

Linguistic Landscape: innovative methodologies strengthening bilingualism in the Hungarian-Slovakian border region

Minősítő rendszerek a turizmusban

ISBN 978-615-81017-4-5

Készült: 2018

Készítette: Horzsa Gergely EV

Megrendelő: Interregió Fórum Egyesület

Tartalom

1.	Bevezetés	4
2.	Hazai turisztikai védjegyek	5
2.1.	Turisztikai védjegyek	7
2.2.	Vízi és szabadidős védjegyek	9
2.3.	Éttermi minősítések	12
2.4.	Online minősítő rendszerek	14
2.5.	Öko védjegyek	16
2.6.	A Magyar Turisztikai Ügynökség által hazánkban meghirdetett minőségi díjak	18
2.7.	Egyéb turisztikai védjegyek	20
2.8.	Minősítő rendszerek áttekintése	21
2.9.	Minősítő rendszerek előnyei és hátrányai	23
3.	Minősítési gyakorlatok	25
3.1.	Minősítések jogi háttere	25
3.2.	Minősítés módja	25
3.3.	Minősítés költsége	25
3.4.	Minősítések elterjedtsége	26
4.	Védjegyek	28
4.1.	A védjegyszerzés céljai	28
4.2.	A megjelöléssel ellátandó áruk/szolgáltatások meghatározása, az árujegyzék	29
4.3.	Brainstorming – egyetlen ötlet vagy, „több vas a tűzben”	29
4.4.	A kiválasztás védjegyjogi szempontjai – előnyök, hátrányok, kizáró tényezők	29
4.5.	Jogi ellenőrzés - az előzetes védjegykutató	30
4.6.	A találati halmaz optimalizálása	30
4.7.	Milyen megjelölést válasszunk? Milyen nevet válasszunk?	31
4.8.	A védjegy(bejelentés) menedzselése	32
4.9.	A védjegyekkel kapcsolatos szervezeti magatartások	34
4.10.	A védjegy és a minőség	35
5.	Turisztikai szolgáltatások bilingual (kétnyelvű) minősítése	36
5.1.	Vizsgált térség	36
5.2.	Szlovákia turizmusa	38
5.3.	Szlovákiai szállástípusok kategorizálása	41
5.4.	Vendéglátóhelyek	43
5.5.	Minősítési rendszer jogi háttere és követelményei	45
5.6.	Tervezett minősítési rendszer megvalósítása	46
5.7.	Minősítés megjelenítése	46
5.8.	Kiterjeszthetőség	46
6.	Konklúzió	47

Ábrajegyzék

1. ábra: Magyarország turisztikai intézményrendszere nemzeti szinten	6
2. ábra: Szállásokat minősítő turisztikai védjegyek	7
3. ábra: egyéb turisztikai szolgáltatások minősítő rendszere	11
4. ábra: Éttermi minősítő rendszerek	13
5. ábra: Online minősítő rendszerek	14
6. ábra: Mobilinternet-előfizetések száma Magyarországon (2008-2017)	23
7. ábra: Minősítő rendszerek előnyei és hátrányai	24
8. ábra: Minősítési gyakorlatok áttekintése	25
9. ábra: Minősített szervezetek száma	27
10. ábra: Szlovák-magyar határrégió	36
11. ábra: Szlovákiából érkező turisták létszám adatai és turisztikai céljainak aránya 2016 évben.....	38
12. ábra: Határmenti turisztikai klaszterek	40
13. ábra: Turisztikai szolgáltatók szlovák-magyar határ menti térségben Magyarországon	43
14. ábra: Szálláshelyek száma Magyarországon és becsült számuk a szlovák-magyar határ menti térségben	43
15. ábra: Szálláshelyek száma Szlovákia határmenti kerületeiben (*)	44
16. ábra: Minősítés három lépcsője	45
17. ábra: Minősítési rendszer bevezetésének folyamata	46

1. Bevezetés

A Linguistic Landscape: innovative methodologies strengthening bilingualism in the Hungarian-Slovakian border region c. projekt célja, hogy a magyar-szlovák határ menti régióban javítsa a turisztikai szolgáltatások minőségét egy új innovatív módszer segítségével, amelynek a célja, az idegen nyelv hozzáférhetőségét minősítő turisztikai védjegy bevezetése. A magyar társadalomban az idegennyelven beszélők száma nyugat-európai mércével számítva még mindig alacsony, ezért is célunk, hogy a védjegy a turisták számára idegen nyelvi környezetben segítséget nyújtson a szolgáltatások igénybevételéhez, növeljük a komfortérzetet, amely egyszerre támogatja a turisztikai szolgáltatókat, és a turistákat is. A védjegy lényege, hogy a turisták már a szolgáltatás igénybevétele előtt információval rendelkezzenek a közös nyelv hozzáférhetőségéről és a sikeres kapcsolatfelvétel lehetőségéről. A közös nyelv hiánya könnyen megghiúsíthatja a szolgáltatás igénybevételét, ami miatt hátrányba kerülhetnek egyes szolgáltatók, illetve mindez a térségről/régióról kialakított turisztikai képet is negatívan befolyásolja. A program megvalósítása három partner együttműködésével történik, a projekt vezetését a Lead Budapesti Corvinus Egyetem végzi, Szlovákiából a Nadácia pre Budúcnosť, Magyarországról az Interregió Fórum Egyesület vesz részt.

A többnyelvűség érvényesítésének első szintje a kitáblázás, a több nyelven elérhető brosrák audio-guide rendszerek megfelelő nyelveken történő elérhetővé tételét jelenti. A második szintet a személyzet felkészültsége, idegen nyelvi kompetenciái jelentik. A személyességhez, a valódi élményhez ugyanis nem mellőzhető, hogy a turistákkal kapcsolatba kerülő, az ő kiszolgálásukra, eligazításukra hivatott személyzet megfelelően beszéljen idegen nyelveket. Itt sem hátrány, ha a desztinációt gyakran felkereső nemzetek nyelve kerül előtérbe a nyelvtanulás/ oktatás során, de már az is jelentős eredmény lenne, ha angolul magabiztosan kommunikálna a turistával találkozó jegypénztáros, kalauz, pincér.

Fontos szempont emellett a szolgáltatások idegen nyelven történő hozzáféréseinek biztosítása. A hazánkkal szomszédos országok nyelvein történő tájékoztatás pedig az udvariasságon túl jól értelmezhető üzleti érdek is. A magyar 25-64 éves lakosság körében 37% beszél legalább egy idegen nyelvet, amivel hazánk utolsó az unióban. Az Eurostat közzétett jelentéséből kiderül, hogy a leginkább beszélt idegen nyelv az angol a legtöbb uniós országban, így Magyarországon is.

Az egyes országokban történelmi okok miatt magasabb a több nyelvet beszélők aránya. Szlovákiában például a cseh nyelvet idegen nyelvként szokták statisztikailag számításba venni (Csehországban a szlovákot viszont nem). Szlovákiában ugyan a cseh az elsődleges idegen nyelv (vagyis ezt beszélik legtöbben), de angolul és németül összesen még így is többen beszélnek (48%), mint amilyen arányban Magyarországon összesen angolul, németül és franciául. A magyarok legtöbben angolul beszélnek, azonban közülük is csak 25% tudja elég jól használni az angolt. 31 százalékuk elég jól meg tud szólalni alkalmi helyzetekben és tud egyszerűbb szövegeket írni, 44 százalékuk nyelvtudása azonban korlátozott és inkább alapszintű.

A szakmai anyag az alábbi felépítést követi: az első fejezetben főbb turisztikai ágazatok szerint bemutatjuk a már meglévő hazai turisztikai védjegyeket, ezt követően minősítési rendszerek alapján értékeli őket, illetve bemutatjuk azok előnyeit és hátrányait. A második részben a hazai minősítési gyakorlatok folyamatára térünk ki, ismertetjük a minősítések jogi hátterét, az ezzel járó költségeket, és az elterjedtségüket. A két áttekintő fejezetben bemutatottak alapján ismertetjük a saját a saját koncepciónkát, valamint a bevezetésének a módját. Az anyag végén a nemzetközi kiterjesztéssel a projekt lehetséges tovább lépésének az útjaira térünk ki.

2. Hazai turisztikai védjegyek

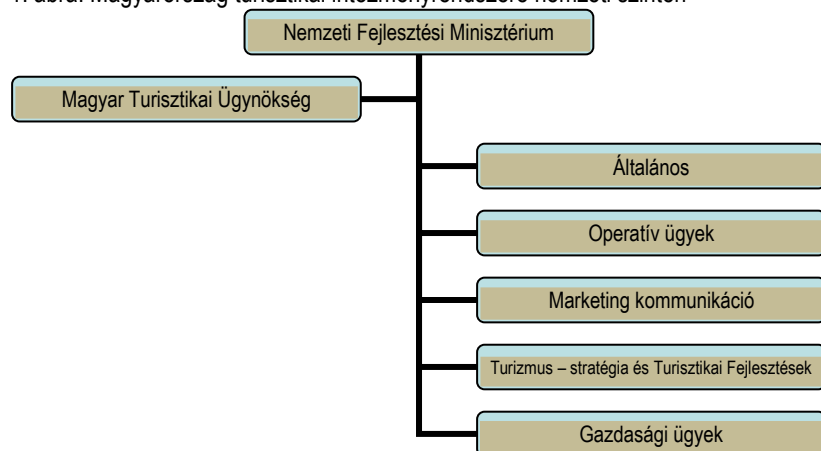
Magyarországon a turizmus a Nemzetgazdasági Minisztérium hatálya alá tartozik, ebből adódóan a turisztikai védjegyek működését és jogi szabályozását is a minisztérium végzi, kormányrendeletek rögzítik a turisztikai tanúsítványok bevezetését. A védjegyek turisztikai minősítésének feladatát azonban minisztérium együttműködő turisztikai szervezetekre bízta, és többnyire csak a bíráló bizottságokban képviselteti magát. A minősítések közül néhány külföldi háttérrel rendelkezik, ilyen pl. az étterem minősítő rendszerek közül a Michelin Guide, és Gault Milau, vagy a hotel minősítések közül a Hotelstars. Az éttermek minősítése jelentős marketing erővel rendelkezik, és mindkét említett példa komoly szakmai tekintéllyel rendelkezik, ezért ezek a minősítések a minisztériumtól függetlenül működnek, a Hotelstars esetében pedig a minisztérium megállapodott a védjegy nemzetközi tulajdonosával, annak magyarországi alkalmazásáról. A nemzetközi minősítések esetében tehát az látható, hogy a presztízsükből adódóan függetlenek a minisztériumtól.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 célja, hogy a magyar turizmus GDP-hez való közvetlen és közvetett hozzájárulása a jelenlegi 10-ről 16 százalékra növekedjen 2030-ra, ezáltal Magyarország 19 helyet lépjen előre a turizmus nemzetközi versenyképességi listáján. Emellett eléréndő célként határozza meg, hogy a következő 13 évben a kereskedelmi szálláshelyeken megduplázódjon a vendégéjszakák száma, a fejlesztéseknek köszönhetően 1000 szállás- és vendéglátóhely újuljon meg.

Hazánk turisztikai intézményrendszere 2016 tavaszán átalakuláson ment keresztül, az állami szintű irányításra két minisztérium került kijelölésre, a Nemzeti Fejlesztési Minisztérium és a Nemzetgazdasági Minisztérium. Előbbi kompetenciája a szakmai felelősség, az intézményi-infrastrukturális háttér biztosítása. A Nemzetgazdasági Minisztérium feladata pedig az uniós források felhasználása, a jelenlegi uniós költségvetési program során az irányító hatósági feladatok ellátása. A Magyar Turizmus Zrt. (MT Zrt.) helyébe a Magyar Turisztikai Ügynökség Zrt. (MTÜ) lépett.

