagyobb érdeklődés (60-100% pont), a nyári hónapok között júniusban tapasztalható a leggyengébb érdeklődés a színházi szünet és a tanév szünetének megfelelően. A 2014-2015-ös szezon a korábbiaktól eltérő képet mutat, a 2015-ös januári csúcs messze elmarad az előző szezon csúcserőértékétől (71% pont). Az idei év eddig rendelkezésre álló adatai alapján, január hónapban történt a legtöbb keresés a színház kapcsán. Összességében elmondható, hogy a szolnoki színház iránti érdeklődés majdnem negyedével meghaladja a kecskeméti színházét, amely jelentheti a szolnokiak magasabb kulturális érdeklődését.



28. ábra Trendelemzés - 'Szigligeti Színház Szolnok'

Saját szerkesztés –forrás: <https://www.google.com/trends/explore#q=Szigligeti%20Sz%C3%ADnh%C3%A1z>

Tiszavirág Fesztivál:

Szolnok egyik legkiemelkedőbb kulturális, zenei és gasztronómiai fesztiválja is egyben. A fesztivál iránti érdeklődés, az internetes keresések alapján is folyamatos növekedési tendenciát mutat az elmúlt években. 2011 júniusában 55 százalékponton volt a keresések száma, míg 2012-ben már májusi hónapban megindultak a keresések a fesztivállal kapcsolatosan, a júniusi értékek pedig hasonló képet mutatnak az egy évvel korábbihoz mérten. 2013-ban már szintén májusban megindultak a keresések, azonban a júniusi értékek már csaknem 40%-kal növekedtek az előző évi értékhez képest. 2014-ben már a tavasz első hónapjában megkezdődtek a keresések, májusban magasabb érték mutatkozik, mint 2013-ban, a júniusi értékben pedig újabb 35%-os emelkedés látható az egy évvel korábbihoz képest. A keresések tekintetében az idei év hozta az eddigi legmagasabb értéket, hiszen június hónapban a tavalyi értékhez képest, ismét 15%-os növekedés következett be.

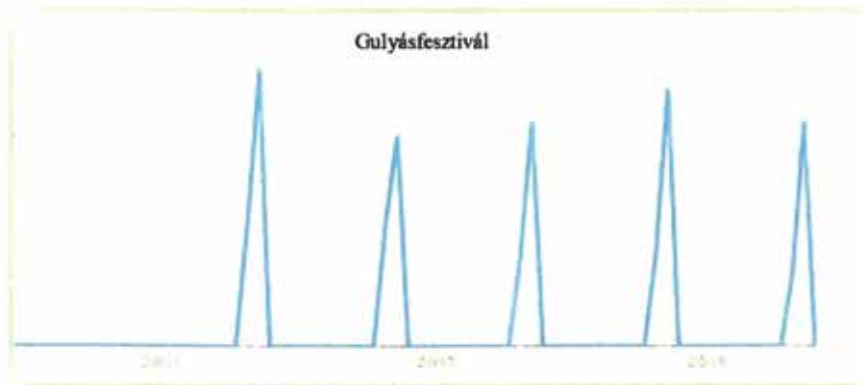


29. ábra Trendelemzés - 'Tiszavirág fesztivál'

Saját szerkesztés –forrás: <https://www.google.com/trends/explore#q=Tiszavir%C3%A1g%20Fesztiv%C3%A1l>

'Gulyásfesztivál Szolnok':

Az országos viszonylatban is méltán népszerűnek tekinthető gasztronómiai fesztivál a keresési értékek alapján 2011 szeptember hónapban hozta a legmagasabb számot. 2013-ban növekedtek a szeptemberben történt keresések. 2014-ben nagyjából 15%-kal növekedtek a szeptemberi keresési adatok az előző évhez képest, az idei évben pedig a 2013. év értékei ismétlődtek meg a fesztiválra történő keresések vonatkozásában. Megfigyelhető, hogy a fesztivált megelőző hónapban, augusztusban a keresések évről évre kismértékben ugyan, de csökkenő tendenciát mutatnak.



30. ábra Trendelemzés -'Gulyásfesztivál Szolnok'

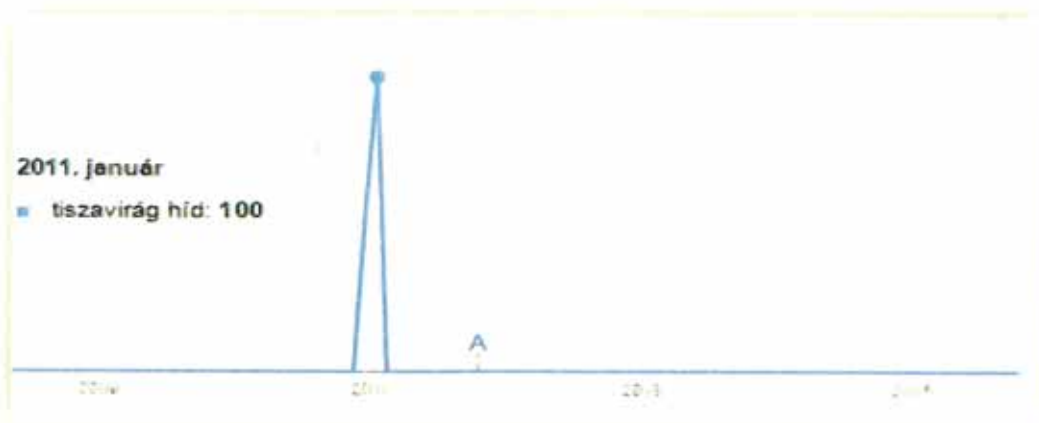
Saját szerkesztés –forrás:

<https://www.google.com/trends/explore#q=Guly%C3%A1sfesztiv%C3%A1l%20Szolnok>

A két fesztivál vonatkozásában megállapítható, hogy a kulturális, zenei tartalommal gazdagabb és fiatalabb Tiszavirág fesztivált évről évre többen keresik, míg a Gulyásfesztivál a keresés intenzitása alacsonyabb. Javasoljuk a fesztiválok tartalmának évről évre történő felülvizsgálatát, illetve a jelenleg végzett elégedettségméréseket nyitott kérdésekkel bővíteni, javaslattételi lehetőség megfogalmazására is lehetőséget biztosítani.

Tiszavirág híd:

Szolnok emblemikus építménye, melynek átadására 2011. január 21-én került sor. Az internetes keresési adatok is azt prezentálják, hogy az átadás idején volt igen magas, az eddig legmagasabb mért érték a híd kapcsán. 2011 októberében található még a nagyközönség számára lényeges megjelenési információt, amikor is levágták a Tiszavirág híd szerelmi zálogait.

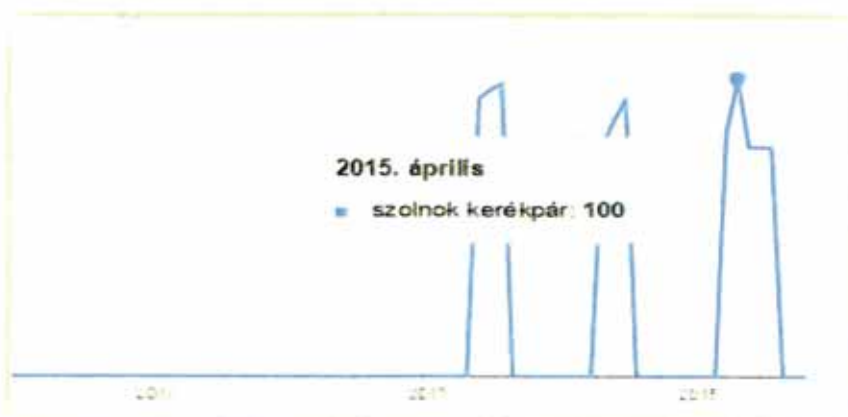


31. ábra Trendelemzés - 'Tiszavirág híd'

Saját szerkesztés –forrás: <https://www.google.com/trends/explore#q=Tiszavir%C3%A1g%20h%C3%ADd>

'Szolnok kerékpár':

A megyeszékhely kerékpáros témában történt keresései vonatkozásában 2013 májusától láthatunk keresési értékeket, melyek májustól júliusig tartó időszakban hasonló mértékűek voltak (96-98% pont). A tavalyi év során már áprilistól jelentkeztek keresések a témában, a júniusi érték hasonló, mint az előző év megegyező időszakában. Köszönhetően a város elhivatottságának a kerékpáros közlekedés iránt, az ez irányú fejlesztések eredményeképp az egész várost behálózó bicikliút hálózat jön létre, melynek megléte a korszerű, környezetbarát város egyik fő ismérve. Ennek hatásai megmutatkoznak az idei év keresési értékeiben is, hiszen elsősorban az újonnan átadott kerékpárutak, kerékpártárolók és kerékpáros túráknak köszönhetően idén áprilisban láthatóak az eddigi legmagasabb értékek (100%).

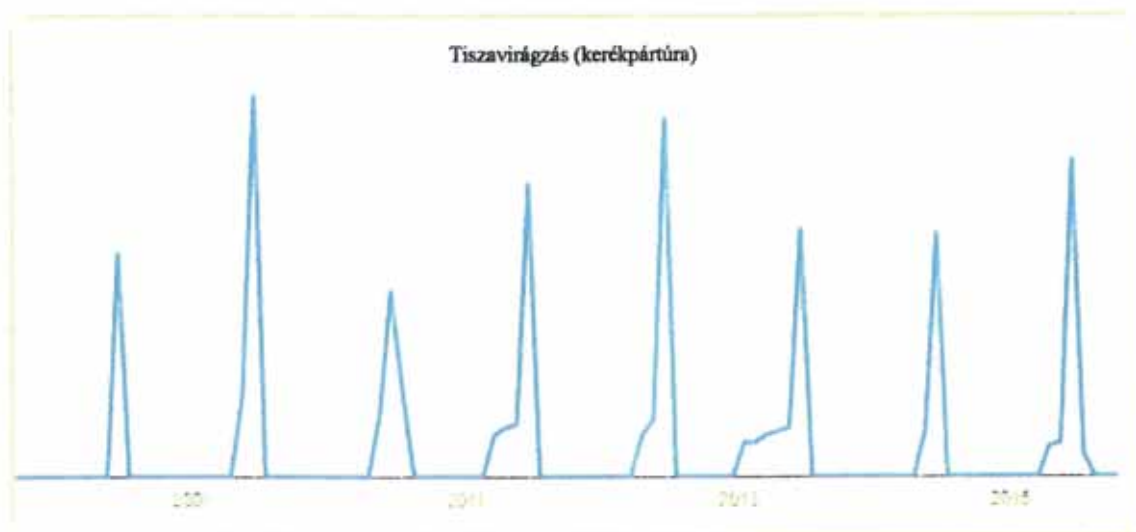


32. ábra Trendelemzés - 'Szolnok kerékpár'

Saját szerkesztés –forrás: <https://www.google.hu/trends/explore#q=szolnok%20ker%C3%A9kp%C3%A1r>

Tiszavirágzás (kerékpártúra):

A nyári napforduló idején a rejtélyes életű kérészek az alkonyati órákban milliányi tiszavirágként keresik fel párjukat a víz fölött. Leírhatatlan, semmihez sem hasonlítható természeti jelenség. Akinek van lehetősége rá, a Kárpát-medence leglátványosabb kérész rajzását láthatja. Az ez irányú internetes keresések is természetesen a júniusi hónapra koncentrálódnak, amikor a megyeszékhelyen a páratlan természeti jelenség mellett, illetőleg annak közösen történő megtekintésére kerékpártúrát is szerveznek. Az eddigi legmagasabb érték 2009. júniusában látható, azonban a téma iránti keresések már szélesebb keresztmetszetben jelennek meg a következő években. 2010-ben áprilistól egészen júliusig, 2011-ben júniusban (77 % pont), 2012-ben már március hónaptól, (június:94). 2013-ban az év első hat hónapjában (június:65), a tavalyi év júniusban 64% pont, míg az idei évben márciustól egészen júliusig láthatunk ismételt kereséseket, a júniusi hónap pedig csaknem 30%-os növekedést mutat (83), a megelőző két év hasonló hónapjához viszonyítva.



33. ábra Trendelemzés - 'Tiszavirágzás'

Saját szerkesztés –forrás: <https://www.google.com/trends/explore#q=Tiszavir%C3%A1gz%C3%A1s>

A trendelemzés legfontosabb következtetései a következők:

- Szolnok korlátozott számban, de rendelkezik olyan „brand alapokkal”⁵, melyek már most ismertségi értékkel bírnak,
- A „brand alapok” több területről származnak (turizmus, kultúra, sport, gasztronómia, stb.), ezáltal használhatóságuk különösen magas lehet,
- A „brand alapok” elsősorban helyi értékkel bírnak,
- A brand alapok között van olyan, melynek értéke már most emelkedő tendenciát mutat (Tiszavirág fesztivál, kerékpározás)

Összességében megállapítható, hogy jelenleg kevés értékre keresnek az internetet használó emberek Szolnok vonatkozásában, a Szolnok specifikus keresések a legtöbb esetben Jász-Nagykun-Szolnok megyéből érkeznek, így e tekintetben megállapítható, hogy a jelenlegi értékek még nem képesek a megyehatáron túl vonzást gyakorolni. Kivételt képez ez alól a szálláshelykeresés trendje, amely esetében budapesti keresések is kis arányban megjelentek.

A város számára az elkövetkezendő időkben tehát a jelenlegi értékek elfogadtatására és megismertetésére kell első sorban hangsúlyt helyeznie, továbbá a jelenleg és a közeljövőben tervezett fejlesztések esetében is széleskörű kommunikációs tevékenységet kell végezni.

⁵ Azokat a kifejezéseket, melyek Szolnok esetében kellő számban mutathatók ki a keresések között, alkalmasak lehetnek arra, hogy a brand építés alapjai legyenek.

4. Versenytárs elemzés

Egy településről realisabb képet lehet nyerni, ha erősségeit, gyengeségeit nem kizárólag önmagában vizsgálják, hanem egy versenytárs azonos adottságaival vetik össze.⁶ A valós versenyelőnyök beazonosítása érdekében indokolt erős versenytársat választani, így Szolnok esetében a Kecskeméttel történő összehasonlítás érdekes és mindenképp hasznos lehet.

Kecskemét a Duna-Tisza közti Homokhátság közepén, Budapest és Szeged között, a Kelet-Nyugat, illetve az Észak - Dél irányú fő közlekedési utak kereszteződésében helyezkedik el.

Kecskemét a korábbi kereskedelmi utak csomópontján jött létre. Ezek a kereskedelmi útvonalak még ma is léteznek és ezek képezik a város dinamizmusának alapját. A város kedvező földrajzi fekvésének köszönhetően ez a terület történelmi múlttal rendelkező gazdasági központ.

Kecskemét gazdasági jelentőségét és munkaerő-felszívó erejét jellemzi, hogy a lakosság száma az 1960-as 57.000 főről 1998-ra 108.180, 2011-re 111.679 főre emelkedett. Ezzel együtt jártak, - a város történelmileg kialakult szerkezetét lényegében megőrző - nagyarányú lakás és közintézmény építkezések.

A rendszerváltás követően felgyorsult a város fejlődése, amely köszönhető volt többek között az igen jelentős mértékben betelepült külföldi befektetői tőkének is.

Fontos mérföldkövet jelentett a város számára az európai úthálózati rendszerbe való bekapcsolás az M5-ös autópálya átadásával, mely tovább erősítette a térség Magyarország életében betöltött jelentős gazdasági - regionális szerepkörét. A város önkormányzati szinten ezt a folyamatot minden rendelkezésre álló eszközzel segíteni, és továbbfejleszteni szándékozik. Ennek lényeges elemét képezi többek között az ún. Déli iparterületen kialakított Ipari Park, továbbá a vállalkozások és magánbefektetők, az értékpapír piaci - pénzügyi tevékenységet elősegítő illetve biztosító bankcsoportok és pénzügyi intézetek városi képviselőinek szolgáltatásai.

Az ipari tevékenység mellett meghatározó mértékben vannak jelen a városban a kereskedelmi-vendéglátó- és szórakoztató ipar nemzetközi képviselői, melyet többek között a POLUS, TESCO, AUCHAN stb. áruházláncok megtelepedése is reprezentál.

⁶ További nemzetközi példák áttekintését a 2. sz. Melléklet tartalmazza.

Fejlesztési irányok, megvalósult fejlesztések Kecskeméten:1. Energiahatékonyság:

- Idősek otthona korszerűsítése
- középiskolai energetikai fejlesztések

2. Intézményfejlesztés:

- gimnáziumi természettudományos laboratórium
- óvoda fejlesztések
- Hírös Agóra multifunkcionális közösségi központ (programok, rendezvények, munkaerő-piaci szolgáltató tér, környezeti nevelés, közművelődési tanácsadó szolgálat, hagyományápolás, egészségnevelési programok, civil szervezetekkel partnerség)
- iskolai tornacsarnok rehabilitációs projektek

3. Közlekedésfejlesztés:

- térségi kerékpárút-hálózat fejlesztése
- Kecskemét elővárosi közlekedési rendszereinek fejlesztése (elkerülő út, főúti kapacitásbővítés, hivatásforgalmi kerékpárutak, kerékpáros létesítmények stb.)
- Intermodális pályaudvar kezdeti projektjei

4. Műemlékvédelem:

- „Értékek élménye –Gyűjtemények háza” –a Bozsó Gyűjtemény fejlesztése (az ország egyik legnagyobb magángyűjteménye, egyidejűleg képzőművészeti, néprajzi és iparművészeti kiállítás, kvalitásos műtárgy állománnyal; látogatóbarát szolgáltatások; multikulturális, interaktív és családbarát múzeumi kínálat; számos interaktív, speciális interpretációs eszköz fogyatékkal élők számára is; cél –és korcsoport specifikus foglalkozások, szolgáltatások; időszakos kiállítóterek)

5. Városrehabilitáció:

- szociális városrehabilitáció –járdák, sportpályák, útépitések –és felújítások, növénytelepítés;
- hulladékgyűjtő –és szállító, parkrendező, karbantartó OKJ-s képzések → 15-15 fő munkaerő-piaci integrációja;
- Ónarckép projekt –roma integráció elősegítése;
- komplex életvezetési, családsegítő és egyéb szociális szolgáltatások kialakítása.
- városrehabilitációs mini-projektek: 7 témán belül 21 program megvalósítása, 19 különböző szervezet részvételével (szociális szektorban működő egyesületek,

alapítványok kooperációja) → társadalmi kohézió erősítése, szerepvállalás, a helyi identitás, a közösségformálás, a környezettudatosság és a foglalkoztatás erősítése

- „Képzési, átképzési programok hátrányos helyzetű emberek számára”

6. Stratégiai tervezés:

„Kecskemét Város Stratégiai Zajtérképének és Zajcsökkentési Intézkedési Tervének Elkészítése” projekt

7. Kecskemét Kártya:

Kecskemét Megyei Jogú Város Önkormányzata fontosnak tartja, hogy ráhatással legyen a helyi gazdasági és társadalmi folyamatok alakulására, és minden lehetséges eszközzel segítse a város polgárait. E szándék megvalósításának egyik módja és eszköze a Kecskemét Kártya, amelynek kibocsátója maga az önkormányzat (2011. január 1-től).

Egy intelligens kártya, amely integrált áramkört – azaz processzort – és memóriát is tartalmaz. Egyszerre képes személyi adatok és egyedi alkalmazások biztonságos tárolására, de akár pontgyűjtő rendszerek kezelésére, adattárolására, illetve egy-egy szolgáltató, kereskedelmi egység forgalmi adatainak mérésére is. A lakosság szempontjából azért előnyös, mert akár 20-30 százalékos kedvezményre is feljogosít, ami jelentős megtakarítást eredményez. Túl ezen pedig a kártyatulajdonosok tájékoztatást kapnak a programokról, legújabb akciókról. A kedvezmények jellemző területei: sport, tömegsport, városi strand, múzeumok, színházak, kulturális rendezvények, parkolás, helyi tömegközlekedés; kereskedők és egyéb szolgáltatók.

A Kecskemét Kártya a szolgáltatóknak, kereskedőknek komoly reklámlehetőséget biztosít, amelyhez kapcsolódik a forgalom növekedése.

8. Gyógyfürdő és wellness:

Az Önkormányzat önerős fejlesztései közül mindenképpen kiemelkedik a 6,5 milliárd forint bekerülési összegű új versenyszoda és élményfürdő, amely komplexitásában és a biztosított szolgáltatások sokszínűségében országosan is egyedülálló.

2011. végén nyitotta meg kapuit az új Kecskeméti Fürdő. (10 pályás versenymedence, oktatómedencék, élménymedencék, családi-zóna, gyógymedencék, szauna-világ.)

9. Benkó Zoltán Szabadidőközpont:

Mesterséges tórendszer, séta- és futó útvonalak, valamint játszótér várja a természetkedvelő családokat, horgászokat és a fürdőzni vágyókat. A Szabadidő

Központ egész évben nyitva tart, ahol a wakeboardosok számára is igazi víziparadicsom található.

Helyi Esélyegyenlőségi Program:

Kecskemét Megyei Jogú Város Önkormányzata Kecskemét Megyei Jogú Város Közgyűlése és szervei döntéseinek keresztül fejezi ki elkötelezettségét az esélyegyenlőség területén, hiszen a jogszabályokban meghatározott, ilyen irányú kötelező feladatok ellátásán túl a város nem önkormányzati fenntartású intézményeivel, társhivatalaival, civil szerveződésekkel, egyházaival közösen (gyakorta azok anyagi támogatása mellett) törekszik érvényre juttatni az esélyegyenlőség eszméjét a társadalmi élet minden területén. Kecskemét Megyei Jogú Város Önkormányzata a Helyi Esélyegyenlőségi Program elfogadásával érvényesíteni kívánja:

- az egyenlő bánásmód és az esélyegyenlőség biztosításának követelményét,
- a közszolgáltatásokhoz történő egyenlő hozzáférés elvét,
- a diszkriminációmentességet,
- a szegregációmentességet,
- a foglalkoztatás, a szociális biztonság, az egészségügy, a köznevelés és a lakhatás területén a helyzetelemzés során feltárt problémák komplex kezelése érdekében szükséges intézkedéseket.

A köznevelési intézményeket – az óvoda kivételével - érintő intézkedések érdekében együttműködik az állami intézményfenntartó területi szerveivel.

A Program legfőbb célcsoportjai:

- mélyszegények, romák,
- gyermekek,
- nők,
- idősek,
- fogyatékkal élő személyek.

Történelmi beruházás Kecskeméten –Egyetemi városrész épül:

Kecskemét történelmének eddigi legnagyobb, mindent felülmúló felsőoktatási beruházása kezdődött meg az egykori Izsáki úti kórház területén - melynek eredményeként mintegy 15 milliárd forintos saját beruházási költséggel Egyetemi Városrészt hoz létre a Pallas Athéné Domus Mentis Alapítvány. 2017. szeptemberig itt öt épület, oktatási, igazgatási-

adminisztrációs, könyvtár, kollégium, és kulturális központ épül fel 30 ezer négyzetméternyi hasznos területen. A fejlesztés része Kecskemét 2014-2020-as kiemelt beruházási operatív programjának, és az egyetemi beruházáson felül további mintegy 10-15 milliárdos fejlesztést céloz meg. A város célul tűzte ki, hogy 5 éven belül tízezer egyetemi hallgatóval szeretnének számolni Kecskeméten.

Kecskemét szeretné elnyerni az Európa Ifjúsági Fővárosa címet 2018-ban!

Jelentős jövőbeni beruházások, fejlesztések a sport-szektorban:

Néhány hónapja ismertek a tervei a Mercedes Kosárlabda Akadémia beruházásának a régi uszodában, és a KÉSZ kutatóközpontja, innovációs központjának alapkövetétele is megtörtént, ami a Sheraton Szálloda mellett épül. Készülnek a fejlesztési koncepciók a BÁCSVÍZ Izsáki úti telepére (itt például egy Golf-pálya építési tervei már elkészültek), valamint megújul a Széktói Stadion, és egy új Atlétikai Stadionja is lesz rövidesen Kecskemétnek. Mindezekhez társul a Benkó Zoltán Szabadidő Központban több sportfejlesztés, és a Tó Hotel megújulása, amelyben a szálloda mellett az öttusa világkupák szervezőközpontja is lesz. A „legnagyobb falat” pedig a Rudolf laktanya, ami az elsők között szerepel a beruházási rangsorban és ahol családi sport, rekreációs központ lesz 10 hektáron. Ráadásul a leendő egyetemi campus közelében.

Összehasonlítható adatok

	SZOLNOK	KECSKEMÉT
1. Népeségi adatok		
Állandó lakosok száma 2011	72.953 fő	111.679 fő
2. Gazdasági adatok		
A helyi önkormányzatok saját folyó bevételei (1000 Ft) 2011-es adat	7.227.999	10.320.772
A helyi önkormányzatok helyi adó bevételei (1000 Ft) 2011-es adat	4.393.498	5.983.400
A helyi önkormányzat hitel visszafizetése (1000 Ft) 2011-es adat	3.222.755	1.020.758
Regisztrált önálló vállalkozások száma (2013)	7.757 db	11.979 db
Nyilvántartott álláskereső száma ⁷	3.136	3.962 fő

⁷ Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat (2015/szeptember)

	SZOLNOK	KECSKEMÉT
Munkavállalás kori népesség szám (15-64 éves férfiak és nők) -2015. szept.	50.466	78.009 fő
Relatív mutató - a nyilvántartott állaskeresők a munkavállalási kori népesség %-ában -2015. szept.	6,21 %	5,08 %
3 Jóléti adatok		
Működő háziorvosok száma (fő) -2013.	34	51
Rendszeres szociális segélyben részesítettek átlagos száma (fő) -2013.	297 fő	385 fő
Összes zöldterület (m ²)	1.522.737	2.975.635
1 lakosra jutó zöldterület m ²	~20,8	~26,6
4. Kultúra		
Mozilátogatások száma 2010.	155.916	317.491
Múzeumlátogatások száma 2013.	62.666	77.696
Kulturális rendezvények száma (2013)	841	1.860
Kulturális rendezvényeken résztvevők száma (2013)	118.314	639.380
5. Turizmus		
Kereskedelmi szálláshelyek férőhelyei - 2014	1040	2002
Kereskedelmi szálláshelyek vendégei - 2014	32.690 fő	68.809 fő
Kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszakái -2014	80.914 éj	142.138 éj
Átlagos tartózkodási idő -2014	2,47 nap	2,06 nap
6. Felsőfokú oktatás 2013.		
Felsőoktatásban részt vevő hallgatók száma (intézmény székhelye szerint) (fő)	1.834	3.733
Ebből nappali tagozaton tanulók száma	629	2.106
Felsőoktatásban részt vevő hallgatók száma (képzési hely szerint) (fő)	1.686	4.045
Felsőoktatási intézményekben dolgozó oktatók száma (intézmény székhelye szerint) (fő)	103	137

34. ábra Szolnok- Kecskemét összehasonlító táblázat

Forrás: saját szerkesztés

MPPG (Market Position Play Ground) analízis

Az MPPG módszer segítségével különböző turisztikai termékek, desztinációk, vagy attrakciók összevetése végezhető el. A módszer lényege, hogy két elemet (piaci pozíciót) hasonlít össze az erősségeik alapján. A vizsgált elemek egy „játéktéren” kerülnek ábrázolásra, saját térfelükön a jellemzőikkel. Minél közelebb helyezkedik el egy vizsgált jellemző a saját alapvonalhoz, annál nagyobb a jelentősége, annál nagyobb a jellemzőből fakadó versenyelőny. Az esetleges közös tulajdonságok közepűt, a sportpálya felezővonalán helyezkednek el. Az MPPG jól használható a helyzetelemzés során, illetve objektív támpontokat biztosít a fejlesztési irányok kijelölésében.

Az MPPG analízisből látszik, hogy Szolnok legerősebb jellemzői (legjobb játékosai): a Tisza-Tiszaligeti turisztikai potenciál, a tiszai élőhelyek, a hídvárosi és vasúti potenciál, és az egyedi turisztikai attrakciók.

Kecskemét legerősebb jellemzői (legjobb játékosai) A Mercedes gyár, a jó megközelíthetőség az M5-ön, a tudatos iparágfejlesztés, oktatási innovációs aktivitás.

A két város (két csapat) azonos képességű játékosai a felezővonalon állnak, ilyen a mindkét városban meglévő tudatos és elkötelezett városvezetés, a kimagasló sport aktivitás, a fenntarthatóság és energiahatékonyság szerepe.

Nagy a jelentősége a kulturális életnek és az ipari parkoknak mindkét városban (mindkét csapatnál), de ezek a jellemzők (játékosok), a kecskeméti csapatban erősebbek, mint szolnoki vetélytársuknál.

Ígéretes jellemzője (játékosa) Szolnoknak a magas civil aktivitás. A játékosra még nem épít igazán a szolnoki csapat (még a térfél közepén áll, nem került a többi kulcsjátékos mellé a kapu közelébe).

Az MPPG analízis megmutatja, hogy sok hasonlóság van a két csapat játékában, de vannak különböző képességű játékosok is. A szolnoki csapat – az „üdvöskék” kinevelésével válhat igazán ütőképes gárdává, néhány év múlva akár le is győzheti nagy riválisát – a most világlklasszist is (Mercedes gyár) felvonultató kecskeméti csapatot.

A következő ábrában feltüntetjük Kecskemét és Szolnok összevetésének eredményeit.



35. ábra: Szolnok és Kecskemét MPPG elemzése

Forrás: saját szerkesztés

5. Szolnok városfejlesztésének irányai

5.1. Szolnok városfejlesztési szempontrendszere

Szolnok városfejlesztési irányainak kijelölése egy összetett szempontrendszerre kell épüljön. Ahhoz, hogy megfelelő, a lakosságnak, a helyben működő vállalkozásoknak és a turistáknak tetsző városfejlesztést lehessen megvalósítani, építeni kell a település különlegességeire, egyediségeire.

A primer kutatásunk értékelésében bemutatjuk, a szolnoki lakosság alapvetően büszke arra, hogy a városban lakik, hiszen a válaszadók több mint 60%-a jelezte vissza ezt.

Az online kérdőívezés során felmértük, hogy a lakosság számára mik jelenthetnek olyan egyediséget, amelyet feltétlenül Szolnokhoz kötnének. Hipotéziseink között szerepelt, hogy a „szolnokiak több ismérv alapján is meg tudják különböztetni városukat a többi magyar településtől”. E feltételezésünk beigazolódott, hiszen a válaszadók számos értékes megjegyzést tettek, emelték ki Szolnok egyediségeit. Ezek alapján a következő egyediségekre érdemes építkezni:

1. Természeti értékek, egyedi jellemzők, földrajzi adottságok:

- Tiszavirág híd
- Tiszaliget
- Tisza, a folyó adta természeti adottságok, holtágak, folyó-völgy, Holt-Tisza, Tisza-Zagyva torkolat
- Termálvíz
- vasúti/ vízi csomópont

2. Kultúra és művészeti értékek, sport adottságok:

- Művésztelep
- Vízilabda Aréna, csapat
- Szolnoki Olaj Kosárlabda Klub
- Agóra Kulturális Központ
- a vár maradványa, történelmi jelentősége
- Szigligeti Színház

- színes zenei élet (pl Szimfónikus zenekar)
- (szolnoki habos) Ischler
- a régmúlt emlékeit felelevenítő történelmi épületek
- szolnoki csipke

3. Rendezvények:

- Tiszavirág Fesztivál, Gulyásfesztivál
- Tiszaparti esték
- Zenei Fesztivál

4. Egyéb egyedi szolgáltatások, tulajdonságok:

- Reptár, Repülőmúzeum
- Sörárium
- rengeteg kerékpárút
- sporthorgászat
- holt-tiszai evezőpálya
- barátságos, vendégszerető polgárok
- „Szolnok segít program”

Szolnok polgárai jelentős mértékben egyetértenek azzal, hogy a település figyelemre méltó fejlődéseken ment keresztül az elmúlt időszakban, a város sportélete példamutató, és a megyeszékhely kulturális kínálata valóban gazdag. A válaszadók nagyjából fele szignifikánsan egyetért azon állításokkal, mely szerint Szolnok a 'Tisza fővárosa', illetőleg 'Szolnok a vasút városa'.

Szolnok turisztikai adottságai közepesnek minősíthetők a lakók szemszögéből vizsgálva, illetve hasonlóképpen megoszlottak a vélemények annak kapcsán, hogy a város gondoskodik az itt élőkéről.

A vizsgált állítások, szlogenek vonatkozásában fontosnak tartottuk egy képzeletbeli rangsor felállítását⁸, amelyet a következő összesítő táblázat szemléltet (zárójelben feltüntetve az egyes lehetőségekre érkezett osztályozási átlag):

⁸ A kialakítandó Stratégia, a város (turisztikai) fejlesztési irányjai is nagymértékben épülhetnek ezen elemekre

Rangsor a vizsgált állítások vonatkozásában, a szolnoki polgárok körében	
1.	Szolnok a vasút városa (3,94)
2.	Szolnok a Tisza fővárosa (3,35)
3.	Szolnok zöld város (3,35)
4.	Szolnok családbarát város (3,32)
5.	Szolnok modern város (3,18)
6.	Szolnok gondoskodik az itt élőkről (2,9)

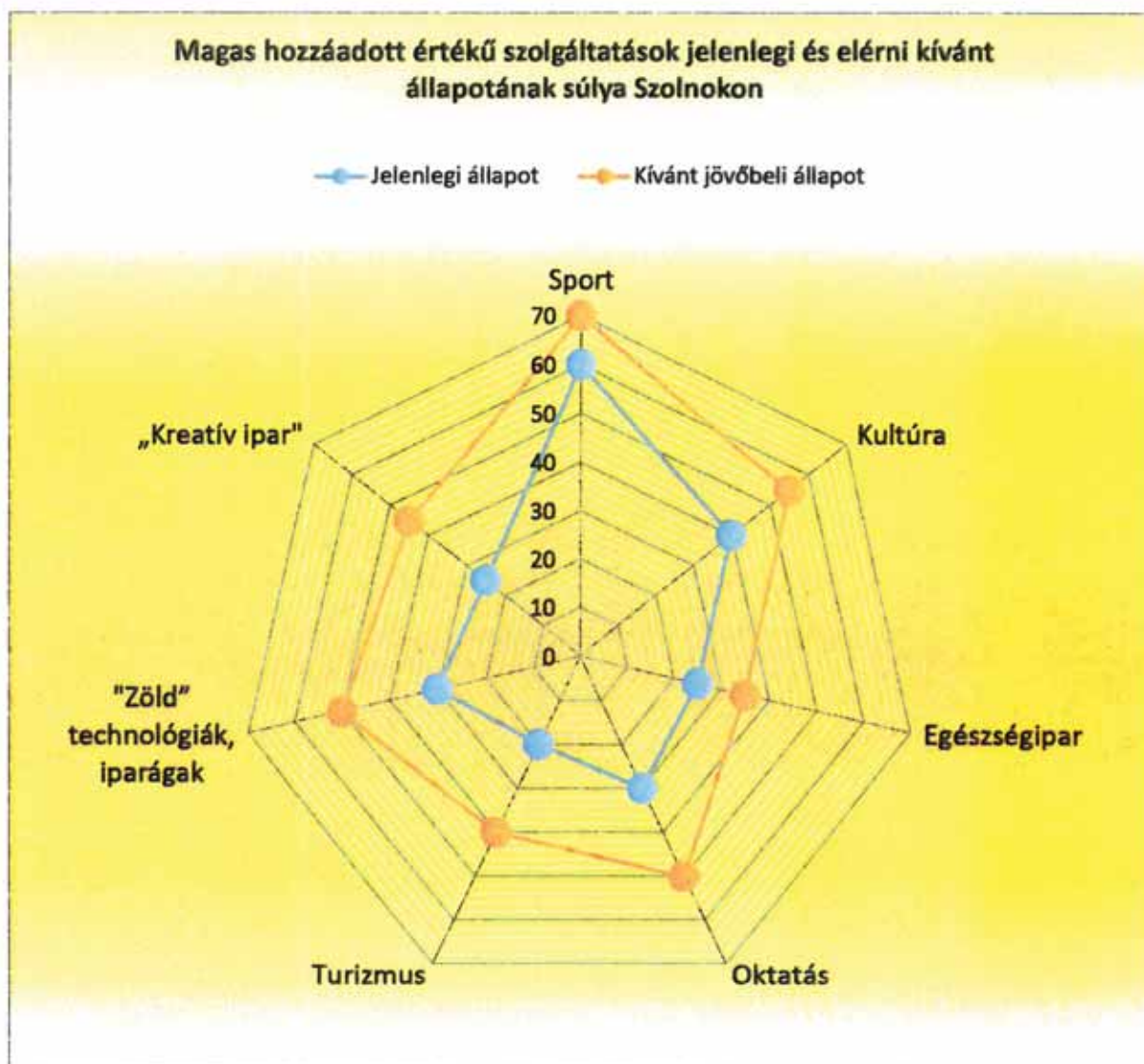
36. ábra Primer kutatás - 'Szolnok-specifikus' állítások rangsora a polgárok véleménye alapján

Saját szerkesztés –forrás: <https://docs.google.com/forms/>

Az emberekben még erőteljes a vasút város kép (átlag 3,94), ugyanakkor a város, mint a Tisza fővárosa, illetve mint zöld város (átlag 3,35) is jelentős, amely köszönhető az elmúlt évek fejlesztéseinek. Megfigyelhető, hogy a lakók – a fejlesztéseknek köszönhetően is- egyre inkább érzik azt, hogy Szolnok valóban modernizálódik (átlag 3,18), és családbarát (átlag 3,32) településsé kezd formálódni, illetve megállapítható, hogy a városról nem igazán gondolják azt az itt élők, hogy az valóban gondoskodik is róluk (az itt kapott átlag mindössze 2,9).

Tekintettel arra, hogy a város lakóinak életminőségéhez mindenképpen szükséges az, hogy az itt élők a mindennapokban és különleges őket érő helyzetekben egyaránt érezzék a városuk törődését, e területen is sokat kell tennie Szolnoknak.

Az innováció évszázadát jellemző területek egy részén Szolnok egyáltalán nem erős, de vannak olyan magas hozzáadott értékű szolgáltatások, melyeknél kimondottan jól áll már most is (sportélet). Szolnok innovatív szolgáltatásait és egyedi értékeit, azok jelenlegi és elérni kívánt állapotát külön ábrában jelöltük. Ezekre építve határozhatók meg a stratégiai városfejlesztési irányok.