A turizmus Magyarországon stratégiai fontosságú ágazat, a gazdaság egyik motorja. Versenyképes, fenntartható növekedésének biztosítása, pozícióinak javítása mindenki közös érdeke. Ezért jött létre 2016-ban a Magyar Turisztikai Ügynökség, a turisztikai ágazat kormányzati szervezete. A XXI. századi igények és elvárások szerint szervezett, piaci logikával felépített, korszerű Ügynökség legfontosabb törekvése a magyarországi turizmus lehetőségeinek hatékonyabb kihasználása és fejlődési ütemének gyorsítása. Hozzá tartozik valamennyi turizmust érintő kérdés. Az MTÜ legfontosabb célja, hogy növelje Magyarország, mint úti cél versenyképességét, és aktívan hozzájáruljon ahhoz, hogy az ország még vonzóbbá, élményekben gazdagabbá váljon a külföldi és belföldi turisták és üzleti utazók számára. A Magyar Turisztikai Ügynökség valamennyi turisztikai szereplővel közös küldetése: elmesélni Magyarország történetét és a turizmus fejlesztésén keresztül biztosítani hazánk gyarapodását. Az Ügynökség fő feladatai közé tartozik a turizmusfejlesztés irányítása és stratégiájának meghatározása a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló törvény alapján, desztinációs megközelítésben. Emellett országos szinten koordinálja a turizmusmarketinget, beleértve a magyarországi turisztikai márkarendszer kialakításával kapcsolatos feladatokat és a belföldi, illetve nemzetközi marketing- és kommunikációs tevékenységet is.

1. ábra: Magyarország turisztikai intézményrendszere nemzeti szinten



Forrás: saját szerkesztés

2.1. Turisztikai védjegyek

A turisztikai védjegyek működésének és jogi hátterének rövid ismertetése után a jelenleg is használatban lévő hazai turisztikai védjegyeket ismertetjük, majd az áttekintést követően az előnyök és hátrányok bemutatásával, kijelöljük azt a keretet, amely a projekt megvalósítása szempontjából is releváns. A turisztikai szolgáltatásokat négy fő csoportban tekintjük át. Elsőként a szállásokat, majd az éttermek, végül egyéb szolgáltatások minősítő rendszereit vesszük végig. Külön térünk majd ki a negyedik típusra, az online minősítő rendszerekre, amelyeket nem tematikus irány, hanem a működési keretrendszer határoz meg, és amelyek felhasználó-alapú értékeléseinken keresztül egységesen minősítik a turizmus különböző területeit. A magyarországi turisztikai minősítési rendszerek –a kék hullám kivételével– döntően a 2010-2014. közötti időszakban születtek meg. Jelenleg kilenc minősítési rendszer van érvényben, ezek nagy része különböző szállástípusok minősítését végzi el, három típus kivétel ezek alól, amelyek a strandok, a vízi megállóhelyek, és a lovasturizmust minősítik. A védjegyek odaítélését minden esetben egy szakmai szervezet végzi, a háromtól-ötig terjedő skálán rangsorolja a szolgáltatásokat nyújtó helyeket. Az elnyert védjegy érvényessége ugyancsak három-öt év között mozog, kivéve az éttermeket és a balatoni strandokat (a nagyfokú turisztikai figyelemnek köszönhetően), amelyeket évről-évre minősítenek.

2. ábra: Szállásokat minősítő turisztikai védjegyek

Szolgáltatás	Szakmai Partner	Bejegyzésének éve	Érvényesség	Embléma/skála
Falusi szálláshely	Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége (FATOSZ)	2010	5 év	 Napraforgó
Vendégszoba, vendégház, apartman	Magánszállásadók Országos Szövetsége	2010	4 év	 Korona
Kemping	Magyar Kempingek Szakmai Szövetsége	2010	3 év	 csillag
Üdülőház-telep	Magyar Kempingek Szakmai Szövetsége	2010	5 év	 I., II. osztály

Hotelstars	Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége	2012	3 év	 csillag
Ifjúsági szállás	Magyar Fürdőszövetség	2014	5 év	 hátizsák

Forrás: <http://fogyasztovedelem.kormany.hu/node/8622>

Az ábrán a szállásokat minősítő hat turisztikai védjegy található meg. A hat védjegy a szállások különböző szintjeit rangsorolja, gyakorlatilag a teljes spektrumot felöleli a kempingektől a falusi szálláshelyeken keresztül az ifjúsági szállásokon át a szállodákig és hotelekig. A "napraforgós" Nemzeti Tanúsító Védjegy hazánkban az egyetlen, egységesen elismert, országos minőségbiztosítási rendszer, melynek alapvető célja a falusi szálláshelyek osztályba sorolása. A védjegy a FATOSZ által létrehozott és működtetett tanúsító védjegy, amelynek alapvető célja, hogy – összhangban az egyes szálláshelyek működtetéséről szóló 239/2009. Korm. rendeletben foglaltakkal – garanciát nyújtson a szálláshelyszolgáltatás-nyújtás minőségének a szakmai elvárásoknak megfelelő színvonalára. A védjegy tanúsítja, hogy a szolgáltatások minősítése előre meghatározott, a FATOSZ kezelésében az általa meghatározott szakmai szempontrendszere alapján történik. A megszerzett védjegy használatának ideje 5 év.

A korona típusú minősítési rendszer 2011. szeptember 1-től lépett életbe. A 2-3-4 koronát ábrázoló védjegy önkéntes pályázat útján nyerhető el. A magánszálláshelyek koronás minősítését a MOSZ szakemberei látják el. A VENDÉGSZOBA, VENDÉGHÁZ, APARTMAN minőségét, a szállás minősítése után a KORONA jelöli, ami lehet 2-es, 3-as, vagy 4-es fokozatú. A megszerzett védjegy használatának ideje 4 év.

A „kemping csillaggal” tanúsító védjegy alapvető célja, hogy garanciát nyújtson a szálláshelyszolgáltatás-nyújtás minőségének a szakmai elvárásoknak megfelelő színvonalára. A védjegy tanúsítja, hogy a szolgáltatások minősítése előre meghatározott, a Magyar Kempingek Szakmai Szövetsége által kidolgozott és a turizmusért felelős minisztérium által jóváhagyott szakmai szempontrendszer alapján történik. Védjegy használat ideje: 3 év.

A „üdülőháztelep osztállyal” tanúsító védjegy célja, garanciát nyújtson a szálláshelyszolgáltatás-nyújtás minőségének a szakmai elvárásoknak megfelelő színvonalára. A védjegy tanúsítja, hogy a szolgáltatások minősítése előre meghatározott, a Magyar Kempingek Szakmai Szövetsége által kidolgozott és a turizmusért felelős minisztérium által jóváhagyott szakmai szempontrendszer alapján történik. Védjegy használat ideje: 5 év.

A Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége szállodai minősítő rendszere Ausztria, Csehország, Hollandia, Magyarország, Németország, Svájc és Svédország Szállodaszövetségeinek részvételével 2009. decemberében alapított Hotelstars Union által kidolgozott harmonizált követelményrendszert alkalmazza. A Nemzetgazdasági Minisztérium és a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége 2012. június 12-én megállapodást kötött, mely szerint a HOTELSTARS harmonizált európai minősítő rendszert - NEMZETI SZÁLLODAI TANÚSÍTÓ VÉDJEGBE emelve - alkalmazzák a hazai szállodák minősítésére. A HOTELSTARS minősítési rendszer előny a vendégnek, mert egységes, átlátható, biztonságot ad az elvárt minőség meghatározásában és előny a szállodának, mivel nemzetközileg egységes színvonalat tud biztosítani, ezáltal elősegíti a hatékony marketing tevékenységet. Védjegy használat ideje: 3 év.

Az "ifjúsági szállás – hátizsák – minősítő védjegyet" a turizmusért felelős minisztérium hozta létre azért, hogy a megfelelő szakmai színvonalú ifjúsági szálláshelyeket kiemelje a többi közül. Szakmai Partnere a Magyar Fürdőszövetség. A minősítés a szövetség által kidolgozott és az NGM által jóváhagyott szakmai szempontrendszer alapján történik. A szálláshelyek minősítésénél három területet vizsgálnak, az alapkövetelmények mellett a kényelmi szempontokat, illetve a plusz felszereltséget és szolgáltatásokat. A szálláshely a védjegyhasználati jogosultságot 5 évre szerzi meg, amelyet el is veszíthet.

2.2. Vízi és szabadidős védjegyek

A turizmusnak nem csak közvetlen pénzben kifejezett értéke van. A turista számára szociológiai szempontból is fontos életminőségének javítása, egészségmegőrzése, regenerálódása, munkavégző képességének visszaállítása, életkedvének, életerejének, teherbíró képességének, fizikai, mentális, pszichés egyensúlyának visszaállítása, személyiségfejlesztése, ismeretbővülése. A szabadidő eltöltésének módja, tehermentesítheti az egészségügyi struktúrát is. A turizmus, mint a szabadidő eltöltésének egyik hatékony lehetősége, feltételezi a sportolásra, az aktív testmozgásra való nevelést, késztetést. Aktív szabadidő keresletet indukáló tényezőről van szó, amely nélkül a társadalom egészségi állapota, munkavégző képessége nem javítható. Ma már mind az aktív, mind a vízi turizmus turisztikai ágában számos lehetőség áll a turisták rendelkezésére, a szabadidejük aktív eltöltésére. A turista ezen turisztikai ág igénybevétele során is egyre inkább azokat a helyeket keresi, melyek minősítése már megtörtént, így minőséget garantál.

Az alábbi táblába foglaljuk össze a vízi és szabadidős turisztikai ágban jelenleg ismert és használt minősítő tanúsítványokat. A strandminősítés kivételével ezeket a védjegyeket vezették be utolsóként az elmúlt időszakban hazánkban, a strandok kivételével érvényességük 3-5 év, valamennyi öt fokozatú rendszerben minősít. A vízhez kapcsolódik három minősítés, a strandok, a fürdők, valamint a vízi megállóhelyek minősítése, illetve a lovagláshoz kapcsolódó lovas turizmust értékelő patkós minősítés. A strandminősítés kivételével ezeket a védjegyeket vezették be a utolsóként az elmúlt időszakban, a strandok kivételével ezeknek az érvényessége ugyancsak 3-5 év, illetve mindegyik öt fokozatú rendszerben minősít.

A Kék Hullám Zászló minősítés célja, hogy a strandokon és a kikötőkben ideális körülményeket, megfelelő infrastrukturális és higiéniai feltételeket biztosítsanak, valamint kiemelt figyelmet fordítsanak a biztonságra (pl. vizimentés, elsősegélynyújtás). A követelmények között kiemelt figyelmet kell fordítani a mozgáskorlátozottakra is, pl. megfelelő illemhely, stég, rámpa tekintetében, tájékoztató anyagokat, prospektusokat kell biztosítani, amelyek többek között információkat tartalmaznak a sportolási, étkezési és egyéb szórakozási lehetőségekről is.

A „gyógyfürdő, strandfürdő, uszodalétesítmény, élményfürdő, wellness (medical wellness) fürdő csillaggal” tanúsító védjegy a Nemzetgazdasági Minisztérium által létrehozott és működtetett Nemzeti Tanúsító Védjegy. A védjegy alapvető célja, hogy garanciát nyújtson a fürdőszolgáltatás-nyújtás minőségének a szakmai elvárások megfelelő színvonalára.

A vízi megállóhely minősítést a Magyar Kajak-Kenu Szövetség dolgozta ki, de a nemzetgazdasági tárca hagyta jóvá, és a minisztérium a védjegy birtokosa. A stilizált evezőlapátokat tartalmazó védjegy egytől négy fokozatig utal a megállóhely minőségére. Garanciát nyújt arra, hogy a Lapátos vízi megállóhely minősítése fokától függően rendelkezik vízi turizmushoz kapcsolódó, meghatározott infrastrukturális adottságokkal, szolgáltatásokkal. 1 lapátos, 2 lapátos, 3 lapátos, 4 lapátos minősítés létezik.

„Patkós minősítés” Magyarországon a lovas turisztikai létesítmények szolgáltatásaik számától, jellegétől és színvonalától függően egytől öt patkós minősítő jellel vannak ellátva. A minősítés része a lovas turizmusban résztvevő lovak alkalmassági vizsgálata, amelyet a világon egyedülállóan alkalmaz a szövetség. Mindezt azért teszi, hogy minél színvonalasabb és biztonságosabb szolgáltatások várják a vendégeket. Lovas létesítmények szolgáltatásai között szerepel a hagyományos lovaglás, terep-, táv- és túralovaglás mellett fogatozás, lovas bemutató, vadász- és díjlovaglás, díjugratás, oktatás, gyógylovagoltatás, gyermektáborok szervezése, sőt szállásadás, illetve étkeztetés is.

3. ábra: egyéb turisztikai szolgáltatások minősítő rendszere

Szolgáltatás	Szakmai Partner	Bejegyzésének éve	Érvé-nyes-ség	Embléma/skála
Strandminősítés	Balatoni Szövetség	2004	1 év	 Kék hullám zászló
Fürdő/ Fürdőegység	Magyar Fürdőszövetség	2014	5 év	 csillag
Vízi megállóhely	Magyar Kajak–Kenu Szövetség	2014	3 év	 lapát
Lovas Turizmus	Magyar Lovas Turisztikai Közhasznú Szövetség (MLTKSZ)	2014	NA	 patkó

Forrás: <http://fogyasztovedelem.kormany.hu/node/8622>

2.3. Éttermi minősítések

Ma már mindenki számára nyilvánvaló, hogy a magyar turisztikai vállalkozások csak akkor maradhatnak versenyképesek az Európai Unió, illetve a világ turizmusának piacán, ha kategóriájuknak megfelelő, állandó minőségű, színvonalas szolgáltatásokat nyújtanak. A vendéglátás számára elkerülhetetlen, sőt a vállalkozások számára kényszer, hogy mindig valamilyen új kínálattal álljanak elő a kereslet saját üzletükben történő lekötése miatt. Minden üzletnek egyedileg kell eldönteni, hogy a fejlesztési lehetőségek közül melyeket kívánja megvalósítani. Az eszközfejlesztésen túl számos újszerű megoldás létezik, mely nagy jelentőséggel bír a vállalkozás árbevételére és az ebből eredő profitra.

Megváltozott világunkban alapvetően két tendencia látszik kibontakozni. Az egyik a gyors étkezési lehetőség, a másik a magas színvonalú szolgáltatásokat nyújtó éttermek. Mindkét esetben lassú elmozdulás látható a minőségi alapanyagokból készült, jól elkészített ételek irányába. Bármelyik üzleti irányzatot vesszük górcső alá azt tapasztalható, hogy folyamatos megújulás és fejlesztés, de legalábbis szinten tartás nélkül nincs esély a talpon maradásra. Egyrészt a technikai eszközök fejlesztése, másrészt a személyzet képzettsége és rátermettsége nélkülözhetetlen. A külföldi vendégeken kívül, rendkívül fontos a hazai lakosság vendéglátó szolgáltatásainak igénybevétele is.

Nemzetközi étterem minősítési díjból számos található, mi most csak a Magyarországon is elérhető díjakat gyűjtöttük össze. A három fontosabb díj közül kettő nemzetközi, a Michelin Guide francia, a Gault Millau pedig svájci, egyedül a Dining Guide magyar hátterű az étterem minősítési rendszerek között. A védjegy minősítések közül ez az egyetlen csoport, amely éves minősítését könyv formában is közzé teszi, a már említett presztízsből adódóan széles érdeklődés övezi az éttermek listáit.

1997 óta létezik a Dining Guide szimbólumrendszer, az ételellenőrök hozták létre azzal a céllal, hogy az éttermeket inkább ár-érték szerint rangsorolják. Ha egy étterem Bib Gourmand minősítéssel rendelkezik, akkor mérsékelt árak mellett kiváló minőségű konyhára számíthatunk ott. A Michelin-kalauzban piros Michelin Bibendum, azaz a Michelin-kabala feje található az étterem neve mellett.

A francia Guide Michelin (angolul: Michelin Guide) egy nevezetes étterem- és szállodakalauz, amelynek Michelin-csillagnak nevezett elismerése a tökéletesség nemzetközi szimbólumává vált a szakácsművészet területén. Nem séfek kapják, hanem éttermek. A kalauzban az étterem neve mellett szerepel a csillag.

Az Aranyszalagot jelenleg az ország élvonalbeli konyhafőnökei és független szakemberek bevonásával adja ki az MGE. A Gault&Millau Magyarország mindezt abban a reményben támogatja, hogy a hiteles minőségtanúsítás egyszerre védi a termelőt és a fogyasztót. Egyszerre teszi érdekeltté az embert a minőség előállításában és annak megvásárlásában. Közös cél az átláthatóság és a minőség piaci esélyének megteremtése.

A "Mentes és Finom" védjegy célja, hogy segítse az ételallergiás és ételproblémás embereket megtalálni a számukra biztonságos ételeket, alapanyagokat, boltokat, vendéglátóhelyeket. A "Mentes és Finom" védjegy azt hivatott kifejezni, hogy a vendéglátó ipari szolgáltató képes meghatározott, a védjegyben szereplő összetevőtől mentes élelmiszert készíteni és a vendégnek felszolgálni. A "Mentes és Finom" védjegy kiterjed a vendéglátó ipari szolgáltatóra és azon ételekre, melyeket a szolgáltató a védjeggyel jelzett összetevőtől mentesként árul, a termékadatlapok a védjegy-audit során rendelkezésre álltak, a termék készítésének, tárolásának, tárolásának folyamata a Szabályzatnak megfelelt.

4. ábra: Éttermi minősítő rendszerek

Szolgáltatás	Megjelenés időpontja	Érvé-nyes-ség	Embléma/skála
Dining Guide	2006	1 év	
Michelin Guide	1900*/2010**	1 év	
Gault Milau	1965*/2012**	1 év	

* Indulás éve

** Magyarországi megjelenés

2.4. Online minősítő rendszerek

Az online minősítő rendszerek több szempont alapján is megkülönböztethetők. A szálláshely foglalás piacán érintett vállalkozások, üzleti modellek, a szállásfoglalás módja jelentősen megváltozott az online szállásfoglalás kialakulásával. Számos vállalkozás nyújt online szállásközvetítési szolgáltatást, amely vállalkozások között globálisan működő, illetve hazai szállásközvetítőket is találunk. Az online szállásközvetítés kétoldalú piac, ahol a szállásközvetítő platformok összekötik a kínálatot a kereslettel, azaz a szálláshelyeket a fogyasztókkal. Az online szállásközvetítők megjelenésével transzparenssebbé vált a piac, hiszen egy közvetítő oldalán számos szálláshely ajánlatát össze lehet hasonlítani.

A transzparenciának köszönhetően nőtt a szálláshelyek közötti árverseny (azaz az ún. márkák közötti verseny), azonban az egyes szállásközvetítők között tapasztalható érdemi árverseny a piacon, valamint a szálláshelyek árai minden értékesítési csatornán lényegében azonosak. A szálláshelyek értékesítési struktúrája az online szállásközvetítők piacra lépésével alapvetően megváltozott. Az online szállásközvetítők által közvetített vendégek száma átlagosan meghaladja a korábbi hagyományos módon foglalkozók számát, azaz a szálláshelyekre direkt betérő, e-mailen és telefonon keresztül foglalkozó valamint utazási irodákon keresztül érkező vendégek számát. Az online szálláshelyfoglalás növekvő tendenciát mutat Magyarországon, jelentősége egyre nagyobb. Az online szállásfoglalások, azaz szállodák honlapján keresztül, az online szállásközvetítők által közvetített és a kuponos oldalakon megvalósuló foglalások majdnem felét teszik ki az összes szállásfoglalásnak.

A szállásfoglaló rendszerek összekapcsolódnak a szolgáltatás igénybevételével, míg az egyéb (turisztikai) szolgáltatások minősítése nem kizárólagosan a szolgáltatás igénybevételével történhet meg. A foglalással összekötött minősítések emiatt megbízhatóbbak is, mivel korlátozott a minősítésre jogosultak köre, a minősítések manipulálása pedig csak jelentős költségek mellett lehetséges. (Ahogy védjegyek esetében eltérő vonatkozású és minőségű szállások minősítésére születtek meg védjegyek, az online szolgáltatások területén is megtalálható különböző specializáció, az Airbnb a turistákat általában, a Couchsurfing hátizsákos turistákat, a Warm Shower a kerékpáros turistákat célozza meg – ezekre itt most nem térünk ki részletesebben.)

5. ábra: Online minősítő rendszerek

Szolgáltatás	Megjelenés időpontja	Érvényesség	Embléma/skála	Szolgáltatás
Booking.com	1996	folyamatos		Szállás
Tripadvisor	2000	folyamatos		Turisztikai Szolgáltatások
Szallas.hu	2007	folyamatos		Szállás
Google Locale	2012	folyamatos		Szolgáltatás

2017 évben már minden második szállásfoglalás mobiltelefonon történt a Szallas.hu-nál. A mobilról csatlakozó utazók egyre növekvő táborába azok az utazók tartoznak, akik már használták okostelefonjukat arra, hogy megtervezzék és lefoglaltatják utazásukat. Az utazási és vendéglátó-ipari vállalkozások számára

nagyszerű lehetőséget jelent, ha sikerül megszólítaniuk a mobilról csatlakozó utazók csoportját. A mobilról csatlakozó utazókról szóló TripBarometer-jelentés szerint valójában egyre több utazó tervezi meg és foglalja le utazásait mobiltelefonon keresztül. A világ legnagyobb utazási és szállásokkal kapcsolatos felméréseit végző TripBarometer szerint az okostelefonok ma már elengedhetetlen útitársként szolgálnak. A mobilalkalmazásokon keresztül foglalók száma 2014 óta megkétszereződött. 2014-ben a TripBarometer felmérései szerint a válaszadók 4%-a foglalt szállást mobilalkalmazáson keresztül. 2015-ben ez 8%-ra ugrott. A mobilról csatlakozó utazók esetén pedig ez a szám elérte a 11%-ot.

A mobiltelefonról történő szállásfoglalás egyre gyakoribb. Minden negyedik mobilról csatlakozó utazó állítja, hogy már rendszeresen mobilalkalmazáson keresztül foglalja le szállását. Minden ötödik azért foglalta le szállását mobilalkalmazáson keresztül, mert úgy véli, hogy egyszerű és gyors. Minden 10 mobilról csatlakozó utazóból 3 pedig azért foglalt így szállást, mert úgy érezte, így jobb árat kap. Különösen a szabadidős tevékenységek foglalása népszerű mobiltelefonon keresztül. És ez nem csak az utolsó pillanatban történő, „Mi van a közelben”- foglalásokra érvényes. A mobilról csatlakozó utazók 45%-a okostelefonján keresztül foglalja le a szabadidős tevékenységeket, még az utazás előtt.

2.5. Öko védjegyek

A környezetbarát védjegyet ökocímkének, környezetbarát termékjelzésnek is szokták nevezni a gyakorlatban. Az ökocímke rendszert a fogyasztók/vásárlók tájékoztatására alakították ki, annak érdekében, hogy a környezetbarát termék és a környezettudatos fogyasztó minél könnyebben egymásra találjon. A címkét csak a piacon fellelhető leginkább környezetbarát termékek viselhetik, független szervezet általi tanúsítási eljárás után. Az ökocímkék megszerzése önkéntes, a megfeleléshez a termék minden tulajdonságára vonatkozó követelményeknek kell megfelelni (vagyis életciklus-elemzésen alapul). Az ökocímke elnyerésére gyártók, forgalmazók, szolgáltatók pályázhatnak.