37. ábra Magas hozzáadott értékű szolgáltatások jelenlegi és elérni kívánt állapotának súlya Szolnokon

Forrás: saját szerkesztés

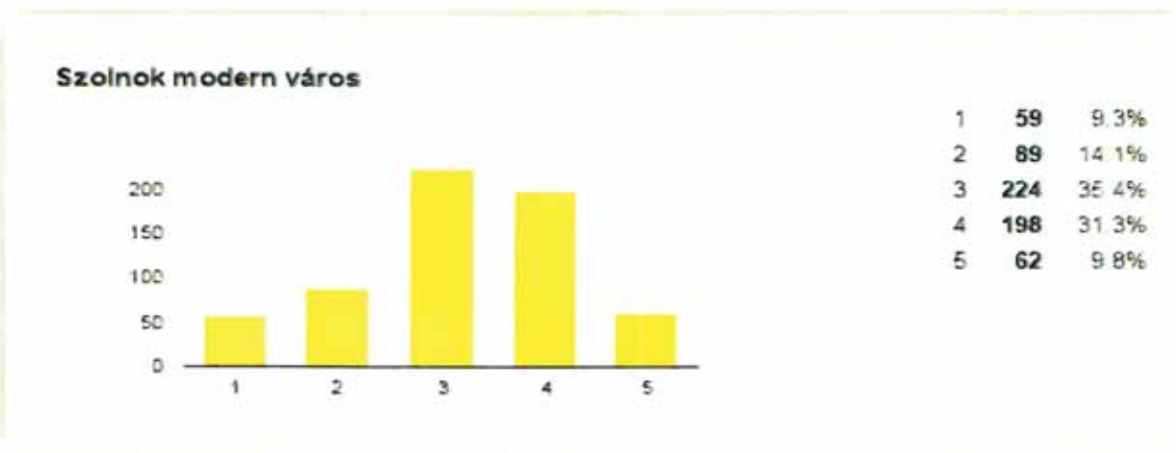
Ezen ismérvek alapján a város fejlesztése területén négy főbb irányt azonosítottunk:

- Szolnok modern város
- Szolnok környezettudatos város
- Szolnok gondoskodó város
- Szolnok különleges város.

Az alábbiakban e főbb fejlesztési irányokat a primer kutatás eredményeivel is alátámasztjuk, továbbá megfogalmazzuk fejlesztési javaslatainkat szintetizálva az Integrált Városfejlesztési Koncepcióban és Stratégiában megfogalmazott célokat, fejlesztési irányokat.

5.2. Szolnok modern város

Szolnok jelenleg nem tekinthető modern városnak, a lakossági kérdőív alapján 3,18-as értéket kapott, mely jelzi, hogy némileg már észrevehetőek a város ez irányba tett fejlesztései, azonban e tekintetben további jelentős fejlesztések szükségesek.



7. ábra Primer kutatás - 'Szolnok modern város' grafikon

Saját szerkesztés –forrás: <https://docs.google.com/forms/>

Ugyanakkor fontos megállapítani, hogy a lakosság látja/ érzékeli a fejlesztéseket a városban, hiszen azzal a megállapítással, hogy „A város sokat fejlődött az elmúlt években” 3,84-es átlagban értékelt egyet.



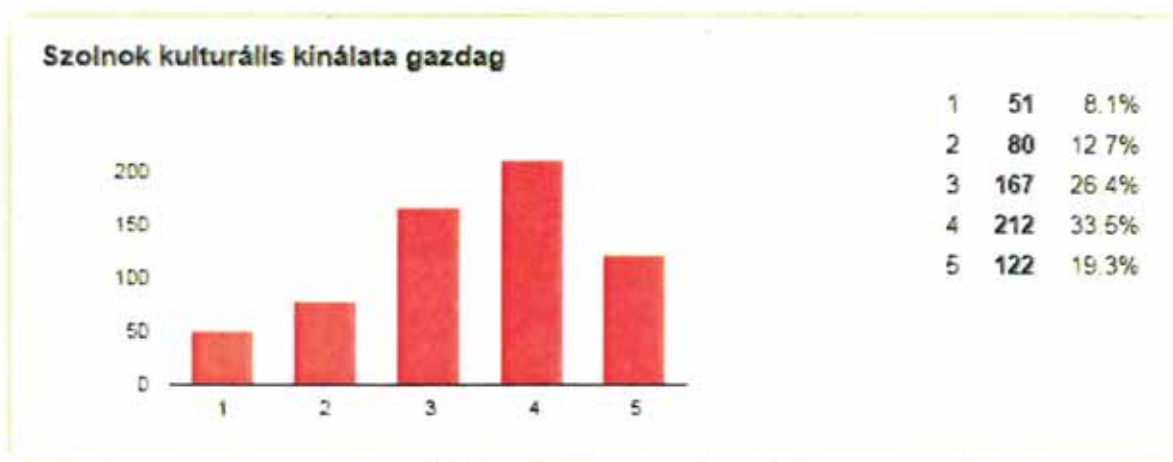
38. ábra Primer kutatás - 'A város sokat fejlődött az elmúlt években' grafikon

Saját szerkesztés –forrás: <https://docs.google.com/forms/>

Elsősorban a rendelkezésre álló EU-s forrásoknak, továbbá annak köszönhetően, hogy az Unió új tervezési – fejlesztési időszakában (2014-2020) kiemelt források állnak rendelkezésre a megyei jogú városok számára⁹, Szolnok is jelentős előnyt kovácsolhat.

Kifejezetten az elkövetkező időszakra előirányzott fejlesztési terveknek köszönhetően, Szolnok elindult a modernizáció útján, amelynek kapcsán prioritás az életkörülmények nagymértékű javítása, a desztináció turisztikai súlyának, imázsának erősítése, hangsúlyosabbá tétele, a befektetői tőke dinamikus vonzása a településre, valamint a szolnoki székhelyű jelentős vállalkozások fejlesztése és támogatása. Ezen célok megvalósulásával a város valóban modernizálódhat, erősödhet mind gazdasági, mind pedig társadalmi szempontból.

A primer kutatás válaszadói a kulturális kínálat vonatkozásában kisebb mértékben értettek egyet a megállapítással (3,43), az elégedettség jelentősen növelhető lehetne a történelmi, nagy múltú épületek állapotmegőrzésével, fenntartható fejlesztésével, a Művésztelep nemzetközi marketingjének élénkítésével, a helyi (városi, térségbeli) egyedi termékek (képzőművészeti, gasztronómiai stb.) értékesítésével, illetőleg ezt hívatott előmozdítani a jövőben megvalósuló Várkerület (turisztikai célú) fejlesztése is.



39. ábra Primer kutatás - 'Szolnok kulturális kínálata gazdag' grafikon

Saját szerkesztés –forrás: <https://docs.google.com/forms/>

⁹ <http://www.kormany.hu/hu/nemzetgazdasagi-miniszterium/unios-forrasok-felhasznalasaert-felelos-allamtitkarsag/hy/fontos-szercep-jut-a-megyei-jogu-varosoknak-2014-2020-kozott>

A lakossági kutatás eredményeire alapozott további fejlesztési javaslatunk¹⁰:

- **Innováció:**
 - Javasoljuk a Szolnoki Ipari Parkban, illetve az Ipari és Logisztikai Központban az alkalmazott fejlett technológiák innovációs, kutatási, fejlesztési központok kialakítását.
 - Szükség lenne a befektetők, vállalkozások Szolnokra vonzására további munkahelyek teremtése céljából, amelyhez szükséges lenne egy inkubátor ház és innovációs központ létesítése. Speciális (tematikus) vállalkozói, technológiai inkubátorházak kialakításával megvalósulhat az inkubátorházak szolgáltatásainak fejlesztése is, bővül az inkubátorházak kapacitása, ezáltal a vállalkozói környezet, az üzleti-innovációs infrastruktúra fejlesztése is megtörténik.
 - Célként fogalmazható meg az üzleti környezet infrastrukturális elemeinek fejlesztésével a térségi innovációs infrastruktúra megerősítése, ezáltal a KKV-k számára magas szintű szolgáltatásokat nyújtó háttér megteremtése.
 - A K+F és a gazdasági tevékenységet segítő felsőfokú képzés együttműködését erősíteni szükséges, javasoljuk a képzési szerkezetet a térségi gazdasági igényeknek megfelelően átalakítani, ezáltal a Szolnoki Főiskola hallgatói létszáma is emelkedik. A főiskola és a térség legjelentősebb, innovatív cégeinek szoros együttműködése napi gyakorlattá válhat. A felsőfokú oktatás és a szakképzési hálózat együttműködése kialakulhat ezáltal, így alkalmassá válhat arra, hogy kielégítse a Közép-alföldi Gazdasági Együttműködés szakember igényét és megvalósítsa a térség képzési-foglalkoztatási együttműködését.
- **Logisztika:**
 - A vasút és a víz találkozása egyedülálló logisztikai pozíciót tesz lehetővé a város számára. A logisztikai funkció erősítését jelentené az Ipari Park közelében egy vízi közlekedési kapcsolat kialakítása. A korábbi terveken távlati felhasználásként kijelölésre került a teherkikötő, létesítésének feltétele azonban a Csongrádi vízlépcső megépítése. További fejlesztés szükséges a jelenlegi logisztikai központban → ún. magasraktár építése és saját rakodóvágány kiépítése.

¹⁰ A javaslatok megfogalmazásánál a város Integrált Városfejlesztési Konceptiójára és Stratégiai Programjára is támaszkodtunk.

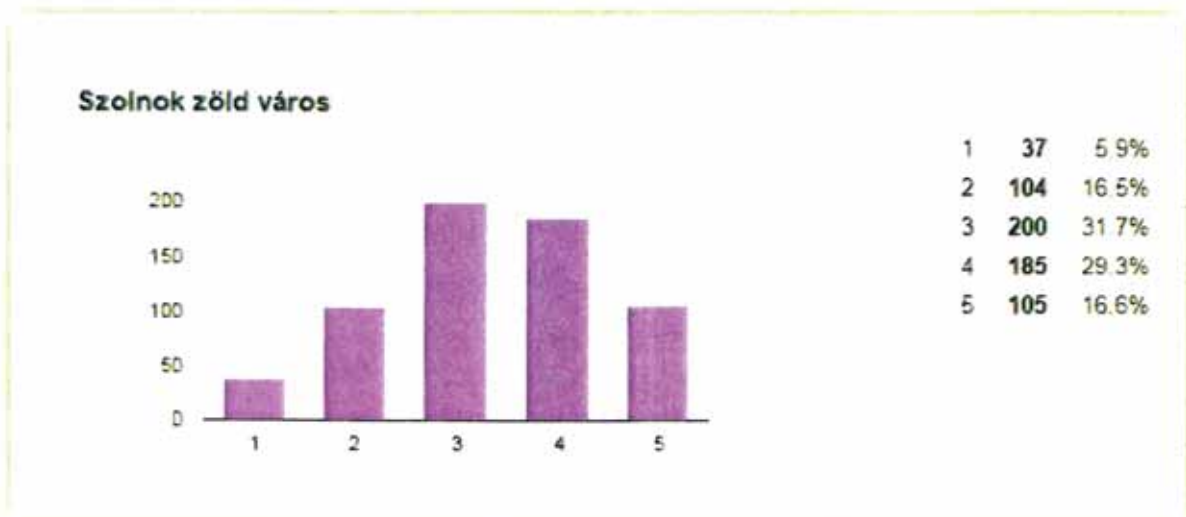
- Kultúra:
 - Egyedi városi hangulat teremtése a műemléki védettségű épületek mellett a helyileg védett és sajátos helyi értékeket hordozó épületek, új közösségi funkcióik kialakításával.
 - A városközpont közterületeinek átépítése az eredeti utcahálózatok megtartásával, a kisvárosi hangulatot gazdagító üzletutcák fejlesztésével, kiegészítve a nagyvárosias üzletekkel és kulturális épületekkel rendelkező városközpontot.
 - A Tisza-parti városrész megújítása, az épületek felújításával, amely városrész így Szolnok történelmi értékeit hordozó idegenforgalmi nevezetességé is fejlődik.
 - Az Agóra éves szinten minden hónapban szervez kulturális programokat, amelyek kínálata tovább szélesítendő, főként a nyári hónapokban, koncentrálna a Tisza folyóra és a partszakaszokra. A fiatalok megtartása és a Szolnok tudatuk kialakítása érdekében további ifjúsági rendezvények és programkínálat fejlesztés szükséges.
 - A Művésztelep fejlesztésével mind a lakosság, mind a potenciális turisták egy unikális egyediséget ismerhetnek meg az országban.
- Pelikán menhely: A város címerében szereplő állat megjelenítése és élő bemutatója kuriózumnak számíthat. Javasoljuk a mentett pelikánok számára egy pelikán menhely kialakítását Tisza-ligetben, amely mind a helyi lakosság számára nóvumot jelenthet, mind a környékbeliek számára vonzerőt gyakorolhat.
- Fürdőfejlesztés: a jelenleg tervezés alatt álló strand és fürdőfejlesztés a lakosság számára hiánypótló beruházás lesz, ugyanakkor megteremti a turizmus fejlesztését is, hiszen a környező településekre is vonzerőt gyakorol. Érdeemes ezen fejlesztések mellett további szabadidő eltöltési lehetőségeket is tervezni, koncentrálna a kisgyermekes családokra és a fiatal generációra (pl. wake board pálya, kalandpark, canopy pálya, sportolási lehetőségek színesítése, vízividámpark).
- Közlekedés: E téren további kerékpáros útvonalak fejlesztése szükséges a városban, továbbá a város áteresztőképességét javító közlekedés fejlesztési projektek végrehajtása is indokolt.¹¹

¹¹ Id. 6.1 Kömveztudatos város fejezet

Ezen fejlesztések hozzájárulnak a magas hozzáadott értékű szolgáltatások közül a zöld technológiák, a kultúra és a turizmus fejlesztéséhez.

5.3. Környezettudatos város

A város különböző kerületeiben szükséges a zöld területek arányának emelése. Ezek a zöld felületek a külvárosi és belvárosi területeken egyidejűleg szolgálhatnak szabadidős, rekreációs célokat is. A „zöld” közlekedés egyre intenzívebb népszerűsítése, infrastrukturális feltételeinek megteremtése, az energiahatékonyság továbbra is szem előtt tartása az intézményfejlesztések vonatkozásában mind-mind a „zöld város” megvalósulását segítik elő. A környezettudatosság a megyeszékhely egyik védjegyévé is válhat(na), fontos imázs-értéket biztosítva ezáltal Szolnoknak. A lakossági online felmérésben a válaszadók összességében 3,35-re értékelték a város jelenlegi természet-közelségét, környezettudatosságát, amely alapján látható, hogy a lakosság érzékeli az ezirányú fejlesztéseket.



40. ábra Primer kutatás - 'Szolnok zöld város' grafikon

Saját szerkesztés –forrás: <https://docs.google.com/forms/>

Szolnok az elmúlt években kiemelt figyelmet fordított a fenntartható városi közlekedés, „zöld” közlekedés előmozdítására, népszerűsítésére, korszerű infrastruktúra megteremtésére, a 'Két kerékre Szolnok' program keretében megvalósult fejlesztések¹² is rendkívül népszerűek a

¹² 9 km hosszan új bicikliút, 4,7 km-en már meglévő kerékpárút felújítása; 250 db új kerékpártároló a város különböző pontjain

szolnokiak körében, a válaszadó polgárok 43,7%-ának „nagyon tetszett” ez a beruházás, amely kiemelkedik a fejlesztések értékelésében.

Az innovatív, környezettudatos, zöld város irányába megfogalmazott további fejlesztési javaslatok¹³:

- Megújuló energiaforrások:
 - Az eddigi megújuló energiaforrások felhasználásának elősegítése érdekében végrehajtott projektek elindították a város modernizációját ezen a téren, amelynek további folytatása, a város önállóságának erősítése az energiaellátás terén, további fejlesztések végrehajtását teszi szükségessé.
 - Tovább kell folytatni az intézmények és a lakótelepek energetikai fejlesztéseit, a város működtetését minél inkább a megújuló energiák használatára kell átállítani.
- Közlekedés:
 - Az intelligens város megújítás kapcsán szintén jelentős fejlesztések történtek, amely további erősítése elősegíti a szolnokiak elégedettségét a várossal. E téren javasoljuk intelligens közösségi közlekedésszervezés és utasbarát tájékoztatási rendszer megvalósítását, a Szolnok kártya hatáskörének kiterjesztését, tartalommal való megtöltését, intelligens városüzemeltetési rendszer kiépítését.
 - A súlyos közlekedési forgalmi helyzet megoldására elindított fejlesztések és jövőbeli tervek megvalósítása elősegíti a város áteresztőképességének javítását, amely ez által szolgálja a kisebb környezeti terhelés megvalósítását, hozzájárulva a zöld város megvalósításához. Elő kell segíteni az okos közlekedési rendszerek kiépítését, amely lehetővé teszi az átmenő forgalom gyorsítását.
 - Javasoljuk továbbá hivatásforgalmi kerékpárutak kialakítását, kerékpármegőrzők létesítését a munkahelyeknél, illetve a kerékpáros munkabajlás ösztönzését városi felhívásokkal.
- Zöldfelületek, parkok:
 - Jelentős mértékben növelni kell a városi zöldfelületeket, a közparkokat, bővíteni kell az utcamenti és térfásításokat, és a belterületi zöldfelületek a Tisza és a Zagyva menti ökológiai folyosókkal összefüggő zöldhálót kell kialakítani.

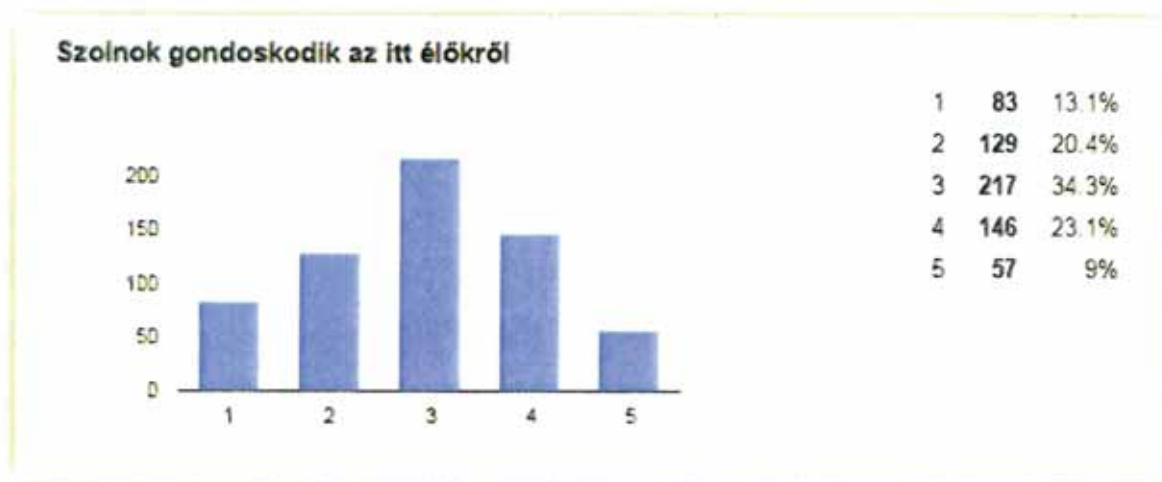
¹³ A javaslatok megfogalmazásánál a város Integrált Városfejlesztési Konceptiójára és Stratégiai Programjára is támaszkodtunk.

- Biztosítani kell a zöldfelületek fenntarthatóságát, ezért a városüzemeltetést meg kell erősíteni, és támogatni kell a lakosság részvételét a Zöld Város programban.
- Ösztönözni kell, hogy a többszintes lakóépületekre minél több virágot, zöldnövényt telepítsenek az ott lakók. A lakótelepek sivár épületeit zöldbeágyazással, növények felfuttatásával természet és ember-közelibbé lehet tenni, emellett ajánlott növény-szigetek létrehozása az épületek környezetében is
- Turizmus:
 - A turizmus területén fontos lenne a rendezvények folyamatos megújítása, nyári időszakban a Tisza folyó aktívabb bevonása fényfestéssel, esti programkínálattal.
 - A Tisza partot élővé kell tenni, erősíteni kell a part kihasználását közösségi terek, programok kialakításával.
- Gazdaságfejlesztés:
 - Új munkahelyteremtő beruházásokra van szükség, amellyel a város lakosság megtartó képessége növelhető.
 - Javasoljuk továbbá városrehabilitációs mini-projektek végrehajtását, amik főleg kooperációjával valósulhatnak meg, elősegítik a társadalmi kohézió erősítését, társadalmi szerepvállalás, közösségformáló hatásuk van, és erősítik a foglalkoztatást is a hátrányos helyzetűek vonatkozásában (romák, munkanélküliek, fogyatékkal élők esetleg, hajléktalanok részére),
 - Szükséges lenne továbbá képzési és átképzési programok, gyors OKJ-s, vagy OKJ-s jellegű képzések szervezése szociális szektorban működő egyesületek, alapítványok által, és pl. parkrendező, hulladékgyűjtő -és szállító, karbantartó képzések, amelyek a munkaerőpiaci integrációt segítik elő.

Jelen fejlesztési irány gyakorlatilag az egészségipar kivételével minden magas hozzáadott értékű szolgáltatás fejlesztéséhez hozzájárul.

5.4. Szolnok gondoskodó város

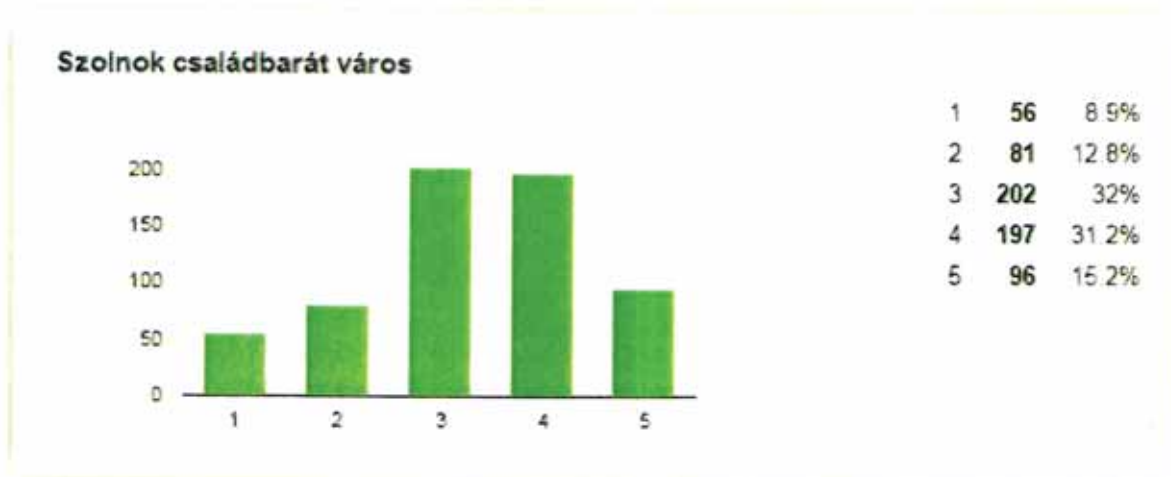
A családokon, gyereken túl, Szolnok városa figyelmet fordít többek között a fogyatékkal élőkre, fizikailag korlátozottakra (akadálymentesítés intézmény – és közlekedésfejlesztések kapcsán), továbbá az idősgondozásra is (idősek otthona modernizáció). Ebből azonban a lakosság még nem érzi megfelelőnek a gondoskodást, összességében 2,9-re értékelték a válaszadók ennek mértékét.



41. ábra Primer kutatás - 'Szolnok gondoskodik az itt élőkről' grafikon

Saját szerkesztés –forrás: <https://docs.google.com/forms/>

A megyeszékhely – a már korábban említett célok értelmében – szignifikáns figyelmet fordít az egyes társadalmi csoportokra, célcsoportokra, köztük nagymértékben a (nagy)családokra. A családbarát óvodák és munkahelyek megvalósítása, a zöld területek kialakítása, játszóterek létesítése, kerékpárutak kialakítása, illetőleg az ez irányú további tervek azt a célt szolgálják és szolgálhatják a jövőben, hogy Szolnokon a családok valóban otthonosan érezhessék magukat, megélhetésük biztosított legyen, gyermekeik minőségi oktatási és szabadidős szolgáltatásokat tudjanak igénybe venni.



42. ábra Primer kutatás - 'Szolnok családbarát város' grafikon

Saját szerkesztés –forrás: <https://docs.google.com/forms>

A családbarát településképpel a válaszadók közepesen tudtak azonosulni (3,32), ezen imázs fejlesztése további beruházásokat tesz szükségessé:

Szolnokon 113 civil szervezet működik, így megállapítható, hogy a civil élet szervezett és aktív a településen. A nyugdíjasok különösen sokat segédkeznek a város kulturális programkínálatának lebonyolításában, önkéntes munkáikkal segítik a városi rendezvényeket, kiállítások felügyeletét.

További javaslataink¹⁴:

- **Fiatalok számára:**
 - Szolnok Hazavár Program továbbfejlesztése: A duális képzés bevezetése folyamán a főiskola jelentős térségi partnerségi kapcsolatokat építhet ki, így a Szolnoki Főiskola jelentős vonzerőt gyakorolhat eddig nem célcsoportnak tekinthető települések vonatkozásában is. Ennek összekapcsolása a Szolnok Hazavár Programmal tovább erősítheti fiatalok megjelenését Szolnokon, illetve a szolnokiak elvándorlási aránya is számottevően csökkenthető.
 - A szolnoki születésű, de máshol felsőfokú oktatásban résztvevő végzett hallgatók részére a hazaköltözés és munkavállalás segítése fontos feladat. E tekintetben az Önkormányzat lakhatási támogatást nyújthat a szolnoki kötődésű, felsőfokú végzettségű, szolnoki székhelyű, telephelyű, vagy szolnoki

¹⁴ A javaslatok megfogalmazásánál a város Integrált Városfejlesztési Koncepciójára és Stratégiai Programjára is támaszkodtunk.

fiókteleppel rendelkező munkáltatónál végzettségének megfelelő munkaszerződés alapján munkaviszonyban álló fiatalok számára. A program további folytatása, szélesítése több gazdasági szektorban, későbbiekben a kutatás, innováció területén is fontos lenne.

- **Kisgyermekek részére:**

- A korábbi években megvalósított jelentős játszótér felújítások sikeresek voltak. Ezek mellett a korosztály számára szükség lenne annak vizsgálata, hogy a Szolnokra dolgozni bejárók számára elegendő mennyiségű bölcsőde, óvoda áll-e rendelkezésre, ösztönözni kellene a nagyobb vállalatoknál vállalati kisgyermek létesítmények, családi napközik létrehozását.

- **Idősek gondozása:**

- Az idősekkel kapcsolatosan kétirányú gondolkodásra van szükség: az aktív öregkor lehetőségeinek megteremtése, a nyugdíjasok társadalomban tartása, elszigetelődésének megelőzése, társadalmi hasznosságának megőrzése, sőt erősítése, önkéntes munkába való bevonása, ezzel önbecsülésük és öntudatuk fokozása, illetve a gondozásra szoruló idősek ápolásának, szociális ellátásának biztosítása. További bentlakásos intézeti, / nyugdíjasházi gondozási lehetőségek kialakítása szükséges lenne.

- **Lakáskörülmények javítása:**

- Szolnokon szükség lenne az egyes szegregált telepek rehabilitációjára, ezek felújításához szükséges források feltérképezésére, illetve az Önkormányzat segítheti a magán kezdeményezésű felújításokat megfelelő finanszírozási feltételrendszer kidolgozásával illetve működtetésével.
- Önkormányzati bérlakásépítésre Szolnokon szükség van, mert a jelenlegi lakásállomány mindössze 4,8 %-a (1 640 db) önkormányzati tulajdon, és mivel a legrászorultabb rétegek önerőből nem tudják megoldani lakhatásukat, ezért az önkormányzat segítségével/támogatásával kell megoldani ezeket a lakás gondokat. A jelenleginél nagyobb önkormányzati lakásszám a lakás-mobilitást, a beköltözők fogadását és a fiatalom helyben letelepedését is elősegítheti.
- Az új lakásépítésnél kisebb önkormányzati költséggel, a lakáskereső saját erejének kihasználásával, a saját erőhöz önkormányzati hozzájárulás, támogatás nyújtható a fiatalok lakásvásárlásakor, esetleg lakásépítésükhöz korlátozott

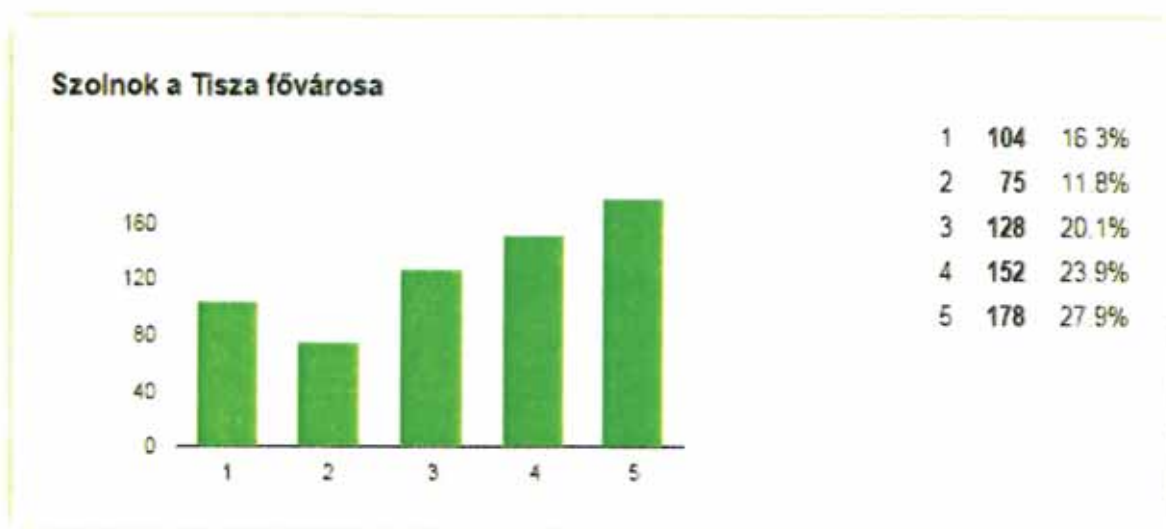
összegű, vissza nem fizetendő városi hozzájárulás vagy meghatározott összegig kamatmentes önkormányzati kölcsönök nyújtása is a támogatás eszköze lehet.

- Fogyatékkal élők helyzetének javítása:
 - Szolnokon közel négyezer fogyatékkal élő lakos van, míg a teljes kistérségben számuk meghaladja a hétezer főt. Mivel a fogyatékosok ellátása gyakran speciális igényekkel jár, a kistérség kisebb településein nem mindenhol biztosítható fejlesztő-gondozó létesítmények fenntartása. Emiatt sok tekintetben a kistérségben lakó fogyatékkal élők ellátását is Szolnokom kell megoldani, így a városnak a saját igényeinél nagyobb kapacitásokkal kell rendelkeznie. Speciális képzési rendszert javaslunk kialakítani, amelyben a korai fejlesztéstől kezdve, az integrált oktatási feltételek kialakítása és támogatása, illetve a megfelelő szakemberek képzésének támogatása is beleértendő.
- Egészségi állapot javítása érdekében:
 - Rendszeres szűrőprogramok indítását javasoljuk a lakosság egésze számára, korosztály specifikus egészségnapok meghirdetésével.
 - Egészségklubok indítását, illetve az egészség megőrzést célzó ismeretterjesztő előadások szervezését fontosnak tartjuk az egészségtudatos lakosság kialakítása érdekében.
- Hátrányos helyzetű emberek számára:
 - A fogyatékkal élők, romák, hajléktalanok, munkanélküliek számára szociális egyesületek összefogásával megvalósuló program indítását javasoljuk, továbbá szükségesnek tartjuk rövidebb képzési programok indítását a hátrányos helyzetű csoportok számára, annak érdekében, hogy integrálni lehessen őket jobban mind a társadalmi, közösségi életbe, mind pedig a munkaerőpiacra.
- Szolnok kártya:
 - Több lakossági szolgáltatás elérhetővé tétele a kártyán keresztül, amellyel a lakosság kedvezményekhez juthat.
- Önkéntesek megbecsülése:
 - Szolnokon jelentős számú önkéntes segíti a város rendezvényeit, részükre apró figyelmes ajándékokkal (pl. jelvények, díszoklevelek, óra, póló) a város megbecsülését fejezheti ki.

A gondoskodó város elérése érdekében tervezett fejlesztések között az egészségipari fejlesztés került fókuszba a magas hozzáadott értékű szolgáltatások közül.

5.5. Szolnok különleges város

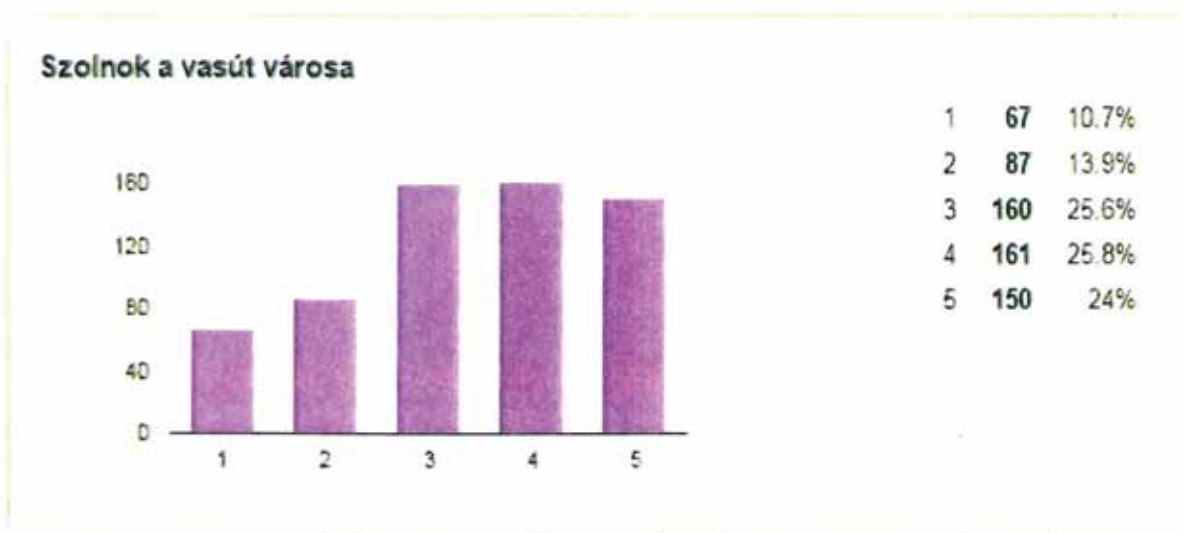
A várost a Tisza és Zagyva folyók szelik át, melyek árterei, holtágai horgászok, kirándulók paradicsoma. A folyók nyújtotta sportlehetőségek igazán egyedivé teszik az Alföld szívében fekvő települést. Egyedi természeti értékek, érintetlen folyópartok és élőhelyek a Tisza mentén. Ezen értékekre jelentősen kell építeni, kihasználva az egyedi adottságokat, nemzetközi vízi sportesemények, nemzetközi vízi fesztivál(ok) megrendezése mindenképpen indokolt a jövőre nézve, a város presztízsének növelése érdekében külföldi viszonylatban is.



43. ábra Primer kutatás - 'Szolnok a Tisza fővárosa' grafikon

Saját szerkesztés –forrás: <https://docs.google.com/forms/>

Szolnok jelentős vasúti csomópont, gócpont. A Stadler gyár telephelye, az ország második vasútvonalának végpontja. Az ország egyik legfontosabb személy-, rendező- és teherpályaudvar- együttese fogadja a nemzetközi, az országos és regionális személy- és áruforgalmat lebonyolító vasúti átmenő, átrakásra kerülő és célszerelvényeket. A pályaudvar-komplexum szignifikánsan villamosított. A vasutak európai szerepének növekedésével Szolnok vasúti logisztikai jelentőségének fokozása, a lehetőségek jobb kiaknázása jelentős fejlesztési potenciált képvisel. A jövőbeni ez irányú fejlesztések kétségkívül indokoltak, mind a hazai, mind pedig a nemzetközi turizmus élénkítése érdekében is. Az alábbi diagramból látható, hogy Szolnok, mint a vasút városa még él az emberek tudatában (3,94).



44. ábra Primer kutatás – 'Szolnok a vasút városa' grafikon

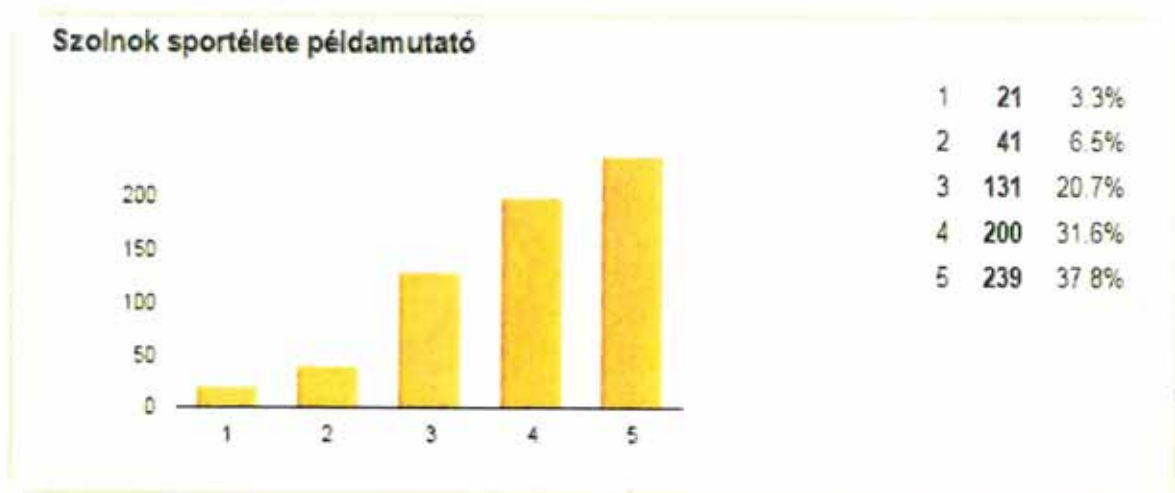
Saját szerkesztés –forrás: <https://docs.google.com/forms/>

A város jelentős sport hagyományokkal rendelkezik, pezsgő sportélet jellemzi, 70 működő sportegyesület és sportszervezet, sikeres sportiskola¹⁵, első osztályú klubok (kosárlabda, vízilabda) székhelye Szolnok. A fejlesztéseknek köszönhetően, Tiszaligeten a sportlétesítmények számos sportrendezvénynek adnak otthont. A sportrendezvények egész évben zajlanak, így szezonokon átívelően kínálnak adott esetben aktív szórakozási lehetőséget az érdeklődőknek.

A lakosság igen magas érdemjegyet adott, 3,93-as osztályzatra értékelte a város (példamutató) sportéletét.