1. Természetvédelem címere (nagy kócsag)
2. Környezetbarát termék védjegy (Magyarország)
3. Európai Unió öko-jele
4. „Kék Angyal” környezetbarát termék védjegye (Németország)
5. Balaton- Felvidéki Nemzeti Park címere (lisztes kankalin)
6. Hortobágyi Nemzeti Park címere (daru)
7. ÖKO-Pack Kht. logója
8. „Möbiusz nyíl” újrahasznosítás jele
9. Greenpeace
10. Világörökség
11. Alacsony energiafogyasztású termék
12. Hulladék Munkaszövetség logója
13. WWF természetvédelmi világalap
14. „Zöld Pont”
15. Újrahasznosítható műanyag
16. Tudatos Vásárlók Egyesületének logója

Öko védjegyek hatálya:

1. Országosan kiterjedő védett természeti területekre vonatkozó jelzés.
2. Magyarországon 1994 óta használt jelzés, mely a termékek környezetbarát vagy környezetkímélő jellegét tanúsítja.
3. Az EU 1992 óta használt ökojele, ami minden olyan terméknek odaítélhető, mely kielégíti az Európai Unió egészségügyi, biztonsági és környezetvédelmi előírásait.
4. A német „Kék Angyal” az egyik legelfogadhatóbb öko-védjegy, mely a termékek előállításához szükséges kevésbé káros anyagok felhasználását és a kisebb energiafogyasztást részesíti előnyben.
5. Balaton Felvidéki Nemzeti Park.
6. Hortobágyi Nemzeti Park.
7. Az Öko-Pack Kht. a hulladékok megfelelő kezelésével foglalkozik, védjegyét azok a céget tehetik ki, akik hulladékaikat az ő segítségükkel hasznosítják.
8. A „Möbiusz nyíl” az újrahasznosítás szimbólumaként használják.
9. A Greenpeace a világ legnagyobb független természetvédelmi és környezetvédelmi szervezete. Logója a génmanipulált termékekre és a téma fontosságára hívják fel a figyelmet.
10. A program célja az emberiség kulturális és természeti örökségének védelme.

11. Az „Energia csillag” azt mutatja, hogy a termék megfelel az Amerikai Környezetvédelmi Hivatal előírásainak. Számítógépeken, monitorokon láthatjuk.
12. A Hulladék Munkaszövetség 16 magyar környezetvédő szervezet szövetségként működő független társadalmi szervezet. A Hulladék Munkaszövetség célja ráébreszteni az embereket arra, hogy a szemét keletkezése nem természetes. A hulladék a gondolkodásunkban kezdődik. A szervezet munkatársai és önkéntesei olyan termelési és fogyasztási rendszerek kialakításáért dolgoznak, amelyek fenntarthatóak és nem keletkeznek bennük hulladék.
13. A World Wildlife Found WWF(a vadon élő állatok és növények védelmére létrehozott alap) panda emblémáját azok a vállalatok tüntethetik fel termékeiken, amelyek együttműködési megállapodást kötöttek vele. A WWF ellenőrzi, hogy a termékek megfelelnek-e az egyes környezetvédelmi előírásoknak.
14. A Zöld Pont a csomagolóanyagok újrahasznosítását jelenti.
15. A „Körbenylak” arra utalnak, hogy a műanyag újrahasznosítható. A háromszög belsejében lévő szám jelzi, hogy milyen műanyagról van szó.
16. A Tudatos Vásárlók Egyesületének célja, hogy Magyarországon népszerűsítse és támogassa a környezettudatos vásárlói magatartást, az etikus (környezetileg és társadalmilag felelős) vásárlást és vállalati tevékenységet, a fenntartható fogyasztási és termelési mintákat, az ökoszociális piaci érzékenységet, illetve a vásárlók jogainak és kötelességeinek ismeretét.

2.6. A Magyar Turisztikai Ügynökség által hazánkban meghirdetett minőségi díjak

Magyar Turizmus Minőségi Díj



A Magyar Turizmus Minőségi Díj a Magyar Turisztikai Ügynökség által 2006 óta meghirdetett, európai minőségirányítási elvek alapján működő program, amelyet a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala is védjegyzett. Célja a szolgáltatói minőség tudat fejlesztése, a turizmus versenyképességének növelése és a színvonal emelése országos szinten. A díj elnyerése a vendégeknek biztonságot jelent: a minősített szolgáltatóvá válás azonosításra szolgál, segít a döntéshozatalban, és garanciát is nyújt egyben.

A díjra a szállodák és éttermek önkéntesen jelentkezhetnek. Az elbírálás folyamata a hazai turisztikai ágazat egyik legkomplexebb felmérése. A szállodák esetében első körben egy több mint 800, éttermek esetében közel 300 kérdésből álló értékelésen szükséges a szolgáltatóknak megfelelniük, majd próbavásárlás során további szigorú szakmai kritériumrendszer alapján az MTÜ szakemberei ellenőrzik az adott szolgáltatásokat, illetve visszajelzést is adnak a vállalkozásoknak arról, milyen fejlődési lehetőségeket javasolnak. Az elnyert díj 3 évig érvényes, amely időszak alatt, ha a kontrollvásárlás során az ellenőrök romlást tapasztalnak a szolgáltatási színvonalban, a minősítés bármikor visszavonható. A díj a 3 év elteltével meghosszabbítható, amennyiben a szolgáltató ismét ellenőrzeti magát a folyamatosan megújuló és bővülő elvárások szerint.

A díj ismertségét és elismertségét jelzi, hogy a programot a Szállodák és Vendéglátóhelyek Európai Szövetsége (HOTREC) is akkreditálta, így a díjazott éttermek és szállodák jogosultak a „European Hospitality Quality” (EHQ) minősítési rendszer elismerését jelző „Q” jel használatára is. A minősítésre az elmúlt 12 évben 198 szolgáltató jelentkezett, és a 162 nyertes pályázó 75 százaléka újította meg azt az érvényesség lejártával. Jelenleg 93 szolgáltató rendelkezik érvényes „Q” minősítéssel, akik közül több szolgáltatót már másodszor vagy harmadszor díjaztak.

Virágos Magyarország verseny



A Virágos Magyarország környezetszépítő mozgalom és verseny az Európai Virágos Városok és Falvak Versenyének (Entente Florale Europe) hazai képviselője. A mozgalom 1994 óta Magyarország egyik legjelentősebb versenyévé vált, amelyhez évente kb. 300 hazai település csatlakozik és mintegy hárommillió lakost mozgósít. A kezdeményezés célja többek között a kulturált és vonzó ország kép kialakítása, a településen élők összefogásának ösztönzése, ezáltal pedig a látogatók számának növelése, az ott élők, valamint a belföldi és külföldi turisták komfortérzetének közvetett javítása, így a turisztikai országimázs erősítése.

A mozgalom elkötelezett a környezetvédelem, a környezettudatos szemlélet kialakítása és a fiatalok környezeti nevelése iránt is. A Virágos Magyarország mozgalom számára kiemelten fontos, hogy hatására a falvakban és a városokban egyrészt új zöldfelületek, parkok, fasorok jöjjenek létre, illetve a már meglévők megújuljanak, fejlődjenek. A parkok, zöldterületek fenntartása legalább olyan kiemelt szempont, mint azok kialakítása, ezért a közterek, utcák, épületek, intézmények virágosításában, a növények kiültetésében az önkormányzatok számítanak a helyi közösségek aktív együttműködésére is. A projekt finanszírozási, jogi és szervezeti háttérét a Magyar Turisztikai Ügynökség biztosítja.

A mozgalom elkötelezett a környezetvédelem, a környezettudatos szemlélet kialakítása és a fiatalok környezeti nevelése iránt is. A Virágos Magyarország mozgalom számára kiemelten fontos, hogy hatására a falvakban és a városokban egyrészt új zöldfelületek, parkok, fasorok jöjjenek létre, illetve a már meglévők megújuljanak, fejlődjenek. A parkok, zöldterületek fenntartása legalább olyan kiemelt szempont, mint azok kialakítása, ezért a közterek, utcák, épületek, intézmények virágosításában, a növények kiültetésében az önkormányzatok számítanak a helyi közösségek aktív együttműködésére is. A projekt finanszírozási, jogi és szervezeti háttérét a Magyar Turisztikai Ügynökség biztosítja.

Az MTÜ 2017-ben újraalkotta a környezetszépítő verseny kommunikációs stratégiáját, vizuális elemeit, így új logót és arculatot vezetett be. Az Ügynökség megerősítette a verseny nagyközönség felé történő kommunikációját is, amihez kapcsolódóan a Virágos Magyarország projekt saját közösségi médiaplatformot kapott, elindult a verseny Facebook és Instagram oldala is. A projekt megújításánál kiemelt szempont volt, hogy minél több települést lehessen bevonni a versenybe, a mozgalomban való részvétel népszerűbbé váljon, illetve a kiemelt turisztikai desztinációk települései minél nagyobb számban képviseltessék magukat a versenyben.

Az év ökoturisztikai létesítménye



A Földművelésügyi Minisztérium Környezetügyért felelős Helyettes Államtitkársága és a Magyar Turisztikai Ügynökség (korábban Magyar Turizmus Zrt.) 2010 óta ír ki pályázatot az „Az év ökoturisztikai létesítménye” cím elnyerésére, látogatóközpont és tanösvény kategóriában. A pályázat célja, hogy az ökoturisztikai létesítmények, illetve működtetőik számára lehetőséget adjon kínálatuk látogató- és családbarát jellege alapján történő megmértetésére. 2017-ben nyolcadik alkalommal adták át a kitüntető címeket.

Kiváló európai desztinációk (EDEN)



Az Európai Bizottság 2006-ban indította útjára a Kiváló Európai Desztinációk nevű projektjét, amely az európai kontinens természeti, kulturális és szellemi örökségének sokszínűségét hivatott bemutatni a turisták számára. Az EDEN egy angol mozaikszó (European Destinations of Excellence), de egyben egy hívogató, barátságos kifejezés is, eszünkbe juttatva a harmonikus kezdeti állapotot, az invitáló desztinációt. A pályázat keretében az Európai Unió tagállamaiban, évente változó témakörben nemzetenként egy kiváló desztinációt választanak ki. Magyarország az indulás éve óta aktív résztvevője a programnak, amelynek hazai koordinátora a Magyar Turisztikai Ügynökség.

A Tourinform-védjegy



Magyarország teljes, átfogó turisztikai ajánlatának non-profit képviselőjét a Tourinform-hálózat látja el. Ezekben az információs irodákban az érdeklődők ingyenesen tájékozódhatnak magyar és idegen nyelven a helyi és országos programokról, eseményekről, látnivalókról, szálláshelyekről, vendéglátóhelyekről, a szolgáltatókról szóló tudnivalókról, illetve maguk a programgazdák is ingyenesen helyezhetik el itt az információs anyagaikat. A Tourinform irodákban ingyenes turisztikai kiadványokhoz is hozzájuthatnak az érdeklődők, emellett kiegészítő szolgáltatásként vásárolhatnak térképeket, útikönyveket, filmeket, turisztikai kártyákat, képeslapokat, lefoglalhatnak helyi turisztikai programokat, szálláshelyeket, illetve jegyet válthatnak különféle rendezvényekre. A Tourinform iroda tehát egyfajta bemutatóterem, a település és térség fogadószobája, amely a hazánkban tartózkodó turisták tájékoztatásán túl Magyarország teljes, átfogó turisztikai ajánlatát versenysemleges módon népszerűsíti. Az információs szolgáltatás mellett az irodák másik fontos alapfeladata az adatgyűjtés, adattovábbítás és adatfrissítés a Magyar Turisztikai Ügynökség Nemzeti Turisztikai Adatbázisa (NETA) számára. Az irodák által begyűjtött adatokból álló turisztikai adatbank közel 30.000 turisztikai szolgáltatót és látnivalót tart nyilván Magyarországon.

Mindezekon felül a legtöbb Tourinform iroda foglalkozik a területi turisztikai marketing gyakorlati megvalósításával is, a fenntartó által meghatározott követelmények szerint. A komplex turisztikai marketingtevékenységet végző irodák bel- és külföldi kiállításokon, jelentősebb rendezvényeken, eseményeken képviselik területüket, ismertető kiadványokat, eseménynaptárakat, programfüzeteket, szállásjegyzéket és egyéb dokumentumokat állítanak össze és adnak ki. Az irodák szakmai koordinációját, a Névhasználati Kézikönyvben foglaltak betartását és a minőségellenőrzést a Magyar Turisztikai Ügynökség végzi. A Tourinform márkanév és logó védjegyjogi védeltséget élvez, ezeknek tulajdonosa a Magyar Turisztikai Ügynökség. Az irodák szakmai koordinációját, a Névhasználati Kézikönyvben foglaltak betartását és a minőségellenőrzést a társaság Marketing Programok Főosztálya végzi.

2.7. Egyéb turisztikai védjegyek

KidsOasis védjegy



A KidsOasis Nonprofit Kft. az utazni készülő -, az éppen utazó -, és tartalmas programokra vágyó családokat szolgálja meg, egyedülálló szereplő a magyar turizmuspiacon, elkötelezett a családok, nagycsaládok, a többgenerációs utazások és a családbarát szemlélet mellett. A Védjegy a KidsOasis által létrehozott és működtetett tanúsító védjegy, amelynek alapvető célja a családbarát szálláshelyszolgáltatás-nyújtás színvonalának garantálása. A Védjegy tanúsítja, hogy a Védjeggyel jelölt családbarát szolgáltatások minősítése előre meghatározott, a KidsOasis által kidolgozott szempontrendszer alapján történik. A Védjegy kifejezetten a családok igényeit figyelembe vevő szálláshelyek számára került kidolgozásra. A Védjegyet használó, csatlakozott Szálláshelyek megőrzik egyedi arculatukat, azonban valamennyien elkötelezettjei a gyermekközpontú szállodai szolgáltatásoknak, és hajlandók szálláshelyüket egy meghatározott kritériumrendszer szerint folyamatosan működtetni. A KidsOasis szakmai tanácsadással támogatja a szálláshelyek családbarát szolgáltatásfejlesztését; összetéveszthetetlen, markáns megjelenést biztosít a csatlakozott Szálláshelyek részére, mely hozzájárul a szálláshelyek sikeres értékesítéséhez. A Szolgáltató marketingeszközök segítségével a nyilvánosság számára még ismertebbé teszi a Szálláshelyeket, ezáltal növelve foglalásaik, vendégeik számát.

Kutyabarát hely védjegy:



Szállás:

A szállás vezetősége maga választhatja meg, hogy milyen méretű kutyát enged be a szálláshelyre, illetve a szálláshely vendéglátó egységeibe, ezt külön a védjegytáblán is jelezni szükséges a megfelelő piktogrammal. A szálláshelyen az egy szobában elhelyezhető kutyák számát is a szállás vezetősége szabja meg, illetve minimum 2 kutyabarát szobával kell rendelkeznie.

Vendéglátóhely:

A vendéglátóhely vezetősége maga választhatja meg, hogy milyen méretű kutyát enged be a vendéglátóhelyre, ezt külön a védjegytáblán is jelezni kell a megfelelő piktogrammal, illetve külön jelölni kell, hogy a vendéglátó egységbe illetve a terasz vagy kerthelyiségbe milyen méretű kutyával lehet betérni. A vendéglátóhelyen egy időben tartózkodó kutyák számát is a vendéglátóhely vezetősége szabja meg.

2.8. Minősítő rendszerek áttekintése

A fentiek során bemutatott védjegyeket tematikus alapon különböztettük meg, a turizmus fő ágazatai alapján mutattuk be a minősítéseket. A védjegyek áttekintésének egy hasonlóan fontos szempontja az odaitélésnek a módja, projektünk szempontjából ennek különösen fontos jelentősége van. A hazai és a nemzetközi turizmusban háromfajta minősítő rendszert különböztethetünk meg:

(1) Az első *objektív periodikus minősítési rendszerben* többnyire infrastrukturális, tárgyi, kritériumoknak kell megfelelni, amelyek megléte, vagy hiánya dönti el, hogy egy adott szolgáltató melyik kategóriába tartozik. Ide tartoznak a szálláshelyek és a tematikus turisztikai szolgáltatások (fürdő, lovasturizmus, vízi megállóhely). Az *objektív periodikus minősítési rendszerhez* tartozó minősítéseket hosszabb távra adják, legalább három-öt évre szólnak.

(2) A második típusba a *szubjektív évente ismétlődő minősítési rendszerben* a turisztikailag nagyobb figyelmet élvező éttermek esetében évente minősítik a helyeket. Ennek oka egyrészt gyakorlati, az éttermek minőségén több múlik a személyzet felkészültségén, ami egy chef cserét követően drasztikusan megváltozhat (pl. a Tanti elvesztett Michelin csillaga egy év után), illetve mivel folyamatosan jelennek meg új szereplők, akik marketing értéke miatt szeretnének bekerülni a minősített éttermek közé.

(3) A harmadik típusba az online értékelő rendszerek tartoznak. Ezek az online tartalmak a kétezres évek elején-közepén indultak el (Tripadvisor, Google Maps), ahol a felhasználók szövegesen, és értékelési rendszer keretében tudják (pl. csillagokkal) minősíteni az egyes szolgáltatókat. Az online minősítési rendszerek egy alrendszerét képviselik azok a rendszerek, amelyek foglalásokkal kapcsolódnak össze. A booking.com, vagy a szallas.hu rendszerében ugyanúgy online minősítési rendszerre van lehetőség, de itt van egy korlát, ami növeli az adatok megbízhatóságát, hogy a szolgáltatás minőségét csak a szolgáltatás igénybevételét követően lehet megejteni.

Az online minősítő rendszerek egyik legnagyobb kihívása a megbízhatóság kérdése. A Tripadvisor az egyik legkorábban indult online minősítő rendszer, amelynek az értékelései jelentősen befolyásolják a fogyasztói döntéseket, ebből kifolyólag a szolgáltatók érdekeltek lehetnek az adatok manipulálásában. A szolgáltatáshoz több olyan eset köthető, amikor kiderült, hogy manipulálták az értékeléseket, pl. úgy, hogy egy angol étterem fizetett a turistáknak, hogy jobb minősítést adjanak, de arra is volt példa, hogy 2013-ban Glasgowban a hajléktalan szállót pontozták fel a város legjobb hoteljai közé. 2015-ben egy olasz utazási magazin érte el, hogy egy kitalált étterem az éttermi lista legelejére kerüljön. A helyzet úgy tűnik azóta sem javult sokat, mivel legutóbb 2017 decemberében¹ a Vice online portál újságírója érte el nyolc hónap alatt, hogy egy áll étterem a Tripadvisor londoni étterem lista első helyéig jusson. Az itt bemutatott jelenséget angol nyelvterületen az „astroturfing” fogalmával írják le (a szó jelentése műfű, megjelenésének idején a politikai és vállalati megoldásokra alkalmazták, a grassroots mozgalmak ellentétéként), amikor fizetett támogatókkal teremtik meg azt a benyomást, hogy egy szolgáltatás mögött széles körű támogatás/elismertség áll. A Tripadvisor természetesen megpróbálja kiszűrni a gyanús eseteket, pl. azzal, hogy az értékelések megjelenése előtt egy szűrőn mennek keresztül, ahol munkatársak próbálják meg kiszűrni a gyanús bejegyzéseket, de ezen kívül algoritmusokkal is megpróbálják azonosítani a gyanús hozzászólásokat.

Az online minősítő rendszerek jelentőségét talán abban látható, hogy egy angol kutatás szerint a fogyasztók 72 százaléka azonos mértékben bízik meg az online ajánlásokban, mint a személyes javaslatokban

¹http://hvg.hu/kkv/20171212_Konyorogtek_a_vendegek_hogy_bejussanak_a_londoni_etterembe_pedig_nem_is_letezett

és a felhasználók 68 százaléka keres fel valamilyen közösségi oldalt, hogy kritikákat olvasson². Angolszász nyelvterületen három nagy szolgáltató verseng egymással, a Tripadvisor mellett a Yelp, és a Google Local szolgáltatása, amely csak hat éve indult el. Megbízhatóság szerint szakmai oldalak úgy nyilatkoznak, hogy míg az előbbiek több kívánnivalót hagynak maguk után, a Google párhuzamos szolgáltatásaival a legalkalmasabb arra, hogy algoritmusaival kiszűrje a hamis kritikákat. Az, hogy ez az optimizmus tényleg helyénvaló-e egyelőre még nem tudjuk, de az tény, hogy a Google szolgáltatásával kapcsolatban eddig nem merültek fel olyan rendszerszintű problémák, mint a másik két szolgáltató esetében.

² <https://vivial.net/blog/why-google-will-inevitably-beat-yelp-in-the-review-game/>

2.9. Minősítő rendszerek előnyei és hátrányai

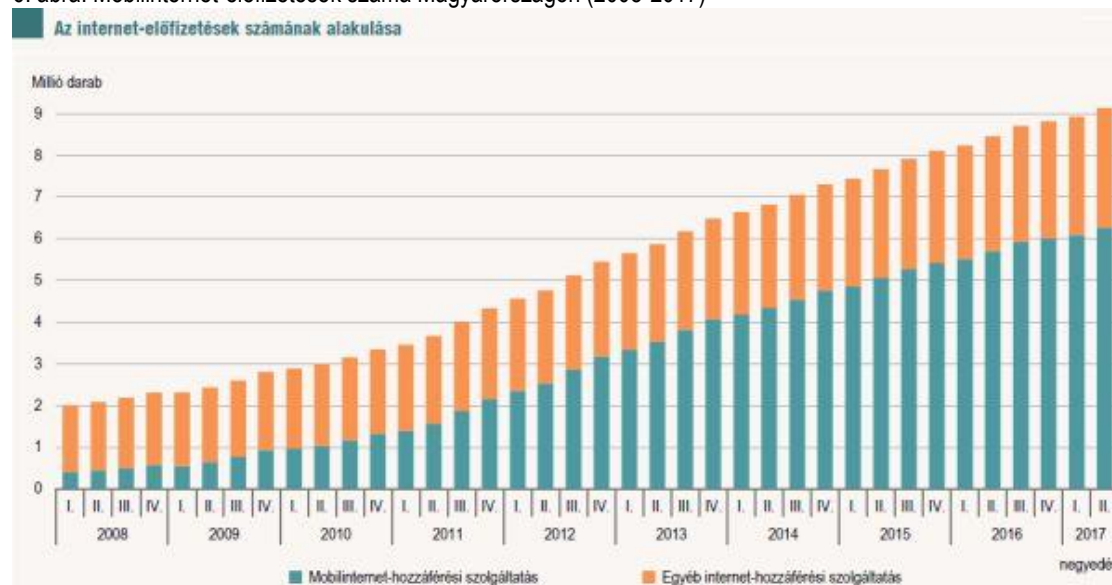
Az eddig szektorális alapon bemutatott minősítő rendszereket a következőben a minősítés módja szerint különböztetjük meg, ennek fényében rövidtávú, évenként ismétlődő, és online (folyamatos) minősítő rendszerekre bontjuk fel. Az 5. sz. táblázatban a három minősítő rendszer előnyeit és hátrányait mutatjuk be.

A rövid távú minősítés legnagyobb előnye, hogy alacsony költségek mellett tartható fent, a turisztikai szolgáltatók számára stabilitást jelent, hogy a címmel rövid-középtávon tudnak számítani. Ugyanez számít némileg hátránynak is, mivel a 3-5 év alatti időtartamban a szolgáltatás minősége sokat változhat, amely a hosszútávon a minősítés stabilitását kérdőjelezi meg.