Az eddigi eredményeken túl indokolt lenne a Tisza és a Tisza mente további sportcélú, még intenzívebb hasznosítása (kajak-kenu, evezés, kerékpározás stb.), nemzetközi versenyek, sportfesztiválok Szolnokra csábítása nagyobb számban, évenként ismétlődő amatőr (futó, triatlon, kerékpáros ügyességi, gördeszka/görkorcsolya, horgász, stb.) versenyek szervezése, növelve ezáltal a település presztízsét is.

¹⁵ 2011-ben elnyerte 'Magyarország Legeredményesebb Sportiskolája' címet; 2014-ben 29 sportoló került be saját sportágának válogatottjába.



45. ábra Primer kutatás - 'Szolnok sportélete példamutató' grafikon

Saját szerkesztés –forrás: <https://docs.google.com/forms/>

A különleges város tudat elősegítése érdekében az alábbi fejlesztések megvalósítását javasoljuk¹⁶:

- **Közlekedés, logisztika:**
 - A város akkor tud igazán különleges várossá válni, ha megközelítése megfelelő, így a Budapesttől való elérhetőségét elő kell segíteni, a 4-es út kétszer kétsávos úttá fejlesztésével a várost elkerülő út megépítésével.
 - Ki kell használni Szolnok vasútvárosi múltját és logisztikai lehetőségeit. A közlekedési iparban további együttműködések kialakítását javasoljuk a régió más jelentős közlekedési ipari szereplőivel, illetve tematikus turisztikai attrakciók további hangsúlyozásával és egyedi közlekedési turisztikai termékek fejlesztésével.
 - Javasoljuk a jelenlegi közlekedési nehézségek oldására egy új Tisza híd megépítését is, amely a város élhetőségén szignifikánsan javítana.
- **Gazdaságfejlesztés:**
 - Kecskeméttel való együttműködés erősítése mellett új kutatási, járműipari fejlesztések megvalósítása tovább erősítheti Szolnok több lábón állását.

¹⁶ A javaslatok megfogalmazásánál a város Integrált Városfejlesztési Konceptiójára és Stratégiai Programjára is támaszkodtunk.

- A meglévő ipari park bővítése, szolgáltatásainak fejlesztése a munkahelyteremtés céljából jelentős lenne.
- Városkép, kultúra:
 - A város történelmi múltját, egyediségét és sajátos arculatát hordozó építészeti értékeket (műemlékeket és helyileg védett épületeket) élővé kell tenni. Ezek felújításáról és amennyiben a fenntartáshoz szükséges, elsősorban közösségi célú funkcióváltással gondoskodni kell.
 - A Tiszaparti városrész Szolnok legrégebbi történelmi emlékeket hordozó területe. Megújítása a városi arculatépítés egyik legfontosabb eleme. Az épületek épületszerkezeteit, homlokzatát fel kell újítani, a fűtési rendszereket korszerűsíteni kell, az utcák nagy részét kellemes gyalogos utcaként is funkcionáló a Tiszaparti sétányra levezető vegyes-forgalmú lakóutcákká kell átépíteni.
 - A Belvárosban összefüggő rendszert kell kiépíteni a meglévő és a tervezett közösségi terekkel, mind kelet-nyugat irányban, a vasútállomás és a Zagyva part, mind észak–déli irányban a városközpont és Tiszaliget között. A gyalogos tereket, utcákat zöldfelületekkel, utcabútorokkal és szobrokkal, ivókutakkal, esetleg vízfelületekkel gazdagítani kell.
 - A terek, utcák menti épületek földszinti területeire - ahol erre lehetőség kínálkozik – funkcióváltással a közforgalom számára megnyitható funkciókat (üzleteket, éttermeket, információs szolgáltatásokat, utazási irodákat) kell telepíteni. A terek, utcák a közösségi élet, a társadalmi érintkezés, az idegenforgalmi látványosság színtereivé kell, hogy váljanak.
 - Szolnok számos eseményt szervez az év folyamán, amelyek közül a Tiszavirág fesztivál évről évre újabb eredményeket ér el, egyre nagyobb népszerűségnek örvend. Szükséges azonban olyan egyedi turisztikai fesztivál szervezése is, amely a régióhatárokon túli, esetlegesen nemzetközi vonzerőt is gyakorolhat.
 - Kulturális vonatkozásában fontos a lakosság identitástudatának erősítése is, amelyhez javasoljuk a helytörténeti és kulturális értékek általánosan ismertté tételének fejlesztését, a városvédő és hagyományőrző körök támogatását, a védett épületek szerepének növelését, több funkciós hasznosítását, közfunkciókba és idegenforgalomba bevonását.

- Érdekes gasztronómiai eleme a városnak a „habos ischler”, melyet érdemes mindenhol „Szolnoki habos ischlernek hívni” és minden városi rendezvényen (fesztiválok, kulturális rendezvények, bállok, stb.) felszolgálni.
- Sport, szabadidő, turizmus:
 - A város sportélete kimagasló, e tekintetben a Tisza holtágainak fejlesztése, a vízi sportok lehetőségeinek további fejlesztése fontos lépés lenne.
 - Tiszaliget Szolnok központi rekreációs területe és idegenforgalmi célpontja. Cél, hogy a megépült Tiszavirág gyalogos és kerékpáros híd hídfőjében magas szintű kulturált közösségi terek és zöldfelületek létesüljenek. Ennek keretében fel kell újítani a meglévő rendezvényterületet, ki kell alakítani a Tiszaligeti Strand és Élmenyfürdő előtti fogadóteret, közösségi parkolót kell létesíteni az intézmények kiszolgálására. A Tiszaliget Városi Tisza-híd felőli fogadó területét méltóvá kell tenni a sziget kiemelt funkciójához és turisztika jelentőségéhez. Cél, hogy szigetről gyalogos és kerékpáros cölöphíddal megközelíthető legyen a Szandai réten kiépült bevásárlóközpont, illetve a későbbiekben tervezett szabadidőközpont. Ezzel a bevásárló központ kerékpárral a közúti híd igénybevétele nélkül a Belvárosból könnyen elérhető lesz.)
 - A Tisza partja, a Tiszaliget, a Zagyva-torkolat turisztikai fejlesztése egyrészt elősegíti az új célcsoportok megjelenését a városban, másrészt a kialakított infrastruktúra a helyi lakosság számára is vonzó szabadidő eltöltési lehetőségeket teremt, ez által a lakosság is jelentős, helyben használható infrastruktúrára tehetne szert. A REPtár és a Sörárium projektek végrehajtása megalapozza a turizmus fejlesztését, ezeken túl azonban fel kell karolni a város több más egyediségét is, és ezekre turisztikai projekteket javaslunk kidolgozni (ld. Turizmusstratégia fejezet).

A fejlesztés megvalósításával a város élhetősége jelentősen javul, továbbá a magas hozzáadott értékű szolgáltatások közül is számos (kultúra, sport, turizmus, közlekedés) fejlődik, elindítva ezzel a várost az innovatív fejlődés útján.

6. Szolnok jövője, víziója

Az IVS-ben megfogalmazott vízió: "Szolnok regionális szerepkörei megerősödnek. Megyei közigazgatási szerepköre korszerűsödik, a térség gazdaságirányítási, szervezési és munkahelyi központja lesz. Logisztika szerepköre kiteljesedik, a vasúti, közúti, vízi és esetleg légi közlekedési csomóponti adottságainak kihasználásával.

A főiskola profiljai tájgazdálkodási, vízgazdálkodási, klímaváltozás és városi környezet témakörökkel kiegészülnek, és a kutatás és fejlesztés egyik meghatározó intézményévé válik a felsőoktatás. Szolnok néhány éven belül a térség gazdasági, tájgazdálkodási és vízgazdálkodási kutatási, kooperációs és szervező központja lesz.

A város a megye legjelentősebb, magas színvonalú infrastrukturális háttérrel rendelkező turisztikai szervező és ellátó központjává válik. Kecskeméttel együttműködve Szolnok bekapcsolódik a járműipari klaszterbe és a két város együttműködik az ipari-innovációs tevékenységekben. Megerősödik a Szolnok – Törökszentmiklós - Martfű nagyvárosi térség. Az egészségügy, oktatási, kereskedelmi-szolgáltatói intézményei révén a városi vonzáskörzetet, valamint néhány vonatkozásban a megye egészének népességének korszerű, magas szintű ellátást fog biztosítani."

Ezt kiegészítésként a Szolnok a Tisza fővárosa kép erősítését szolgáló diverzifikált szolgáltatáskínálat is kialakul, amelyben egyre nagyobb szerepet kap a fejlődő turizmus és szabadidő kínálat. E tekintetben az aktív, egészség-, az öko- és a kulturális turizmus, szabadidő eltöltési lehetőségek fejlődnek, továbbá a sport és az idegenforgalom kapcsolata is erősen korrelál. A REPtár egyedi turisztikai attrakciójának köszönhetően a turizmus fejlődik a településen, és Szolnok vonzó célponttá válik az egynapos és a hétvégi-hosszú hétvégi kirándulók számára.

Megvalósul a történelmi városrészek komplex (minden területre kiterjedő) rehabilitálása, gyalogos közösségi terek létrehozásával. A következő fejlesztések eredményeképpen az

értékes és magas színvonalú területek összefüggő, a belső városrészeket átszövő, a város történelmi múltját és a jelenkor esztétikai igényeit is tükröző városi környezetet alkotnak, melyek élményszerű programokat kínálnak mind az idelátogatóknak, mind a városban élőknek egyaránt.

Egész évben színes programkínálat várja a látogatókat és a lakosságot. Nyáron pezsgő élet alakul ki a Tisza-part mentén, a Tiszaliget virágzó szabadidő és sportolási eltöltési lehetőséget kínál minden korcsoport számára. A város önálló turizmusért felelő szervezetet tart fenn, amely részt vesz a programok szervezésében és a turisztikai termékfejlesztésben.

7. Turizmusfejlesztési stratégiai célok Szolnokon

Szolnok városa elkötelezte magát a turizmus fejlesztése mellett. Mint azt a korábbi fejezetekben már ismertettük, számos, a turizmus erősítését szolgáló beruházást valósított már meg, illetve folytat jelenleg is.

A turizmus fejlesztését azonban továbbra is tudatos tervezés mentén érdemes megvalósítani, fokozatos figyelmet fordítva a lakosság igényeire is, hiszen a turisztikai infrastruktúra megteremtésére egyaránt szolgálja a lakosság céljait is, így érhető el, hogy a lakosság büszke legyen a településre és az a turisták irányába is elfogadóvá váljon.

Szolnok Megyei Jogú város turisztikai stratégiájának legfőbb célja: A helyi természeti és kulturális értékeken alapuló turizmus fenntartható fejlesztése.

A fenti fő cél eléréséhez az alábbi alcélok teljesülése szükséges:

- A jelenlegi adottságok turisztikai attrakciókká fejlesztése
- A turizmus fejlődési gátjainak lebontása
- A turisztikai kínálat versenyképes megújítása

A következőkben ezen fő célt elérendő legfontosabb prioritásokat, fejlesztési irányokat ismertetjük, illetőleg az egyes részcélokhoz kapcsolódó főbb intézkedéseket kívánjuk meghatározni.

1. Turisztikai termék –és szolgáltatásfejlesztés

A turizmus fejlesztése, kulturális programcsomagok létrehozásával

- Kulturális szolgáltatók, intézmények tárgyi és szellemi értékeinek bevonásával, azok élményláncre történő felfűzésével, komplex színes programcsomagok kialakítása valósulhat meg. A partnerségen, együttműködésen alapuló akciókba bevonhatók helyi kulturális attrakciók, múzeumok tárgyi értékei, tárlatai, az Agóra kulturális központ rendezvényei és szolgáltatásai, a képzőművészet és a kulturális örökség egyedi jegyeit hordozó Szolnoki Művésztelep „kincsei” (itt a nemzetközi marketing tevékenység is indokolt), a Szigligeti Színház rendezvényei, színdarabjai, a megújult Várkerület építészeti és szellemi értékei.

Turisztikai fontosságú műemlék-épületek, vagy a helyi épített örökség jegyeit hordozó épületek megőrzését célzó rehabilitációs munkálatok

- A történelmi jelentőségű műemlék-épületek, épített örökség jegyeit hordozó épületek megőrzése kiemelten fontos egyrészt a szolnoki polgárok szemszögéből, hiszen a város történelmi múltját idézik, mély gyökereket őriznek, szép emlékeket keltenek bennük, másfelől a település turisztikai súlyát, kulturális egyediségeinek tárházát is szignifikánsan növelheti ezen épületek szakszerű rehabilitációja, fenntartható fejlesztése, esetlegesen új funkciókkal történő felruházása. Ezen rehabilitációs munkálatok eredményeképp többek között olyan jelentős múlttal bíró épületekbe költözhet ismét élet, mint: Tisza Szálló, 'Aranylak', Pelikán Szálló /Hotel Pelikán, Tüdőkórház, Szapáry utcai hajdani Grand Hotel.

Innovatív településközpont kialakítása

- Interaktív kiállítások megvalósítása, speciális interpretációs eszközök, kor – és célcsoport specifikus interaktív elemek beépítésével mindenképpen indokolt lenne. Az innovatív városi közlekedési eszközök terén egyre népszerűbbé váló két kerekes, elektromos meghajtású (környezetkímélő) Segway – ek ugyancsak új szint, impulzust hozhatnak a városnéző túrák során a desztinációba érkező turistáknak. A város központjában ökojátsszóház is kialakításra kerülhet, amely a Tisza élővilágának témájában tartalmazhat interaktív játsszóelemeket. A különböző zenélő, színes szökőkutak, vizes belvárosi élményelemek elhelyezése a központ egyes részein úgyszintén gazdagíthatja a város arculatát. Köztereken, épületeken különböző installációk valósíthatók meg (fényfestés – épületfestés, architekturális vetítés), melyek olyan álló – vagy mozgóképes vetítések, melyek minden esetben az adott épületre, köztérre, annak sajátosságaira vannak tervezve. A fényfestés különböző formákban kapcsolódhat városi rendezvények hangulatához, mondanivalójához, tematikájához, rendkívül vonzó, egyedi látványt biztosítva nagyszámú közönségnek.

Egyedi turisztikai attrakciók fejlesztése

• *Vasúti Témapark:*

Szolnok fejlődése szorosan összefüggött a vasút fejlesztésével, napjainkban pedig a megyeszékhely vasúti csomópont, jelentős országos és nemzetközi forgalmat bonyolít le. A régi vasútállomás – amely a belvárosból kiválóan, gyorsan megközelíthető - rehabilitációjával, közlekedési témájú élményparkká fejlesztésével, több tematikus zóna

kialakításával, Szolnok egyedi turisztikai attrakciójává válhat, a város szlogene „Szolnok a vasút városa” új élményelemmel, arculati elemmel, tartalommal gazdagodhat.

- *Vízi élménypark:*

Szolnok kiemelkedő vizes természeti adottságai, a „Szolnok a Tisza fővárosa” szlogen, mint a marketingkommunikáció egyik zászlóshajója is, mind indokoltá teszik egy valódi vízi élménypark, fürdő létesítését a megyeszékhelyen, amely jelenleg hiánycikk. Az elkövetkező időszakra előirányzott fürdőfejlesztések realizálódásával a város várhatóan európai színvonalú fürdővel lehet gazdagabb, színesítve ezáltal a turisztikai palettáját, mindemellett kiszolgálva a helyi lakosok igényeit is.

- *Drótkötélpálya:*

A tiszaligeti sportfejlesztések folytatásaként, egyedülálló, az adrenalin kedvelő célközönség számára valósulhatna meg egy több elemből álló canopy rendszer a Tiszaligeti-tó és az árvízvédelmi gát közötti szakaszon, tovább színesítve a sportolási lehetőségek széles tárházát.

- *Wake-board pálya:*

A Holt-Tisza magas fokú természetvédelmi szabályozás alatt álló folyószakasz, így kétségtelenül célszerű továbbra is megőrizni háborítatlanságát, azonban egy gépesített wake-board pálya kiépítése megfontolandó sport-fejlesztés lehet, amely jelentős, a természeti környezetet (nagy mértékben) nem károsító turisztikai attrakcióvá válhatna.

- *Pelikán menhely kialakítása:*

Szolnok és a Tisza természetes élőhelyeinek fontos madara volt, a város címerállata is ugyancsak a Pelikán. A menhely kialakítása mind természetvédelmi, mind pedig turisztikai szempontból jelentős fejlesztés lehet.

Attraktív Tisza-parti tematikus sétányok

A sétány fejlesztése megindult az elmúlt időszakban, a további fejlesztések mindenképpen indokoltak a turisták tartózkodási idejének meghosszabbítása okán is. A sétány fejlesztésének részeként: padok, pihenőhelyek további kialakítása, távcsöves kilátópontok megteremtése, gyermek-játszóterek kialakítása, korszerű világítás, megfelelő szélességű gyalogos felület, járda kiépítése, a zöld növényzet karbantartása, vendéglátóhelyek létesítése (pl. tiszai hal ételeket kínáló kisebb étterem; kávézók). A város szimbólumává váló Pelikán madarat ábrázoló fa-szobrokat lehetne kihelyezni a sétány elején, a futóútvonalakat tovább lehetne fejleszteni, modern információs

eszközökkel ellátott tematikus tanösvényeket (a Tisza és ökológiai értékeinek prezentálása) lehetne kialakítani.

Városi túraútvonal

Szolnok legfőbb természeti és kulturális látnivalóinak élményláncre történő felfűzése, együttes promóciójuk, a szinergikus erő hatására intenzívebb turisztikai élményt eredményezhet. A kialakítandó városi sétaútvonal esetében mindenképpen figyelembe kell venni, hogy: megfelelő útbaigazító és információs táblák segítsék a turistákat (a közeli vendéglátóhelyek jelölése szignifikáns). A túrát nem szabad túl hosszúra tervezni sem időben (ajánlott 1-2 óra), sem pedig távolságban (az egyes attrakciók között viszonylag kis távolság). A szervezett túrák indítása is biztosított legyen (guide-ok segítségével). A promóció különböző online kommunikációs csatornákon keresztül és nyomtatott formákban (pl. szórólapok, kiadványok) történjen. Indokolt a túra kezdő pontján felállítani egy attraktív, feltűnő információs táblát/pontot.

Regionális, határon átnyúló népszerűséggel bíró, nemzetközi látogatóközönséget is vonzó (nagy)rendezvények

Az páratlan természeti, kulturális értékekre (pl. zenei, gasztronómiai) az elkövetkező időszakban jelentősen kell építeni, kihasználva az egyedi adottságokat. Nemzetközi vízi sportesemények, nemzetközi vízi fesztivál(ok) megrendezése mindenképpen indokolt a jövőre nézve, a város presztízsének növelése érdekében külföldi viszonylatban is. A település jelenleg nem igazán rendelkezik szupra-regionális rendezvényekkel, a legfőbb szlogenre –„Szolnok a Tisza fővárosa” –kiemelten építeni kell, egy országos viszonylatban is egyedülálló, nemzetközi látogatóközönséget vonzani tudó, több napos, vízi tematikus fesztivál, nagyrendezvény megtervezése és kialakítása feltétlenül szükséges. A magasabb látogatószámmal rendelkező jelenlegi rendezvények, illetőleg a jövő előirányzott nemzetközi nagyrendezvények valóban színvonalas megvalósításához fesztivál helyszín fejlesztése elengedhetetlen, amelyhez Tiszaliget zöld területei, adottságai megfelelőnek értékelhetők. A nagyméretű (fedett, fűthető) rendezvény /fesztiválhelyszín otthont adhat koncerteknek, rendezvényeknek, fesztiváloknek, kialakítása energia-hatékony (megújuló energiaforrások beépítése) módon valósulhat meg. A fesztiválhelyszín kapcsolódhat továbbá a mobilkikötő is, kifejezetten a sportrendezvények kapcsán.

Nemzetközi sportesemények

A folyók nyújtotta sportlehetőségek igazán egyedivé teszik az Alföld szívében fekvő települést. A város igen jelentős sport-hagyományokkal rendelkezik. Indokolt lenne a Tisza további sportcélú még intenzívebb hasznosítása (kajak-kenu, evezés stb.), nemzetközi versenyek Szolnokra csábítása nagyobb számban, növelve ezáltal a település presztízsét is.

Rekreációs tematikus parkok /zöld területek számának növelése, új funkciókkal történő ellátása

A belvárosi zöld területek kialakítása, a tiszaligeti zöld területek további kreatív hasznosítása, a kerékpáros „zöld” közlekedés egyre intenzívebb népszerűsítése, és infrastrukturális feltételeinek megteremtése, mind-mind a „zöld város” megvalósulását segítik elő, és segíthetik elő a jövőben is, mely a megyeszékhely egyik védjegyévé válhat, fontos imázs-értéket biztosítva ezáltal Szolnoknak. A zöld területeken tematikus gyermek-játszóterek, fitness parkrészek, futópályák, szökőkutak, vizes élményelemek kialakítása indokolt lehet ennek érdekében. Egyes területeken Kneipp-park is létesíthető.

Tiszaliget komplex turisztikai – és sportfejlesztése – fesztiválhelyszín

A korábban már említett élményelemeken, attrakciókon felül, megvalósulhatnak kisebb, nagycsaládosokra is specializáló rendezvények (aktív-szabadidős, sport, gasztronómiai, kulturális, hagyományörző; gyermekeknek játszóház, versenyek, vetélkedők, énekzenei, ugráló, arcfestés, kézművesség stb.). A termálvíz gyógyító hatását kihasználó, nagyobb arányú szálláshelyfejlesztés is megvalósulhatna a Tiszaliget területén, továbbá fontos lenne a Tiszaliget Turisztikai Központ megvalósítása is.

Tisza-Zagyva torkolat élmény alapú fejlesztése

Az önmagában is érdekes látványosságként kezelendő folyó torkolat turisztikai attrakcióvá történő fejlesztése indokolt. Interaktív élménytár fejlesztésével, speciális interpretációs, szemléltető modern eszközök (hallható, tapintható) bevonásával a tiszai hagyományok prezentálása valósulhatna meg (pl. a tiszai halászat bemutatása), emellett tradicionális helyi konyhával rendelkező étterem várhatja a vendégeket, turistákat. A kikötőhely infrastrukturális fejlesztése szintén indokolt, légcsavaros csónaktúrák, kishajós kirándulások indíthatóak minden korosztály számára. Kialakítható egy vízi színpad lelátóval ellátva, valamint a Tisza élővilágát bemutató kültéri akvárium, ehhez

kapcsolódóan kisebb vízi – öko látogatóközpont, esetlegesen tematikus Tiszatanösvény.

2. Turisztikai infrastruktúra-fejlesztés:

További kerékpárút fejlesztés

A zöld, fenntartható turizmus erősítését elősegíti, a „zöld város” kép kialakításához nagyban hozzájárul a további, karbantartott, igényes kerékpárutak fejlesztése. A város természeti értékeinek, élőhelyeinek (folyópart, folyótorkolat, Tisza menti és Zagyva menti sétány) kerékpárral történő megközelítésének, felfedezésének ily módon történő biztosítása feltétlenül indokolt, kifejezetten az aktív turizmus résztvevői és a családosan érkező turisták szempontjából. A tágabb értelemben vett desztináció vonatkozásában fontos cél lehetne egy egészen a Tisza-tótól Szegedig tartó kerékpárút megvalósítása, amely Szolnokot is érintené, így hétfélig kerékpáros kiránduló túrákon több település, illetve azok attrakciói is érinthetők lennének, a környéken lévő településekről, de akár a Tisza-tónál nyaralók esetében is, meg lehetne látogatni Szolnokot. A projekt komplexitása miatt jelentős együttműködés lenne szükséges az érintett települések vezetői között. A hosszabb kerékpárutak esetében kifejezetten fontos a megfelelő számú kiszolgáló egység (vendéglátó egységek, szerviz pont stb.) létesítése.

Közutak, főútvonalak rehabilitációja, áteresztő képességének javítása

A 4-es főútvonal korszerűsítése, felújításának befejezése, illetőleg a város jelentős csomóponti részeinek rekonstrukciója, felülvizsgálata és modernizációja kiemelten fontos, hiszen a korszerű közlekedési körülmények, feltételek, valamint az attrakció megközelíthetőségének biztosítása alapfeltétele a sikeres turizmusnak.

Új Tisza-híd megépítése

A megnövekedett autósforgalom, a forgalmi fennakadások, az első Tisza-híd irányából érkező igen jelentős forgalmat a jelen közlekedési rendszer már nem tudja hatékonyan ellátni, menedzselni. Újabb Tisza-híd építése elengedhetetlen a fenntartható közlekedés, és az 'élhető város' megvalósítása okán, továbbá a jövőben várható növekedő turistaforgalom végett is.

Vasútállomás rekonstrukciója

A vasutak európai szerepének növekedésével Szolnok vasúti logisztikai jelentőségének fokozása, a lehetőségek jobb kiaknázása jelentős fejlesztési potenciált képvisel. Egyébiránt a mai vasútállomás épülete Schneller Vilmos Ybl-díjas építész tervei alapján készült, Szolnok város alapításának 900. évében adták át (1975), amely abban az időben Közép-Európa legmodernebb vasúti csomópontja volt. Az épület előtt téren helyezkedik el az autóbusz pályaudvar is, így egy multimodális közlekedési csomópontról van szó, amelynek komplex rekonstrukciója is indokolt lehet, a város vasúti múltjából, presztízséből kiindulva.

Tiszai sétahajók indítása

A folyó nyújtotta páratlan lehetőségek kihasználása fontos további fejlődési potenciált rejt magában. Jelenleg az ország második legnagyobb folyója nincs kellően kihasználva turisztikai szempontból. Sétahajók nagyobb számban történő indítása –akár hangulatos esti órákban is - indokolt, a jövőben új pontokon mobilkikötők létesítése ugyancsak megfontolandó lehet. A napközbeni sétahajó járat több óra hosszúságúra is nyúlhat a nyári időszakban, eljutva akár egészen a Tisza-tóig. A hajókon megvalósulhatnak különböző szórakoztató programok, étkezés is. Kiegészítő attrakció a már korábban említett fény-festés látványossága lehet, pl. a Tiszavirág híd oldalán.

Település központ és a Tiszavirág híd közötti rész sétáló utcává fejlesztése

A városnak nincs jelenleg valódi sétáló (fő)utcája, amely turisztikai szempontból is jelentős lenne. A település központjától a Tiszaligetre vezető gyalogos hídig terjedően, indokolt lenne egy sétáló utca kialakítása, mindenfajta egyéb közlekedési járműtől mentesen megvalósítva. A sétáló utca könnyedén végigjárható lenne minden korosztály számára, gondolva itt az idősekre, gyermekekre, fizikailag akadályozottakra, illetőleg babakocsival sétáló, kisgyermekes családokra is.

Tisza-part sétányának fejlesztése

A korábban említettek értelmében kiemelten fontos a megfelelő, korszerű világítás kiépítése a sétány teljes hosszában, megfelelő szélességű járdafelület, karbantartott sétálóút burkolat kialakítása, padok, pihenőhelyek, kilátópontok létesítése, a zöld növényzet karbantartása.

Parkolási rendszer fejlesztése

A megnövekedett autósforgalom, a forgalomban levő gépjárművek száma elért egy bizonyos felső kritikus határt, amelyből kifolyólag új parkolóhelyek létesítése is elengedhetetlenné vált a településen. Új parkolók kialakítására lehetőség nyílhat egy, a bevásárló központ (pláza) alatt kialakítandó mélygarázsban, esetlegesen egy tetőparkoló formájában a pláza tetején, továbbá a település egyes részein kihasználatlan területeken, ezen felül indokolt lehet a vasútállomás közelében is növelni a parkolóhelyek számát. Figyelmet kell fordítani a megfelelő számú rokkant parkolóhelyek létesítésére is, illetőleg azokat csak az arra jogosult személyek vegyék igénybe.

3. Hatékony turisztikai marketing:

Versenyképes turisztikai arculat tervezése

A versenyképes arculat tervezésekor középpontba állítandó a „Szolnok a Tisza fővárosa” szlogen, ennek megfelelő termékfejlesztés, továbbá nagymértékben építeni kell a város USP-ire (Egyedi Értékesítési Ajánlat; egyediségek!). A versenyképes turisztikai arculat jellemzői: egyediség, egységes pozitív kép sugárzása, érdekes, vonzó és figyelemfelkeltő legyen, jó megkülönböztethetőség, markánsan elkülönül a versenytársakétól, kreatív szlogen és logó megalkotása.

Cél – és korcsoport specifikus marketingkommunikáció

A célcsoportok kialakításának, megfelelően strukturált, szakmailag alaposan átgondolt piackutatási tevékenységen kell alapulnia, továbbá a meglévő és kialakítandó turisztikai attrakciók tárházát a célcsoportokhoz kell igazítani. A különböző kor –és célcsoportok hatékony elérésére, egyedi célcsoport specifikus kommunikációs csatornák használata elengedhetetlen.

Térségi együttműködés a desztináció helyi egyedi értékeinek piacra vitelében

A partnerségen alapuló ilyen téren megvalósuló együttműködés elősegíti a desztináció egészének turisztikai markánsabbá formálódását, valamint az egyes települések is könnyebben vihetik piacra egyedi értékeiket. Az értékek között jelentős képzőművészeti, népművészeti, gasztronómiai stb. egyedi elemek jelenhetnek meg közösen a turizmus piacán.

Innovatív marketing eszközök és tevékenységek

Jelentős hangsúlyt, fókuszot kell helyezni az aprólékosan megtervezett marketing akciókra, melyek igazán hangsúlyossá, hatékonyá tehetők az innovatív, kreatív eszközök bevonásával. Ezen eszközök, tevékenységek tárházából kiemelendő: modern kreatív weboldal (nyelvváltási funkcióval online foglalási rendszerrel, kreatív navigációs menüvel, aktuális időjárás feltüntetésével, online módon indított versenyek, vetélkedők, stb.), a weboldalról is elérhető további online közösségi oldalak (facebook oldal, twitter, blogok, instagram), valamint a promóciós és kampányfilmek széles körben történő prezentálására használható saját youtube csatorna, videó-megosztó portálok, mobil telefonra letölthető alkalmazások, turisztikai kártya.

Turisztikai piackutatás, versenytárselemzés

Turisztikai piackutatás nélkül nem lehet sikeres, versenyképes, hosszú távon fenntartható turizmust kialakítani. Pontosan ismernünk kell célcsoportjaink, a desztinációba érkezők meghatározó igényeit, véleményüket a város jelenlegi (turisztikai) kínálatáról, szolgáltatásairól. A versenyképes turisztikai termékek és szolgáltatások kialakításához ugyancsak ismernünk kell a piacon megjelenő, potenciális versenytársaink egyediségeit, turisztikai súlyukat a piacon, meglévő szolgáltatásaikat és azok népszerűségét. Mind a rendszeres piackutatási tevékenység, mind pedig a versenytárselemzés szignifikáns, elengedhetetlen ahhoz, hogy a település turizmusa versenyképes és fenntartható legyen ma és hosszabb távon egyaránt.

Korszerű útbaigazító és információs táblarendszer

A turisztikai infrastruktúra, a turisztikai látogatómenedzsment egyik alappillére, a turisztikai marketing tevékenység szignifikáns része. Az útbaigazító és információs táblák már a település bejáratánál (sok esetben a desztináció egyéb területein elhelyezve) elsőként „fogadják” a turistákat, tartózkodásuk alatt pedig segítik őket a könnyed, széleskörű tájékozódásban, a gazdag és kielégítő információ –és élményszerzésben.

Városok számára meghirdetett díjak elnyerése

Nemzetközi és Magyarországon városok számára meghirdetett díjakért érdemes versenybe szállni a városnak, ezzel javítva a lakosság identitástudatát és építeni a

polgárok büszkeség érzetét. Szolnok e tekintetben már érte el eredményeket, a további pozitív kép erősítése érdekében a 3. sz. Melléklet tartalmaz további ötleteket.¹⁷

4. Turisztikai intézményfejlesztés:

Az intézkedések kapcsán prioritást kell, hogy kapjon a feladatellátáshoz kapcsolódó párhuzamosságok megszüntetése.

TDM szervezet újbóli felállítása, működtetése

A helyi turizmus „gazda” szerepét töltheti be a szakmai szervezet, amely a professzionalizmus biztosításával, a helyi turizmus oly módon történő menedzselését hivatott megvalósítani, hogy az fenntartható és hosszútávon is versenyképes maradjon, minden érintett fél igényeinek, szükségleteinek szem előtt tartásával. A szervezet létrehozását a jelenleg megvalósítás alatt lévő és a közeljövőben megvalósításra kerülő turisztikai attrakciók fejlesztését és a szálláshelykínálat megújítását követően javasoljuk időzíteni.

o *Turisztikai szemléletformálás, képzések:*

A fenntartható és versenyképes turizmus megvalósításához a TDM szervezetnek szakmai szemléletformáló tevékenységet kell folytatnia a településen, annak érdekében, hogy közös filozófia mentén, a közös érdekek mentén valósuljanak meg a fejlesztések, a helyi lakosok érdekei ne sérüljenek, optimális gazdasági, társadalmi és környezeti előnyöket nyújtson a turizmus számukra, büszkék legyenek városukra. A piaci változásokhoz és elvárásokhoz folyamatosan igazodnia kell a szolgáltatóknak, ezért a TDM szervezet képesség –és készségfejlesztő és egyéb képzéseket (pl. idegen nyelvi képzés) tart(hat) tagsága és a városlakók részére.

o *Partnerség:*

A partnerség kiépítése teszi lehetővé, hogy a fogadóközösség egésze megfelelő szemlélettel viszonyuljon a turizmushoz, és a látogatók ne csak a turisztikai létesítményekben, attrakcióknál kapjanak igényeiket kielégítő szolgáltatásokat, valóban pozitív élményekkel gazdagodjanak mindenhol tartózkodásuk során. A helyi önkormányzattal, illetőleg a város turisztikai és egyéb vállalkozóival, szolgáltatóival való partnerség kialakítása, közös elvek

¹⁷ A potenciális díjakat a 3. számú mellékletben mutatjuk be.

mentén történő gondolkodás és munkavégzés alapfeltétele a fenntartható és versenyképes turizmusnak.

Turisztikai kisvállalkozások indítása, létrehozásuknak ösztönzése, meglévők támogatása

A Szolnokon megvalósuló szolgáltatásfejlesztési és termékfejlesztési projektek, új attrakciók, új munkahelyeket teremthetnek. Az újonnan megalakuló vállalkozások szakmai munkájához a TDM szervezet is szakmai segítségnyújtással hozzájárulhat, egyesületi tagságát közös marketingtevékenységgel támogathatja, fejlesztésekre fordítható forrásokat „szerezhet” számukra és menedzselhet azokat stb.

5. Turisztikai szálláshelyek fejlesztése:

Meglévő szállodák modernizálása

A tervezett új attrakciók és szolgáltatások megvalósulásával várhatóan magasabb látogató –és turistaszám is prognosztizálható a településen a jövőben. Egyértelmű cél, hogy a turisták tartózkodási ideje növekedjen a megyeszékhelyen, aminek kapcsán szintén javítani kell a kereskedelmi szálláshelyek színvonalát és létszámát is. A fejlesztések nem kizárólag zöldmezős beruházással valósulhatnak meg, hiszen több olyan, történelmileg is jelentős múlttal bíró épület található a városban, amely jelenleg is szállodaként működik, de innovációra szorul és érdemes, továbbá egyes épületek rekonstrukcióval, átalakítással, profilváltással, vagy új funkciókkal történő ellátásával, a szálláshely kapacitást növelhetik Szolnokon.

Az 1928-ban épített patinás Tisza Szálló egyike azon épületeknek, amely funkció és szolgáltatásbővítéssel további igényeket lehet képes kiszolgálni, pl: gyógyfürdő rekonstrukciója, rehabilitációs centrum kialakítása.

A Tiszaligeti Motel és Camping megújítása ugyancsak indokolt lehet, hiszen kiváló elhelyezkedésű azonban jelenleg kihasználatlan, jelentős rekonstrukcióra szorul. A tiszaligeti fejlesztések megvalósulásával, célcsoportként a fesztivál résztvevőkre, sportesemények résztvevőire fókuszálhat a komplexum, mint potenciális vendégkörökre.

A Pelikán Hotel a város 1975-ben épült egyik legnagyobb szállodájának megújítása is időszerűvé vált. A városközpontban álló létesítmény jelenleg nem fogad több vendéget az üzemeltetési költségek megemelkedése és a kevés számú turista miatt. Átgondolt, modernizált megoldásokkal ismét a város szolgálatába állhat.

Új wellness /termál hotel létrehozása → a termálvíz turisztikai hasznosítása

A város fontos termál és gyógyvízkészlettel rendelkezik, amelynek hasznosítása azonban nem olyan mértékű, amilyen fejlesztési potenciál rejlik még benne. A városban megvalósult és jövőben megvalósulandó fejlesztések előrevetítik új kereskedelmi szálláshelyek megvalósítását is, amelyek kapcsán egy zöld mezős beruházás formájában, a termálvizet intenzívebben hasznosító, a megújuló energiaforrásokra is nagyban építő, wellness /termál hotel épülhetne meg pl. a Tisza-ligetben, új célcsoportokat elérve, és magasabb szintű igényeiket kiszolgálva, akár jelentősebb külföldi vendégkört is bevonva. A gyógyvízre alapuló egészségturizmus erősítése és hangsúlyosabbá tétele indokolt.

A természetközeli szoft-turizmushoz kötődő szálláshelyek létrehozása a turisztikai kerékpárút-hálózat ill. csónakkikötők térségében (Tisza-liget)

A Tisza mentén kiépült kerékpárút mentén, illetve az evezős turizmusban résztvevők számára érdemes természetközeli, illetve ifjúsági szálláshelyek létrehozása.

Szolnok turizmusfejlesztési céljai

Fő cél: A helyi természeti és kulturális értékeken alapuló turizmus fenntartható fejlesztése					
Al-célok	A jelenlegi adottságok turisztikai attrakciókká fejlesztése	A turisztikai kínálat versenyképes megújítása	A turizmus fejlődési gátjainak lebontása		
	Turisztikai termék és szolgáltatás fejlesztés	Turizmust támogató, kapcsolódó infrastruktúra-fejlesztés	Hatékony turisztikai marketing	Turizmusmenedzsment	Turisztikai szálláshelyek fejlesztése
Intézkedések	<ul style="list-style-type: none"> A turizmus fejlesztése, kulturális programcsomagok létrehozásával 	<ul style="list-style-type: none"> További kerékpárút fejlesztés; 	<ul style="list-style-type: none"> Versenyképes turisztikai arculat tervezése – középpontban a „Szolnok a Tisza fővárosa” szlogennel 	<ul style="list-style-type: none"> TDM szervezet újbóli felállítása, működtetése 	<ul style="list-style-type: none"> Meglévő szállodák modernizálása (pl. Tisza Szálló)
	<ul style="list-style-type: none"> Turisztikai fontosságú műemlék-épületek, vagy a helyi épített örökség jegyeit hordozó épületek megőrzését célzó rehabilitációs munkálatok 	<ul style="list-style-type: none"> Közutak, főútvonalak rehabilitációja, áteresztő képességének javítása; 	<ul style="list-style-type: none"> Cél – és korcsoport specifikus marketing-kommunikáció, 	<ul style="list-style-type: none"> Turisztikai szemléletformálás; képzések 	<ul style="list-style-type: none"> Új wellness/ termál hotel létrehozása → a termálvíz turisztikai hasznosítása
	<ul style="list-style-type: none"> Innovatív településközpont kialakítása 	<ul style="list-style-type: none"> új Tisza-híd megépítése; 	<ul style="list-style-type: none"> Térségi együttműködés a desztináció helyi egyedi értékeinek (képzőművészeti, népművészeti, gasztronómiai) piacra vitelében 	<ul style="list-style-type: none"> Partnerség önkormányzattal, helyi vállalkozókkal, szolgáltatókkal 	<ul style="list-style-type: none"> A természetközeli szoft-turizmushoz kötődő szálláshelyek létrehozása a turisztikai kerékpárút-hálózat ill. csónakkikötők térségében (Tisza-liget)
	<ul style="list-style-type: none"> Egyedi turisztikai attrakciók –pl: Vasúti témapark; Vízi Élménypark; Drótköté-lpálya; wake-board pálya, Pelikán menhely kialakítása 	<ul style="list-style-type: none"> Vasútállomás rekonstrukciója; 	<ul style="list-style-type: none"> Innovatív marketing eszközök és tevékenységek 	<ul style="list-style-type: none"> Turisztikai kisvállalkozások indítása, létrehozásuknak ösztönzése, meglévők támogatása – munkahelyteremtés 	

• Attraktív, Tisza-parti tematikus sétányok	• Tiszai sétahajók indítása;	• Turisztikai piackutatás; versenytárs elemzés		
• Városi túraútvonal – Szolnok látnivalóinak élménylángra történő felfűzése	• Település központ és a Tiszavirág híd közötti rész sétáló utcává fejlesztése	• Korszerű útbaigazító és információs táblarendszer		
• Regionális, határon átnyúló népszerűséggel bíró, nemzetközi látogatóközönséget is vonzó (nagy)rendezvények – fesztivál helyszín kialakítása; nemzetközi sportesemények Szolnokra csábítása	• A Tisza-part sétányának fejlesztése	• Városok számára meghirdetett díjak elnyerése		
• Rekreációs tematikus parkok/ zöld területek számának növelése, új funkciókkal történő ellátása	• Parkolási rendszer fejlesztése			
• Tiszaliget komplex turisztikai és sport fejlesztése – fesztiválhelyszín, sport, gyógy- és termál, aktív, családi				
• Tisza-Zagyva torkolat élmény alapú fejlesztése				

46. ábra Szolnok turizmusfejlesztési céljai

Forrás: saját szerkesztés

8. Marketingkommunikáció

8.1. Városmarketing, márképítés

A versenyképesség javítása ma az egyik legfontosabb elvárás minden város vezetése számára, hiszen ez az a tényező, amely révén üzleti befektetések, fejlesztési források, turisztikai bevételek vagy akár nemzetközi események vonzhatók a térségbe. A magyarországi településeken előtérbe került a lakosság megtartásának kérdése, mely a rossz demográfiai mutatók okán az egyik kulcskérdése egyes települések és régiók jövőjének.

A fenti célok elérése érdekében a versenyképesség egyik lényeges faktorát a város vonzóvá tétele jelenti, így a városfejlesztésben fókuszba került a városmarketing ezen belül kiemelten a márképítés, szerepe.

A településeknek manapság sok szempontból hasonlóan kell működniük, mint a vállalkozásoknak, hiszen céljuk hasonló, szolgáltatásaik eladása a potenciális vevőknek, akik esetükben az üzleti befektetők, turisták, tehetséges fiatalok, illetve nemzetközi szinten már egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítanak az úgynevezett „kreatív agyak” megnyerésének is. Ehhez azonban egy attraktív, élettel teli, jövőbe mutató, vibráló márkával kell a piacra lépniük. A múltban elért sikerek gyorsan elévülnek, hiszen a fogyasztók (jelen esetben vállalkozások, turisták, diákok) a globalizált világban nem lojálisak többé, nyilvánvaló, hogy a számukra legkedvezőbb, legvonzóbb települést választják majd. Ezt felismerve egy 21. századi, modern város feladata, hogy megvizsgálja, újraértelmezze adottságait, meghatározza lehetséges kitörési pontjait és kidolgozza versenyképes vonzerői piacra vitelének módját.

A leglényegesebb, de egyben a legnehezebb feladat is, észrevehetőnek, megkülönböztethetőnek lenni a többi száz és száz település között, amelyek egyidejűleg hasonló potenciális vevőkört akarnak megnyerni. Ennek alapja egy jól meghatározott, nemzetközi környezetben is felismerhető, eladható brand felépítése. Egy települést egyedi, sajátos karaktere, legyen szó gazdasági, kulturális vonzerőről, vagy éppen életstílusról, alkalmassá teheti a legjobb vállalkozások és legsikeresebb szakemberek, legnagyobb költségű turisták, legjobb diákok megnyerésére.

Akárcsak a vállalatok esetében egy város márképítése is azzal kezdődik, hogy meghatározza céljait, pontosan mi akar lenni és hozzárendeli, hogy mi áll ehhez rendelkezésére. Kiindulási pontként adottak a város aktuális kondíciói, ha ehhez képes meghatározni egy tiszta és erős

identitásképet, viszonylag egyszerű lesz a márkaépítéshez szükséges speciális karakterjegyeket és eszközöket hozzárendelnie.

Egyszerűbb azoknak a városoknak a dolga, amelyek impozáns múlttal rendelkeznek. Nekik mindenképpen erre az alapra érdemes felépíteniük az új márkát, felhasználva tradícióikat, ugyanakkor azokat mégis valamiféle újszerűséggel, innovatív ötlettel kell felvértezniük.

Azok a települések, amelyek nem támaszkodhatnak történelmi, kulturális örökségre, mégsem akarnak ugyanakkor a sok más város között észrevétlenek maradni, valamivel nehezebb helyzetben vannak, mert saját stílust, egyedi vonzerőket kell teremteniük. Ennek egyik kedvelt módja – amit Bilbao hatásként is szokás emlegetni - hogy egy település képét, arculatát egy új és izgalmas épülettel erősítik, amely ideális esetben valami olyan tevékenységnek ad otthont, amely szintén alkalmas a nemzetközi érdeklődés felkeltésére is. A baszkföldi Bilbao esetében egyébként ez a Guggenheim múzeum volt, amely nemcsak a város jelképévé vált, de az elmúlt 12 évben folyamatosan évente 1 millió fölötti látogatószámot produkál.

Érdemes kitérni a városmarketing és a turizmus közötti kapcsolatra: a városmarketing célja nyilvánvalóan jóval szélesebb, mint turistákat a városba csábítani. Ugyanakkor vitathatatlan, hogy amelyik város vonzó turisztikai célpont, azt a legtöbb esetben más szegmensek számára is könnyebb érdekessé tenni, nem beszélve a jelentős gazdasági potenciált rejtő nemzetközi kulturális, sporteseményekről, kongresszusokról, amelyek esetében ugyancsak fontos döntési tényező a település turisztikai imázsa, ismertsége, infrastruktúrája.

Nem minden városnak vannak a brandépítésre hasznosítható turisztikai adottságai, vannak települések, amelyek más iparágakat választanak márkaépítésük zászlóshajóinak, jó példa erre Hollywood amely filmiparán keresztül lett közismert, mások pl. autóiparukkal pozicionálják magukat a nemzetközi piacon (Toyota, Wolfsburg). Fontos azonban tudni, hogy az úgynevezett egyiparágas városként elhíresült településeknek esetenként nagyobb kockázatokkal is kell számolniuk: a korábban az amerikai autógyártás fellegrájaként ismert Detroit – évtizedekig a Motown becenévvel illették - a GM és a Chrysler összeomlása után azzal kellett, hogy szembenézzen, hogy városként nemcsak adóbevételei jórészt, de brandjének legfontosabb karakterjegyeit is elveszítette.

8.2. Cérendszer

Fő marketingkommunikációs cél: Szolnok város pozitív imázs képének megfogalmazása, minden célcsoport számára releváns üzenetek formájában, továbbá annak tudatosítása, formálása. Olyan imázs megfogalmazása, mellyel azonosulni tudnak a lakosok és mely valóság tartalmáról meg lehet győzni a célcsoportokat.

Fontos, hogy a kommunikáció tartalma, módszere, üzenetek megfogalmazásai, csatornái illeszkedjenek szintén az alapelvekhez, irányvonalakhoz.



Szlogenek

Hosszútávon – amint sikerül megtölteni tartalommal - jó városmárka lesz a „Szolnok, a Tisza fővárosa” gondolat. Addig, míg ez megvalósul egy átmeneti jelmondatot célszerű használni, mely sugallja

- a város dinamikus változását,
- a városvezetés elhivatottságát,
- a több irányú folyamatos fejlődést,
- a lakosság központúságot
- a közösség érdekeinek győzelmét
- azt, hogy ez csak egy átmeneti szlogen.

Néhány javaslat:

Szolnok, a város, melyet Neked terveznek!

Szolnok, a város, melyet Neked fejlesztenek!

A város, amit Hozzád illesztnek!

A város, amit Rád szabnak!

Szolnok olyan lesz, amilyennek mindannyian szeretnénk!

Szolnok a Tisza fővárosává fejlődik!

Az átmeneti időszakra szóló szlogenek közül – adott esetben - lehet egyet választani, de – mivel a jelmondatok tartalma hasonló – akár több szlogen egyidejű használata is lehetséges a városban.

Marketing célok:

1. A szolnoki identitás, MI tudat erősítése, pozitív beállítódás erősödése (például a város történetét bemutató (tan)könyvvel, illetőleg annak iskolai oktatásával)
2. Szolnokról kialakított tudatos imázskép erősödése országos viszonylatban,
3. Az önkormányzat és a városban zajló események, történések általános kommunikációjának javítása, a hatékony célba érést jelentő megoldások támogatása, újszerű és aktívabb kommunikáció,
4. Szolnok város megtartó képességének javulása,
5. Minden olyan mutató erősödése, amely jól prosperáló gazdaságra utal pl. vendégéjszakák számának alakulása, befektetői tőke növekedése, lakosságszám növekedése, fiatalabb generáció arányának növekedése, munkanélküliségi ráta csökkenése, ingatlanárak emelkedése stb.
6. Emelkedő FB követők száma, online felületek olvasóinak száma,
7. Városi kollektív élmények számának növekedése (kiemelt közösségi rendezvények),
8. Önszerveződések számának növekedése,
9. Kulturális, gazdasági, sport eredmények bővülése, egyre jobb, több eredmény realizálódása (további speciális monitoring mutatókat érdemes megfogalmazni későbbiekben az egyes kommunikációs projektek kidolgozásakor.)

A települések jövője, így Szolnok jövője is attól függ, hogy a lakosságmegtartó erejét milyen mértékben tudja megőrizni, javítani. A lakosság elvándorlása számos tényezőtől függ, melyek közül a városi intézkedések, a városmarketinggel kapcsolatos tevékenység több tényezőt képes befolyásolni. Napjaink mobilitási folyamatai mögött olyan okok húzódnak, mint pl. gazdasági okok: jobb fizetés és megélhetés, minőségi munkakörülmények, megbecsültség, gyerektanítás lehetősége, külső rokonsági szálak felélesztése, tanulás. De ide sorolhatjuk a kényszerítő hazai helyzet hatásait pl. munkanélküliséget, etnikai konfliktusokat, vagy életkori sajátosságból fakadó kalandvágyat stb...

A stratégia intézkedései szinte minden beavatkozási területet érintenek. A fenti célok, részben mérhető mutatókkal is rendelkeznek, melyek javulása összességében azt eredményezi, hogy Szolnokon pozitív és dinamikus változás jellemzi a gazdaság egyes területeit. Az Integrált Városfejlesztési Stratégia megvalósításával, a városmarketing tevékenységek összehangolásával Szolnok gazdaságirányítási és közigazgatási szerepe megerősödik. Egyre

bővülő szolgáltatáskínálata és tudatosan alakítandó turisztikai kínálatával egyre inkább megtöltjük tartalommal a „Tisza Fővárosa” jövőképet.

A tudatos városmarketing nemcsak intézkedés szinten, hanem kommunikáció szinten is rá tud erősíteni a folyamatokra. Ennek eredményeként az egyes célcsoportokban pozitív kötődés alakul ki Szolnok iránt, mely szinergiában van a MI tudat erősödésével. A célok között szerepel, hogy a lakosság életkörülményeinek javulásával támogatja a városfejlesztési irányok mentén Szolnok fejlődését, közösségben gondolkodnak az itt élők, hosszútávon rendezkednek be a szolnoki életre, az életminőség javulásában egyre nagyobb szerepet kapnak a közösségi élmények, egyre kedvezőbb eredményeket ér el - egyén és közösség szintjén – mind sport, a kultúra, a gazdaság területén Szolnok.

8.3. A célok eléréséhez szükséges marketing intézkedések

A célok eléréséhez szükséges marketing intézkedéseket az alábbiakban pontokba szedve mutatjuk be.

1. Az új, elfogadott városmarketing stratégia megismertetése a városvezetésen túl, az egyes szakterületek illetve intézmények vezetőivel, és dolgozóival.

A szemléletváltás az egyik legfontosabb sikertényező. A városmarketing céljainak megvalósításához szükséges, hogy valamennyi érintett megismerje ezt a gondolkodásmódot, lássa lényegét, céljait, azonosulni tudjon vele, továbbá tudjon belőle saját munkájában táplálkozni. Egy olyan ernyő átadása a cél, melyet az alapelvek és módszerek mentén minden erre nyitott és fogékony kollega, munkatárs, vezető továbbgondolhat saját munkaterületén. Ezzel a szemlélettel végzett munka, saját munkáját is pozitív megvilágításba helyezheti, ellenérdekeltség nem igazán alakulhat ki.

2. Az önkormányzat irányítása alatt álló városmarketing feladatok intézményesítése

Az önkormányzaton belül javasolt kialakítani a menedzsment szervezetet, akinek feladata a stratégiában foglalt célok eléréséhez szükséges projektek kidolgozása, taktikai tervek elkészítése, projektek előrehaladásának nyomon követése. Az önkormányzat proaktív kommunikációjának megtervezése, lebonyolítása, és az eredmények mérése. Ehhez biztosítani szükséges mind a humán-, mind a pénzügyi erőforrásokat. Városmarketing egység és városmarketing alap létrehozását javasoljuk.

Külön javasoljuk a turizmusmarketing feladatok ellátását végző személy, és a befektetés ösztönzéssel foglalkozó személy kijelölését.

3. Városmarketing konzultációs fórum

Az önkormányzat hatása alá tartozó, önálló jogi személyiségű szervezetek és intézmények kommunikációját össze kell hangolni annak érdekében, hogy a Szolnok imázsát építő városmarketing stratégiai célok megvalósulhassanak. Ennek egyik formája lehet a konzultációs fórum összehívása, egyfajta munkacsoport melynek tagjai az egyes szakterület meghatározó vezetői és munkatársai. Minden nem önkormányzati fenntartású, ugyanakkor a város életét befolyásoló intézmény delegáltja pl. Víz- és csatornaművek, Remondis, Honvédség, Áruházláncok képviselői, EON, TIGÁZ, KLIKK, Színház, Könyvtár, Múzeumok stb. Akonzultációs fórum feladata, hogy vizsgálja a kapcsolódási pontokat az önálló intézményi marketing tervek és kampánytervek között.

4. Célcsoport és probléma specifikus kutatások készítése

A stratégia készítése során lehatárolásra kerültek az egyes célcsoportok, melyek további szegmentációja is lehetséges. Ugyanakkor a stratégia készítése során az is világossá vált, hogy az egyes célcsoportok problémaszpecifikációi, egyedi kérdései, igényei stb. nem állnak rendelkezésre. A célcsoportok felé történő kommunikáció tartalmát ezekhez a valós keresleti igényekhez lenne szükséges tovább hangolni. Minden eszközzel törekedni kell arra, hogy a célcsoportot megismerjük. A kutatómódszertan minden platformját bevetve szükséges vizsgálatokat folytatni. Pl. Fókuszcsoportos kutatás a Szolnokot átmenetileg választók között, a szolnoki főiskolások, vagy a Szolnokról elszármazottak körében. A kutatási tervek készítése, lebonyolítása a városmarketing egységnek a feladata. A kommunikációt segítő felhasználói adatbázisok készítése alapfeladat.

5. A városvezetés jelenlegi kommunikációjának áttekintése a modern marketing szemlélet jegyében.

A kommunikáció tartalmának és formavilágának átalakítása javasolt innovatív és modern formában. Érdemes a jelenleg is használt kommunikációs platformokat, médiafelületek áttekinteni és súlyozni aszerint, hogy melyik felületet milyen költségek mellett tudjuk megszerezni és mennyire lesz hiteles a célcsoportok szemében. A hagyományos marketing

kommunikációban dominálnak a fizetett hirdetések. A vásárolt médiában teljes kontroll alatt tudjuk tartani üzenetünket. Meg kell különböztetnünk a saját tulajdonú felületeket, (web oldal, blog, hírlevél) melyek lényegesen kisebb költségek mellett üzemeltethetők, és szintén felügyelhető a tartalomszolgáltatás. A harmadik egyben legnehezebben kialakítható platformok az ún. szerzett vagy ingyenes média felületek, melyek nyilvános- és média kapcsolatok eredményeként jönnek létre. Ez utóbbira szükséges leginkább fókuszálni, hiszen külön hirdetés nélkül is benne van a termék vagy márka – esetünkben a város- a médiában. Speciális eset, amikor a közösség beszél az eseményekről, a városról és saját vélemények és kommenteken keresztül formálódik és terjednek a tartalmak. A kutatások szerint a szerzett média felületeken megjelenő információkban az olvasók 92%-a megbízik, míg a saját felületeken és a fizetett felületeken megjelenő tartalmakat mindössze 30-40%-ban tartják hitelesnek.

6. Vizuális kommunikáció kereteinek lefektetése

Új üzenetek, új köntösben. Új mottók, szlogenek, megújult arculat. Az üzenet piramis csúcsán Szolnok jövőképét megtestesítő pozicionálás áll, melyet támogatnak a fő városfejlesztési irányok. Ti. Szolnok a zöld város, a gondoskodó város, a modern város és a különleges város. Ezek irányvonalak és nem feltétlenül szlogenek. Minden városban zajló projekt – legyen az önkormányzati, civil, vagy vállalkozói szférában megvalósuló projekt, valamilyen módon támogatja ezeket az irányvonalakat. A projektek során kommunikált tartalmakból formálódnak a későbbi szlogenek. Ezt a befogadó, nyitott légkört és hozzáállást, magát a változás folyamatát is hangsúlyozva, formálja meg a következő szlogen: „Szolnok, a város, melyet Hozzád / Neked tervezünk!” Akár ennek a szlogennek ti. Szolnokot Rád szabjuk, a tudatos városmarketing útjára lépünk.

7. Proaktív tartalomszolgáltatás

A városban, a városon kívül a városról, a városban történekről megjelenő hírek meglehetősen koordinálatlan, spontán hírfolyamnak tűnhetnek. A tudatos városmarketing munka azonban megpróbál ennek gátat szabni, azaz mederben tartani. Ezt a munkát senki nem végzi el a város helyett. Vagy marad a város a sodródó hírfolyamban, vagy megpróbál tudatos tartalomszolgáltatóvá válni. Helyes és tudatos kommunikációval elérhető, hogy a településről olyan kép alakuljon ki, hordozza a pozitív üzeneteket, és pozitív színben tüntetni fel a várost a célcsoportok szemében. Azonban a kommunikáció hiányában is formálódik a település imázsa,

de ebben az esetben a városról kialakult kép nagy valószínűséggel nem fogja azt mutatni, amellyel a célcsoportok tetszése elérhető. amely felkelti az érdeklődés a város szolgáltatásai iránt.

Azok a települések igazán sikeresek, akik képesek a helyi értékeket, tradíciókat, sikereket és rendezvényeket bemutatni az országos sajtóban, és szükség esetén képesek a botrányok negatív hatásait is csillapítani. Az a város kommunikál sikerebben, amelyik minél többféle hírt, minél több csatormán, minél érdekesebb módon generál pozitív megjelenéseket az országos médiában.

A tudatos tartalomszolgáltatás célja egyrészt, hogy minél több hír jelenjen meg a városról, másrészt ez a hír, minél több csatormán jelenjen meg. Továbbá fontos, hogy a hírek pozitívak legyenek, tartalmilag építsék városüzeneteinket. Ehhez aktívan szükséges a nyilvánosság elé lépni, kreatív eszközökkel kell hírt generálni, és képesnek kell lenni egy-egy jó ügyet hosszabb ideig menedzselni a médiában.

Példa: 2009-ben Debrecenről 1300 hír jelent meg, mellyel képes volt a városimázs TOP listán átvenni a vezetést. Jó példaként említik a szakirodalomban Miskolcot, aki turizmus marketing kommunikációval volt képes jelentősen formálni posztindusztriális imázsát.

8. A klasszikus eszköztár használata

ATL eszközök¹⁸:

- nyomtatott eszközök: jellemzője a viszonylagos magas költség, a rugalmatlan információtartalom, hatása rövid, terjesztése általában pontatlan és költséges, viszont egyes célcsoportoknál hitelesebbnek bizonyul más felületeknél
- szabadtéri eszközök: ide tartoznak az óriásplakátok, city plakátok stb. lakossági kommunikáció esetén, városimázs építés céljából alkalmazva a platformra jellemző nagy meddőszórás már nem releváns, a saját felületek kialakítása hosszútávon támogatja a kommunikációs tartalmak célba juttatását.
- televízió: szerzett média felület esetén kiváló, hiteles, hatékony kommunikációs felület.
- internet, saját honlap, saját profilok: rugalmas, költséghatékony, nagyon precíz visszacsatolást nyújt rövid időn belül a kampányok hatékonyságáról, a meddőszórás minimalizálható a mai technikákkal

¹⁸ Az angol Above The Line (vonal fölött) kifejezés rövidítése. A hagyományos médiumokon keresztüli kommunikációs formákat jelenti.

BTL eszközök¹⁹:

- Direkt Marketing: az adatbázisokra épített, célcsoportra illesztett kommunikáció fél siker
- eseménymarketing: ide tartoznak a sport-kulturális rendezvények, testvérvárosi találkozók, ünnepek, konferenciák stb. Mindig történjen valami! jegyében, ugyanakkor itt is alapszabály a mással össze nem hasonlítható esemény tudatos generálása.
- kiállítások, vásárok: magas az egy főre jutó elérés költsége, kiválóan alkalmas a versenykörnyezet felmérésére, a nagyközönségi kommunikáció által első kézből kaphatunk hiteles és reprezentatív információkat a célcsoportunktól.
- szponzorálás: olyan befektetés (nem csak pénzügyi lehet), melynek cserébe az investáló fél (Szolnok város) üzletileg, imázsépítésileg kiaknázható keresleti, üzleti potenciálhoz jut.
- PR minden olyan tevékenység, mely az ún. „szerzett” média felületek növelését támogatja

9. Díjak, melyekre Szolnok városa pályázhat

A városok fejlesztése, ismertsége és elismertsége érdekében számos díjat alapítottak, melyet érdemes Szolnok esetében is áttekinteni. A díjakra történő pályázati munkák elkészítésével egyrészt valóban fókuszálunk egy-egy problématerületre, az addig elvégzett munkát komplettírozhatjuk a pályázati felhívás igényei szerint, ösztönözhet a város is további fejlesztéseket, továbbá segít áttekinteni az eddigi eredményeket, és a legjobb PR fogásként kirakatba teheti Szolnokot.

A díjak egyrészt a város vezetésének tudatos munkavégzését méltatják, ugyanakkor kiválóan alkalmas belső és külső PR célok megvalósításához. Egy-egy díj pályázata során körvonalazódik, hogy Szolnok milyen versenykörnyezetben működik, segíti a várost pozícionálnia más városokhoz képest.

A 3. sz. mellékletben a teljesség igénye nélkül összegyűjtöttük a megpályázható városi díjakat.

¹⁹ A BTL mindaz, ami nem tartozik a klasszikus reklámformák közé.

10. Taktikai kampánytervek összeállítása, lebonyolítása, kommunikációs feladatok, üzenetek súlyozása, pilot projektek

Annak ellenére, hogy az országos ismertség, és imázs javulása a hírek generálásán múlik - ami a mindent, mindenidőben, mindenhol, mindenféle módon mottóval rögzíthető,- ésszerű gátat és keretet ennek a munkának a kampánytervek adnak. A rendelkezésre álló erőforrások függvényében kampánytervek összeállítása indokolt. A kampányterveket időszakra, célcsoportra, és/vagy kommunikációs üzenetre érdemes felépíteni, melyek költségvetéssel és felelős személyekkel, végrehajtható programmal rendelkező taktikai terveket jelentenek.

11. Monitoring

A városmarketing összetett feladat és folyamat. Nehezen mérhető. Ugyanakkor a városimázs erősödése számos mutatóban mutatkozhat meg. A városmarketing feladata a marketing munka eredményeinek mérése, és az eredmények lekommunikálása.

8.4. Újszerű marketing megoldások alkalmazása

Napjainkban a kommunikáció is folyamatosan változik, ahhoz, hogy versenyképességünket megőrizzük, ismerni kell a kommunikáció változásának trendjeit. Míg korábban a kommunikáció erőteljesen egyénre épített, ma a fókusz a közösségekre tevődött át. A belátás helyett a kommunikáció ösztönöz, a közlés helyett sokkal inkább szórakoztatva informál, elhagytuk az egyirányú kommunikációt és az interaktivitásra törekszünk. A trendi kommunikáció példamutatásra épít, kevésbé didaktív, egyértelműen a kreativitásra helyezi a hangsúlyt. A hatékonyság faktora a kreativitásban és a meghökkentésben mérhető. Tudni kell a régi, megszokott dolgokról is újat mondani, vagy újszerűen megközelíteni. Csakis így érhető el, hogy az egyre növekvő médiazajban figyeljenek üzeneteinkre.

1. A kommunikációs platformok megújítása, új eszközök a modern marketing jegyében

Ma már az Interneten bárki megtalálhatja az érdeklődésének megfelelő oldalakat, olvashat portálokat, online újságokat, tematikus blogokat, fórumokon hozzá hasonló érdeklődésű emberekkel beszélgethet, kifejezheti önmagát, társaságra lelhet, akárhol él a világon, bármikor bármilyen klubhoz csatlakozhat, ha akar. A Web 2.0 lényege az interaktivitás, a közösségi portálok kialakulása, az, hogy a felhasználó is hozzátesz valamit a tartalomhoz: kommentál, szócikket ír (pl. wikipedia), megoszt fájlokat, képeket, videókat, saját írásait, dokumentumait.

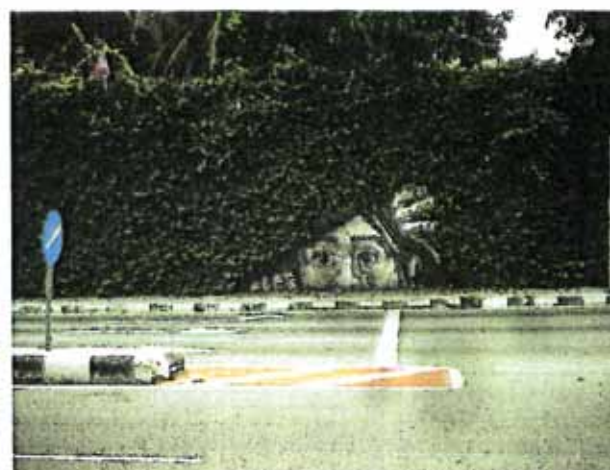
A kommunikáció területén az innovativitás hozzáadott értéket kell, hogy képviseljen. A városmarketing keretében végzett innovatív kommunikáció segít pl. az egyedi városi hangulat megteremtésében, mind vizuális kommunikációban, mind verbális kommunikációban szinergiákat épít az imázsselemek között. Erre lehetnek hangszereket megformázó köztéri szobrok, zenét játszó utcabútorok, kültéri elemek, melyek kreatívak, önálló vonzerővé válhatnak, és építik Szolnok szofisztikált kulturális, zenei hangulatát.

A gerilla marketing: a nem hagyományos marketing eszközök, technikák és stratégiák összefoglaló neve. Újszerű, szokatlan, legtöbbször meglepő módszerek használata az üzenetek célba juttatásához. Fő eszközei az ötletesség, a humor, és az esztétikum. Csoportjai az ún. „buzz” szóbeszéd, azaz futótűzként terjedő (kreált) hír, az egyedi, nem tradicionális, ugyanakkor környezetbe illesztett megjelenések (pl. street art), vagy vírusmarketing.

Példák a gerillamarketingre a street art módszerével

Az Interneten talált példákból kiindulva, Szolnok saját mutációjában készíthetné el a város felületein saját megoldásait. Íme néhány példa:





Továbbá a hangulat emelésére követendő példa lehet a Tiszaligeti műfüves labdarúgó pályák átadásán a buszmegállók labdarúgó kapukra cserélése, a 'vendég' feliratú felső sarokban egy focilabdával.



A flash mob, azaz villámcsődület. Az emberek előre szervezett csoportosulását jelenti. Hirtelen jön létre, valamilyen nyilvános helyen, a résztvevők valami szokatlant csinálnak, tipikusan valami demonstrációt hajtanak végre, majd a csoportosulás ugyanolyan hirtelen fel is oszlik. A flash mob az ötletes megdöbbenés művészete, célja lehet promóció, reklám, figyelemfelhívás valamilyen problémára, jótékonykodás stb. Olyan helyen kell csinálni, ahol egyébként is tömegek vannak, így nem gond a célcsoport elérésre. Kétszeres „Aha” élmény: az ötletesség és a megdöbbenés miatt.

Jó példa: A nagyszerű bécsi Carmina Burana flashmob után a magyarok is bebizonyították, hogy tudnak hasonló spontán megmozdulást rendezni. A helyszín Budapest egyik közkedvelt turistalátványossága, a Bazilika. A flashmobot Magyarország legnagyobb független befektetési szolgáltatója szervezte a Concerto Budapest Szimfonikus Zenekar művészeivel közösen. Először csak a hegedűst lehetett látni, majd a téren báméskodó turisták közül végül szép lassan összeállt az együttes, akik Gál Tamás vezényletével Antonín Dvorzák IX. szimfóniájának IV. tételét adták elő. Az egész flashmob apropója az volt, hogy a cég idén ünnepli alapításának 20. évfordulóját. Szolnok zenei eseményeinek népszerűsítésére kiváló eszköz lehet. De más témában is eléri természetesen hatását.

A fényfestés nagyszerű dekorációs elem rendezvények különleges, emlékezetes, egyedi hangulatának megteremtéséhez. A fényfestés alkalmazása ott is lehetővé válik, ahol a hagyományos reklámfelületek nem helyezhetők el, így a célcsoport nagyobb része érhető el,

sőt mivel a kreatív anyagba az épület adottságai is belekomponálhatóak, a kivetített kép összhangban marad az épület adottságaival, ezáltal még erősebb hatás érhető el. Ez az újszerű látványvilág igen hatásos eszköznek tekinthető, hisz képes magával ragadni minden szemlélődőt. A fényfestés kül- és beltéren egyaránt megoldható, valamint akár közterületeken, akár bevásárlóközpontokban reklám céljából is használható. A mozgóképes vetítések köztereken, épületeken olyan installációk létrehozása, mely nagyteljesítményű vetítőkkel történik. Előre tervezett, megkomponált módon, mely önálló vonzerőként is funkcionálhat. Fényfestésre találó téma lehet Szolnokon: a török kori híd megfestése a Tiszán, a város 500 évvel ezelőtti központi szerepének tükrözése a Tiszán. További ötlet az új REPTár oldalán megérkezik a sószállító gőzös a sóházhoz. A fényfestés illetve a hangtechnika vonatkozásában ugyancsak kiemelendő a Kossuth-téri szökőkút és annak sajátosságai, amely kapcsán a szökőkút fényjátékát össze lehetne hangolni a vízsugár erősségével és a hangtechnikával. Emellett pályázat is kiírásra kerülhetne rövid (néhány perces) zeneművek ilyen formában történő prezentálására, a különböző napokon, különböző tematikájú, műfajú zeneszámok kerülhetnek bemutatásra.

További kreatív megoldások: Ma már a telefonok mindenféle tréfás képeket tudnak készíteni. Készíteni lehet olyan applikációt, ami letölthető a Kossuth téren, s úgy fotózza le a teret, mintha éppen a szolnoki csatába induló huszárok között lennének. A Szolnoki csatai emlékére.

Egy kilométeres zenegép. Mindenféle hangszereket vagy hangszerek hangjait imitáló eszközöket állítottunk fel egy kilométeren vagy pár száz méteren keresztül, melyeket az autóból kiálló karok ütnek meg, vagy a kerékpárosok érintenek meg. Be lehetne rendezni úgy a város valamely terét, vagy utcáját, hogy az autók vagy kerékpárok végighaladásakor egy ismert zenerészletet keltenénk minden alkalommal életre.

Példák a városmarketing fejlesztési irányokat támogató vizuális kreatív kampányokra, modern kommunikációra:

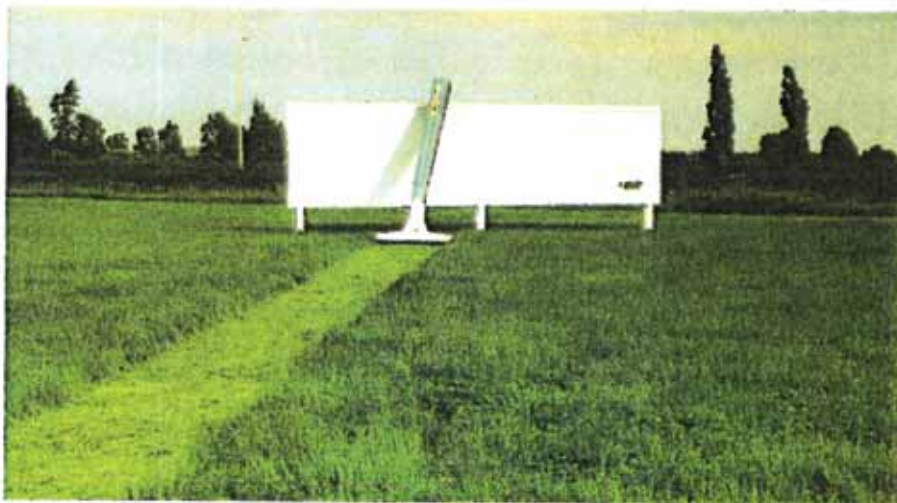
Az Interneten talált kreatív ötletek adják az alapot, melyeket át lehet alakítani Szolnok új imázsának jegyében, a városfejlesztési irányok megfogalmazásával.

a) Szolnok „zöld”



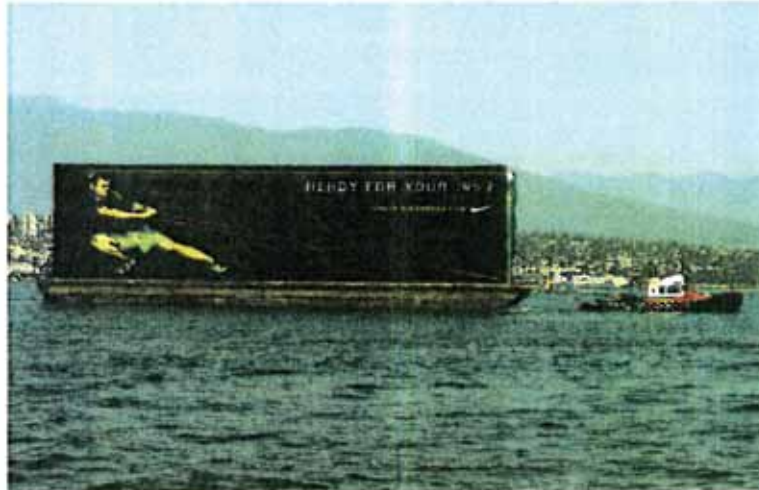
Ezt a feliratot ún. mohasprével készítették. Képzeljük el Szolnok egyik központi terének egyik házfalán, ahol a mohából Szolnok neve bújik elő. Kezdetben érdemes meghatározott arculati elemmel jegyezni a reklámokon, hogy ez egy tudatos városmarketing üzenet.

b) Szolnok „gondoskodó”



A borotva helyett egy fűnyírót képzelünk el, mely szimbolizálja a gondos gazdát, aki minden fűvet egy irányba terel, méretre vág, és igazít. Az óriásplakáton a felirat: Szolnok gondoskodó város- a tudatos városmarketing üzenet.

c) Szolnok a „sportos” város



Ez egy sportruházat reklám, amit a következő módon lehetne adaptálni Szolnok városára. A Tisza Tiszaliget felőli partján, a Tiszavirág híd vonalából jól látható helyen, a parti sávban olyan óriásplakátot lehetne elhelyezni, melyen sportolóink tartják a valóságban a Tiszán veszteglő hajót. Három dimenzióban kiváló fotótéma. Természetesen az óriásplakát felirata egyértelműsíti, hogy Szolnok büszke a sportolóinak eredményeire- és ez egy tudatos városmarketing üzenet.

d) Szolnok a „különleges város”



A Tiszaligeti strand hidegvizes úszómedence falán lehetne üzenni. Meghökkenítő megoldás, és hiteles a vízilabdázóinkra való tekintettel. Nem mindennapi platform, viszont garantáltan

megugrik az érdeklődők száma. A képen megfogalmazható egy fontos jövőkép -vizióbeli üzenet.

e) Szolnok „különleges város”



A pelikánok, mint imázslem visszaemlése a köztudatba, Szolnok nevéhez való kapcsolását támogatná egy ehhez hasonló megoldású, szárnyaló pelikánokat imitáló óriásplakát terv. A város címerének és történetének modern újragondolásával szintén meghökkentő és garantáltan emblematikus pontja lehet a városnak.

f) Szolnok „környezettudatos” város



g) Szolnok „környezettudatos” város (kerékpáros város)



h) Szolnok „különleges” város



A Sóházhoz megérkező egykori sószállító gőzös képe jelenhetne meg az óriásplakáton, természetesen a gőz 3D és igazi pára. Üzenete: Szolnok a vasút városa, Szolnok innovatív város.

2. Ajándékbusiness

Az ajándékok a marketingkommunikáció és a PR egyaránt fontos és egyre fontosabb eszközei, melynek megjelenési területei igen változatosak. A hírnév menedzselésében egyre nélkülözhetetlenebb elem.