Presztízsüket tekintve az évenkénti minősítések a legnagyobb presztízsűek. Az éttermek esetében közrejátszik az is, hogy a két legnagyobb minősítési nemzetközi háttérrel, és nagy múlttal rendelkezik. Ugyanakkor a többi szolgáltatás esetében is érvényes az, hogy a szakmai kontroll itt a legnagyobb, amit tovább erősít a magas marketing érték, illetve a címekért folyó folyamatos verseny. A rendszer hátránya, hogy ennek a fenntartása a legdrágább, nem véletlenül szinte kizárólag csak az éttermek körében terjedt el. Az anonim kostolók munkájának a díja, és az éttermi számlák hatalmas költséget jelent, amit kizárólag csak a magas presztízszen keresztül, vagy áttételes módon tud jövedelmet szerezni. Az éttermek mellett meg kell még említeni a balatoni strandok minősítését, ahol a Balaton turisztikai értéke tudja biztosítani a rendszer fenntartását.

Az online minősítő rendszerek nemzetközi szolgáltatások keretében működnek, amelyek már a kilencvenes évek végén, kétezres évek elején elkezdték működésüket, de igazán sikeres befutásukhoz nem kizárólagosan a saját szolgáltatásuk minősége volt a kulcskérdés, hanem a szolgáltatásokhoz való hozzáférhetőség. Az okostelefonok és tabletek megjelenése szabadabbá tette az internethasználatot, és megnyitotta a lehetőséget a szolgáltatások azonnali minősítéséhez. Magyarországon a mobilinternetes előfizetések száma 2010-ben lépte át az egy milliót, 2012-ben a hárommilliót, 2015-ben az ötmilliót, és 2017-ben már hatmillió felett található, hét év alatt ötmillió felhasználóval nőtt az internetes előfizetések száma, amivel már kb. a 15 év feletti lakosság kb. 70 százaléka fér hozzá.

6. ábra: Mobilinternet-előfizetések száma Magyarországon (2008-2017)



7. ábra: Minősítő rendszerek előnyei és hátrányai

	Előnyök	Hátrányok
Rövid távú minősítés	- Relatív alacsony ráfordítás mellett fenntartható	- A 3-5 éves időtartam során könnyen minőségromlásra kerülhet sor - lokálisak
Évenkénti minősítés	- Szakmai kontroll - Folyamatos minőség ellenőrzés - Nagy marketing érték a minősítő rendszernek és az éttermeknek is - Nemzetközi brandek, bármilyen országból származó számára értelmezhető	- Drága a rendszer fenntartása
Online minősítés	- A fogyasztó minősít, ebből kifolyólag a nagy számok törvénye megmutatja a szolgáltatások értékét - A minősítés folyamatos - A minősítési rendszer fenntartása jóval olcsóbb - Nemzetközi brandek, a felületek mindenki számára hozzáférhető - A minősítés értéke bárholnan hozzáférhető	- Könnyű manipulálni - Ízléskultúrák ellentéte

3. Minősítési gyakorlatok

Amíg eddig a minősítő rendszerek általános működését mutattuk be, a következőkben a minősítési folyamatának az összehasonlítását ismertetjük.

3.1. Minősítések jogi háttere

A turisztikai területe jelenleg a magyar államigazgatásban a Nemzetgazdasági Minisztériumhoz tartozik, ebből kifolyólag a minősítések jogi szabályozását is a minisztérium végzi. A Hotelstars esetében, ami egy nemzetközi védjegy, ott a Nemzetgazdasági Minisztérium és a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége 2012. június 12-én megállapodást kötött, mely szerint a HOTELSTARS harmonizált európai minősítő rendszert - Nemzeti Szállodai Tanúsító Védjeggyé emelve - alkalmazzák a hazai szállodák minősítésére. A Hotelstars ezen túl a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalánál kezdeményezte a védjegy használatának kizárólagosságát is.

3.2. Minősítés módja

A minősítési folyamatot minden esetben a szolgáltatók kezdeményezik. A védjegy kiadásával jogosult szervezet honlapján elérhető a jelentkezési nyomtatvány, amely tartalmazza első lépésként az önminősítést is. Az önminősítéshez rendelkezésre állnak megfelelő dokumentek és specifikációk, a hotelek minősítése a legrészletesebb, ez több, mint ötven oldal. A beadott jelentkezést követően a szervezetek szakembereket küldenek a jelentkező szervezetekhez, akik ugyancsak elvégzik a minősítést, amelynek során részletes írásos és fotós dokumentációt készítenek a kérvényező szervezetről. A végleges nem a helyszínen születik, hanem a szervezetek bíráló bizottsága hozza meg azt. A bíráló bizottságok többnyire vegyes tagokból állnak, amiben a Nemzetgazdasági Minisztérium is képviselteti magát.

3.3. Minősítés költsége

A védjegyek minősítési díja két tartományban mozog. A szállások olcsóbb formái, mint a falusi turizmus, magánszállások, ifjúsági szállások harminc és ötvenötezer forint közötti összegért végzik a minősítést a szobák számának függvényében, amit esetlegesen évi ötezer forintos védjegyhasználat egészít ki. A szállodák és a fürdők minősítése ugyancsak szobák számának, és a vízfelület nagyságának függvényében már százezer és félmillió forint közötti összegbe kerül.

8. ábra: Minősítési gyakorlatok áttekintése

Szolgáltatás	Minősítés módja	Minősítés díja	minősítést tanúsító tábla használati díja
FATOSZ (*)	Nemzetgazdasági Minisztérium delegáltjaiból és a FATOSZ által kijelölt Alelnökből álló Bíráló Bizottság	1-8 férőhely: 30.000 9-16 férőhely: 45 000	5000

Magánszállásadók Országos Szövetsége (**)	MOSZ Minősítő Bizottsága	1-4 szobáig: 30-40.000 4-5 szoba: 35-45.000	5000
Magyar Kemping Szövetség (***)	Nincs adat	Nincs adat	Nincs adat
Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége (****)	az NGM által jelölt három, b) az MSZÉSZ által javasolt és az NGM által jóváhagyott kettő, és c) a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara által javasolt és az NGM által jóváhagyott egy képviselőből áll.	120-390.000+ÁFA	Nincs
Magyarországi Ifjúsági Szállások Szövetsége (****)	Nemzetgazdasági Minisztérium két delegáltjából, a Magyar Iparkamara egy képviselőjéből és a MISZSZ által kijelölt két tagból álló Bíráló Bizottság	55.000	Nincs
Magyar Fürdőszövetség (*****)	Bíráló Bizottság döntése alapján	1-2.000 m2 vízfelület között: 100.000,- Ft+ÁFA 2.001- m2 vízfelület felett: 200.000,- Ft+ÁFA	Nincs

* <http://www.fatosz.eu/nemzeti+tanusito+vedjegy/tudnivalok+a+vedjegyrol/tudnivalok+a+vedjegyrol.html>

** <http://maganszallasadok.hu/szallas-minosites>

*** http://www.mltz.hu/patkos_minosites

**** <http://www.hotelstars.hu/Default.aspx?tabid=99>

***** http://www.miszz.hu/minosites_menete

***** <http://www.furdoszovetseg.hu/hu/vedjegy/dijazas/index.html>

3.4. Minősítések elterjedtsége

A minősítések akkor töltik be szerepüket, ha a szolgáltatók jelentős körében terjednek el. Az NGM erről 2015-ös adatokat tett közzé, amelyek, ha nem is a legfrissebbek, mégis jeleznek egy tendenciát, illetve visszajelzést adnak az egyes védjegyek sikerességéről. A nyers számok önmagukban természetes még nem adnak teljes körű képet, a szolgáltatók számának fényében értékelhető a minősítés elterjedtsége, erről azonban sajnos nem minden esetben áll rendelkezésünkre információ.

Legnagyobb számban a falusi szálláshelyek napraforgós minősítését adták ki 2010 óta, ebből a védjegyből több mint ezer minősítés született. Ugyancsak számottevő a szállodák minősítése, 2015-ben több mint négyszáz hotel minősítésére került sor. Itt feltehetően a nemzetközi turisták számára érthető és ismert minősítés közzététele fontos szerepet játszik a forgalmi adatokban, amely befektetés a borsos ára ellenére is megtérül a szállodáknak. A minősített szolgáltatások közül egy tekinthető teljes körűnek, a balatoni strandok minősítése az összes érintett szolgáltatót magába foglalja, ez marketing okok és a szolgáltatók számának nagysága miatt teljesen racionális.

A védjegyet kiadó szakmai szervezetek honlapjait böngészve (lásd hivatkozások az x. Sz. táblázathoz) azt tapasztaltuk, hogy a minősített szervezetek listája pld-ben, vagy a html oldalba beágyazva található meg. Mindez alacsony számú minősítések esetében még érthető, de több száz szolgáltatónál talán már elvárható lenne egy kereshető felület, vagy az adatok rögzítése a Google térképén.

9. ábra: Minősített szervezetek száma

Szolgáltatás	Bejegyzésének éve	Minősített szolgáltatók száma
Falusi szálláshely	2010	1031
Vendégszoba, vendégház, apartman	2010	20
Kemping	2010	34(***)
Üdülőház-telep	2010	9
Hotelstars	2012	407
Ifjúsági szállás	2014	4 - honlap
Vízi megállóhely	2014	20
Balatoni strand	2004	összes
Lovas Patkó	2014	231(*)
Minősített fürdő	2014	36(**)

(*) 2014-15-ös adatok érhetőek el a szervezet honlapján

(**) 2015-17-es adatok alapján <http://www.furdoszovetseg.hu/hu/vedjegy/minositett-furdok/index.html>

(***) http://www.camping.hu/index.php?nyelvek_kod=1

Forrás: <http://fogyasztovedelem.kormany.hu/node/8622>

4. Védjegyek

A védjegyek minősítési folyamatáról összességében azt tudjuk elmondani, hogy a védjegyet kezelő szervezetek szakmailag jól végiggondolt, és kidolgozott koncepciókkal rendelkeznek, amelyeket honlapjaikon részletesen dokumentáltak és közzétettek a védjegy kiállításával kapcsolatban, ám ugyanez már nem mondható el a minősített szervezetek adataival kapcsolatban. Több esetben évekkal korábbi minősítések érhetőek el, valamint a disszemináció módja is kezdetleges.

4.1. A védjegyszerzés céljai

Többféle válasz lehetséges arra a kérdésre, hogy miért tegyünk védjegyoltalmat, lényegében függetlenül attól, hogy az első védjegybejelentésünkről van-e szó, vagy már a meglevő portfóliónkat fejlesztjük, egészítjük ki. A védjegyoltalom tárgya a megkülönböztetésre alkalmas megjelölés, amelyet hatályos védjegy törvényünk 1.§ (1) bekezdése úgy határoz meg, mint olyan grafikai ábrázolható megjelölést, amely alkalmas arra, hogy valamely árut vagy szolgáltatást megkülönböztessen mások áruitól vagy szolgáltatásaitól. A jogi nyelvben használt „megjelölés” kifejezés alatt általában a védjegybejelentés tárgyát értjük, míg a „védjegy” kifejezést – szűkebb értelemben – a lajstromozott megjelölésre vonatkoztatjuk. A védjegybejelentés tárgya csak a lajstromozásával válik „védjeggyé”, bejelentésére - az elismert bejelentési napra - visszamenő hatállyal.

A védjegyoltalomban részesülő megjelölés lehetséges formáit, ezek:

- a) szó, szóösszetétel, beleértve a személyneveket és a jelmondatokat;
- b) betű, szám;
- c) ábra, kép;
- d) sík- vagy térbeli alakzat, beleértve az áru vagy a csomagolás formáját;
- e) szín, színösszetétel, fényjel, hologram;
- f) hang; valamint
- g) az a)–f) pontokban felsorolt egyes megjelölések összetétele.

A marketing magyar szaknyelve és a köznyelv a szóból álló megjelöléseket „márkanév”, a jelmondatokat „szlogen” vagy „móttó” szóval illeti, míg az ábra elterjedt neve „logó” vagy „embléma”. Ha megfelelően előkészítettük, vagy ha már védjegybejelentés nélkül használunk egy megjelölést, vagy annak használatát a közeljövőben tervezzük, védjegyoltalmat tehetünk. A védjegyoltalom lényege egy grafikai ábrázolható megjelöléshez kapcsolódó előnyös jogi pozíció. Bár a lajstromozott védjegy által biztosított kizárólagos jog időben, térben és az árujegyzék tekintetében meghatározott, új védjegybejelentéssel elvileg bármikor kiterjeszthető újabb árukra vagy szolgáltatásokra.