Egy város imázsának kialakításában nagy szerepet játszhat a tudatos ajándéktárgy készítés. Az ajándéktárgyaknak ugyanúgy van célcsoportja, mint minden marketingkommunikációs eszköznek. Az ajándéktárgy ugyanúgy üzenethordozó. Ajándékkal kifejezhetjük például köszönetet, bizalmat, hűséget, elősegíthetjük vele jövőbeli együttműködési kedvet stb. A hangsúly a presztízsértéken van. Emellett megmarad az ajándék alapvető feladata, az érzésekre hasson, kellemes és hosszú távú emléket hagyjon abban, aki kapja, és mindezt kösse össze azzal a partnerrel, akitől kapta. A város üzeneteinek közvetítését tudjuk támogatni egy ajándéktárgy rendszer kidolgozásával és megvalósításával. Gondolni kell a városfilozófiára, a szlogenre, vagy a város turisztikai termékeinkre, turisztikai szolgáltatásaira is.

3. Szolnok Kártya

A jövő városában talán mindössze egyetlen kártyára lesz szükség, amelyet a közlekedésben, az oktatásban, a munkahelyen és a szórakozás során egyaránt lehet majd használni. A CityPass közösségi kártyarendszerhez többféle kártyatípus is elérhető: érintkezésmentes, illetve hibrid verzió érintkezésmentes és érintkezéssel chippel. Az intelligens kártyatípusok kiegészíthetők mágnescsikkal, vonalkóddal, QR kóddal és gépi azonosítású zónával (MRZ). Az alapvetően NFC technológiát használó kártya biztonságáról a megrendelő igényeinek megfelelően több védelmi vonal is gondoskodhat, a kártyákhoz rendelt, jelszóval védett felhasználói fiókoktól kezdve az adattitkosításon át egészen a világszerte elfogadott szabványokig. A kártyák minden esetben védelmet jelentenek a kártyahamisítás- és klónozás, az adatlopás ellen. Szolnokon már három éve ezer helyi lakos használhatja a CityPass kártyát, akik papíralapú bérlet vagy jegy helyett a feltöltött kártyájukkal utazhatnak a tömegközlekedési járatokon.

A Város Kártya szolgáltatásaival támogatja Szolnok városfejlesztési irányait, hozzájárul a modern, környezettudatos, gondoskodó városkép erősödéséhez. Egyrészt, mint kommunikációs platform, másrészt, mint értékteremtő szolgáltatás.

A Város Kártya modern kommunikációs eszköz, mind a felhasználó, mind a kibocsájtó számára hordoz számos információt. Keresletet generál, szezonaritást csökkent, közösséget épít, és számos monitoring célra használható fel, mely intelligens módon csatol vissza a kereslet igényeire, s ezáltal folyamatos kutatási adatokat biztosít a Kártya fenntartójának a városi rendszerek fejlesztéséhez. Környezettudatosság két módon is jelen van, hiszen a kártya elektronikus, és hosszútávon használható, mely önmagában környezetkímélő. A Kártya ösztönözheti a lakosság környezettudatos magatartásának kialakulását, megerősödését, a

környezettudatos szolgáltatások előtérbe helyezésével pl. kedvezményes közösségi közlekedés, kedvezményes szelektív hulladék szállítás a Kártya tulajdonosainak részére stb.

Hasonló módon közelíthető meg a Város Kártya hozzájárulása a „gondoskodó város” városkép kialakításához. A Kártya célcsoport specifikus szolgáltatásokat is képes lehet biztosítani, a kártya tulajdonosok számára. Így pl. fogyatékkal élőkre lehet szabni a szolgáltatásokat.

Végül, de nem utolsó sorban ezt a kártyát is lehet másképp csinálni, mint a többi város kártyát. Különleges lesz a kártya attól, hogy a város valamennyi emblemikus szolgáltatását integrálja pl. REPtár, Sörárium, és további innovatív kiegészítő szolgáltatásokat kínál. pl. elektromos kiskocsi igénybevételek a REPtárhoz stb.

A városkártya program értékei, előnyei a város és a résztvevők számára

A lakosok komfortérzete növekszik, mert bővül a város, a kerület egy kényelmi szolgáltatással, ami számukra megtakarítást biztosít, erősíti a közösséget és a kapcsolatot az önkormányzattal. Az önkormányzat számára ez egy sokkal közvetlenebb és jobban mérhető kapcsolatot biztosít a városlakók felé.

Közösség teremtő és összetartó hatás

A városkártya azonban nem csupán egy hűségkártya. Egy ilyen rendszer célja, hogy kialakítson egy közösséget. A hűségkártya rendszer egy potenciális eszköz, amely kellő vonzerővel rendelkezik a lakosság számára a közösséghez való kapcsolódáshoz. A szolgáltatók számára egyrészt vonzerőt jelent, hogy a közösség tagjai számára elérhető széleskörű szolgáltatási és kereskedelmi paletta forgalmából ők is részesüljenek, ezzel növelve saját illetve a partnercégek forgalmát és életképességét. A közösség tagjai között kialakul a programban résztvevő szolgáltatók irányába való „hűség”, amiért cserébe nem „reklám tollat”, hanem olyan kedvezményhez jut hozzá, ami hasznos számára. Így a vendég nem is tudja róla, de népszerűsítőjévé válik a rendszernek megelégedettségével és hűségével.

Városi arculat hordozója

Egy ilyen kártya kiválóan alkalmas arra, hogy megjelenítse a városlakók, valamint a rendszerben résztvevők számára a város, a kerület arculatát. Az arculat a mai világunkban nagyon fontos kommunikációs eszköz, amely tömör képbe foglalva vizuálisan képes megjeleníteni a város, a kerület értékeit. A kártyára nyomtatott arculat nagyon fontos szerepet játszik a közösséghez tartozás érzésének megjelenítésében. A felhasználók számára az arculat

fejezi ki a rendszer értékeit és előnyeit. Az arculat ezen keresztül jelentősen hozzájárul ahhoz, hogy a felhasználókban a város iránti pozitív kép rögzüljön.

Turisztikai vonzerő

Egy városkártya rendszer a rajta elérhető kedvezményeken keresztül, valamint a hozzá kapcsolódó egyéb szolgáltatások segítségével jelentős turisztikai vonzerőt jelent. Egy ilyen rendszer kiépítésével mind az önkormányzat, mind a rendszerben lévő szolgáltatók professzionális módon megjeleníthetik magukat, és szolgáltatásaikat a potenciális látogatók előtt. A rendszerhez kapcsolódó internetes portál pedig kiváló kommunikációs eszköz is egyben.

Marketing eszköz

Egy ilyen rendszer úgy kell, hogy kialakításra kerüljön, hogy a kifelé történő kommunikációja, valamint a rendszerben résztvevők számára az egymással történő kommunikáció biztosított legyen, valamint, hogy a mai kornak megfelelő módokon tegye lehetővé a rendszer és az abban résztvevő szolgáltatók népszerűsítését. Egy ilyen rendszernek lehetőséget kell biztosítani arra, hogy a rendszerben résztvevőkkel információkat közöljenek, a résztvevőkhöz különböző üzeneteket juttassanak el.

A városkártya alapja a hűségkártya

Napjaink egy kiemelt marketing eszköze a hűség kártya. Azon igények hívták életre, hogy a szolgáltatók törekednek az értékesítések növelése miatt minél több információt megtudni ügyfeleikről, törekednek egy stabil ügyfélkör kialakítására, és ezzel egy stabil forgalom biztosítására. Az ügyfeleket a legkönnyebben azzal lehet megnyerni, ha kiemelt figyelemmel kezelik őket, kedvezményt biztosítanak nekik, ami a legkönnyebben akkor valósítható meg, ha ismerjük az ügyfél szokásait. A hűségkártya programot a cégek egyre nagyobb száma alkalmazza valamilyen formában, többnyire papír alapú kártyával, ami vagy kedvezményre jogosít fel, vagy pontgyűjtésre biztosít lehetőséget. Az ügyfél ezzel közelebb kerül az értékesítőhöz vagy szolgáltatóhoz, hűségesebbé válik, és többet jár oda, aminek következménye a forgalomnövekedés. A hűségkártyák többsége a kedvezményen, vagy pontgyűjtésen túl más lehetőséggel nem szolgál, az ügyfelekkel való kapcsolat kialakításában, mint hogy ösztönöz arra, hogy többet járjon oda és többet vásároljon. A rendszerek jelentős részében a hűségkártya csak az adott boltban vagy szolgáltatási helyen használható. Amilyen mértékben az elfogadóhelyek számának növelése történik, úgy válik a kártya egyre értékesebbé.

8.5. Imázs alakítás folyamata és szempontjai Szolnokon

A városimázs az a kép, amely az emberek fejében él egy-egy településsel kapcsolatban. Az a város rendelkezik jól felépített imázzsal, amely kitartó munkával eléri, hogy mindenkinek ugyanaz a néhány dolog jusson eszébe róla. Legjobb, ha ez akár egy jól megfogalmazott mondatba sűríthető. Ennek jelentőségét egyre több városvezető ismeri fel, és tudatos stratégia mentén menedzseli a település nyilvánosságbeli megjelenését.

Szolnok imázsa meglehetősen spontán módon fejlődött, a városhoz tapadó asszociációk a kutatások szerint mind pozitív, mind negatív elemeket is hordoznak. Ezt a spontán folyamatot Szolnokon meg kell állítani. A szolnoki lakosság körében végzett kutatások visszaigazolják, hogy számos pozitív értéket tudnak Szolnokhoz kötni. Ezek: Tiszavirág, Tisza, Tiszavirághíd, ishler, vasút, repülés, színházi élet, sport stb. A kutatás alapján létrehozott fejlesztési irányvonalak az üzeneteket tovább szintetizálja és elindítja Szolnokot abba az irányba, hogy a város legyen modern, környezettudatos, gondoskodó és különleges. Hosszú távon Szolnok a Tisza fővárosává váljon.

Javasoljuk idővel az országos lakossági imázs kutatás lebonyolítását, hiszen annak eredményeit vizsgálva válna világossá, hogy milyen Szolnok imázsa a külső célcsoportok számára?

Városimázs

Az imázs a városok sikerességének, versenyképességének egyik kritikus pontja, ezért a városmarketing stratégiai elemeként érdemes kezelni. A városok egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek eladhatóságuk növelésére, a vonzó és egyedi arculat kialakítására. Ez nem csupán emblémák és szlogenek gyártását jelenti, hanem egy szintetizáló, koordináló folyamatot, ami tudatos, stratégiai marketingtevékenység révén felépíti, formálja a város imázsát. A versenyhelyzet megköveteli, hogy egyre árnyaltabb értelmezések alapján készüljenek a települések marketingtervei. A városmarketing célja a város iránti attitűd és viselkedés kialakítása fenntartása és megváltoztatása.²⁰ Szolnok városmarketing célkitűzései között szerepel, hogy a külső célcsoportok számára egy vonzó, élhető jól prosperáló várost jelentsen, a befektetők számára megtérülő beruházási potenciált hordozzon, a turisták számára vonzó úti célt: a különleges egészségturisztikai és extrém aktív élmények ígérését.

A városmarketing a várost olyan terméknek tekinti, amelyet a piacon értékesíteni akar. A város fizikai létesítmények, szolgáltatások és élmények bonyolult összessége, így összetett fizikai

²⁰ Kozma G. (2002): Terület- és településmarketing. Egyetemi jegyzet, Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen

megjelenésén túl a róla kialakult képzetek, szubjektív képek is részei, alakítói a terméknek. A város, mint területtermék alapmegjelenése az imázs, a róla alkotott képe, amely alapján a célcsoportok kialakítják a hozzá való viszonyukat.²¹ Szolnok minden célcsoporthoz személyes üzenetekkel közelít. Ismerni a célcsoportot, a célcsoport attitűdjei szerint gondolkodni és kommunikálni, az igényekre releváns kínálatot, szolgáltatás együttest kialakítani, maga után vonja a pozitív Szolnok városképet. „Szolnokot Neked építjük, Szolnokot Hozzád szabjuk!” ezzel az üzenettel kell, hogy azonosuljanak az itt élők.

A városok, különösen szolgáltatásaik tekintetében, gyakran az imázsok által tudnak egymással versenyezni. Az imázs a város versenyképességének, sikerességének egyik kritikus pontja. Szolnok Kecskeméttel verseny szövetségre léphet, számos gazdasági együttműködést kezdeményezhet, ugyanakkor legalább olyan fontos, hogy Szolnok megkülönböztethető legyen Kecskeméttől, ennek lehet alapja a „hídváros” szerep, a Tisza és arra épülő vonzerők, tematikus programok, valamint zenei élet, és a sport.

A városmarketingben nem csak az önkormányzat, hanem a lakosság, a civil szervezetek és a gazdasági élet, a magánszféra képviselőinek tevékenysége is benne foglaltatik. Az önkormányzatok vonatkozásában elkülöníthető a szándékos és a nem-szándékos imázs, amelyek súlya eltérő lehet.²² A nem-szándékos imázst a spontán, ösztönös, mindennapi magatartások befolyásolják, ami felett az önkormányzatoknak minimális kontrollja lehet csak. A városmarketing során tudatos imázsépítésre kell törekedni, hogy a szándékos imázs súlya legyen a meghatározó, a végleges cselekvés szempontjából nagyobb mértékű befolyásoló erőt jelentsen, ezáltal erősítse a város versenyképességét.

Szolnokon a civil szervezetek és a vállalkozások felhívása a városmarketing célok közös megvalósítására nagymértékben támogatja a tudatos imázsépítés folyamatát. A városmarketing stratégia egy olyan koordináló folyamatot ír le, amely a feltárt helyzetre alapulóan egységes arculat, imázs formájában megjeleníti, pozicionálja, kommunikálja a várost, majd a piaci folyamatokat, társadalmi igényeket az ellenőrzés, a folyamatos visszacsatolás útján követve dinamikusan alakítja azt, szoros kapcsolatot hozva létre a célcsoportok igényei és a városi tevékenységek között. A helyzetelemzés részét kell, képezze a város imázsának értékelése, ami feltárja és elemzi a városról alkotott képzeteket. Megmutatja, hogy melyek azok a jellemzők, épített és természeti elemek, amelyekre a város imázsja alapozható, amelyeknek kiemelt

²¹ Piskóti I.—Dankó L.—Schupler H. (2002): Régió- és település marketing. KJK—Kerszöv, Budapest.

²² G. Kozma - G.J. Ashworth (1993): Projected urban images. A comparison of Groningen and Debrecen. Groningen Studies, Groningen (Hollandia), 55., pp. 32.

jelentőségük van és alkalmasak arra, hogy az identifikáció és a reprezentáció tárgyai legyenek. Fontos, hogy megismerjük a városról élő képet, mert ez a sikeres pozicionálás és a marketingkommunikációs eszközök helyes megválasztásának feltétele. Az imázsépítés stratégiai feladat, amely során arcot, személyiséget kell adni a városnak.

A szolnoki kutatás pontosan rögzíti a jelenlegi helyzetet és rangsort állít a preferált Szolnok specifikus állítások között. Így az építkezés alapját és irányait meghatározza, hogy

1. Szolnok a vasút városa;
2. Szolnok a Tisza fővárosa;
3. Szolnok zöld város;
4. Szolnok családbarát város;
5. Szolnok modern város;
6. Szolnok gondoskodik az itt élőkről.

Városidentitás

Belső tartalom nélkül nem életképes az imázs, ami azt jelenti, hogy először a városon belül kell megteremteni az egységes városidentitást (belső kommunikáció, vélemény- és hangulatalakítás). Ennek hátterét a helyi társadalom gazdasági eredményei, önszerveződő képessége, kollektív élményei, valamint sikerei (kulturális, gazdasági, sport, stb.) biztosítják.²³ A városidentitás esetén a város víziója, a közös megegyezéssel született küldetése kerül kifejezésre. Ezt a közös jövőképet kell, hogy megfogalmazza a marketingstratégia, erre építhető fel a város arculata és annak kommunikációja. Az imázsépítés célja, hogy a város képes legyen olyan kisugárzást adni, amivel a város polgárai, vállalkozói, a befektetők, a szolgáltatók és a látogatók is azonosulni tudnak. Ehhez szükséges, hogy hiteles és egyedülálló jellegzetességek kerüljenek kifejezésre, valamint pozitív beállítódások alakuljanak ki.

Szolnok modernizálódik. Küldetése, hogy a megyében gazdaságirányító, közigazgatási szerepe és logisztikai funkciója megerősödjön. K+F központ legyen. Szolnok a Tisza fővárosa kép erősítését szolgáló diverzifikált szolgáltatáskínálata is kialakul. A város lüktető, intenzív sport és kulturális élete a turizmusban kamatozik, további egyedi attrakcióteremtéssel válik önálló turisztikai vonzerővé. Történelmi hangulatú utcarészletek, tematikus sétányok, zöld parkok teszik teljessé a vidéki városi környezetet. Szolnok minden szolgáltatásával hosszútávon élhető, tervezhető, különleges életteret biztosít a felnövekvő generáció számára.

²³ Szakál Gy. Az image, mint a városfejlesztés eszköze, Tér és Társadalom 1-2, 1995

Városmárka, city branding

Korábban a város lenyomatát, legfőbb stílusjegyeit, a város küldetését a címer foglalta magában, azonban ma már helyét átvette a városlogó, ami a város arculatát hivatott visszatükrözni. A városlogó, mint arculati elem a városimázs formálását támogatja. A városimázs építését segíti a márka kialakítása is. A város a márkázás, a branding révén megkülönböztethetővé válik versenytársaitól. A városmárka a település termékeire, szolgáltatásaira is kiterjeszhető, ám ügyelni kell a kapcsolódó márkák kohéziójára és megfelelő súlyozására. A városmárkázás célja alapvetően gazdasági jellegű, három fő iránya a turisták vonzása, a befektetések ösztönzése, valamint a város termékeinek piaci értékesítése.

A városnak igen fontos eleme az új Tiszavirág híd, ennek ábrázolása nagyon találó, hiszen benne van a víz, a Tisza és a híd is, a szolnoki polgárok kedvelik ezt a logót, így ennek megtartását a továbbiakban mi is javasoljuk.

Szolnok város címere ma is igen beszédes. A lehajtott csőrével begyéből fiókáit etető pelikánról már az ókorban hitték, hogy keblét feltépve saját vérével táplálja kicsinyeit. A keresztény szimbolikában ezért a Megváltó, az emberiségért önmagát feláldozó Krisztus is jelenti. A pelikán Isten éltető kegyelmét sugallta, amellyel a török idők után újból "feltámasztotta" Szolnok városát. A három fióka az egykori (katolikus, protestáns, zsidó) vallásfelekezeteket jelölheti vagy a három fő megélhetési területet (mezőgazdaságot, ipart, kereskedelmet), a három fő közlekedési ágat (vízi, köz- és vasút) stb. szimbolizálhatja. Mivel a pelikán a szellemi megvilágosodásra törekvést is kifejezi, jelképe lehet az iskoláknak (alap-, közép- és szakirányú képzés), a művésztelep, galéria, színház művészi hármásának vagy a múzeum, könyvtár, sport szórakozást, felüdülést szolgáló együttesének.

A város márkázására a pelikán továbbra is alkalmas, hordozza mindazon üzeneteket, melyekkel a városfejlesztési irányokat kifejezzük. Megítélésünk szerint a tiszavirág híd, mint modern logó és a pelikános középkori címer párhuzamosan használható.

9. Belső kommunikáció területei és eszközei

9.1. Célcsoportok lehatárolása, jellemzőik

1. Lakosság

Szolnok lakónépessége a 2007. évi adatok alapján 76.430 fő volt. Ez a lélekszám az elmúlt években 2013-ra 2,7%-kal, 2089 fővel csökkent.

A lakosság marketing szempontból több részre szegmentálható.

Demográfiai ismérvek alapján:

- gyermekek (0-14 év között), akikkel egész életre meghatározó erős kötődés alakítható ki
- fiatalok (14-22 év között), akik dönthetnek sorsuk alakulásáról, melyben alapvető kérdés, hogy Szolnok akar/tud-e maradni, vagy elvándorol, ezáltal a várost közvetlenül már nem segíti
- aktív felnőttek (22- 60 év között) akik életüket berendezték Szolnokon, és a családi életciklus szerint speciális élethelyzetekben támaszkodnak a városra, a város szolgáltatásaira
- nyugdíjasok (60 év feletti), akik egész életükben – „minden körülmények között” - kitartottak Szolnok mellett.

Szolnoki születésű fiatalok

Szolnok város Ifjúsági Konceptiója 2014-2020. c. dokumentum szerint:

2007-ben az ifjúsági korosztály (0-30 évesig) a város lakosságának 37,4%-a, 28 620 fő volt. 2013-ban ugyanez a korosztály a város lakosságának már csupán 32,6%-a, 24 220 fő. 2007-hez képest 2013-ra a fiatal lakónépesség (0-30 évesig) csökkenésének mértéke 15,4%, 4400 fő.

Sajnos ez a visszaesés több mint a város összlakosságának 2,7%-os csökkenése. Bár az elmúlt 6 évben a fiatalok száma jelentősen csökkent, az összes lakónépességhez viszonyítva még mindig 30% fölötti a fiatalok száma városunkban, azaz Szolnok lakossága továbbra is fiatalnak mondható.

A Magyar Ifjúság 2012 – Sportolási szokások című fejezetében olvasható, hogy az aktív sportolás (és versenysport), mint társadalmi kohéziós erő nagyon jelentős a fiatal, 15-29 éves korosztályban.

Akinek van baráti köre, társasága, amellyel gyakran van együtt a szabadidejében, azok átlag feletti aktivitást tanúsítanak (41%) a sport terén, míg azoknak, akik nem részesei ilyen csoportnak, a sportolási potenciáljuk erősen az átlag alatti, közülük mindössze minden ötödik számol be rendszeres testmozgásról.

Az országos kutatás eredményeivel szemben, Szolnokon minden korcsoportban a sport olyan hívószónak bizonyul, amire hallgatnak a fiatalok (100 fokozatú skálán 82-91 pont). A szabadidős tevékenységi terek támogatottságát vizsgálva a városi sportlétesítmények (műfüves pályák, gördeszka pálya, tenispálya stb.) értékelése a 100 fokozatú skálán átlag 67 pont. Az elmúlt négy évhez képest 5 ponttal javult a mozgást szolgáló létesítmények értékelése.²⁴

Az „Agóra fiataljai 2013” című kutatás vizsgálta a középiskola elvégzése utáni „elvándorlás” lehetőségeinek megoszlását. A középiskola utáni tervekkel kapcsolatosan a megkérdezettek 15%-a Szolnokon képzelel el jövőjét. A felmérésben részt vevők csaknem egyötöde (18 %) Budapesten szeretné terveit megvalósítani, az egyéb magyar várost választók aránya 24%. A válaszadóknak több mint egynegyede (29%) viszont úgy gondolja, hogy külföldön tudja álmait megvalósítani.

A középiskolai tanulmányok után bekövetkező hely-, település- esetleg országváltás egyik fő motivációja életkori sajátosságból is fakad. A városból, a szülőhelyről történő elvagyódás nem feltétlenül a várossal való elégedetlenséggel köthető össze. Ebben az életkorban teljesen természetes pszichológiai mechanizmus a szülőkről való leszakadás és a szülőktől való távolodás, mely összefügg a „más” és „új” helyek, értékek, emberek iránt érzett kíváncsiság, érdeklődés vágyának fokozódásával, illetve a továbbtanulás helyi lehetőségeivel, az iskolák kínálatával.

Az országos és helyi kutatásokból is kiderül, hogy a tanulmányok után a fiatalok szülőhelyen történő letelepedése a következő tényezőkön múlik: a karrier és családalapítás szempontjából ideális munkahely, a családi és baráti kapcsolatok, illetve a megfelelő lakhatási feltételek. A város ezen feltételek megteremtésére 2008-ban hívta életre a Szolnok Hazavár Programot, melynek célja a szolnoki kötődésű, diplomás fiatalok támogatása, akik a város jövője, fejlődése szempontjából értékes szaktudásra tesznek szert tanulmányaik során, s e szellemi tőkét Szolnokra visszatérve, helyi munkaadóknál kívánják kamatoztatni.

²⁴ Dr. Szarvák Tibor PhD: „Ifjúságszociológiai korpék Szolnokon 2013-ban „Agóra fiataljai 2013” című kutatás

Ebben a szegmensben legfontosabb cél a városban tartás, Szolnok nyújtson egy vonzó életteret a fiatalok számára. A mai felnőtt, aktív munkavállalói igényeket kiszolgáló élhető városképet kell erősíteni.

Szolnoki születésű felnőttek, akik várhatóan már Szolnokon maradnak

A legfontosabb szavazóbázis, akik visszacsatolást adnak a város fejlődésével kapcsolatban négyévenként, városvezetést választanak. A legfontosabb az ő komfortérzetük javítását célzó fejlesztések kivitelezése, és minden nemű önkormányzati, városi tevékenység lekommunikálása.

További szegmentáció szükséges, hiszen a fenti ismerv kommunikációs megoldásokra nem kellően homogén csoportot hoz létre. Érdek illetve problémacsoportokat kellene kialakítani, melyekre rendszerezhetőek a tervezett fejlesztések, vagy a kommunikációs taktikai terv. Adatbázist kell építeni, melyet később direct marketing kampányokra lehet használni. Arra a kérdésre kell választ keresnünk, hogy az objektív tényezőkön túl (munka, család, egészség) mi az a szempont, mely leginkább befolyásolja a lakosság közérzetét a városban? Ezek a meghatározó tényezők, melyeken befolyásolásával pozitív kötődések alakíthatók ki a várossal.

A teljesség igénye nélkül a lehetséges szegmentációk:

1. aktív sportolók, hobbi futók, rendszeresen mozgó, edzőterembe járók stb.
2. passzív sportrajongók, szurkolók, eseményeket látogatók
3. autóval közlekedők
4. busszal közlekedők
5. kerékpárral közlekedők
6. kismamák, kisgyermekes szülők
7. nyugdíjasok
8. kultúrarajongók
9. fesztiválózó, közösségi életet élők,
10. stb.

Átmenetileg Szolnokon lakó felnőttek

A csoportba olyan dolgozó felnőtt lakosság tartozik, akiknek van összehasonlítási lehetőségük más városbeli élettel. Egy általános fluktuáció természetes a városban, ugyanakkor megismerni

ennek a csoportnak a motivációit, és tapasztalatait indokolt lenne. Egyrészt a versenyelőnyök hangsúlyozásával ennek a mobilis szegmensnek a létszámát fel lehetne duzzasztani. Másrészt a tudatos kommunikációval és speciális szolgáltatásokkal az itt-tartózkodásuk növelhető lenne, akár végleges letelepedőkké is válhatnak.

Nem szolnoki, Szolnokon tanuló felsőoktatási intézmény hallgatói

Hozzávetőlegesen 1500 nappali és további 1300 levelező tagozatos hallgató 4 vagy több éven keresztül él a városban, használja annak szolgáltatásait. A hallgatói létszám növekvő tendenciát mutat, de arányát tekintve lényegesen elmarad más városok főiskolai hallgatói létszámához képest. Az életkori sajátosságoknak megfelelően számos olyan élményt kapnak e csoport tagjai, melyek értelemszerűen kötődnek Szolnokhoz. Ezek az élmények vélhetően inkább pozitívak.

Elég idősek ahhoz a célcsoport tagjai, hogy felmérjék Szolnok adta lehetőségeket, mint élhető város funkcióit. A képzett értelmiségi felnőtt lakosság kis arányú bővítését lehetne ebből a szegmensből elérni. Külön kutatás indokolt az ő szolnoki maradásuk feltételeinek megismeréséért, melyet akcióterv kidolgozásával tovább lehetne támogatni. A szegmens tagjainak megtartása különösen értékes lenne Szolnok gazdasági, kulturális stb. élete szempontjából.

2. vállalkozók

Szolnokon cc. 7900 vállalatot, 2400 korlátolt felelősségű társaságot, 3500 egyéni vállalkozást tartanak számon. Kommunikáció szempontjából a következő csoportokat különíthetjük el:

- meghatározó „betelepült”, meghívott nagy vállalkozások (pl. Stadler), akik minden szempontból meghatározzák a város működését (adózás, munkahelyek, PR stb.)- a volumenüknél és ismertségüknél fogva. Jellemzően 500 főnél többet foglalkoztató vállalatokról van szó.
- azok a vállalkozások, akik Szolnokon alakultak, Szolnokon fejlődtek, nötték ki magukat. Ezek a vállalkozások létrehoztak valami figyelemreméltót, melyet lehet, hogy a szakmájukban jegyeztek, de nem feltétlenül kötötték Szolnokhoz. Így például a Jelmez Art Kft. (New York operaház jelmezeinek tervezése), Iföldsped Kft. (szállítmányozás, nemzetközi tenderek nyertese), Turizmus Innováció és Marketing Kft. (a 200 ezer látogatójú Tisza-tavi Ökocentrum turisztikai ötletadói és megvalósítói), a Schwinn

Csepel Kft. (a budapesti bubis rendszer) egyaránt a szolnoki kreatív, innovatív, különleges, a város határain messze túlmutató tevékenységet példázzák.

A vállalkozások minimális odafigyeléssel motiválhatók lennének, hogy PR munkájukat erősítsék meg, és hangsúlyozzák abban szolnoki gyökereiket, szolnoki kötődéseiket.

3. civil szervezetek

113 civil szervezet működik a városban! Szolnok Gondoskodó város imázsának erősítése ezeken keresztül érhető el! Ösztönözni kellene a civil szervezeteket, hogy az új városmarketing filozófiája szerint, újítsák meg saját programjaikat, keressenek kapcsolódási pontokat, és hozzunk létre szinergiákat a feladatok, tevékenységek, projektek között.

A civil szervezetek mint az állampolgárok önkéntes szerveződése a társadalmi és kulturális élet fontos alkotóelemei, tevékenységük és szerepvállalásuk révén nagymértékben hozzájárulnak a társadalmi problémák hatékony kezeléséhez, a közösségi szükségletek kielégítéséhez.

Ezek a szervezetek gyakorlatilag az élet minden területén jelen vannak (a hagyományőrzés, a kulturális, egészségügyi, szociális, természetvédelmi, sport, szabadidő stb. területeken). A civil szervezetek társadalmpolitikai jelentősége egyre nagyobb, hiszen ők képesek a piac és a város keretein kívül elfoglalt különleges helyzetükből adódóan, valamint kis méretükből, rugalmasságukból, és a városlakókkal kialakított speciális kapcsolatukból adódóan, közcélokért magánereforrásokat mozgósítani.

9.2 A belső PR célcsoportjai és a kommunikációs taktikai tervek

A kommunikáció hatékonyságának alapja, hogy a minden célcsoportnak elkészítsük a kommunikálandó üzenet tartalmát, formaiságát és meghatározzuk azokat a kommunikációs csatornákat, melyeken keresztül az üzenetek célba juttathatóak.

A négy várostulajdonság (Szolnok modern város, Szolnok környezettudatos város, Szolnok gondoskodó város, Szolnok különleges város), illetve az arra épülő állítások üzenetét minden célcsoportra külön-külön meg kell tervezni.

A kommunikációs platformokra javaslatot fogalmazunk meg a 2015. augusztusában, 1000 fős mintavétellel készült Szolnok város 18 év feletti felnőtt lakossága körében végzett kutatása alapján, mely a lakosság médiafogyasztási szokásait tárta fel.

Kutatási eredményekből kiolvasható, hogy a lakosság közel 60 %-a rádiózik rendszeresen, 39%-a a megkérdezetteknek Aktív Rádiót, és 20%-uk Amadeus Rádiót hallgat. Leghitelesebb rádiócsatornának a megkérdezettek az országos Class FM rádiót (23%), Petőfi Rádiót (15%), valamint a Kossuth Rádiót (15%) tartják.

A televíziózási szokásokat illetően a városi televíziót a vizsgált lakosság mindössze 6%-ban nézi rendszeresen, 9%-uk alkalmanként. Az egyes műsorokkal való elégedettség messze elmarad a várttól. A város vezetésének stratégiai kérdés kell, hogy legyen, hogy a városi televízió hosszútávon képes-e nagyobb népszerűsége szert tenni a lakosság körében. A kutatás eredményei szerint a megkérdezett szolnokiak közel fele RTL Klub csatornát (49%) preferálja, továbbá a TV2 csatornát (43%-ban), az M1 csatornát (30%-ban) és a Duna TV-t (33 %-ban) nézik rendszeresen. A leghitelesebbnek vélt csatornák szintén ezek közül kerülnek ki.

Nyomtatott médiafelületeket illetően 20-20%-ban a megkérdezettek rendszeresen olvassák az Új Néplapot, a Metropolt, és a Szuperinfót. A vizsgált személyek harmada nyilatkozott arról, hogy az „ingyenes” újság fontos szerepet játszik, így a Grátis újság is népszerű.

A vizsgálat kiterjedt az online felületek használatára is, melyből kiderült, hogy a szolnokiak 60%-a Facebookon regisztrált, a Szolnok FB közösségek tagjai 23%-a naponta többször is, 20%-uk hitelesnek ítéli az információ tartalmát. A megkérdezettek harmada fontosnak tartja a város jelenlétét a FB-on. Hírszerzésre a szolnokiak 15-15%-ban használják az index.hu-t, az origo.hu-t, 5-6 %-ban a hvg.hu és a szolnok.hu oldalakat.

Összességében megállapítható, hogy a 18 év feletti felnőtt lakosság Szolnokon jellemzően az alábbi forrásokat használja tájékozódásra: Aktív Rádió (40%), Amadeus Rádió (30%), Új néplap (28%), Szolnok TV (19%), Facebook (17%), Grátis (15%), szoljon.hu (12%) (1)

„Szolnok, a modern város”

Célcsoport	Üzenet tartalma	Üzenet formája és kommunikációs csatorna
<p>Szolnok lakossága</p> <ul style="list-style-type: none"> - itt született fiatalok - itt született és végleg maradó szolnoki felnőtt lakosság - Szolnokot a minenettel választók 	<p>Szolnok egyre dinamikusabban fejlődik, jelentős EU forrásokat tud lehívni, mint megyei jogú város a következő fejlesztési ciklusban, tovább folytatódik a modernizáció</p> <p>Jelentősen javulnak az életkörülmények, új fürdő, gyorsuló forgalom, bővülő kerékpárutak stb.</p> <p>Szolnok a Te városod!</p> <p>Szolnokot Neked tervezzük, Rád szabjuk!</p> <p>Kisvárosi sajátos hangulatú belvárost teremtünk</p> <p>Tiszteljük a hagyományainkat!</p> <p>Azonosuljunk a pelikán önfeláldozó, gondoskodásával!</p> <p>Javuló közlekedési feltételeket teremtünk, gyorsuló közlekedés, gördülékenyebb forgalom, precíz előrejelzések, tervezhető autózás/kerékpározás/tömegközlekedés</p>	<p>saját városi lap Gratisz, Szuperinfo, Új Néplap saját honlap (szolnok.hu, szoljon.hu) DM levelek Szolnok FB oldala</p> <p>városi rádiók: Amadeus Rádió, Aktív Rádió, országos rádió: Kossuth Rádió, Petőfi Rádió, Szolnok TV, street art, fényfestés, utcabútorok</p> <p>pelikán, mint szimbólum alkalmazása az arculati kézikönyv szerint, minden vizuálisan megjeleníthető platformon, ajándéktárgyakon stb.</p> <p>mobil applikáció, sms küldő szolgáltatás, displayek a városban,</p>
<p>Szolnokon tanuló felsőfokú oktatási intézmény hallgatói</p>	<p>Te a közép-alföld gazdaság együttműködés szakembere vagy! számítunk a tudásodra! nem csak elméletet, hanem gyakorlatra is szert tehetsz, Szolnok ezt biztosítja számodra! Hosszútávon tervezz, építsd életpályádat Szolnokra!</p>	<p>DM levelek közösségi portálok, Szolnok FB rendezvények, főiskola platformjai, flyerek, work shopok</p>
<p>Vállalkozások</p>	<p>Az EU források lehetőséget adnak a vállalkozások támogatására, melyek a megyeszékhelyekre vannak bejegyezve</p> <p>Az ipari park és a logisztikai központ létrehozásával a Te vállalkozásod is sikeresebb lehet</p>	<p>DM levelek, honlap funkciók bővítése , szolnok.hu , szoljon.hu Szolnok FB hírlevelek, PR cikkek, hirdetések, helyi rádió (Aktív Rádió, Amadeus Rádió) és televízió műsorok (Szolnok TV)</p>

Cívil szervezetek

Szolnok elindult a modernizáció útján!
 A város és a civil szervezetek közös célja az itt élők életminőségének és az életkörülményeiknek a javítása.
 Hangoljuk össze programjainkat a modern Szolnok városkép kialakítása érdekében

Szolnok FB , civil szervezetek közösségi portáljai
 további közösségi oldalak
 eseménymarketing
 PR cikkek, városi médiafelületek
 Új Néplap, Gártisz,
 Szuperinfo, Metropol,
 Aktív Rádió, Amadeus Rádió
 szoljon.hu
 Kossuth Rádió

Forrás: saját szerkesztés

„Szolnok, a környezettudatos város”

Célcsoport	Üzenet tartalma	Üzenet formája és kommunikációs csatorna
<p>Szolnok lakossága</p> <ul style="list-style-type: none"> - itt született fiatalok - itt született és végleg maradó szolnoki felnőtt lakosság - Szolnokot átmennetileg választók 	<p>Vigyázzunk a környezetünkre! Vigyázzunk az energiaforrásokra! Élhető várost akarunk gyermekeinkre hagyni!</p> <p>Szolnok zöld város! Szolnok virágos város</p> <p>Zöld kommunikációt folytatunk!</p> <p>zöld közlekedést preferáljuk!</p> <p>Kerékpárral minden 5 percre van! próbáld ki!</p>	<p>kreatív óriásplakátok, napkollektoros hirdető táblák, kerékpáros tematikus terek, utcák</p> <p>street art a természet jegyében</p> <p>közösségi akciók, rendezvények a környezettudatosság jegyében</p> <p>flash mob</p> <p>online kommunikáció előtérbe kerülése szoljon.hu, szolnok.hu, index.hu, origo.hu</p> <p>Szolnok FB, közösségi oldalak</p>
Szolnokon tanuló felsőfokú oktatási intézmény hallgatói	A legzöldebb főiskolára járok!	kerékpártárolók főiskola platformjai
Vállalkozások	Jutalmazzuk minden lépésedet, amit a vállalkozásodban teszel a környezettudatosság jegyében. Keressük a legkreatívabb elképesztő megoldásokat, ötleteket! sztorik, fotók,	sztorik, fotók, publikációk, PR riportok, közösségi oldalakon, helyi tv és rádió (Aktív Rádió, Amadeus Rádió, Kossuth Rádió, Szolnok TV, szolnok.hu, szoljon.hu, Szolnok FB, városi FB közösségek
Civil szervezetek	Zöldüljön Szolnok! Környezettudatosság, megújuló energia felhasználás, zöld felületek növelése, a civil szervezetek zászlóshajósai lehetnek e célok megvalósításának!	Szolnok FB és közösségi szolnok.hu, szoljon.hu további online platformok
	Közös gondolkodásra, események szervezésére, közös kommunikációra hívja a város a civil szervezeteket!	eseménymarketing
		Felhívások, városi rádió Amadeus, Aktív rádió Pilot projektek Kossuth Rádió, Petőfi Rádió gerilla akciók

Forrás: saját szerkesztés

„Szolnok, a gondoskodó város”

Célcsoport	Üzenet tartalma	Üzenet formája és kommunikációs csatorna
Szolnok lakossága itt született és végleg maradó szolnoki felnőtt lakosság. Szolnokot átméretileg választják - fiatalok - gyermekes családok - fogvatékkal élők - időskorúak	Szolnok Téged épít! Szolnok gondoskodik Rólad! Érezd otthon magad! Szolnok a Te otthonod! Szolnok biztonságos! Szolnok azon dolgozik, hogy megélhetést biztosítson, tartalmas szabad időeltöltést, minőségi oktatást stb. Szolnok családbarát város Szolnok hazavár! Szolnok épít az egészségiparra	óriásplakát street art PR cikkek, riportok- rádió, tv, online helyi rádió: Aktív Rádió, Amadeus rádió, országos : Kossuth Rádió, Petőfi Rádió Szolnok TV szoljon.hu, szolnok.hu Szolnok FB oldal, közösségi oldalak print média: Szuperinfo, Gártisz, ÚJ Néplap, Metropol Város Kártya
Szolnokon tanuló felsőfokú oktatási intézmény hallgatói	Szolnok épít Rád! A duális képzés Téged támogat, érted szól! Szolnok számít a tudásodra! Építsük együtt az életedet és Szolnokot! Szolnok befogad!	közösségi oldalak Szolnok FB főiskola platformjai trendi ajándéktárgyak, pólók rendezvények, demonstrációk work shop
Vállalkozások	A helyi hozzáadott érték vitathatatlan! A szolnoki vállalkozások támogatása elsőrendű feladatunk! A város segíti a vállalkozások innovatív, kreatív tevékenységét! A vállalkozások közvetlenül vagy közvetett módon is gondoskodóak. Keressünk erre példát a vállalkozásoknál! Tegyük	rendezvények PR cikkek, riportok, rádió, tv, sajtó helyi rádió: Aktív Rádió, Amadeus rádió, országos : Kossuth Rádió, Petőfi Rádió Szolnok TV szoljon.hu, szolnok.hu Szolnok FB oldal, közösségi oldalak

	<p>kirakatba! Azonosuljunk a gondolkodásmóddal!</p> <p>Kevés gondoskodással biztonságos, élhető város teremtünk gyermekeinknek!</p> <p>A vásárlóerő erősödik, a vállalkozások lehetőségei nőnek!</p>	<p>print média: Superinfo, Gártisz, Új Néplap, Metropol</p> <p>pilot projektek</p> <p>a vállalkozások saját platformjai</p> <p>elnyerhető városi díjak, pályázatok, azok kommunikációjának szervezése</p> <p>RTL Klub TV2, Duna TV, index.hu, origo.hu, hvg.hu</p> <p>Kossuth Rádió, Petőfi Rádió</p>
<p>Civil szervezetek</p>	<p>Könnyű elélni, nehéz elengedni!</p> <p>Szolnok az érzékenyítés és akadálymentesség élére állt!</p> <p>Támaszkodunk az aktív helyi civil közösségekre.</p> <p>Vegyük figyelembe a tapasztalataikat.</p> <p>Fontos a magánerőforrások mozgósítása!</p> <p>Megbecsüljük a civil szervezetek munkáját!</p> <p>Méltányoljuk, elismerjük és támogatjuk a civil közös munkát!</p> <p>A város működéséhez jelentősen hozzájárulnak a civil szervezetek!</p> <p>Civil szervezet és a szervezethez való tartozás különösen nagy érték Szolnokon!</p> <p>A város kulturális és sportélete nem lehetne ilyen magas színvonalú a civilek segítségével nélkül.</p> <p>Megbecsüljük az önkéntes munkát végzőket!</p>	<p>elnyerhető városi díjak</p> <p>pályázatok civil szervezetek számára</p> <p>FB, közösségi portálok</p> <p>eseménymarketing</p> <p>helyi rádió: Aktív Rádió, Amadeus rádió,</p> <p>országos : Kossuth Rádió, Petőfi Rádió</p> <p>Szolnok TV</p> <p>szoljon.hu, szolnok.hu</p> <p>Szolnok FB oldal, közösségi oldalak</p> <p>print média: Superinfo, Gártisz, Új Néplap, Metropol</p>

Forrás: saját szerkesztés

„Szolnok, a különleges város”

Célcsoport	Üzenet tartalma	Üzenet formája és kommunikációs csatorna
<p>Szolnoki lakossága</p> <ul style="list-style-type: none"> - itt született fiatalok - itt született és végleg maradó szolnoki felnőtt lakosság - Szolnokot átmenetileg választók 	<p>Mi szolnokiak mások vagyunk, különlegesek, egyediek! A mi városunk más (jobb), mint a többi. Tudjuk, hogy miért! (Tisza, tiszavirág, és híd, ishler, vasút, repülés, stb.)</p> <p>Szolnok különleges város, mert ... (pl. van gyaloghídunk, Tiszaligetünk stb.)</p> <p>Azért élek Szolnokon, mert... (pl. olyan sportélet van, ami biztosítja a gyermekem kiváló sportolási körülményeit)</p> <p>Szolnokot akarom támogatni, lokálpatrióta vagyok, büszke vagyok Szolnokra! Szolnok a miénk! Szolnok vs Kecskemét Szolnok vs Szeged Szolnok vs Debrecen</p> <p>Szolnok a Tisza fővárosa lesz! ehhez megújítjuk a belvárost, számos projektet indítunk, újrapozícionáljuk a várost! Számos funkció bővítés (logisztika, közlekedés, utcák, üzletek .. stb.)</p>	<p>városvédő, városismertető, városimázst építő, játékok, versenyek, műsorok, eseménymarketing</p> <p>rádió, tv, közösségi oldalak, helyi rádió: Aktív Rádió, Amadeus rádió, országos : Kossuth Rádió, Petőfi Rádió Szolnok TV szoljon.hu, szolnok.hu Szolnok FB oldal, közösségi oldalak</p> <p>print média: Szuperinfo, Gártisz, ÚJ Néplap, Metropol</p> <p>rendezvények</p> <p>print anyagok, ajándéktárgyak</p> <p>streetart, fényfestés, city plakátok, utcabútorok</p>
Szolnokon tanuló felsőfokú oktatási intézmény hallgatói	Válaszd Szolnokot, mert különleges!	főiskola platformjai Szolnok FB oldal közösségi oldalak
Vállalkozások	<p>Szolnok a Tisza fővárosa lesz! ehhez megújítjuk a belvárost, számos projektet indítunk, újrapozícionáljuk a várost!</p> <p>Funkció bővítés (logisztika, közlekedés, utcák, üzletek .. stb.)</p>	<p>PR cikkek, véleményvezérek és vállalkozói arcok bevonásával</p> <p>rádió , tv, print, online helyi rádió: Aktív Rádió, Amadeus rádió, országos : Kossuth Rádió, Petőfi Rádió Szolnok TV szoljon.hu, szolnok.hu Szolnok FB oldal, közösségi oldalak</p>

<p>Civil szervezetek</p>	<p>Hozz létre valamit, ami máshol nincs! Tedd azt, amihez értesz professzionális szinten!</p> <p>Ettől lesz különleges Szolnok!</p> <p>A civilek kreatívak, kitartóak, megdöbbentő energiák mozgósításár képesek!</p> <p>A civil élet erős Szolnokon, és ez komoly hozzáadott értéket képvisel a város fenntartásában, működésében!</p>	<p>print média: Szuperinfo, Gártisz, ÚJ Néplap, Metropol</p> <p>FB és közösségi oldalak gerilla marketing saját civil platformok PR városi médiában helyi rádió: Aktív Rádió, Amadeus rádió, országos : Kossuth Rádió, Petőfi Rádió Szolnok TV szoljon.hu, szolnok.hu Szolnok FB oldal, közösségi oldalak</p> <p>print média: Szuperinfo, Gártisz, ÚJ Néplap, Metropol</p>
--------------------------	---	--

Forrás: saját szerkesztés

10. Külső kommunikáció területei és eszközei

10.1. Célcsoportok lehatárolása, jellemzőik

1. Szolnokot „használó” nem szolnokiak, Szolnok agglomerációja

Potenciális vásárlóerővel bíró fogyasztók, véleményvezérek. Használják Szolnokot vásárlás céljából, kereskedelmi és egészségügyi szolgáltatásokért, sport, kulturális stb. rendezvények alkalmával stb.

2. Szolnokról elszármazottak

Fontos véleményvezérek, és támogatói lehetnek még így is a városnak. Fontos lenne egy olyan adatbázis felépítése, mely nyilvántartja a Szolnokot elhagyókat, vagy már elszármazottakat. Önkéntes alapon történő feliratkozással.

Már amikor Szolnokon él valaki, akkor tudja ezt, hogy utána is fog tudni a városról, ha ő azt szeretné. Kutatást érdemes indítani ebben a célcsoportban a további üzenetek pontosítása érdekében, egyrészt arra vonatkozóan, hogy mi az eltávolodás oka, másrészt milyen igényekkel élnek Szolnok felé ezek a személyek. Az adatbázis építése indítható lenne a szalagavatós diákokkal, onnan kellene a kapcsolatot ápolni velük. Ez a gondoskodás programot is erősítené.

3. Befektetők

A munkahelyek teremtésével a város megtartó képessége nő. A kedvező befektetői környezetten túl, a város imázsa pozitív szinergiában lehet a befektető értékrendjével, erősítheti a befektető imázsát. ti. környezettudatos város, innovatív város, modern, fejlődő város.

A befektetők keresik az olyan helyszíneket (településeket), melyeknek határozott és pozitív jövőképe (és jövője) van. Az elhivatott városvezetés, a pontos információk, az elkötelezett apparátus, a kiszámítható programok gyakran még fontosabbak is a beruházók számára, mint az esetleges befektetői kedvezmények mértéke.

4. Turisták

Szolnok jelenleg nem kimondottan turisztikai célpont. Számos megvalósítás fázisában lévő projekt azzá teheti, továbbá számos új turisztikai projekt kialakíthatja a szolnoki turisztikai desztinációt.

A nagyprojektek kommunikációját javasolt összehangolni, azok közös célcsoportjait rögzíteni, és a későbbi turisztikai projekteket a rés piacok igényei szerint módosítani, megvalósítani.

A Szolnokra látogató turisták zöme belföldi vendég, a külföldiek száma – bár növekvő tendenciát mutat vendégforgalmuk – még nem igazán számottevő.

A magyar háztartások 36,5%-a legalább egyszer részt vesz valamilyen belföldi üdülésen. Ezek a háztartások jellemzően három-négy fős háztartások, városlakók, magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők, internethasználók. Jelenleg ennek a diszkrecionális jövedelemmel rendelkező potenciális utazóközönségnek nem jelenik meg a fejében Szolnok, mint üdülési desztináció.

A közeljövőben átadásra kerülő projektek alkalmassá tehetik a várost arra, hogy bekerüljön a turizmus vérkeringésébe, a további tervezett projektek megfelelő innovativitással bíró tervezései és megvalósításai eredményezhetik, hogy Szolnokból turisztikai célterület fejlődjön.

Ugyanakkor Szolnokról él egyfajta kép a magyarországi lakosságban, utazóközönségben. Szolnok jövőbeni turisztikai sikerét nagymértékben meghatározza az, hogy ezt a spontán kialakult, még ma is formálódó képet, hogyan tudja a város tudatosan változtatni, pozitív üzeneteket, jegyeket Szolnokhoz kapcsolni. Szolnoknak turisztikai márkát kell idővel felépíteni.

A célcsoportok lehatárolását földrajzilag 100-300 km-es körzetre lehet lehatárolni. Ugyanakkor sikeres stratégia lehet olyan egyedi, unikális attrakciók létrehozása, melyek az egyes rés piacokon nagy érdeklődésre tartanak számot, és még nagyobb távolságból, akár nemzetközi piacokról is generálhat vendégforgalmat.

A szegmentáció a továbbiakban utazási motiváció szerint végezhető el. Érdeemes lenne a megvalósuló projektek (ti. Sörárium és REPtár) célcsoport rendszerét megismerni, és azok felé történő kommunikációs tervet összehangolni a városmarketing újszerű filozófiájával. A kommunikáció központjában a turisztikai kínálat különleges egyedisége (USP-je) kell, hogy álljon.

A látogatók leginkább az alábbiak miatt keresik fel Szolnokot.

- a) iskolás csoportok, akik számára kirándulóhelyet jelent Szolnok
- b) fürdőlátogatók, 50 km-es körzetből érkezők.
- c) extrém élmények iránt érdeklődők ti. repülés, katonaság, ejtőernyőzés stb., ebbe a csoportba tartozhatnak fiatal (18-40 év közötti) férfiak, továbbá gyermekes családok, akik keresik az élményorientált különleges programokat.
- d) közlekedéstechnikai megoldások iránt érdeklődők: vasút, hajók, repülők.
- e) fesztivállátogatók, zenei és gasztronómiai élményekért utazók, cc. 50-100 km-ről utazók
- f) kultúrafogyasztók: magas költségű, szofisztikált igényekkel rendelkező, tudatos kultúrafogyasztók, ti. zene, színház az ország egész területéről várhatóak.
- g) sportolók, sport eseményre érkező szurkolók: jelenleg ez képezi az egyik legnagyobb bázisát a vendégforgalomnak

10.2. A külső PR célcsoportjai és hozzá kapcsolható kommunikációs taktikai tervek

A kommunikáció hatékonyságának alapja a külső PR-ban is az, hogy a minden célcsoportnak elkészítsük a kommunikálandó üzenet tartalmát, formaiságát és meghatározzuk azokat a kommunikációs csatornákat, melyeken keresztül az üzenetek célba juttathatóak.

A külső PR-ban tudnunk kell, hogy feladatunk összetett, tekintettel arra, hogy a célcsoport tagjai között vannak olyanok is, akik egyáltalán nem ismerik még városunkat (pl. potenciális befektetők, vagy első alkalommal érkező turisták), de vannak olyanok is, akiknek már van valamilyen képük Szolnokról, így például a városból elszármazott személyeknek már határozott képük is lehet.

A négy várostulajdonság (Szolnok modern város, Szolnok környezettudatos város, Szolnok gondoskodó város, Szolnok különleges város), illetve az arra épülő állítások üzenetét minden a külső PR esetén is meghatároztuk a célcsoportokra.

„Szolnok, a modern város”

Célcsoport	Üzenet tartalma	Üzenet formája és kommunikációs csatorna
Szolnokot használó nem szolnoki lakosok, agglomeráció	Szolnokon mindent el tudok intézni! Jó idő-ár-érték arányban érhetőek el a szolgáltatások. Szolnok modernizálódik, mind gazdaságilag, mind társadalmilag egyre erősebb!	buszpályaudvar, bevásárlóközpontok, vasútállomás, közlekedési központok városba vezető utak mentén óriásplakát, city light Városi Kisokos print, Város Kártya, applikációk, sms
Szolnokról elszármazottak	pozitív beállítódások a szülővárosról, büszkeség Szolnokra gondolni! Jó híret viszem Szolnoknak!	DM közösségi felületek országos média
Befektetők	Szolnok egy jól fejlődő, gondoskodó, környezettudatos, takarékos, zöld, okos város, támogat minden olyan kezdeményezést, mellyel ezt a városimázst erősíti. A Te befektetésed értékét, imázsát is emelheti. Szolnok törekszik innovatív technológiák alkalmazására, kutatási, fejlesztési központot támogat. Munkaerő megtartása érdekében támogatja a duális képzést, a főiskolai hallgatók helyben tartását. A kkv szektort magas minőségű szolgáltatási háttérrel támogatjuk, itt érdemes vállalkozni, a kicsiket is segítjük!	befektetői work shopok, kiállítások, események, konferenciák részvétel, szponzoráció, POP anyagok, DM kampány print anyagok
Turisták - iskolás csoportok - fődolátogatók - extrém élményeket keresők - fesztiválozók - kultúrafogyasztók - sportolók és sport eseményeket látogatók	új kínálat, izgalmas új innovatív attrakciók! ...gyere Szolnokra, ezt látnod kell!	online kampányok kiállítások, vásárok nagyközönség találkozók rendezvényeken kitelepülések óriásplakát közösségi oldalak országos média (rádió, tv, online) tanulmányutak, imázs film ajándéktárgyak, print anyagok

Forrás: saját szerkesztés

„Szolnok, a környezettudatos város”

Célcsoport	Üzenet tartalma	Üzenet formája és kommunikációs csatorna
Szolnokot használó nem szolnoki lakosok, agglomeráció	Fenntartható városi közlekedésre törekszünk! P+K! parkolj és kerékpározz! P+S! parkolj és sétálj! intelligens közlekedésre törekszünk!	street art
Szolnokról elszármazottak	Szolnok fenntartható, környezettudatos város. Szolnok más már, mint amikor elmentél innen.	DM közösségi felületek országos média
Befektetők	Szolnok egy jól fejlődő, gondoskodó, környezettudatos, takarékos, zöld, okos város. Támogat minden olyan kezdeményezést, mellyel ezt a városimázst erősíti. A város korszerű zöld imázsa a Te befektetésed imázsát és értékét is emeli. A helyben megtermelt cikkek értéke itt különösen magas!	befektetői work shopok, kiállítások, események, konferenciák részvétel, szponzoráció, POP anyagok, DM kampány print anyagok
Turisták - iskolás csoportok - firdőlátogatók - extrém élményeket keresők - fesztiválózó - kulturafogyasztók - sportolók és sport eseményeket látogatók	Szolnok egyedi természetközeli élményeket ígér! Gyere a Tisza partra! Gyere a Tiszaligetbe! Evezz a Tiszán és a holtágakon!	online kampányok kiállítások, vásárok nagyközönség találkozók rendezvényeken kitelepülések óriásplakát közösségi oldalak országos média (rádió, tv, online) tanulmányutak ajándéktárgyak print anyagok imázs film

Forrás: saját szerkesztés

„Szolnok, a gondoskodó város”

Célcsoport	Üzenet tartalma	Üzenet formája és kommunikációs csatorna
Szolnokot használó nem szolnoki lakosok agglomeráció	Szolnokon mindent el tudok intézni! Jó idő-ár-érték arányban érhetőek el a szolgáltatások.	gerillammarketing: padok dekorációja, buszmegállók
Szolnokról elszármazottak	Legyél büszke a gyökerekre! Mindig hazavárunk! Szolnok fejlődik, élhető város, bármikor visszajöhetsz, mi szolnokiként tekintünk Önre/Rád pl. Visszahívunk a városunkba egy ISHLERre, Visszahívunk a városba egy gulyáslevesre stb. konkrét érték hozzárendelése a meghíváshoz, üzenet még: Szolnok számít Önre, a véleményére, az emlékeire, az érzelmeire... stb. Vidd a jó hírünket a világba!	DM közösségi felületek országos média
Befektetők	Szolnok olyan kommunikációt folytat minden szereplővel, mely releváns tartalommal bír, nem tolakodó, támogató	befektetői work shopok, kiállítások, események, konferenciák részvétel, szponzoráció, POP anyagok, DM kampány print anyagok
Turisták - iskolás csoportok - firdölátogatók - extrém élményeket keresők - fesztiválózó - kultúrafogyasztók - sportolók és sport eseményeket látogatók	Szolnokon jó élni, gyere, legyél a vendégünk! Mi gondoskodunk az élményekről! Szolnok jó házigazda.	online kampányok kiállítások, vásárok nagyközönség találkozók rendezvényeken kitelepülések óriásplakát közösségi oldalak országos média (rádió, tv, online) tanulmányutak ajándéktárgyak print anyagok imázs film

Forrás: saját szerkesztés

„Szolnok, a különleges város”

Célcsoport	Üzenet tartalma	Üzenet formája és kommunikációs csatorna
Szolnokot használó nem szolnoki lakosok, agglomeráció	Szolnok Plussz!	Város Kártya city light bevásárlóközpontok buszpályaudvar felületei vasútállomás felületei járműreklám
Szolnoktól elszármazottak	Projektek a különleges város jegyében. Te is meglátogathatod. Ezért érdemes visszajönni.	DM közösségi felületek országos média
Befektetők	Szolnok egy jól fejlődő, gondoskodó, környezettudatos, takarékos, zöld, okos város, támogat minden olyan kezdeményezést, mellyel ezt a városimázst erősíti. A Te befektetésedet is emelheti,	befektetői work shopok, kiállítások, események, konferenciák részvétel, szponzoráció, POP anyagok, DM kampány print anyagok
Turisták - iskolás csoportok - furdó látogatók - extrém élményeket keresők - fesztiválozók - kultúra fogyasztók - sportolók és sport eseményeket látogatók	Szolnokon innovatív megoldások születnek, egyedi élményeket élhetek meg, várakozáson felül érzem azt, hogy „egyszerűen” jó Szolnokon lenni! Végre valami újszerű, emberléptékű, befogadó, élhető, vonzó úti cél.	
Iskolás csoportok	Szolnok érdekes város, trendi Szolnokra osztálykirándulásra jönni Repülj velünk! Gyere a REPTárba!	pedagógus study tour iskolai plakátok DM levelek releváns online felületek programcsomagok print anyagok FB játék gyerekeknek
Furdó látogatók	amennyiben sikerül az új fejlesztési projektet úgy megfogalmazni, hogy az más furdótól jelentősen megkülönböztethető kínálata legyen, akkor annak az USP-	Alföld SPA Klaszterrel együttműködés óriásplakát kampány rádió kampány online kampány

	nek a közvetítése az üzenet tartalma	
Extrem utazók Élményekért	Mi az, amit még soha nem csináltál életedben? Szolnok kipróbálhatod: ejtőernyős ugrás, repülés, katonai „bevetések stb. REPTÁR szolgáltatásai Repülés másképpen	közösségi oldalak online flash mob gerilla marketing eszközök eseményszponzoráció
Fesztiválozók	Szolnok szép, rendezett, megújuló városképe vonzó. A fesztiválok egyediék. itt mindig történik valami, engem várnak, a programok marasztalóak, jó hangulat van Szolnokon!	online kampány országos média DM levelek nagyközönség találkozók kitelepülések rendezvényeken gerillamarketing
Kultúrafogyasztók	Szolnok professzionális szintre emeli a kulturális igények kiszolgálását. Pezsgő kulturális élet! Szolnok igényes! zene, színház, városkép stb. Alkoss velünk!	jegyirodák, kulturális eseményeken elhelyezett pop anyagok, online kampány DM kampány szponzoráció
Sportolók és sport eseményeket látogatók	Szolnok erős sportbázis, Szolnokon van utánpótlás, Szolnok tudatosan épít a sportra. Szolnokon mindenki sportol. Szolnok sportos város. Szolnok sportból/testnevelésből 5-ös	sport témájú online felületek szponzoráció eseménymarketing

Forrás: saját szerkesztés

Összegzés, javaslatok

Jelen városmarketing stratégia alkalmával a négy fejlesztési irány vonatkozásában belső és külső kommunikációs célcsoportokat határoztunk meg, akik megszólítására kommunikációs eszközöket, üzeneteket dolgoztunk ki.

A dokumentumban ajánlásokat tettünk a stratégia megvalósításához szükséges intézményfejlesztés területére is, amelynek mihamarabbi felállítását követően kezdődhet meg a stratégiában megfogalmazottak operatív megvalósítása.

A stratégiai anyag elfogadását követően az alábbi konkrét feladatok megvalósítását javasoljuk:

A város stratégiai gondolkodásának folytatásaképpen szükségesnek gondoljuk a turizmusfejlesztési stratégia operatív programok szintjén történő kidolgozását, melyet önálló dokumentumként javaslunk elkészíteni. Továbbá a stratégiai termékek fejlesztése esetében az egyes elemek megvalósíthatóságának vizsgálatát, majd a gazdasági és társadalmi hasznosságukkal alátámasztott, megfelelő javaslatok kiválasztását követően azok gyakorlati megvalósítását. E tekintetben fontosnak tartjuk kiemelni, hogy a fejlesztési ötletek, javaslatok kapcsán átfogó turisztikai piacelemzés elvégzése lesz szükséges, a potenciális turistákat küldő desztinációkban és a ténylegesen idelátogató vendégek bevonásával. Elengedhetetlennek tartjuk továbbá mielőbb egy külön szervezet létrehozását a befektetés ösztönzés területére, amely lehetővé teszi a fejlesztések megvalósítását, tőke investícióját.

A városmarketing területén legsürgetőbbnek az intézményfejlesztési javaslatunk megvalósítását, a városmarketing szervezet felállítását tartjuk. A hosszú távú imázs eléréséhez a kialakított szervezetnek további kutatásokat javaslunk végezni egy markáns középtávú városmarketing irányvonal megfogalmazásához, amely elvezet a távlati imázként megfogalmazott „Szolnok a Tisza fővárosa” képhez. Majd ezt követően a városmarketing stratégiában meghatározott eszközök végrehajtását javasoljuk megkezdeni a kialakított szervezet hatáskörébe utalva.

Fontosnak tartjuk továbbá a turizmus fejlesztése kapcsán a szolnoki desztináció márkázását és a városmarketinget külön, de egymással összhangban kezelni és fejleszteni.

Felhasznált források

- Aba-Novák Agóra Kulturális Központ –Városi rendezvények és kiemelt rendezvények
 G. Kozma - G.J. Ashworth (1993): Projected urban images. A comparison of Groningen and Debrecen. Groningen Studies, Groningen (Hollandia), 55., pp. 32.
 Kozma G. (2002): Terület- és településmarketing. Egyetemi jegyzet, Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen
 Kézikönyv Szolnok város történetének tanításához általános iskola 5-8. osztály (2011.)
 Kecskemét Felülvizsgált Integrált Városfejlesztési Stratégiája (2013-2015.)
 Kecskemét Megyei Jogú Város Gazdasági Programja (2013-2014.)
 Kecskemét Megyei Jogú Város –Helyi Esélyegyenlőségi Program (2015-2018.)
 Piskóti I.—Dankó L.—Schupler H. (2002): Régió- és település marketing. KJK—Kerszöv, Budapest.
 Szakál Gy. Az image, mint a városfejlesztés eszköze, Tér és Társadalom 1-2, 1995
 Szarvák Tibor: „Ifjúságszociológiai korkép Szolnokon 2013-ban „Agóra fiataljai 2013” című kutatás
 Szolnok Megyei Jogú Város Településfejlesztési Konceptiója
 Szolnok imázs audit, AERA Concept and Communcation Kft.
 Szolnok Integrált Városfejlesztési Stratégia 2013
 Szolnok Megyei Jogú Város Ifjúsági Konceptiója (2014-2020.)
 Szolnok Megyei Jogú Város Önkormányzat által rendelkezésre bocsátott felmérések eredményei, egyéb szakmai dokumentációk
 Szolnok Megyei Jogú Város Városmarketing Konceptiója
 Turizmusfejlesztési Program, Szolnok, Magyarország, AERA Concept and Communcation Kft.
 Szolnoki Sportcentrum Nonprofit Kft. szakmai dokumentációi

Online források:

- <http://drezda.blogspot.hu/>
<http://greencitysolutions.de/blog/2013/10/28/luftreinalteplan-dresden/>
<http://hotelszolnok.hu/>
<http://iho.hu/hir/reptar-es-a-ketsegek-tarhaza-150424>
http://info.szolnok.hu/files/szolnok_konyve.pdf
http://itthon.hu/magyarorszag_i_turisztikai_informaciok/-/netaview/1496623/szechenyi-okoturisztikai-park-erdo
<http://kecskemethu/images/programajanlo2015/>
<http://kecskemethu.varosom.hu/>
<http://kecskemethu.varosfejleszto.hu/>
<http://kecskemethu.kartya.hu/>
<http://kefoportal.kefo.hu/uj-egyetem-jon-letre-a-kecskemethu-es-a-szolnoki-foiskola-egyesulesevel>
<http://keol.hu/kecskemethu/palkovics-2016-ban-egyesulne-a-kecskemethu-es-a-szolnoki-foiskola>
<http://kesi.hu/>
http://mult-kor.hu/20090626_toroltek_a_drezdai_elbavolgyet_a_vilagoroksegi_listarol
<http://nfsz.munka.hu/>
<http://teatropole.pl/>
<http://tourinformszolnok.hu/>
<http://tu-dresden.de/en>
<http://whc.unesco.org/en/list/1156>

<http://www.ankk.hu/>
<http://www.dresden-is.de/>
<http://www.footballacademy.pl/50=Opole=szkolka-pilkarska>
<http://www.hirosagora.hu/f%C5%91oldal>
<http://www.hiros-sport.hu/letesitmeny/letesitmenyek/7-benko-zoltan-szabadido-kozpont>
<http://www.hoteltisza.com/>
<http://www.imazselemzes.hu/varosimazs/>
<http://www.ipariparkszolnok.hu/>
<http://www.kecskemet.hu/>
<http://www.kormany.hu/hu/nemzetgazdasagi-miniszterium/unios-forrasok-felhasznalasaert-felelos-allamtitkarsag/hy/fontos-szerep-jut-a-megyei-jogu-varosoknak-2014-2020-kozott>
<http://www.logiszol.hu/>
<http://www.lonelyplanet.com/germany/saxony/dresden>
<http://www.nefag.hu/okoturisztika>
<http://www.odraopole.com.pl/>
<http://www.opole.pl/>
<http://www.oroksegnapok.hu/>
<http://www.po.opole.pl/en/>
<http://www.repulomuzeum.hu/>
<http://www.sohazhotel.hu/>
<http://www.sportoberschule.org/>
<http://www.stadion-dresden.com/>
<http://www.stadlerrail.hu/>
<http://www.szigligeti-szinhaz.hu/>
<http://www.szolportal.hu/kezdolap>
<http://www.szolnokfesztival.hu/>
<http://www.szolnokfurdok.hu/>
<http://www.szolnokimuvesztelep.com/>
<http://www.szolnokiolaj.hu/>
<http://www.szolnoktourinform.hu/>
<http://www.szolsport.hu/html/>
<http://www.szpi.hu/index.php>
<http://www.szvf.hu/>
<http://www.tiszaviragfesztival.hu/>
<http://www.uni.opole.pl/page/61>
<http://www.verkehrsmuseum-dresden.de/en/>
<http://www.vilagorokseg.hu/a-vilagorokseg-bizottsag-torolte-az-elba-volgy-drezdanal-kulturajat-a-vilagorokseg-listarol>
<http://www.wsm.opole.pl/1/aktualnosci.html>
<http://www.wszia.opole.pl/>
<http://www.zoo.opole.pl/strona/1/aktualnosci.html>
https://www.dresden.de/index_de.php
<https://www.google.hu/trends/?hl=hu>
<https://www.semperoper.de/>
www.drezda.hu/
www.ksh.hu
www.magyargulyas.hu
www.szolnok.hu
www.visitopolskie.pl

Mellékletek

1. sz. Melléklet: Innováció a városfejlesztésben

A 21. század az innováció, az új ötletek, a folyamatos fejlesztés, a kreativitás évszázada lesz. A változások gyökerei a 20. század utolsó évtizedére nyúlnak vissza, ekkor indultak ugyanis mindazok a változások, amelyek felforgatták a gazdaság, a társadalom korábbi kereteit, illetve egyes területeken hihetetlen mértékben felgyorsították a fejlődés ütemét. Az átalakulások olyan váratlan és súlyos kihívások elé állították a világot, amelyek eredményeként felértékelődött, létszükségletté vált az innovatív gondolkodás:

A sokak számára váratlanul bekövetkezett és az egész világgazdaságot megrengető válság rámutatott a gazdasági szerkezet sebezhetőségére, egyes iparágak kiszolgáltatottságára. Az innovatív gondolkodás azonban megőrizte értékeit, hiszen a magas hozzáadott értékű termékeket, szolgáltatásokat előállító szektorokat egyértelműen kevésbé érintették a recesszió negatív hatásai. Az innováció a versenyképesség kulcstényezője lett, fogalma nagyban átalakult, kiteljesedett. Ma már az élet minden területét át kell, hogy hassa, a tudás folyamatos bővítése, a változások iránti nyitottság, az új ötletek, technológiák meghonosítására irányuló képesség.

Innovatív, magas hozzáadott értékű termékek, szolgáltatások

Az innováció kétirányú, egyrészt megjelentek teljesen új, korábban, akár 10-20 évvel ezelőtt még nem is létező, új technológiákon alapuló iparágak, másrészt a hagyományosabb iparágak esetében is meghatározóvá vált a minél magasabb hozzáadott érték²⁵ elérése.

Minden termék, vagy szolgáltatás esetében reális cél lehet a hozzáadott értéknövelése, mégis meghatározhatók azok a területek, amelyek kiemelkedően magas hozzáadott értéket állítanak elő. Tartósan magas hozzáadott értéket csak innovatív, magasan képzett munkaerőt igénylő iparágak tudnak elérni, úgy mint:

²⁵ egy gazdasági tevékenység az általa felhasznált inputokból olyan outputot állít elő, amelynek értéke a felhasznált inputok értékénél jelentősen magasabb

High tech iparágak:

Technológia intenzív iparágak tartoznak ebbe a körbe, szokás úgynevezett csúcstechnológiai iparágakként is jellemezni őket. Innen származik a legtöbb technológiai újítás, a meghatározó, multiszektorális felhasználhatósággal bíró fejlesztések:

- űrtechnológia,
- mesterséges intelligencia,
- biotechnológia,
- energiaipar,
- műszeripar,
- nanotechnológia,
- atomfizika,
- robottechnológia,
- telekommunikációs ágak,
- elektrotechnika,
- információs technológia.

Gazdasági szolgáltatások magas innovációs háttérrel

Ezek az iparágak, szektorok hagyományosan magas hozzáadott értéket produkálnak, ugyanakkor hátrányuk, hogy központjaik, az ahhoz szükséges infrastrukturális, szakmai háttérrel hosszú évtizedek alatt kialakultak, újabb helyszínek bekapcsolódásának kicsi az esélye.

- banki szektor, értékpapír és tőkepiac,
- nemesfém és drágakő piac,
- másodlagos értékpapír piac, biztosítási szektor,
- árutőzsde, nemzetközi kereskedelmi logisztika.

További magas hozzáadott értékű iparágak, jelentős fejlődési potenciállal:

- „Zöld”, „clean” technológiák, iparágak

Ide sorolhatók a környezetbarát, fenntartható, új, vagy megújuló erőforrásokra épülő technológiák. A „clean” iparágak esetében olyan megoldásokról van szó, gazdasági szempontból is versenyképesnek számítanak. Fejlődésüket segíti, hogy számos állami, illetve nemzetközi program is támogatja új, innovatív ötleteiket.

- *Egészségipar*

A 21. század felgyorsult világának emberére a sok lehetőség mellett egyre nagyobb nyomás nehezedik. A stressz a mindennapi élet részévé vált, a mentális betegségek soha nem látott mértékben elterjedtek. A fejlett országokban a lakosság egyre jobban elöregedik. Ezek a folyamatok érthető módon előtérbe helyezték az egészség, az egészség megőrzésének kérdését. Az egészségipar fogalma nagyon tágan értelmezhető: az egészségügy, gyógyszeripar, egészségturizmus, valamint azok háttérpára mellett ide sorolható minden olyan termék, vagy szolgáltatás, amely valamilyen módon az egészséggel, a fenntartható fejlődéssel, az egészséges környezettel függ össze. Egyik kiemelt területe a biotechnológia az egyik leginnovatívabb iparág, fejlődése vetekszik sok más high tech iparággal.

- *Kultúra*

A kultúra gazdaságban játszott szerepe felértékelődik a tudásalapú társadalomban. Az információs és kommunikációs fejlődés ugyanakkor a kultúrával kapcsolatos lehetőségekre, fogyasztói igényekre is hatással van, így a magasabb hozzáadott értékű kulturális szolgáltatások iránti igény folyamatosan nő. A kultúra a globalizáció - amely azért bizonyos fokig a kulturális területet is uniformizálta - ellenpólusként az egyes országok, népek egyediségének, sokszínűségének megjelenítőjévé vált. Megfigyelhető, hogy egy társadalom, közösség kulturális fejlettsége kihatással van az élet más területeire is, a kulturálisan igényesebb környezet egyértelműen vonzóbb, egyben innovatívabb is. A világon mindenütt csökkenő állami támogatások mellett a kulturális intézmények rentábilis működtetése csak innovatív ötletekkel, újító, ugyanakkor költséghatékony fejlesztési eszközökkel lehetséges.

- *„Kreatív ipar”*

Nálunk még szokatlan a „kultúraipar”, „kulturális és kreatív gazdaság” kifejezés, Nyugat-Európában ugyanakkor egyre több szó esik róla. Különösen azért, mert jelentősen növekvő ágazatról van szó. A kreatív iparágak azon tevékenységek, amelyek gyökere az egyéni kreativitásban, képzettségben és képességekben rejlik, és amelyek képesek a szellemi tulajdon létrehozásán és felhasználásán keresztül jólétet és

munkahelyeket teremteni. A kreatív ipart 12 szektor alapján határozták meg (Magyar Tartalomipari Szövetség Kreatív Iparágak Platformja), ezek a következők²⁶:

- elektronikus és nyomtatott sajtó,
- reklám- és hirdetési ipar,
- film és videó,
- szoftverkészítés és digitális játékfejlesztés,
- építészet,
- könyvkiadás,
- zene és előadó-művészet,
- képzőművészet,
- iparművészet,
- formatervezés és divattervezés,
- művészeti és antik piac,
- kézművesség."

- *Tudásmenedzsment*

Bár a tudásmenedzsment kifejezést elsősorban a vállalati kultúrában szokás emlegetni, napjainkban indokolt ezt a fogalmat is a korábbinál tágabban értelmezni. A felgyorsult világ, a dömpingszerű információmennyiség feldolgozása, a változásokhoz való gyors alkalmazkodás szükségessége középpontba állította a tudás használhatóságának, naprakészségének fontosságát. Ma már nem elegendő egy egyetemi diploma megszerzése, vagy szakma elsajátítása, az évről évre jelentkező új szakmai kihívásokat csak azok tudják sikeresen kezelni, akik tudásukat folyamatosan karban tartják, fejlesztik. Nyitottak az új ismeretek megszerzésére, illetve azok alkalmazására mindennapi munkájukban. A „lifelong learning ” jelenség az oktatásban rejlő innovációs, gazdasági lehetőségeket is kibővítette.