A megjelölés kiválasztása és a védjegybejelentés benyújtása a védjegybejelentő elhatározását, vagyis szervezeti szintű döntést igényel, míg a védjegyoltalom megszerzése szervezeti szintű menedzsmentet. A védjegybejelentés megtétele önkéntes, szabadon választott tevékenység. A vállalkozás számára a védjegyoltalom megszerzése a megjelölés használatával kapcsolatos bizonyos kockázatok csökkentésének elterjedt és bevált eszköze. Mivel a védjegyeztetési elhatározások elsősorban a jövőre vonatkoznak, a szervezet elképzeléseinek, víziójának fontos szerepe van annak eldöntésében, akarnak-e maguknak védjegyet, és ha igen, milyet, mennyit. Egy erős „márka”, „brand” építéséhez is világos jogosultság, tulajdoni helyzet kell.

4.2. A megjelöléssel ellátandó áruk/szolgáltatások meghatározása, az árujegyzék

Minden egyes védjegy a megjelölésből és az ún. árujegyzékből áll. Az árujegyzék a benyújtandó védjegybejelentésnek a megjelölésen kívül a másik, gondos megfontolást igénylő adata. A védjegybejelentőnek a védjegybejelentésben meg kell határoznia azon áruk és/vagy szolgáltatások körét, amelyekre az oltalmat igényli. Ami a marketingben a márka pozicionálása, az a védjegy esetében az árujegyzék meghatározása. A védjegybejelentés benyújtása a bejelentőnek az árujegyzékkel kapcsolatos végleges döntése a bejelentés után nem bővíthető, csupán korlátozható.

A tervezett védjegybejelentés árujegyzékébe foglalandó szolgáltatások első koncepcióját az előzetes védjegy kutatás előtt érdemes meglehetősen tágra meghatározni az áruk és szolgáltatások nemzetközi osztályozásából, a Nizzai Osztályozásból kiindulva. A Nizzai Osztályozás 10. kiadásának útmutatója eligazítja a felhasználót, hogyan érdemes azt konkrét áru- illetve szolgáltatás-megnevezések kikeresésére használni. A Nizzai Osztályozásban szereplő 34 áruosztály és 11 szolgáltatási osztály fejezetcímei általános képet adnak azokról a területekről, amelyhez az áruk és szolgáltatások alapvetően tartoznak. Ahhoz, hogy megbizonyosodjunk minden egyes áru és szolgáltatás osztályozásának helyességéről, meg kell vizsgálnunk az áruk és szolgáltatások betűrendes jegyzékét, valamint a különféle osztályokhoz tartozó magyarázó megjegyzéseket. Amennyiben egy termék nem osztályozható az osztályok jegyzéke, a magyarázó megjegyzések és a betűrendes jegyzék segítségével, az általános megjegyzések nyújtanak követendő irányutat.

4.3. Brainstorming – egyetlen ötlet vagy „több vas a tűzben”

Könnyű lehet egyetlen ötletből egyet választani, csak kockázatos. Az ötletek számának növelése csökkentheti a kiválasztás önkényességének, véletlenszerűségének érzését. Két tipikus technika erre az ötletbörze és a pályázat. Az ötletbörze (brainstorming) projektmenedzselési technika a múlt század harmincas éveitől terjedt el. Lényeges eleme az ötletek olyan összegyűjtése, amely mellőzi az egyidejű értékelést, súlyozást – és semmiképpen sem vita vagy diskurzus. Előnye, hogy a résztvevők számára előre definiálnunk kell, hogy milyen körben, milyen előfeltételeknek megfelelő ötleteket várunk tőlük. Az ötletbörze időmegtakarítást is eredményezhet. Hátránya lehet viszont nagyszámú, a célnak egyáltalán nem megfelelő ötlet felgyülemzése. A pályázat kiírásának előnye az, hogy a résztvevők személyi köre a kiírástól, illetve a meghirdetéstől függően tágítható. A pályázóknak általában több idejük marad az „ötletelésre”. Ugyancsak némi „előselejtezés” biztosít, ha a pályázatra beérkezett javaslatokat előzetesen más személy vagy személyek csoportja vizsgálja meg és tesz javaslatot a döntéshozónak. Célszerű egyébként, hogy a pályázati kiírásban a pályázat eredménytelenné nyilvánításának lehetőségét is kikössék.

4.4. A kiválasztás védjegyjogi szempontjai – előnyök, hátrányok, kizáró tényezők

Akár egy, akár több ötlet marad fenn az előselejtezés után, ezeknek a jogi szempontú ellenőrzése nagyon hasznos, és megalapozza az ötletekről való tudatos döntést. A védjegy törvény felsorolja azokat az okokat, amelyek közül bármelynek a fennállása azzal járhat, hogy a megjelölés az árujegyzék vagy annak egy része vonatkozásában nem lajstromozható. Minden egyes – egyébként elfogadhatónak tűnő – ötletet jogi szakértelemmel érdemes összevetni minden egyes feltétlen lajstromozást gátló okkal.

Ilyen okok a magyar védjegy törvény szerint:

- a megjelölés grafikailag nem ábrázolható
- nem alkalmas a megkülönböztetésre, különösen (tehát példák jönnek:) ha kizárólag olyan jelekből vagy adatokból áll, amelyeket a forgalomban az áru vagy a szolgáltatás fajtája, minősége, mennyisége, rendeltetése, értéke, földrajzi származása, előállítási vagy teljesítési ideje, illetve egyéb jellemzője feltüntetésére használhatnak, vagy pedig amelyeket az általános nyelvhasználatban, illetve az

üzleti kapcsolatokban állandóan és szokásosan alkalmaznak. A megjelölés még sincs kizárva a védjegytalomból, ha használata révén – akár az elsőbbség időpontja előtt, akár azt követően – megszerzte a megkülönböztető képességet;

- kizárólag olyan formából áll, amely az áru jellegéből következik, vagy amely a célzott műszaki hatás eléréséhez szükséges, illetve amely az áru értékének a lényegét hordozza;
- ha a közrendbe vagy a közérkölcsebe ütközik;
- ha alkalmas a fogyasztók megtévesztésére az áru, illetve a szolgáltatás fajtája, minősége, földrajzi származása vagy egyéb tulajdonsága tekintetében;
- ha rosszhiszeműen jelentették be lajstromozásra;
- ha meghatározott állami zászlóból, hivatalos ellenőrzési és hitelesítési jegyből vagy fémjelzésből áll, vagy azt tartalmazza. Bizonyos esetekben az illetékes szerv hozzájárulásával védjegytalomban részesülhet az a megjelölés, amely ilyen jelzésből áll, vagy azt tartalmazza;
- ha kizárólag valamely vallási vagy egyéb meggyőződést erőteljesen kifejező jelképből áll;
- végül ha a védjegy törvény vagy az Európai Unió jogszabályai alapján lajstromozott földrajzi árujelzőből áll, vagy azt tartalmazza – bizonyos törvényi megszorításokkal.

A fentiek mintegy „törvényi tesztnek” tekintendők, amelyen valamennyi védjegybejelentésre tervezett megjelölésnek célszerű átesnie, későbbi kínos meglepetések elkerülése érdekében.

4.5. Jogi ellenőrzés - az előzetes védjegykutatás

A Magyarországon oltalom alatt álló védjegyek a következő csoportokba sorolhatók:

- nemzeti (Magyarországra kiterjedő hatályú) védjegyek,
- Magyarországra kiterjedő hatályú ún. nemzetközi védjegyek,
- az Európai Közösség valamennyi országára kiterjedő ún. közösségi védjegyek.

A lajstromozott védjegyeken túl a korábbi elsőbbségű, folyamatban levő védjegybejelentések is lajstromozási akadályt jelenthetnek. Világszerte, így hazánkban is folyamatosan növekszik a védjegyállomány, ennek következtében elvileg egyre nagyobb a kutatások találati valószínűsége. Mások korábbi védjegyei vagy egyéb iparjogvédelmi, esetleg szerzői jogai – más országokhoz hasonlóan – Magyarországon is feltételes lajstromozást gátló okok. A védjegybejelentést megelőző védjegy kutatást jogász, szabadalmi ügyvivő segítségével is elvégeztethetjük, de a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala is nyújt ebben a körben nem hatósági jellegű, térítéses szolgáltatást valamennyi iparjogvédelmi jogra. A védjegy kutatást a megjelölés, mint keresőszó és az osztály sorszáma megadásával kezdjük. A túl szűk keresőkérdés gyakran nem tárja fel a számunkra egyébként releváns eredményt. A védjegy kutatást elsősorban (de nem kizárólagosan) abban az osztályban célszerű elvégezni, amelybe a számunkra fontos áruk/szolgáltatások tartoznak. Minél tágabban határozzuk meg a keresőkérdést és minél több osztályra vonatkoztatjuk, elvileg annál több találatot, nagyobb találati halmazt kapunk.

4.6. A találati halmaz optimalizálása

A megfelelő szűkítés nélkül, csupán a termék szerinti osztály sorszáma alapján végzett kutatás esetenként túlságosan nagyszámú találatot eredményez. Egyes kutatómotorok a bizonyos mennyiség feletti találatokat már nem is mutatják. Előfordul, hogy olyan találatok is bekerülnek a találati halmazba, amelyek a bejelentett megjelöléssel legfeljebb távoli kapcsolatba hozhatók, de olyan fokú hasonlóság nincs közöttük és a kutatott megjelölés között, amely az oltalomképeség elbírálásánál relevanciával bírna.

A kutatási paramétereket mind a kutatandó megjelölést, mind az áruosztályt illetően érdemes gondosan beállítani, hogy a találati halmaz optimális legyen, tehát valamennyi releváns védjegyet felhozza, viszont lehetőség szerint ne tartalmazzon sok „zajt”, felesleges információt. Lehetnek előnyei annak, ha az árujegyzéket az első próbálkozásnál nem korlátozzuk, nevezetesen a jó hírű védjegyek (=erős márkák) akkor is gondot okozhatnak, ha árujegyzékünk távol áll a mi tervezett árujegyzékünkötől. A kutatási eredmény optimalizálása egyrészt előzetesen a kutatási paraméterek gondos beállítását, másrészt az elsődlegesen kapott találati halmaznak a valóban releváns találatokra való szűkítését követeli meg. A kutatási eredmény kiértékelése szakértelmet és gyakorlatot igényel, ráadásul a nemzetközi védjegyek és a 2004 májusa, tehát hazánk EU-csatlakozása előtti közösségi védjegyek bibliográfiai adatai, különösképpen árujegyzékeik nem érhetők el magyar nyelven.

Bármilyen forrásból származó kutatási eredmény azonban csak tájékoztató jellegűnek tekinthető, a védjegy törvény szerinti bejelentési és egyéb eljárások lefolytatását semmilyen módon nem befolyásolja, illetve a jogszabály szerinti eljárási cselekmény kiváltására vagy helyettesítésére nem alkalmas. A védjegy kutatás többféle előnyt kínál. A megfelelő információ birtokában a kétséges vagy eleve sikertelennek látszó védjegybejelentések felesleges költségeit megtakaríthatjuk magunknak. A védjegy kutatás szinte azonnal feltárhat olyan lajstromozást gátló akadályokat, korábbi jogokat, amelyekről egyébként csak később értesülhetnénk. Az így megtakarított idő akár újabb ötletek kiválasztására és vizsgálatára fordítható.

4.7. Milyen megjelölést válasszunk? Milyen nevet válasszunk?

A vállalkozás piaci megjelenésének tervezésénél fontos szempont annak elhatározása, hogy mely jelekről lesz a szolgáltatás egésze, a szolgáltatás terméke, illetve szolgáltatása felismerhető. A névválasztás alapkérdése: hogyan fogják a fogyasztók a terméket/szolgáltatást emlegetni?