- *Sport*

A sportot, különös tekintettel néhány sportágra indokolt a magas hozzáadott értékű iparágak közé sorolni. Az elmúlt évtizedekben egyes sportágak, klubok olyan gazdasági potenciált értek el, amelynek eredményeként teljesítményük multinacionális

²⁶ A terület jelentőségét jól mutatja, hogy pl. Németországban 208 ezer cég foglalkozik kultúrával. Csaknem egymillió embert foglalkoztatnak, egy nemrégiben készült felmérés adatai szerint többet, mint amennyien a németországi autóiparban dolgoznak.

nagyvállalatokéval vált összehasonlíthatóvá. A sportesemények a világ legnézettebb televízióműsorai, amelyek alkalmanként akár több milliárd ember ültetnek egyidejűleg a készülékek elé, giganagyságú reklámbevételeket generálva. Az olimpia, valamint a Forma-1 közvetítések mellett egyértelműen a labdarúgással kapcsolatos események a legnézettebbek. Egyes európai klubcsapatok értéke euró milliárdban fejezhető ki. A sporthoz milliós rajongói klubok, milliárdos forgalmú sportfogadás, turizmus, reklámpar, eszökgyártás, sportiskolai üzletág, valamint szinte felbecsülhetetlen értékű ajándékbusiness kapcsolódik.

- *Turizmus*

A turizmus ágazata meghatározó változásokon ment keresztül és az utóbbi 20 évben a tömegkínálatot fokozatosan kiszorították az egyedi igényeket figyelembe vevő, testre szabott, speciális ajánlatok. Már nem elegendő többé a napfény és tengerpart, olyan magas hozzáadott értékű csomagokat kell a piacra vinni, amelyek színvonalas szolgáltatások mellett, karakteres, különleges, másoktól jól megkülönböztethető vonzerőkre épülnek. Azok a desztinációk, amelyek képesek megfelelni ezeknek a kritériumoknak a korábbiaknál is nagyobb gazdasági előnyökhöz juthatnak a turizmusból.

- *Luxus termékek, szolgáltatások piaca*

Az idősebb, jómódú generációknak és a feltörekvő országokban, például Oroszországban vagy Indiában megjelenő új milliomosoknak köszönhetően a luxustermékek piaca óriási potenciállal rendelkezik. A luxustermékek forgalma az elmúlt évtizedben már megkétszereződött, és a növekedést a gazdasági világválság is csak rövid időre torpantatta meg. A fejlődést segíti Kína előretörése ezen a téren is.²⁷

Magas hozzáadott értékű termékek, szolgáltatások főbb jellemzői:

- felhasznált erőforrásokat a létrehozott output értéke jelentősen meghaladja,
- új ötletek, technológiák bevezetése,
- új rendszerek fejlesztése,
- folyamatosan új szolgáltatások, termékek piacra vitele,
- az átlagosnál rövidebb életciklusú termékek, szolgáltatások,
- fenntarthatóság, öko-hatékonyság,
- átfogó szemlélet,

²⁷ A várakozások szerint 2015-re a luxuscikkek legnagyobb piacává nővi ki magát

- kockázatelemzés, értékelés,
- megbízhatóság,
- fejlett kutatási-fejlesztési háttér,
- oktatási háttér,
- magasan kvalifikált, ezért magasabb bérezésű munkahelyek létrehozása,
- jó piacismeret,
- pénzügyi modellek kidolgozása,
- új anyagok felhasználása,
- húzóhatás más területekre,
- nagy növekedési potenciál,
- erős imázs,
- jelentős együttműködési hálózat kis- és középvállalkozásokkal,
- speciális, nehezen megszerezhető tudásigényük miatt nehezen költöztethetők, így tartósan egy adott régióban teremtenek munkahelyeket.

Városok, régiók újrapozicionálása – innovatív városok

Az elmúlt 5-6 évben készült felmérések, kutatások arra mutattak rá, hogy Európa régióinak versenyképességét fokozódó polarizáció jellemzi.

A kutatók a versenyképességi index elkészítésénél a kutatás-fejlesztésre fordított beruházásokat, illetve a szabadalmak számát vették alapul, de figyelembe vették egyebek mellett a gazdasági teljesítményt, a kreativitást és az infrastruktúra fejlettségét is. Ezek alapján Európa legversenyképesebb régiói a finnországi Uusima (Nokia központja), a svéd Stockholm, a belgiumi Brüsszel és a francia Ile de France. A tudásalapú gazdaság és a kreativitás adnak szárnyakat ezeknek a térségeknek, az úgynevezett „szuper” régióknak. Ezzel párhuzamosan az adatok azt mutatják, hogy a kontinens legfejletlenebb térségei éppen a tudás – és innovációalapú gazdaság megteremtésében küzdenek nagy nehézségekkel. Figyelemre méltó ugyanakkor, hogy nemcsak a régi és az új tagországok között vannak jelentős különbségek a versenyképességet illetően, hanem Európa néhány nagy gazdaságának - első helyen Németországnak - az egyes régiói is lecsúszóban vannak.

Az Európai Unió felismerte az innováció fontosságát és számos ezzel kapcsolatos célt tűzött ki a tagállamok elé, ugyanakkor jelenleg még mindig kevés a megfogható eszköz, eredmény.

Ázsia és Amerika egyes régiói lassan behozhatatlan előnyre tesznek szert, az unió innovációért, kutatásért, vagy éppen vállalkozásokért felelős biztosai is egyre nyomatékosabban igyekeznek a problémára felhívni a figyelmet.

Az innováció központi szerepet játszik mind a fenntartható növekedési pályára állás, mind az európai társadalom méltányosabbá és környezet-központúbbá tétele szempontjából. Európa innovációs teljesítményében elsprő változásnak kell bekövetkeznie ahhoz, hogy olyan időtálló, jól fizetett munkahelyek tömegesen jöhessenek létre, amelyek kiállják a globalizáció nyomását.

A 21. századi vonzó városkép elválaszthatatlanul összeforr az innovatív jelzővel, tehát egy mai város leginkább akkor lehet vonzó, ha új, egyedi megoldásokkal tudja megkülönböztetni magát versenytársaitól. A város egy komplex szolgáltatáscsomagként jellemezhető, ahhoz tehát, hogy összességében vonzó kép alakuljon ki, számos tényezőt kell egyidejűleg figyelembe venni. A sikeres városfejlesztés érdekében először meg kell határozni, melyek a város vonzerejét, innovatív imázsát meghatározó faktorok.

Az „Innovation Cities” elnevezésű nemzetközi felmérés - amelyet 2007 óta készít a melbourne-i alapítású 2thinknow innovációs ügynökség - hasznos információkat nyújt ehhez a munkához. A programban 2007-ben még csak 22, 2010-ben már 286 város vett részt. A kutatás célja, hogy elemezze, összehasonlítsa és rangsorolja a felmérésben résztvevő városokat mennyire innovatívak a városi szolgáltatáshalmaz különböző területein, és így összességében mely városok tekinthetők a leginkább innovatívnak.

A városok innovációs erejét a felmérés nem a megszokott módon értelmezi. Míg több más ismert rangsor (pl. Forbes magazin), elsősorban a high tech iparágak jelenlétét, az abban dolgozók arányát, az egy főre eső szabadalmak számát, vagy a városban előállított GDP nagyságát veszik figyelembe, az „Innovation Cities” komplex felmérése olyan területeket is elemez, mint az életminőség, a tömegközlekedés helyzete, vagy a város kulturális élete. Nyilvánvaló, hogy ezzel együtt a célja is más jellegű, nem a klasszikus értelemben vett innovációs hub-ok vizsgálatára koncentrál, sokkal inkább olyan összehasonlító elemzésnek tekinthető, amely az innovatív városfejlesztéshez ad eligazodási pontokat a városok lakosságszámától, méretétől függetlenül.

A vizsgálat 31 szempontból elemzi a felmérésben résztvevő városokat, majd ezeket 3 fő faktorba csoportosítva faktoronként 1-től 10-ig terjedő skálán értékeli a városok eredményeit, végül ennek alapján rangsorolva azokat.

Három fő faktor:

1. Kulturális javak (művészetektől a város sportiparáig);
2. Humán infrastruktúra (ide tartozik többek között a mobilitás vizsgálat, a start-up vállalkozások, egészségügy, pénzügy stb.);
3. Nemzetközi piacokkal való kapcsolat (mekkora súllyal bír a város a globalizált világban).

31 vizsgálati tényező:

1. Építészet és várostervezés;
2. Művészetek;
3. Alapinfrastruktúra (víz, élelmiszerkészlet, közmű);
4. Üzletek;
5. Kereskedelem, pénzügyek;
6. Kulturális kapcsolatok, turizmus;
7. Diplomácia, kereskedelmi kapcsolatok;
8. Általános gazdasági adottságok;
9. Oktatás, egyetemek;
10. Környezeti, természeti jellemzők;
11. Divat;
12. Éttermek;
13. Földrajzi adottságok;
14. Városvezetés, politika;
15. Egészségügy, gyógyászat;
16. Történelmi háttér;
17. Ipar, kézműipar;
18. Média, sajtó;
19. Foglalkoztatás, munkaerő;
20. Jog;
21. Logisztika, fuvarozás, kikötő;

22. Mobilitás, autók, kerékpár, közlekedés;
23. Katonaság, védelem;
24. Zene, előadóművészet;
25. Néességi adatok;
26. Közbiztonság;
27. Kiskereskedelem, vásárlási lehetőségek;
28. Vallások, vallásgyakorlás;
29. Sport, fitness;
30. Induló vállalkozások, működő vállalkozások;
31. Technológia, kommunikáció.

Mint látható a vizsgálati tényezők gazdasági, társadalmi szegmensekre, a köz- és magánszférára egyaránt vonatkoznak. A városok fenti részletességgel történő elemzése jó alapot biztosít egy sikeres márkáépítéshez, a település erősségeinek, gyengeségeinek beazonosításához, a lehetőségek felméréséhez, versenyképes fejlesztési projektek kijelöléséhez. A városvezetők reális képet alakíthatnak ki arról is, jelenleg mennyire vonzó a település a befektetők, az ott élők, vagy az odaérkező turisták számára.

Innovatív Unió terve

- Az Európai Bizottság által 2010. októberében bemutatott koncepció az Európa 2020 versenyképességi stratégia egyik zászlóshajó kezdeményezése, amely az európai politikák szempontjából stratégiai pozícióba helyezi az innovációt, és a legmagasabb szintű politikai támogatással igyekszik hangsúlyozni annak fontosságát.
- Az EU végrehajtó szerve szerint ez az egyik legfontosabb intézkedés, amely egyszerre három területen veszi fel a harcot annak érdekében, hogy a lisszaboni stratégia kudarcát felülírva, valóban a világ egyik legversenyképesebb területévé tegye a 27 tagú blokkot.

Az innovatív Unióba foglalt politikák célja, hogy

- tudományos téren világklasszissá emelje Európát,
- az európai innovációs partnerségeken keresztül forradalmasítsa a köz- és a magánszféra együttműködését, illetve, hogy
- eltávolítsa az akadályokat (drága szabadalmak, a piac széttöredezettsége, képzett munkaerő hiánya és a szabványosítás lassú folyamata) az innovatív ötletek piacra jutása elől.
- Az Innovatív Unió egyik fő eleme az úgynevezett Innovációs Partnerségek kialakítása. A Bizottság arra számít, hogy ennek keretében képes lesz mind uniós, mind nemzeti, mind pedig regionális szinten kapcsolatot teremteni az érdekelt szervezetek és intézmények között, és ezáltal az egyes területeken előre jelezhetővé válnak a jogszabályi változások, a készülő szabványok, összehangoltabbá válnak a beruházások és a kísérleti projektek.
- A Bizottság a partnerségeken keresztül arra szeretné ösztönözni a tagállamokat, hogy serkentsék az együttműködést az egyetemek és a magánszféra szereplői között, hogy kezeljék az Európa országaiban a technológiai iparágakban kialakult krónikus szakemberhiányt. Magyarországon az egyetemi, főiskolai hallgatók csupán 10 százaléka tanul reálszakon, miközben a természettudományos és műszaki területen képzett diplomások aránya az OECD átlagában 25 százalék körül van, sőt a távol-keleti országokban - például Szingapúrban - meghaladja a 40 százalékot.
- 2011-ben a magyar tanácsi elnökség alatt sor kerül az első kísérleti partnerség felállítására, amely az egészséges és aktív öregedést kívánja előmozdítani. A program

infokommunikációs technológiák segítségével kíván az aktív öregkort biztosítani az idősök részére egyben üzleti lehetőséget kínál a vállalkozások részére.

A korábban elnyert pozíciók elvesztése, vagy veszélybe kerülése, a magas munkanélküliség, a gazdasági világválság súlyos következményei hatására az útkeresés, a térségek újrapozicionálásának igénye ma az egyik legmeghatározóbb folyamat az európai városfejlesztésben.

Annak érdekében, hogy Európa városai sikeresen kerüljenek ki a világméretű verseny szorításából, nagyban alapozniuk kell a kontinens kreatív potenciáljára. A kultúra, a kreativitás és az innováció a növekedés, a beruházások és az új munkahelyek fontos forrása lehet helyi, regionális, vagy európai szinten is.

Ennek egyik sarokpontja, hogy a városok tisztában legyenek a saját adottságaikkal, azokkal a lehetséges komparatív előnyökkel, amelyekre alapozva növelni lehet a versenyképességet ebben a kiélezett nemzetközi környezetben is.

Az új innovációs központok gyakorlatilag a semmiből nőttek ki, Európa városai ezzel szemben több ezer éves múltra tekintenek vissza. A kultúra, a tudományok, a filozófia bölcsői, jelentős hagyományaik vannak az oktatás, a sport, a turizmus stb. területén. Emellett komoly infrastrukturális, gazdasági háttérrel is rendelkeznek. Rendelkezésre áll a jól képzett munkaerő, a városokban működnek a közintézmények, jó a közbiztonság. Mindezek az értékek olyan sajátos európai életérzést közvetítenek, amely még a mai high-tech világ emberét is megérinti, ezt mutatja többek között, hogy az európai nagyvárosok lekörözhetetlenek a turisztikai desztinációk versenyében.

Ez stabil kiindulási alapot jelenthet, ahonnan ugyanakkor a meglévő adottságokat újszerűen, innovatívan megközelítve tovább kell lépni.

Európa esetében – de talán ide sorolható az észak-amerikai városok egy része is - az innovációt tehát sokkal átfogóbban, az élet minden területére vonatkoztatva indokolt értelmezni. A városfejlesztés nem merülhet ki abban, hogy néhány high-tech iparágat megtelepítenek a térségben, az innovatív szemléletnek a városfejlesztés minden szegmensére ki kell hatnia és erős márkaépítési törekvésnek, folyamatnak is kísérnie kell.

Az innovációs stratégia a városok lehetséges válasza a gazdasági recesszió, szerkezetváltás, imázs-váltás esetén, elősegíti a gazdasági növekedést, versenyképességet, márkaépítést. Alapkövetelmény azon városok számára, amelyek hosszú távú központi szerepre törek egy országon, régióon belül.

Európában az innováció fontos eszköz lehet ahhoz, hogy a kontinens hagyományaira, adottságaira épülő, de magas hozzáadott értékű termékek, szolgáltatások piacán javuljon a városok, régiók versenyképessége. Ezek a kitörési pontok lehetnek: kultúra, turizmus, sport gyógyszeripar, tudásmenedzsment, autóipar, egészségipar, luxusszolgáltatások, emellett ugyanakkor nem lehet lemondani arról sem, hogy Európa térségei behozzák lemaradásukat és minél több 21. századi, high-tech, clean tech iparág számára megteremtsék a ma még hiányzó feltételeket.

Magyarország helye a nemzetközi piacon

Magyarországon a rendszerváltás teljes körű gazdasági szerkezetváltást hozott, amelynek bár jelentős vesztesei is voltak, egyidejűleg lehetővé tette új iparágak meghonosodását, ezzel egyes városok gyors megújulását.

Hazánk helyzete némileg hasonlít az ázsiai országokhoz abból a szempontból, hogy a multinacionális cégek a magyar városokat is szívesen választották beruházási helyszínül, ugyanakkor talán szerencsésebbek annyiban, hogy már a kezdetekkor is elsősorban magasabb hozzáadott értékű termékek előállítását telepítették Magyarországra.

A 90-es években a magyar városok számára a gyors gazdasági átalakulás lehetséges sikertényezői voltak:

- az adott városra jellemző ipari hagyományok,
- a diverzifikált ipari és gazdasági szerkezet,
- az olcsó, de relatíve képzett munkaerő,
- a városvezetés tudatos gazdaságszervező politikája,
- a jó közlekedés, ami a betelepülő multinacionális cégek számára viszonylag gyors kapcsolódást tett lehetővé a nyugat-európai piacok irányába,
- a fejlett műszaki, humán infrastruktúra.

A rendszerváltáskor sikeresen új irányok felé nyitó városok számára is elérkezett azonban az idő, hogy értékeljék eredményeiket, lehetőségeiket és versenyképességük fenntartása érdekében átgondolják városfejlesztési elképzeléseiket. A jelenlegi pozíciókból nagyjából hasonló esélyeik vannak arra, hogy felfelé, az innovatív, tudásalapú gazdasági fejlődés irányába, vagy pedig lefelé az olcsó munkaerő érdekében egyre inkább keletebbre elhúzó

multicégek elvesztése, beszűkülő lehetőségek, növekvő munkanélküliség, elvándorlás irányába mozduljanak.

A magyar települések tehát - európai versenytársaikhoz hasonlóan - az iránykeresés időszakában vannak. Elodázhatatlanná vált adottságaik, potenciális kitörési pontjaik meghatározása, mihamarabb meg kell vizsgálniuk milyen lehetőségeik vannak a magas hozzáadott értékű termékeket, szolgáltatásokat előállító iparágak meghonosítására.

Egyetlen magyar város helyzete sem egyszerű, hiszen mint ahogy már többször említésre került, napjainkban a városok nemzetközi szinten versenyeznek egymással, ugyanakkor a külföldiek szemében Magyarország sok esetben még mindig egyet jelent Budapesttel. A vidéki városokra még nem jellemző, hogy jól felépített, nemzetközi viszonylatban is azonosítható márkával rendelkezzenek, miközben sajnos a magyar főváros imázsa sem maradéktalanul pozitív.

Már elindultak ugyanakkor kedvező folyamatok: az elmúlt években több város átfogó fejlesztési stratégiát dolgozott ki, ennek egyik legkarakteresebb megjelenése Debrecen, amely Magyarország meghatározó innovációs húzóerejévé vált. A fejlesztési törekvések eredményei foglalkoztatják a közvéleményt is, egyre pozitívabb kép él az emberekben egyes vidéki városokról, miközben egyre kevésbé tartják élhetőnek Budapestet. Az innovatív, tudásalapú fejlesztés előtérbe helyezése lehet tehát a helyes irány a magyar városok, térségek számára is.

2. sz. Melléklet: Nemzetközi városfejlesztési példák

A nemzetközi példák megválasztásánál törekedtünk arra, hogy több aspektusból párhuzamot tudjunk vonni Szolnok és az adott külföldi város kapcsán. Mind Drezda, mind pedig Opole – Szolnokhoz hasonlóan – folyó menti város, jelentős kulturális élettel, értékekkel, pezsgő, prosperáló sportélettel, fontos felsőoktatási intézményekkel, emellett olyan városok, melyek a megyeszékhelyhez hasonlóan szignifikáns figyelmet szentelnek az esélyegyenlőségnek, a „zöld” gondolkodásmódnak –kiemelten a fejlesztések és a közlekedés terén -, valamint a helyi vállalkozások segítése, a nemzetközi kapcsolatépítés előmozdítása is fontos szerepet kap.

Drezda esetében egy nyugati ország, példaértékű – a magyar viszonyokhoz képest modernebb kondíciókkal bíró - folyó menti városát vizsgáljuk meg, Opole esetében pedig, egy a Szolnokéhoz hasonló lakosságsszámmal és területi méretekkel megegyező lengyel, a magyar városok gazdasági szintjéhez közelebb álló települést helyezünk górcső alá.

1. Dresden – Drezda:

Drezda [Szászország német](#) szövetségi állam [fővárosa](#), egyben gazdasági és pénzügyi központja. Fontos kulturális szerepe miatt gyakran „az Elba [Firenzéjének](#) (Elbflorenz)” nevezik. Mivel egy szűk folyóvölgyben fekszik – az Elba folyó partján-, sokkal inkább viseli Dél-Németország éghajlatának jegyeit, és egyértelműen melegebb, mint a többi kelet-németországi terület. A város teljes területe 328 km², lakossága pedig jelenleg közel 532 ezer fő. A külföldiek részaránya nagyjából 4,7 % (25 ezer fő).

A város rövid története, fontosabb évszámok a 18. századtól kezdődően:

Az ősi [szláv](#) település a folyó északi partján terült el. Hozzá [1206](#)-ban csatlakozott egy német városka, a folyó déli partján. Ez a város régi központja, az Altstadt.

Páratlan számú [barokk](#) építészeti remekének hála, egykor Drezda volt Európa egyik legszebb városa, 1760-ban az osztrák-porosz szembenállás tetőpontján Drezda városának fele elpusztul. Az összes német város közül talán Drezda fizette a legkeservebb árat a [második világháborúért](#). A város világhírű épületeiből csupán romok maradtak. A település újjáépítésének nehéz munkája nem sokkal a bombázás után indult meg. Ma, több mint hatvan évvel a légitámadás után újból a régi fényében ragyog a város és annak műemlékei. A [német újraegyesítés](#)i követő évtizedekben sok műemlékét újjáépítették, ez a folyamat pedig számos új innovációt teremtett, mivel a politikai változás sok pénzt hozott a városba, amely most újra a turistalátványosságok tárháza. A város további érdekessége, hogy sok német várostól eltérően,

melyeknek jól körülhatárolható [belvárosuk](#) van, Drezdának számos fontos társadalmi és gazdasági központja van elszórva a város területén. 2004-ben a drezdai Elbavölgy elnyerte az [UNESCO világörökség](#) része címet, amelyet 2009-ben az UNESCO visszavonta barokk belváros látképét romboló négysávós, 635 méteres híd építése miatt.

A város, mint gazdasági és tudományos központ:

1839-ben helyezték forgalomba az első német távolsági vasútvonalat - Drezda és Lipcse között, majd 1901-ben avatták fel a világ első hegyi függővasútját Loschwitzban (Drezda városrésze), amelyek a város gazdasági fejlődéséhez [jelentősen](#) hozzájárultak. 1995-ben a Siemens felavatta a [mikroelektronikai](#) üzemét (Ma Infineon Technologies és Quimoda). Rövid idő alatt a város a mikroelektronika, a nanotechnológia, az új generációs anyagok területén vezető szerepre tett szert, világszerte ismert és vezető vállalatok telepedtek meg és működnek sikeresen a városban.

Drezda fontos tudományos központ is, sok kutatónak ad otthont. Számos számítógéhardver- és high-tech-fejlesztő cég nyitott irodát vagy kutatási létesítményt a régióban, ezért hívják a várost Németország [szilíciumvölgvének](#). A [Drezdai Műszaki Egyetem](#) a világ egyik legrégebbi műszaki egyeteme. A [Volkswagen](#) cég [2002](#)-ben megnyílt Gläserne Manufaktur (~üveges gyár) üzemében a cég luxusautóit szerelik össze. Külső csarnoka üvegből készült.

Az 1995-ös értékkel összehasonlítva a GDP a felével növekedett, és 2009-re elérte az országos átlagot. A város 100 legnagyobb vállalata közel 20%-kal növelte bevételeit 2007 és 2011 között, a foglalkoztatottak száma pedig 17%-kal emelkedett. 2000 óta a sikeresen működő vállalkozások, cégek száma folyamatosan növekszik, a foglalkoztatottsági ráta pedig szintén permanens emelkedő tendenciát mutat.

Sehol máshol Németország területén nem található meg ilyen magas számban tudományos és kutatóintézetek ilyen kis lokációban, mint Drezdában, a kutatási és innovációs tevékenység rendkívül intenzív és egyedülálló.

Oktatás és gazdaság: a 2 terület kapcsolata, mint a versenyképesség egyik motorja:

1827-ben nyílt meg a Műszaki Képzőintézet, a mai Műszaki Egyetem elődje. A drezdai egyetemeken jelenleg mintegy 40.500 hallgató tanul. Ebből 35.100 a TU Dresden-en (Drezdai Műszaki Egyetem). Az egyetem érdekessége, hogy bár a neve műszaki profilt takar, mégis az egyetem nagyjából lefedi az összes tudományterületet. Az egyetem indít nyelvi, jogi, orvosi, közgazdasági és tanári szakokat is.

A város felsőoktatási palettája meglehetősen színes és széleskörű, megtalálhatunk még képzőművészeti, gazdasági, zeneművészeti, egyházzenei, illetőleg szociális munkás profilú egyetemeket, főiskolákat is. Az egyetemek oktatási filozófiája minden esetben gyakorlat-orientált!

A legfontosabb okok pedig, amiért érdemes Drezdában tanulni:

- *viszonylagosan alacsony költségek:*

Drezdában nincsen főiskolai tandíj, miközben a 35 kollégium, 6000 szobával várja a városban tanulni vágyókat, mindössze 72-245 Euro havi szállásdíjért. A privát apartmanok bérleti díja ugyancsak aránylag alacsony, emellett pedig további számos opció és szolgáltatás áll rendelkezésre, amelyek segítik a mindennapi diák életet.

- *modern épület és felszerelés/eszköz-állomány:*

A folyamatos innovációnak köszönhetően modern előadó termek, szemináriumi termek és különböző (kutató)laboratóriumok állnak rendelkezésre

- *Fejlett nemzetközi standardok, lehetőségek*

Számos alap –és mesterfokú képzés, szak; értékelési rendszer a 'European Credit Transfer System' szerint; kitűnő kapcsolatok nemzetközi egyetemekkel

- *Család-barát szolgáltatások:*

A TU Dresden 230 gyermek számára ajánl és biztosít napi felügyeletet, szolgáltatásokat

- *Magas „életminőség”*

Élvezetes, érdekes, tartalmas hallgatói élet; számos zöld terület a város központjában is, az Elba folyó mentén; színes szabadidős –és sport szolgáltatások, lehetőségek; sokszínű művészeti és kulturális élet.

- *Karrier –kilátások, lehetőségek*

Vezető üzleti központok Drezdában, nemzetközileg vezető vállalatok, versenyképes kis –és középvállalkozások, melyek mind gyakorlati és széleskörű munkalehetőséget biztosítanak az egyetemi évek alatt, és a tanulmányok befejezése után. Posztgraduális képzések, széleskörű gyakorlati képzések, és egész életen át tartó (lifelong learning) oktatási programok a TU Dresden szervezésében.

A Drezdai Műszaki Egyetem Kelet-Németország egyetlen 'University of Excellence' díjjal, elismeréssel kitüntetett felsőoktatási intézménye. Az elmúlt néhány évben számos díjjal

büszkélkedhet a város, köszönhetően a nagyszámú tudományos kutatásoknak, melyekre egyre nagyon figyelem helyeződött nemzetközi viszonylatban is.

Szinte az összes nem-egyetemi kutató intézmény is a városban található meg, amelyekkel szorosan kooperálva az egyetemek, valamint további oktatási intézmények együttműködnek. A duális képzések, szakmai gyakorlatok meglehetősen sikeresek, a kutatási együttműködés kiválóan kialakított struktúrában folyik közösen az egyetemek és az ipar szereplői között.

Drezda Üzleti Központja elhivatott a folyamatos további befektetések aktív közreműködésében, a befektetők szakmai segítségnyújtásában, a város potenciáljának, további innovációjának előmozdításában. A befektetők, vállalkozók munkáját üzleti tervezéssel, partner-felkutatással, tanácsadással, illetőleg szakemberek ellátásával segíti, miközben kiemelt figyelmet szentel az egyes cégek személyes profiljára, a közös sikerek elérése érdekében.

Kultúra, értékmegőrzés:

Drezda híres kulturális gazdagságáról, melyet a városban található sokszínű művészi gyűjtemények alapoznak meg. Ezek jó része Erős Ágost uralkodó gyűjteményéből nőtt ki. A település közel 50 múzeummal, további 50-60 galériával és kiállító-teremmel büszkélkedhet, melyek közül a legfontosabbak: a Régi mesterek képgyűjteménye, a Porcelángyűjtemény, a kiemelkedően magas történelmi jelentőséggel bíró Fegyvertár, a Drezdai Közlekedési Múzeum, a Német Egészségügyi Múzeum, a Városmúzeum, továbbá a Műszaki gyűjtemény.

A város ezen felül számos kulturális intézménnyel, színházzal, kulturális fesztivállal dicsekedhet, ismert színes zenei élete. A fesztiválok terén megtalálhatunk zenei játékokat, különböző zenei stílusokban megrendezendő programokat, koncerteket, kulturális értékörző rendezvényeket, nemzetközi táncheteket, film fesztivált, valamint egyéb nemzetiségek kultúrnapjait, hagyományörző rendezvényeit (pl. Cseh kultúrnapok). Drezda karácsonyi-adventi vására például a legrégebbi hagyományokkal és múlttal bíró német karácsonyi vásár és programsorozat (1434-ben indították útjára). A rendkívül színes Barokk-ünnepségek hagyományát Erős Ágost indította, amelyek továbbra is nagymértékben hozzájárulnak Drezda Európa-szerte ismert hírnevéhez, mint az ünnepségek és fesztiválok városa.

A tradicionális ünnepségek és egyéb fesztiválok terén is évről évre új rendezvények jelennek meg a palettán, az év minden időszakát kitöltve, melyek mind a drezdai lakosság, mind pedig a desztinációba érkező turisták széleskörű igényeit hivatottak kielégíteni, számos rendezvény

pedig nem csupán regionális jelentőségű, de nemzeti és nemzetközi viszonylatban is ismert és elismert.

Drezda nem kizárólag a híres látnivalókban és rendezvények terén gazdag, számos kulturális építmény, látnivaló, emlékmű (13 ezer), illetve konkrét kerületek (8) szigorú értékmegőrzési felügyelet alá esnek, kiemelt figyelmet kap az értékek hosszútávú fenntartása. A kulturális emlékművek többségét a város Kulturális és Műemlékvédelmi Irodája felügyeli. A szervezeti egység felelős a műemlékek védelmének megszervezéséért, szakmai műemlék-specifikus találkozók megszervezéséért, publikációk, könyvek megjelentetéséért a témában, szakmai cikkekért a helyi sajtóban, értékmegőrzést a fókuszba állító városnéző túrák szervezéséért, illetve számos kiállítás megvalósításáért, ahol a különböző kulturális értékek kerülnek bemutatásra.

Az elmúlt időszak egyik legnagyobb volumenű innovatív kulturális fejlesztése volt az új Drezdai Zsinagóga kialakítása, amely példaértékű konzorcium eredményeképp, több forrásból és adományból valósulhatott meg, 2001-ben, összesen közel 22 millió német márka értékben. A fejlesztés elsődleges célja volt segíteni a kulturális és vallási életet a Zsinagógában, ahol vezetett túrák és különböző események kerülnek megrendezésre az év folyamán.

Drezda minden évben, szeptember második vasárnapján résztvesz az Európai Örökség Napján, melynek szervezési munkálatai, illetve a programok összeállítása szintén a Kulturális Iroda fennhatósága alá tartoznak. A műemlékek folyamatos védelme és fenntarthatósága nem valósulhatna meg ilyen hatékonyan az önkéntesek hálózata nélkül, akik közreműködnek a szakmai anyagok kidolgozásában, valamint a megfelelő intézkedések végrehajtásában és ellenőrzésében is.

A Kulturális és Műemlékvédelmi Iroda fennhatósága alá tartozó 'Lapidariumban' (Kőtár) őrzik a megmenthető építészeti elemeket, elsősorban a második világháborúban elpusztult épületekből, melyek katalogizáltan rendszerve vannak, illetőleg folyamatosan folyik előkészítésük a lehetséges újra-felhasználásra. Az Iroda szoros kooperációban partnerségi viszonyt ápol számos regionális intézettel, kezdeményezéssel, akik maguk is széles spektrumban járulnak hozzá ahhoz, hogy felhívják a nagy nyilvánosság figyelmét a műemlékvédelemre, az értékek hosszútávú megőrzésére.

Drezda, a „zöld város”:

2002-ben Drezda egyike lett Európa legzöldebb (nagy)városainak. 62% erdős és zöld területével Drezda Európa egyik legzöldebb városának számít. Északon terül el a Dresdner Heide, ami a város legnagyobb egybefüggő erdős területe, a város területének 1/3-át teszi ki. A város szívében található a hatalmas park, a Großer Garten. Kékeszöld szalagként vonul végig az Elba mezők és szőlődombok mentén a városon. Az előrelátó városvezetés már évszázadok óta figyel arra, hogy az Elba völgye megmaradjon természetes szépségében. Az UNESCO ezt értékelte a világörökség része cím odaítélésével (amelyet aztán visszavontak, a már említett okból kifolyólag).

A város kiemelkedően nagyszámú védett területtel, zöld területtel rendelkezik, melyek mind a helyi lakosság, mind pedig a városba érkező turisták élményeit színesítik, gazdagítják, páratlan impulzusokat nyújtva. A következőkben Drezda ezen területei kerülnek bemutatásra:

- Védett területek a városban
 - 3 természetvédelmi terület (241 ha),
 - 10 tájvédelmi körzet (12.252 ha),
 - 15 védett tájrész (71 ha),
 - 144 természeti emlékhely/látnivaló (144 ha),
 - 10 természetes élőhely (Flóra Fauna-Élőhely) (1903 ha),
 - 8 ivóvízvédelmi terület (2093 ha),
 - 3 madárvédelmi terület (1611 ha),
 - az Elba ártere, 9.24 méteres magasságig (2391 ha).
- Zöld –és pihenőterületek (890 ha)
 - Grosser Garten park (147 ha),
 - Drezdai Állatkert (12 ha),
 - Botanikus kert (3,3 ha),
 - Zwinger (6,5 ha),
 - Pillnitzer kastély (28 ha).
- Egyéb zöld területek
 - 374 kisebb kert (11.783 ha),
 - szőlőültetvények (24 ha),
 - 58 temető (196 ha),
 - 52.095 út-menti fa,
 - ~900 nyilvános játszótér,
 - ~300 ivó –és szökőkút.

Környezetvédelem:

A város egyedülálló példája annak, hogy a változatos természeti környezetbe hogyan épült bele egy pezsgő nagyváros. A különböző geológiai formák a város különböző részeinek jellegét is döntően meghatározzák. Kijelenthető, hogy Drezda polgárai méltán büszkék városukra, és tisztában vannak azzal a természeti kincssel, amely körülveszi őket. Hosszú évtizedek óta törekszik arra a városvezetés, hogy a város fejlesztése megfelelően és harmonikusan integrálódjon a környezetbe, és hosszútávon megőrizhetőek legyenek a különleges természeti értékek. A város Környezetvédelmi Hivatala felelős a természeti környezet megőrzéséért, és fenntartható fejlesztéséért, miközben a polgárait is megvédi a káros, negatív hatásoktól. Az elmúlt évek során jelentős fejlesztések valósultak meg: talajszennyezés terén, a talajvíz okozta problémák orvoslása, a patakok teljes mentesítése a szennyvizektől. Elba-menti területek és számos egyéb természeti terület helyeződött szigorú védelem alá. A város külterületein és szélső részein az épületek oly módon lettek célirányosan kialakítva, hogy egy megfelelő, ún. 'friss levegőt biztosító folyosó' alakulhasson ki, amely biztosítja a hűsítő, üde levegőt a város belsejében is, még a forró nyári napok idején is. A drezdai légkör sokkal tisztábbnak értékelhető, mint számos nagyvárosban, köszönhetően elsősorban a hatékony energiatermelésnek és a széles távfűtési rendszernek. Mivel a város elismert regisztrált tagja a 'Éghajlai Szövetségnek' (Climate Alliance), tisztában van és elismeri globális felelősségét, és minden tőle telhetőt megtesz, többek között a szén-dioxid kibocsátás ellen. (2010-ig a felére kívánták csökkenteni a kibocsátást). A város elhivatott azon területek, rekreációs lehetőségek megteremtésében, amelyek a természetben biztosítanak felüdülési lehetőséget a városi lakosságnak. Emellett nagy hangsúly helyeződik a ritka, veszélyeztetett növény –és állatfajok fokozott védelmére (pl. hódok, harisok). A Környezetvédelmi Hivatal –mint kijelölt helyi hatóság- ezen felül felelős mindennemű víz szennyezés ellenőrzési, talajvédelmi, légszennyezettséget ellenőrző intézkedések lefolytatásáért, valamint engedélyek kiadásáért, az előírások betartatásáért, tanácsadásért, továbbá folyamatos monitoring rendszer működtetéséért.

Kerékpáros közlekedés – zöld szemlélet:

A kerékpáros közlekedés, mint a legrugalmasabb, legolcsóbb közlekedési módok egyike –különösen a városi forgalomban –Drezdában is méltán népszerű. Kerékpársávok és útvonalak biztosítottak a város számos főútvonala mentén, a biciklis úthálózat teljes hossza időközben meghaladta már a 250 km-t is.

Drezda legfontosabb kerékpáros útvonala az 'Elba-kerékpárút', amely a városi forgalomtól mentes nyomvonalon halad végig a folyó partján, impozáns környezetben. A kerékpárosok itt élvezhetik az egyedülálló folyó-menti hangulatot, és a végtelen Elba-menti zöld mezőket. A Német Kerékpárosok Klubja (ADFC) drezdai csoportja, hasznos információk sokaságát, brosúrákat, szórólapokat tesz közzé és biztosít a kerékpáros-társadalom számára rendszeres időközönként. A Kerékpáros Klub hivatalos honlapja is folyamatos, naprakész információkat közöl a kerékpár-kölcsönző állomásokról és szerviz pontokról.

Sport:

A város sportszolgáltatásai széles körben elérhetőek, színes palettát felvonultatva számos sportágban. Drezda többek között rendelkezik 2 stadionnal, gyors-korcsolya versenypályával, számos uszodával, valamint lövészeti központtal is. 380 sportegyesület kínál széleskörű sportolási lehetőségeket a drezdaiak számára, minden korcsoport részére, több mint 90 különböző sportágban. Nagyjából 88.000 aktív, regisztrált sportolója van a város egyesületeinek és sport klubjainak, akik között 27 ezren képviseltetik magukat a gyermekek és fiatalok.

2007. szeptember 3-án, a 2007/2008-as tanévre nyitotta meg kapuit Drezda sportiskolája, a Dresden's Ostragehege Sports Park-ban, jelenleg pedig nagyjából 730 tanulója van az intézménynek. A komplexum 3 fő részből áll: általános iskolai részből, középiskolai részből, és egy bentlakásos épületrészből (100 fő részére). Az intézmény mindenfajta sport szolgáltatást, eszközt és igény szerint szállást is biztosít tanulói részére, miközben a minden egyéb iskolai tantárgyra vonatkozó oktatás is természetesen szerves részét képezi a mindennapoknak. A sport iskola jelenleg 12 versenysportágban oktat, tart mindennapi edzéseket, és készíti fel a jövő sikeres sportolóit.

A város kiemelkedő nemzetközi sporteseménye volt 2008-ban, amikor Drezdában került megrendezésre a 38. nyílt és 23. női sakkolimpia. Az első fordulóhoz a rendezők 1050 [sakktáblán](#) 33 600 [sakkfigurát](#) állítottak fel. A sakkolimpián 146 csapat 729 fővel vett részt a nyílt versenyen, köztük 243 nemzetközi [nagy mester](#) és 132 [nemzetközi mester](#). A női versenyen rekordszámú, 111 csapat indult 548 fővel.

Rudolf-Harbig Stadion:

Az egykori stadion épülete már a 1923-ban elkészült, amelynek költsége 500.000 német birodalmi márka volt. 1992-ben a stadion jelentős fejlesztéseken ment keresztül a Német

Labdarúgó Szövetség jóvoltából, hogy megfeleljen a nemzetközi FIFA előírásoknak is. 1956 óta ekkor újult meg először a stadion közvetlen környezete is, amelyre Drezda városa összesen 375 ezer Eurot szánt. Egyébiránt 1999-ig a stadion koncerteknek is otthont adott. 2007 májusában döntöttek a stadion teljes körű – részben bontási munkák is - 2 évig tartó fejlesztéséről, mely számos innovatív megoldás beépítésével, egy több mint 32 ezer néző befogadására alkalmas, ultramodern stadion megvalósítását biztosította. Számos VIP bokszt (1170 VIP ülés), média szárny, és fűtött játéktér is kialakításra került többek között. A fogyatékkal élőkre, és fizikailag akadályozott személyek fogadására a stadion fejlesztés során is kiemelt figyelmet szenteltek speciális szolgáltatások megvalósításával, ezen felül pedig – Drezda „zöld” közlekedését is tovább segítve-, egy összesen 184 kerékpár befogadására alkalmas bicikli parkolót is létrehozta. Az energiahatékonyság szem előtt tartásával, a fűtő és világító rendszer is számos megújuló energiaforrás beépítésével jött létre. A beruházás teljes költsége nagyjából 43 millió euro volt. A fejlesztéseknek köszönhetően jelentőse nőtt a városi stadion nemzetközi presztízse, 2008-ban Drezdát választották a 2011-es női labdarúgó világbajnokság egyik szervező városává. 2010-ben a város emellett U-20-as utánpótlás labdarúgó világbajnoksági helyszín is volt.

Turizmus kereslete és kínálata:

Évente több, mint 10 millióan látogatnak Drezdába, akik közül 2,1 millióan meg is szállnak a városban, átlagosan 2,1 éjszakát eltöltve itt. A külföldi turisták aránya 18,6 %.

Drezda városának látnivalói, turisztikai kínálata egyesíti a méltó, egyedülálló műkincs értékeket, az építészeti emlékeket és értékeket, valamint a páratlan természeti kincseket, tájképi elemeket. 50 múzeum, 60 galéria és 36 színház várja a kulturális turisztikai céllal utazókat, a Drezdai Operaház, a filharmonikus kórus, a különböző zenekarok és koncertek pedig a zene kedvelőit varázsolják el. Drezda külterületein és környező vidékein számos egyedülálló borvidéket, borospincét fedezhetnek fel a turisták. Drezda dél-keleti részén tökéletes elrendezésű, impozáns látványt nyújtó barokk kerteket és egyéb utánozhatatlan építészeti értékeket ismerhet meg az idelátogató a Weesenstein kastélynál. Keletebbre található a [Szász Svájc](#), egy elsődleges hegymászó célállomás. [Meißen](#) Drezdától nyugatra található, leghíresebb találmánya az európai [porcelán](#) (Meißeni porcelán).

Drezda méltán népszerű, legfontosabb turisztikai attrakció közé sorolandó:

- Semper Operaház
- Zwinger (a drezdai barokk építészet csúcspontja, otthont ad többek között a porcelánmúzeumnak, a Matematikai-Fizikai Szalonnak, az Állattani Múzeumnak és a Történeti Múzeumnak; valamennyi kiállítása világhírű)
- Neumarkt (a régi Drezda egyik központja; rehabilitációját 2013-ban fejezték be; 3 jelentős épülete: Johanneum, Frauenkirche, Képzőművészeti Főiskola)
- Frauenkirche (Németország egyik legszebb és legjelentősebb evangélikus temploma; Drezda egyik jelképe; újjáépítése adományokból, összesen 100 millió euro gyűlt össze!; nemcsak Drezda, hanem az újraegyesített Németország szimbóluma is)
- Képzőművészeti Főiskola
- Drezdai Kastély (múzeumok helyszíne, reneszánsz építészeti elemek)
- az új Városháza (1945-ben kiégett, helyreállítása 15 évet vett igénybe. A városháza 100 méter magas tornya a legmagasabb Drezdában)

Dresden Welcome Cards – Drezda turisztikai kártyái:

A kártyák mindegyike egyedi előnyöket, lehetőségeket biztosít a desztinációba érkező turisták számára. A kártyák fajtái a következők:

- Drezda Város Kártya (1, 2 és 3 napra szóló, egyéni és családi változat; drezdai közlekedésre + számos árengedmény)
- Drezda Régiós Kártya (1, 2 és 3 napra szóló, egyéni és családi; drezdai és régió belüli közlekedésre + számos árengedmény)
- Drezda Múzeum Kártya (2 napos, egyéni kártya, ingyenes belépést biztosít 14 múzeumba)
- Drezda Város Kártya + Drezda Múzeum Kártya
- Drezda Múzeum Kártya + Drezda Tour-kártya (nyomtatott város térkép és városnéző guide)

Esélyegyenlőség biztosítása Drezdában:

Hozzávetőlegesen a város minden 10. lakosa él valamilyen testi vagy szellemi fogyatékkal, vagy nehézséggel. A városvezetés számára rendkívül fontos, hogy ezen

városlakók is képesek legyenek minél teljesebb életet élni, a lehető legkielégítőbb mértékben önállóan ellátni szükségleteiket. Drezda folyamatosan lépéseket tesz annak érdekében, hogy egy mindenki számára elérhető szolgáltatásokat biztosító várossá fejlődjön. A város állandó rendszerességgel frissíti és publikálja azon térképeit, amelyek tartalmazznak és pontosan szemléltetnek minden, a városban található akadálymentesítést szolgáló lehetőséget, eszközt.

A fizikailag korlátozott polgárok számára folyamatos fejlesztések valósulnak meg:

- akadálymentes útvonalak és rámpák, csökkentett út –és járdaszegélyek,
- akadálymentes parkolóhelyek,
- tömegközlekedési megállóknál felszállási lehetőség mozgáskorlátozottak számára (busz, villamos, gyorsvasút),
- akadálymentes melléképületek.

Összefoglalóan Drezda egyediségei, értékei, erősségei a vizsgálat alapján:

- gazdasági és pénzügyi központ, magas befektetési arány, a vállalkozások támogatása
- gazdaság, tudomány és felsőoktatás szoros kapcsolata, kutatások előmozdítása
- együttműködés, szakmai gyakorlatok, duális képzés az ipar szereplői, a vállalkozások, nagyvállalatok és az egyetemek oktatói és hallgatói vonatkozásában
- pezsgő egyetemi élet, kiváló életminőség, szolgáltatások a felsőoktatási hallgatóknak
- kulturális gazdagság, értékmegőrzés, értékek fenntartható fejlesztése
- kulturális rendezvények, fesztiválok széles palettája
- sikeres, prosperáló sportegyesületek, sportszolgáltatások, sport oktatás, sport fejlesztések
- Drezda a „zöld város”, Európa egyik legzöldebb városa, védett területek, zöld –és pihenőterületek nagy száma; „zöld közlekedés”; élhető város!
- színes turisztikai kínálat, a természeti értékeket, egyedi tájképet, az építészeti remekeket, és a műemlékeket egyesítő város
- az esélyegyenlőség magas fokú biztosítása
- tudatos és hatékony természet –és környezetvédelem

2. Opole –Lengyelország:

Opole város Dél-Lengyelországban, az Odera folyó partján fekszik. A település lakosainak száma nagyjából 125 ezer. Opole az Opolei Vajdaság és Opole megye székhelye. Mai napig nagy számban élnek a régióban felső-sziléziai és német származású emberek, a város lakóinak azonban mindössze 3 %-át teszik ki a német anyanyelvűek. A Felső-Sziléziai régió történelmi fővárosa is Opole volt egykor. A város területe 96 km².

Opole történelme egyébiránt egészen a 8. századig nyúlik vissza, amikor is a régészeti feltárások szerint, az első szláv telepések megjelentek az Odera folyó mentén.

1254-ben Opole német városi jogrendszert kapott. A 12.-13. század folyamán a város jelentős fejlődésen ment keresztül, amikor is véglegesen elkészült a Vár, illetőleg számos új épület, városfalak, történelmi templomok kerültek kialakításra. A 14. században megépült a város második jelentős vára, ami egyes források szerint valójában egy fából készült erődítmény volt.

A 18. század elején –a Habsburg Monarchia idején –a német népesség aránya megközelítőleg 20% volt Opoleben. 1871-ben, Németország egyesítésekor, a város része lett a nagy német birodalomnak. A két világháború között Opole a Felső-Sziléziai Provincia közigazgatási székhelye volt, nagyjából két évtizeden keresztül. A II. világháború idején, 1941 márciusáig körülbelül 8000 zsidó férfit, nőt és gyermeket deportáltak Opole-be.

A világháború után Opole, a Potsdami Konferencia értelmében „átkerült” Lengyelországba, és részévé vált a Katowicei Vajdaságnak. Opole napjainkban –a környező régióval egyetemben – úgy ismert, mint a lengyelországi német kisebbség központja.

A város lakossága a II. világháború után évről évre folyamatosan növekedett, egészen 1990-ig, majd az utóbbi két évtizedben némiképp csökkent a népességszám.

Turizmus, látnivalók és kulturális élet:

A város színes kulturális élettel büszkélkedhet, számos jelentős történelmi múlttal rendelkező múzeum, szobor-csoport, képtár, színházak, mauzóleum, 19. század eleji zsidó temető, templomok és katedrálisok várják az ide érkező turistákat. Múzeumai közül kiemelkedően népszerű a Regionális Múzeum, a Falu Múzeum, és az Egyházi Múzeum. A színházak közül mindenképpen kiemelendő a Jan Kochanowski Dráma Színház, mely Lengyelország egyik legérdekesebb teátruma, ahol minden évben megrendezésre kerül a Lengyel Klasszikus Opole

Színház Fesztivál, itt bemutatkozhatnak a legszebb színházi darabok, az egész ország területéről. A város kiemelt figyelmet fordít a történelmi értékek, műemlékek, tradíciók megőrzésére és fenntartható fejlesztésükre.

A városban gyakoriak a koncertek és zenés rendezvények is. A Nemzeti Lengyel Dal Központot –amely 1963 óta volt helyszíne az Országos Lengyel Dalfesztiválnak-, 2011-ben modernizálták, új funkciókat kapott, napjainkban otthont ad többek között a Lengyel Zenei Múzeumnak is.

Az 1940-es évek közepén alapították Opole Filharmonikus Csarnokát, amely a zene szerelmeseinek kínál színes előadásokat, impozáns környezetben, az épület két nagyméretű koncertteremmel rendelkezik, melyek közül a nagyobb akár 500 fő befogadására is alkalmas.

A Kortárs Művészeti Galéria híres művészek (Salvador Dalí, Marc Chagall) művészek munkáit prezentálja, emellett minden hónapban új, időszakos kiállítási tárlatok jelennek meg, amely alapján mindenképpen érdemes felkeresni.

Lengyelország első történelmi uralkodó dinasztiáját, a 10. századi Piast Dinasztiát eleveníti meg a város egyik legszebb turisztikai látványossága, a Piast Torony, mely az egyetlen maradványa a 13. századi Piast várkastélynak.

A város egyediségét adják szintén, a folyó felett átívelő, egyedi díszítésű hidak (köztük fahidak is), melyek alatt, a folyó keskenyebb szakaszain gondola szállítja a turistákat. A folyó egyes szakaszain csónakázási és extrém sport lehetőségek is rendelkezésre állnak, kihasználva a helyi adottságokat.

A természetközeli látványosságok közül kiemelkedik az egyedi, gyermek –és családbarát szolgáltatásokkal kialakított, különleges fajokat bemutató, hatalmas zöldövezetben elhelyezkedő Opolei Állatkert. Az állatkert évente több ezer látogatót fogad, a gyermekek számára mini-állatkert is színesíti a palettát. A 'Kastély-tó', amely a 19. században került kialakításra, az egykori várak helyén található, mellette az 1909-ben alapított Jégház, amely korcsolyapályát üzemeltet a tó egyes részein.

A város színes rendezvénynaptárral rendelkezik: az év elején karneválok, tavasszal kulturális, zenei és színházi rendezvények, sport versenyek és vásárok, a nyár folyamán zenei fesztivál, koncertek, gasztronómiai fesztiválok, ősszel ugyancsak gasztronómiai rendezvények, film fesztivál, novemberben a nemzeti függetlenség ünnepségsorozata, majd az év végén karácsonyi és szilveszteri vásárok, programok várják az érdeklődőket.

A térség turisztikai oldala a www.visitopolskie.pl, amely széleskörű információt nyújt Opole és egyéb települések legfőbb rendezvényeiről, szabadidős lehetőségeiről, szállás-és vendéglátó egységeiről, valamint interaktív térképpel segíti az érdeklődő turistákat. Az oldal ajánl különböző színes regionális programcsomagokat is.

Vasúti csomópont:

A város egyik eklektikus épülete, a 19. század közepén felépített Központi Vasútállomás, amely az Opolei Vajdaság legnagyobb és legjelentősebb állomása, gócpontja. A vasúti csomópont kapcsolatot biztosít minden nagyobb lengyel városba, számos környező településre, ezen felül pedig nemzetközi kapcsolatai is jelentősek, hiszen vonatokat indít többek között a németországi Berlinbe és Hamburgba is. Az állomás neo-gótikus, neo-reneszánsz, szecessziós, és neoklasszicista stílusjegyeket ötvöz, melyből kifolyólag kedvelt turisztikai attrakció is.

Széleskörű felsőoktatás, kutatás-fejlesztés, nemzetközi együttműködés:

A város színes, széleskörű felsőoktatási rendszerrel és infrastruktúrával büszkélkedhet, számos nemzetközi képzés indul az intézményekben, a hallgatók száma kiemelkedően magas, a külföldi hallgatók aránya szintén viszonylag jelentős.

A legfontosabb állami fennhatóság alatt álló egyetemei:

- *Opole Állami Egyetem*
 - 1994 óta, 17.500 hallgató, 32 felsőoktatási szak, 53 szakirány; 203 professzor
 - legfontosabb karok: filológia, történelem és pedagógia, hittudományi, matematika-fizika-informatika, természettudományi, műszaki, gazdaságtudományi, jog –és közigazgatás, turizmus
 - legfontosabb kutatási területek: gazdaságfejlesztés, környezetvédelem, fenntartható fejlesztések (Kelet-Európára fókuszálva), jog, matematika-fizika-kémia, természettudomány
 - jelentős fejlesztői együttműködési hálózat akadémiai és üzleti partnerekkel Lengyelországban és nemzetközileg egyaránt (Európa, Amerika, Ázsia)
 - nemzetközi csereprogramok (Erasmus, Europa Master Programme)
 - szakmai gyakorlati lehetőségek, duális képzések tudomány, sport, kultúra területén
 - egyetemi diploma programok angol, német, lengyel és egyéb nyelveken

- egyedi kutatói programok egyetemi hallgatók, doktori, posztgraduális képzésben résztvevők számára
- nemzetközi nyelvtanfolyamok
- folyamatos nemzetköziesedés, az oktatási kínálat szélesítése, az innovatív karakter erősítése
- *Opole Műszaki Egyetem*
 - 1959 óta, 12 ezer hallgató, 500 oktató
 - a legfontosabb karok: építőmérnöki, gépészmérnöki, villamosmérnöki – automatizálási –tudományos informatikai, testnevelési és fizioterápiás, menedzsment, gépgyártástechnológia és logisztika.
 - a régió vezető „high-tech egyeteme”
 - 2008-ban az Egyetem a Pekingi Műszaki Egyetemmel együttműködve megnyitotta az Opole Konfuciusz Intézetet, amely közhasznú intézmény küldetése ösztönözni a kínai nyelv és kultúra megismerését az oktatáson keresztül.
 - az Egyetem teljes jogú tagja az Európai Egyetemi Szövetségnek (EUA), amely 46 európai országban képviseli és támogatja a felsőfokú oktatási intézményeket, biztosítva számukra egy egyedülálló együttműködési fórumot és platformot, a felsőoktatási –és kutatópolitika, a kutatás-fejlesztés területén elősegítve a hatékony kooperációt.
 - széleskörű együttműködés helyi vállalatokkal, jelentős nemzetközi partnerség (Európa, Amerika, Ázsia)
 - kiemelkedő kutatási területek: speciális technikai tudományok, közgazdaság, közigazgatás, sport –és orvosi tudományok, specializált elektronikus technológiák, fejlett számítógépes és telekommunikációs technológiák, megújuló energiák felhasználása, innovatív módszerek a logisztikában, jármű – és géptervezés, ipari anyagfelhasználás elemzés, hivatásos sport területén rehabilitációs módszerek, biomechanika, biokémia, genetika.
 - jelentős együttműködési hálózat további lengyel műszaki egyetemekkel
 - nemzetközi akadémiai napok –egyetemek a világ minden részéről, legjobb gyakorlatok megosztása
- *Felsőfokú Orvosi Szakiskola*
 - 2003 óta

- legfontosabb oktatási területek: szülészet, beteg-gondozás, fizioterápia, közegészségügy, kozmetológia, sürgősségi orvosi ellátás

A legfontosabb magánintézmények:

- Igazgatási és Menedzsment Főiskola
- Bogdan Janski Akadémia

Sport, sportfejlesztések:

A város híres színes sportéletéről, Opole-ben a tradicionális versenysportok mindegyike megtalálható. Nagy hangsúly helyeződik a sporttudományok, a tudományos háttér fejlesztésére, jelentős kutatások és együttműködések valósulnak meg ezen a téren a sportegyesületek és létesítmények, valamint a település felsőoktatási intézményei között. Az orvosi és rehabilitációs háttér biztosítása rendkívül fejlett, kifejezetten az akadémiák (köztük elsősorban a futball) vonatkozásában. Az egészséges életmód népszerűsítése a sporton keresztül hosszú évek óta szignifikáns figyelmet kap a városvezetés részéről, már az általános iskolákban is fokozottan ügyelnek a gyerekek mozgásigényének kielégítésére, a tanulás és a sport helyes arányának megteremtésére, az aktív életmód előmozdítására. A sportos életmód egyre intenzívebbé tételére a városvezetés külön programsorozatot is kialakított, amelyben számos helyi, térségi, regionális civil és nonprofit szervezet is részt vesz, elősegítve a nemzeti és nemzetközi sportesemények sikerességét, a sport és a kikapcsolódás magas fokú, széles társadalmi körben történő támogatását.

2000 és 2002 között valósult meg a városi stadion modernizációja, amikor a létesítményben új, 4400 nézőt befogadó korszerű lelátót alakítottak ki, 500 fős fedett tribünnel, valamint kialakításra kerültek higiéniai és vendéglátó egységek is. A stadion történelme egyébiránt rendkívül régre nyúlik vissza, hiszen a régi stadionrész 1945 óta volt a város egyik fontos sportlétesítménye, ahol az 1980-as években több nemzetközi barátságos mérkőzés is megrendezésre került.

A városi stadion mellett az elmúlt évek során számos új edző –és gyakorló pálya épült az utánpótlás korú sportolók számára is, továbbá konferencia termek is kialakításra kerültek.

Az Opole Futball Akadémia része természetesen a stadion és a teljes edzőkomplexum is, ahol számos gyermek –és ifjúsági korosztály versenysportja valósul meg, az egyre pozitívabb nemzeti sikereket, az utóbbi évek során a nemzetközi eredmények is kiegészítik, növelve ezáltal az Akadémia presztízsét.

A szabadtéri vízi versenysport és szabadidős strandkomplexum 2006-ban nyitotta meg kapuit ismét a felújítások után. A teljes körűen átépített létesítmény kialakításában kiemelt figyelmet fordítottak a minden korosztály számára megfelelő sportolási lehetőségek biztosítására. Három fűtött medence (köztük egy 50m-es versenymedence), és három gyermek medence mellett, gyermekpancsoló, játszóterek, sport-pályák és étterem is kialakításra került.

A sportfejlesztések terén jelentős elismerésben részesült a város a tavalyi év folyamán, amikor 2014. őszén átadott 21. századi, multifunkcionális fedett uszodakomplexum elnyerte a tavalyi év „legjobb vizes sportlétesítménye díjat” Lengyelországban, amely a „Sportos Lengyelország” program keretein belül került kiosztásra. A díjat olyan létesítmények kaphatják meg, akik minél magasabb szinten és korszerű módon ötvözik a sport és a rekreáció szolgáltatásokat az adott komplexumon belül.

2014-ben kezdődött és jelenleg is tartanak a felújítások, fejlesztések Opole legjelentősebb rendezvény –és sportközpontjában, ahol az elavult komplexum megújítására az alábbi fejlesztések, modernizáció valósult meg ez ideig:

- a sportcsarnok részben teljesen új lelátó rész került kialakításra,
- teljes körű hőszigetelési munkák az energiahatékonyság előmozdítására,
- a támfalak megerősítése, modernizálása.

A fejlesztésekre a város az önerőn felül, 7 millió zlotyi értékben vissza nem térítendő állami támogatást kapott a Sport és Turisztikai Minisztériumtól a 2015 és 2017 közötti időszakra. A teljes beruházás 30 millió feletti értéket jelent (~2,3 mrd Ft), így a program olyan jelentőséggel bír a sport támogatása tekintetében, amely a Testnevelési Fejlesztési Alapból valóban támogatandó fejlesztés. A rekonstrukciónak köszönhetően egy egyedülálló, multifunkcionális sportlétesítmény jöhet létre, amely különböző sportágak és sportegyesületek igényeit lesz képes kiszolgálni. A komplexum alkalmas lesz nemzeti és nemzetközi sportversenyek lebonyolítására, és nagymértékben növeli majd a teljes régió sportlehetőségeit mind az amatőr, mind pedig a profi sport vonatkozásában.

További városfejlesztési programok, megvalósult fejlesztések:

- városrész-rehabilitációs programok
- Ipari Park fejlesztés – különleges gazdasági övezet kialakítása, ahol a betelepülő vállalkozások állami támogatást kapnak adókedvezmény formájában. A foglalkoztatott alkalmazottak számától függően változik a támogatás mértéke, természetesen minél több munkahelyet biztosít a cég, a támogatás is annál magasabb lehet
- Opole Munkaügyi Hivatal szolgáltatásfejlesztés és szolgáltatás bővítés, intenzívebb, szélesebb partnerségi hálózat kiépítése cégekkel, vállalatokkal
- Opole vállalkozás segítő programja 2014-2020. → adókedvezmények biztosítása kis – és közepes vállalkozások számára, befektetés-ösztönző kezdeményezések, új munkahelyek létrejöttének előmozdítása

Jövőbeni fejlesztések:

- High-tech Központ kialakítása
- Irodaépület fejlesztés 200nm-en
- Business Center 2900 nm-en
- Irodaház 1600nm-en
- Opole Logisztikai Központ fejlesztése, új iroda –és raktárépületek létesítése
- 2000nm-es irodaház a városközpontban, parkolóhelyekkel, mélygarázzsal
- további városrész-rehabilitációs programok

Összefoglalóan a város erősségei és egyediségei:

- színes kulturális élet – látnivalók, rendezvények sokrétű, széles palettája,
- különleges természetközeli attrakciók (Opole Állatkert, Kastély-tó, Odera folyó),
- a folyó turisztikai célú hasznosítása (gondola, extrém sportok, szabadidős tevékenységek),
- vasúti csomópont –szerteágazó nemzeti hálózat, releváns nemzetközi kapcsolatok, elérhető pontok,
- széleskörű, nagyszámú diszciplínát felölelő felsőoktatás, kutatás-fejlesztés, releváns nemzeti és nemzetközi együttműködés, magas hallgatói létszám, jelentős kutatási eredmények,

- színes, pezsgő sportélet, szignifikáns együttműködés a sport-egyesületek, sportlétesítmények és az oktatási intézmények között; jelentős megvalósult és megvalósulandó sportfejlesztések,
- különleges gazdasági övezet kialakítása, befektetés-ösztönzés, vállalkozások segítése,
- élhető város

3. sz. Melléklet: Díjak, amelyekre Szolnok pályázhat

1. Európa Díj

Az Európa Díjat, illetve az ezzel a névvel jelzett kitüntetési rendszert az Európa Tanács alapította 1955-ben olyan helyi és regionális önkormányzatok elismerésére, melyek kiemelkedően aktív szerepet vállalnak az európai egységet erősítő nemzetközi kapcsolatok terén.

A kitüntetési rendszer négy lépcsős. Első lépcsőfoka az Európai Diploma, a második a Becsület Zászló, a harmadik a Becsület Plakett és a negyedik maga az Európa Díj. Magyarországon csak Szeged és Tata rendelkezik még csak a díjjal.

További információ és jelentkezés angolul: <http://www.europe-prize.coe.int/>

2. Virágos Magyarország

A Virágos Magyarországért verseny célja a kulturált és vonzó országkép kialakítása, a fenntartható fejlődés szempontjainak következetes alkalmazása, a településen élők összefogásának ösztönzése, az életminőség javítása, a környezettudatos gondolkodás és szemlélet erősítése, a természeti és az építészeti örökség megőrzése és gyarapítása.

További információ és jelentkezés: <http://viragosmagyarorszag.itthon.hu/versenyfelhivas-es-jelentkezes>

3. Kerékpárosbarát település

A Kerékpárosbarát Település címmel a Nemzeti Fejlesztési Minisztérium (NFM) a települések kerékpárral közlekedőkért tett intézkedéseit, fejlesztéseit kívánja értékelni, amellyel a települések a környezetbarát, fenntartható, mindenki számára elérhető egészséges közlekedési eszköz és életmód népszerűsítéséhez járul hozzá.

További információ és jelentkezés:

<http://kerekpárosbaratpalyazatok.hu/palyazat/index.php/545446/lang-hu>

4. Gyerekbarát település

Az „UNICEF Gyerekbarát Település” olyan helyi irányítási rendszer, modell és jógyakorlat kialakítását tűzi ki célul, amely a Magyarországon 1991 óta hatályos ENSZ Gyermekjogi egyezményen alapulva, kötelezettséget vállal a gyermekek kiemelt és fokozott védelmére és a gyermekek jogainak tiszteletben tartására. További információ: <http://unicef.hu/unicef-gyerekbarat-telepules/>

5. Városmarketing díj

A Miskolci Egyetem Marketing Intézete és a Hinora Marketing Group szakmai támogatásával létrehozott Országos Városmarketing Díj célja, hogy a városok fejlesztésében egyre fontosabbá és egyre intenzívebbé váló marketingtevékenységre, annak sokszínűségére, eredményességére felhívja a figyelmet, a sikeres, hatékony marketing-megoldások elismerésével és azok széleskörű népszerűsítésével hozzájáruljon az igényes, szakmailag helyes gyakorlat elterjedéséhez, és segítse a tapasztalatcserét, s benne a városok vezetői, szervezetei és a marketingesek közötti együttműködést.

További információ: <http://varosmarketingdij.hu/>

6. Köztérmeújítási Nívódíj

A Magyar Urbanisztikai Társaság és az ICOMOS Magyar Nemzeti Bizottság Egyesület hirdeti meg a Köztérmeújítási Nívódíj 2015 pályázatát. A Nívódíjat az arra érdemesnek talált megújult közterek nyilvános pályázat keretében nyerhetik el.

További információ:

<http://www.mut.hu/?module=news&action=show&nid=211125#MIDDLE>

Tiszai hajósok tere mellett esetleg más pályázatot is be tudnának nyújtani? (2012-ben nyert nívódíjat)

7. Idősbarát Önkormányzat Díj

Az Idősbarát Önkormányzat Díjat az Idősügyi Tanács javaslata alapján a szociális miniszter és a belügyminiszter alapította 2004-ben, az 58/2004 (VI. 12.) ESZCSM-BM együttes rendelettel. Az alapítók a díj adományozásával az eddigi eredmények elismerése mellett arra szeretnék figyelmet felhívni, hogy a településeken az önkormányzatok tehetnek legtöbbet a komplex időspolitika érdekében.

További információ: idosbarat@emmi.gov.hu

Emberi Erőforrások Minisztériuma Idősbarát Önkormányzati Díj Bíráló Bizottság

1054 Budapest, Akadémia utca 3.

8. Fogyasztóbarát Település Díj

A Fogyasztóbarát Település címmel a Nemzeti Fejlesztési Minisztérium (NFM) azon települések fogyasztókért tett intézkedéseit, hozzáállását kívánja értékelni, amellyel a

települések a területükön működő vállalkozások között fogyasztóbarát szemlélet általánossá válásához és a fogyasztók helyzetének javításához járulnak hozzá.

További információk:

<http://www.kormany.hu/download/3/da/20000/Fogyaszt%C3%B3bar%C3%A1t%20Telep%C3%BCI%C3%A9s%20p%C3%A1ly%C3%A1zat.zip#!DocumentBrowse>

9. Agrofilm – FAO Osiris Prize

Az ENSZ Élelmezésügyi és Mezőgazdasági Világszervezet ez évben a 31. alkalommal rendezte meg mezőgazdasági témájú filmfesztiválját, amelyen a mezőgazdaság, a regionális fejlődést és az élelmezésügyet érintő témákban készült filmek, dokumentumfilmek és rövid videók indulhattak. A közönség a pályaművek által betekintést nyerhet ezen témák trendjeibe és megismerkedhetnek a globális problémákkal.

További információ: <http://www.fao.org/europe/news/detail-news/en/c/330842/>

Research Institute for Animal Production Nitra - National Agricultural and Food Centre,

Cím: Hlohovecká 2, 951 41 Lužianky, Szlovákia; e-mail: agrofilm@vuzv.sk, telefon: +421 37 6546 126, +421 37 6546 387

10. Európai Közsféra Díj (European Public Sector Award)

A díjat két évente adja ki az The European Institute of Public Administration (EIPA), melynek célja, egy olyan platform kialakítása, amelyben Európa közsférabeli intézményei kitűnhetnek és a világ többi részének is példát mutathatnak. A díjjal az EPSA bátorítja az önkormányzatokat, hogy modernizálják az adminisztrációs struktúrájukat és gyakorlatukat, mely törekvések az európai adminisztrációs reform alapkövei lehetnek.

További információ: <http://epsa2015.eu/>

11. Európai Sportváros díj (European City of Sport)

A díjat az ACES Europe, brüsszeli székhelyű non-profit szervezet írja ki minden évben 2011 óta. Olyan városok vagy városok közössége kaphatja meg, amely kiemelkedő eredményeket ért el a helyi sportszervezés és a sport fejlesztése, a sport minél szélesebb körű hozzáférhetősége terén szem előtt tartva azon alapelveket, hogy a sport fontos szerepet játszik a közösség összetartó erejének növelésében, az életminőség javításában és az egyes szociális rétegek társadalmi integrációjában.

További információ: <http://www.aceseurope.eu/index.php/en/candidatures-deadlines>

12. Klímacsillag (Climate Star)

A Klímacsillag díjat ("Climate Star" award) a Climate Alliance Europe hirdeti meg két évente, amely Európa 24 országából több, mint 1600 település és város szövetsége, és amely fő tevékenységének a széndioxid kibocsátás csökkentését és a klímaváltozással való harcot tűzte ki. A Klímacsillag azon helyi önkormányzatok és hatóságok motivációjáért és bátorításáért jött létre, amelyek törekszenek arra, hogy egyre erősebben bevonják a lakókat a megújuló energiaforrások használatába és a környezetvédelmi akciókba és ambíciózus célokat állítsanak saját maguk elé.

További információ: <http://www.klimabuendnis.org/666.0.html#c5986>

13. Dosta!-konferencia Díj (Dosta!-Congress Prize)

The Dosta!-Congress Prize-t olyan, az Európai Tanács tagállami önkormányzatnak ítélik oda, amely újító és kreatív intézkedéseket vezetett be, hogy biztosítsa a romák és migránsok hosszútávú eredményes integrálódását tiszteletben tartva ezen közösségek különbözőségét és biztosítva a település életében való aktív részvételüket.

További információ:

<https://wcd.coe.int/com.instranet.InstraServlet?command=com.instranet.CmdBlobGet&InstranetImage=2734306&SecMode=1&DocId=2262198&Usage=2>

14. Európai Bűnmegelőzési Díj (European Crime Prevention Award)

Az Európai Bűnmegelőzési Hálózat 2014-ben is meghirdette az Európai Bűnmegelőzési Díjat bűnmegelőzési projektet jutalmazása céljából. A Belügyminisztérium felhívást tett közzé a magyar jelölt kiválasztása céljából. Minden évben más tematika alapján lehet jelölni projekteket jó gyakorlatoknak, melyeket később potenciálisan más, hasonló helyzetben levő szervezetek, közösségek is alkalmazhatnak.

További információ: <http://eucpn.org/events/european-crime-prevention-award-ecpa-and-best-practice-conference-bpc>

15. Megújuló Energia Európa Díj (Sustainable Energy Europe Awards)

A Megújuló Energia Európa Díjat három kategóriában hirdetik meg, melyből a harmadikra olyan városok, regionális vagy helyi hatóságok részesülhetnek díjazásban, amelyek megújuló energiaforrásokkal kapcsolatos kezdeményezéseik célja, hogy elérjék vagy túlteljesítsék Európa 2020-as klíma és energiakitűzéseit. A díj elnyeréséhez LUCI-tagnak kell lenni.

További információ: <http://www.eusew.eu/awards-competition> és
<http://www.eusew.eu/images/2015/awards/awards2015criteria.pdf>

16. Nemzeti Minőség Díj

A díj az Európai Kiválóság Díj modelljén alapul, melynél nem a termék vagy a szolgáltatás minőségét, hanem az egész szervezet tevékenységének, működésének kiválóságát díjazzák. Jelentkezhetnek rá önkormányzatok szervezetei, ill. például oktatási, kulturális intézmények is.

További információ: <http://www.kivalosag.hu/contact>

17. Befektetőbarát Település

A Nemzeti Külgazdasági Hivatal (HITA) 2012. március 1-jén indította el a Befektetőbarát Településekért Programját. Az önkormányzatok feladata, hogy elkészítsék befektetés ösztönző stratégiájukat, melyben felméri és értékeli a település adottságait, előnyeit, esetleges hiányosságait. A stratégia alapján megállapítják, hogy mely ágazatokra fókuszáljanak, honnan várják a befektetőket. A résztvevő települések így nagyobb eséllyel indulnak a befektetőkért folyó nemzetközi versenyben, több projekt valósulhat meg Magyarországon. Szeged nyerte el 2012-ben.

További információ: Nemzeti Befektetési Ügynökség (HIPA)
<http://www.kormany.hu/hu/kulgzdasagi-es-kulugymiszterium/gazdasagdiplomaciaert-felelos-allamtitkar/hirek/befektetobarat-telepules-programot-indit-a-nemzeti-befektetesi-ugynokseg-hipa>

Néhány kapcsolódó pályázat, amelyeket 2015-ben igaz nem hirdettek meg, de érdemes figyelni, hátha újraindítják ezen programokat:

1. Kultúra Magyar Városa (2010-ben Szolnok díszoklevelet kapott)

Az oktatási és kulturális miniszter által adományozott A Kultúra Magyar Városa cím olyan városi helyi önkormányzat elismerése, mely kiemelkedően fejleszti, illetve támogatja kulturális, művészeti életét, és annak értékeit példaértékűen mutatja be.

További információ várhatóan itt: Kultúráért Felelős Államtitkárság;

Cím: 1055 Budapest, Szalay u. 10-14.; Központi telefonszám: 06-1-795-1200

2. Hild János-díj (1977-ben elnyerte Szolnok)

A Magyar Urbanisztikai Társaság 1968 óta az urbanisztika terén kimagasló eredményeket elért települések önkormányzatának adományoz. Hild János-díj adományozható a település (Budapest esetében kerület) önkormányzatának az urbanisztikai szemlélet alapján, a helyi értékek megőrzésével megvalósított, esztétikus környezetalakításért, a település, vagy településrész színvonalas fejlesztéséért, a településfejlesztésben, -üzemeltetésben, a környezeti értékek védelmében kifejtett közösségi részvételért.

További információ várhatóan itt: Magyar Urbanisztikai Társaság;

Cím: 1094 Budapest, Liliom utca 48.; Telefon: 1/215-5794; E-mail: mut@mut.hu

3. Városimázs díj

A Városimázs Toplista a 10.000 főnél nagyobb magyarországi települések – Budapest nélküli – imázs-rangsora. Az Observer Budapest Médiafigyelő, valamint az Image Factory kutatói országos sajtómegjelenések alapján készítik.

További információ: Image Factory;

1026 Budapest, Garas utca 1.; Telefon/fax: +36 1 315 3201; E-mail: hello@imagefactory.hu

4. Access City Award

Az EU városai pályázhatnak a most ötödik alkalommal meghirdetett Access City Award díjra, amelyet az európai városoknak a fogyatékkal élők és idősebbek számára való akadálymentesítése terén elért eredményei alapján ítélnek oda.

További információk: http://ec.europa.eu/justice/events/access-city-award-2015/index_hu.htm

Jelenleg nem aktív, remélhetőleg újra indítják.

5. Livcom Awards

A LivCom Awards a világ egyetlen versenye, amely a helyi közösségek irányításának nemzetközi best practice-eire fókuszál. A LivCom tárgya, hogy olyan nemzetközi jó példákat díjazzanak, amelyek a pályázó helyi irányítás eredményeit mutatják be a városlakók egyéni életminőség-javulását célzó élhető közösségeket létrehozó projekteken keresztül

További információ: www.livcomawards.com

2013-ban rendezték meg utoljára

6. Családbarát Önkormányzat Díj (2015-ben elnyerte Szolnok)

A Nagycsaládosok Országos Egyesülete adja ki a díjat 2005 óta minden évben azon önkormányzatok elismeréseként, amely kiemelkedő hangsúlyt fordít programjaival és intézkedéseivel a családok biztonságérzetének növelésére.

További információ: http://noe.hu/sajtoszoba/csaladbarat_onkormanyzatok/