A szóvédjegyek alkalmasak lehetnek akár a védjegyet létrehozó szervezet egészének, akár termékének vagy szolgáltatásának a megjelenítésére. A névválasztás előtt érdemes megfontolni, vajon védjegy portfóliónkat milyen stratégia szerint kívánjuk felépíteni.

Milyen a jó márkanév:

- sugalljon valamit a termék előnyeiről, minőségéről;
- legyen könnyen kiejthető, felismerhető, könnyű legyen emlékezni rá;
- legyen „kiterjeszthető” (többféle termékre is alkalmazható);
- legyen könnyen lefordítható idegen nyelvekre;
- legyen „jogilag levédhető”, rövid, megjegyezhető, megjegyző stb.

A szavak a védjegyként való lajstromozáshoz szükséges megkülönböztető képesség szempontjából az alábbi csoportokra oszthatók:

Megkülönböztető képességgel rendelkező szavak:

- fantáziaszavak (fancy words, coined words): egyetlen ismert nyelvben sem szerepelnek;
- tetszőleges”, „önkényes” szavak (arbitrary words): nyelvtanilag létező, azonban a védjegy árujegyzékében foglalt áruk/szolgáltatások jelentésétől döntően eltérő jelentésű;
- szuggesztív szavak: a védjegyes áruk/szolgáltatások valamely jellemzőjére utalnak anélkül, hogy leírják ezeket a jellemzőket.

Megkülönböztető képességgel nem rendelkező szavak:

- leíró (deskriptív) szavak: ezek nem alkalmasak a megkülönböztetésre (a magyar védjegy törvény példalózó felsorolása szerint) különösen, ha kizárólag olyan jelekből vagy adatokból állnak, amelyeket a forgalomban az áru vagy a szolgáltatás fajtája, minősége, mennyisége, rendeltetése, értéke, földrajzi származása, előállítási vagy teljesítési ideje, illetve egyéb jellemzője feltüntetésére használhatnak,

vagy pedig amelyeket az általános nyelvhasználatban, illetve az üzleti kapcsolatokban állandóan és szokásosan alkalmaznak.

- A megjelölés még sincs kizárva a védjegyoltalomból, ha használata révén – akár az elsőbbség időpontja előtt, akár azt követően – megszerezte a megkülönböztető képességet. Ezt a megkülönböztető képességet „másodlagos jelentésnek” (secondary meaning) nevezzük.

A megkülönböztető képesség valamennyi jeltípusnak a követelménye ahhoz, hogy védjegyként lajstromozható legyen. A megkülönböztető képességet mind a védjegybejelentés előtt, mind utána meg lehet szerezni. Névadási tanácsadók kiemelik, hogy érdemes szótárakban is utánanézni, vajon nincs-e a kiválasztott szónak más nyelveken valamilyen nem kívánatos jelentése. A védjegyügyek sajátossága, hogy a szavak/kifejezések eredeti jelentésének, az etimológiai vonatkozásoknak addig van kiemelkedő szerepük, amíg nem kerül sor a tényleges termékkel/szolgáltatással való összekapcsolásra.

4.8. A védjegy(bejelentés) menedzselése

A védjegybejelentés menedzselése olyan szakfeladat, amelynek elvégzésével – és a bejelentő képviselőjével – szabadalmi ügyvivőt vagy ügyvédet érdemes megbízni. Belföldön mindazonáltal a bejelentő önállóan is eljárhat. Ha a bejelentő nagyobb, differenciáltabb szervezettel rendelkezik, akkor gyakran van olyan menedzsere (alkalmazottja), aki a védjegybejelentéssel kapcsolatos bejelentői döntéseket koordinálja és nyomon követi. A jól felkészült koordinátor sokat segíthet a tudatos bejelentői döntések előkészítésében.

Az előzetes védjegy kutatás kedvező eredménye alapján véglegesítenie kell a bejelentőnek

- a kiválasztott megjelölést,
- az árujegyzéket.

A magyar (és számos más kontinentális) jog szerint a benyújtott védjegybejelentésben foglalt megjelölés nem változtatható meg a legkisebb mértékben sem. A védjegy bármelyik megjelenési formájánál a bejelentés előtt ellenőrizni kell a benyújtandó alakot. Szóvédjegynél a pontos írásmódot, ábrás vagy kombinált védjegynél a színt is ellenőrizni kell. Több, egymáshoz hasonló megjelölés is bejelenthető, azonban a költségeken túl is megfontolandó, melyek. Előfordult, hogy ugyanannak a színes ábrának egyidejűleg a fekete-fehér változatát, illetve annak negatívját is bejelentették.

Az arculati terv alapján érdemes meghatározni, hogy mely grafikai ábrázolásokat részesítik előnyben, és milyen grafikai „együttállásokat” zárnak ki, illetve tiltanak kifejezetten. Felesleges költségekkel járhat azonban, ha az arculattervezés során kialakított valamennyi logóváltozatot védjegyként bejelentik, amennyiben ezek között az eltérés a védjegy megkülönböztető képessége szempontjából lényegtelen.

Fontos, hogy az ábrás védjegy torzításmentesen nagyítható, illetve kicsinyíthető legyen. A túlzottan részlet gazdag ábrázolások általában nem kicsinyíthetők jól, az áttekinthetőség romlása nélkül. Általánosságban elmondható, hogy minél több elemű egy ábra, annál kisebb súlyt kapnak az egyes elemek.

Az árujegyzék tekintetében két lehetséges bejelentői taktika: az árujegyzék maximalizálása, illetve az oltalom optimalizálása. Az árujegyzék maximalizálása: Manapság számos védjegybejelentő a lehető legszélesebb körű árujegyzékkel igyekszik oltalmat biztosítani a védjegyének. Ezt nevezzük az árujegyzék maximalizálásának. Ez lényegében valamennyi olyan osztály fejezetcímének igénylését eredményezi, amelyekbe a bejelentő számára fontos áruk/szolgáltatások tartoznak. A maximalizálás legegyszerűbb módja az adott osztályok teljes fejezetcímeinek igénylése. Az árujegyzékek maximalizálása helyett az oltalom optimalizálására érdemes a súlyt helyezni.

A védjegy használatának elmaradása nem a bejelentéstől, hanem csak a lajstromozástól számított 5 év után jár a jogosult számára hátrányokkal. Ha azonban figyelembe vesszük ugyanazon védjegy oltalmi pozícióját ennek az ötéves határidőnek a lejártá után, láthatjuk, hogy egyrészt a használaton kívüli árujegyzék elemek harmadik sze-

mély későbbi megszerzését nem akadályozzák, másrészt a védjegy oltalmának a használat hiánya miatti megszüntetése iránti eljárás komolyan fenyegethet ugyanezen árujegyzék elemek tekintetében. A védjegy árujegyzéke akkor tekinthető optimálisnak, ha

- magában foglalja azokat az árukat, amelyeket a jogosult (vagy az ő engedélyével más) az adott védjeggyel ténylegesen forgalomba hoz;
- azokat az árukat/szolgáltatásokat foglalja magában, amelyeket a jogosult ezzel a védjeggyel hosszabb távú stratégiai elképzelései szerint forgalomba kíván hozni.
- Egy védjegyjogosult több különböző védjegyének árujegyzékei (az árujegyzékben foglalt áruk illetve szolgáltatások megnevezései) eltérhetnek egymástól, attól függően, hogy a védjegyportfolióban szereplő egyes védjegyeknek mi a piaci funkciójuk. Általánosságban elmondható, hogy a vállalatot szimbolizáló védjegyek árujegyzéke tágabb, a tevékenységi körnek megfelelő árukat, illetve szolgáltatásokat teljes egészükben magában foglalja, ezzel szemben az egyes termelői védjegyek árujegyzéke elég speciális lehet.

A védjegyjog – akárcsak a többi jogvédelmi jog – területi hatályú. Ez azt jelenti, hogy – főszabályként – az oltalom azokban és csak azokban az országokban áll fenn, ahol védjegyként való lajstromozásra bejelentik. Vagyis elvileg országonként külön-külön védjegybejelentéseket kell tenni. A védjegy-bejelentési eljárások szigorúan jogszabályi keretek között folyó, közigazgatási jellegű eljárások. A nemzetközi szintű jogharmonizáció ellenére az egyes szabályozásokban számos eltérés tapasztalható. A védjegybejelentés benyújtása után az esetleges hivatali felhívások megválaszolásához a védjegybejelentő jogi és marketingérdekeire érdemes odafigyelni.

Számos országban az érdekeltnek felszólalásra van lehetősége a lajstromozás előtt vagy után. Amennyiben a felszólalást nem nyújtják be, a törlésre már csak a támadható védjegy lajstromozása után, külön eljárásban kerülhet sor, magasabb összegű igazgatási-szolgáltatási díj befizetése ellenében. Ha sikerül megegyezni az eljáráson kívül a felszólalóval, és a felszólalást visszavonják, védjegybejelentésünket lajstromozni fogják. A magyar védjegytvény 7. §-a kimondja, hogy a viszonylagos lajstromozási okok miatt nincs kizárva a védjegyoltalomból a megjelölés, ha annak lajstromozásához a korábbi akadályozó jog jogosultja hozzájárul.

A lajstromozott védjegy oltalmi ideje Magyarországon, az Európai Unióban és még számos országban a bejelentés napjától számított 10 évig tart. A jogosult megfelelő időszakon belül az előírt igazgatási-szolgáltatási díj megfizetésével (ennek mértéke az árujegyzékben foglalt osztályok számától függ) kérheti a védjegyoltalom megújítását. A megújítás a védjegynek a védjegylajstromban rögzített adatai szerint, ezek rögzítésével történik. Ha bármely adatváltozás feljegyzése szükséges, ezt a jogosultnak legkésőbb a megújítási kérelemmel egyidejűleg kell kérnie. A lajstromállapot változásainak bejelentése: Míg a megújítás egy időben jól behatárolható pénzügyi művelet, addig a lajstromozott védjegy adataiban, státusában esetlegesen bekövetkezett változások bejelentése a lajstromot bevezető Hivatalhoz a jogosult elemi érdeke lehet, hiszen a védjegylajstrom közhiteles nyilvántartás, adatai nyilvánosak.

Eleinte a védjegyjogokban az a felfogás volt uralkodó, hogy a védjegy elsősorban a szervezetre utal, azt jelöli a fogyasztó számára, tehát a védjegy a szervezet elválaszthatatlan része. Következésképpen a védjegy átruházását csak a vállalattal együtt tették lehetővé, egyébként tiltották. A védjegyjog már ma sem sugallja azt, hogy az adott védjeggyel ellátott termék időtől és tértől függetlenül ugyanattól a gyártótól származik.

Az engedély más védjegyének jogszerű használatára ma már több jogcímen is elképzelhető:

- védjegyhasználati (licencia) szerződés alapján;
- franchise megállapodás keretében;
- vállalatok közötti stratégiai szövetség keretében (pl. One World légitársaságok között);
- együttes védjegy használatával
- tanúsító védjegy vagy minőségvizsgálattal kapcsolatos egyéb védjegy használatával. (Pl. Woolmark tanúsító védjegy, a termék magyar származására utaló védjegyek.)

4.9. A védjegyekkel kapcsolatos szervezeti magatartások

1. Offenzív stratégiával rendelkezők jellemzői:

- tudatosság, tervszerűség, rugalmasság;
- védjegyfigyelés;
- kapcsolat az egyéb tevékenységekkel (marketing, reklám, külkereskedelmi ügyintézés stb.);
- a defenzív stratégiát is magába foglalja;
- az imázs jogi védelme: fellépés az érdeksérelmek ellen;
- védjegymenedzsment költségeinek felvállalása.

2. Defenzív stratégiával rendelkezők jellemzői:

- csak a feltétlenül szükséges lépéseket teszik meg;
- „csak mások ne bántsanak”, ne lehessen igényük;
- a védjegystratégia szerepének alábecsülése, költségek minimalizálása;
- védjegy csak a megalkotásakor, bejelentésekor és megújításakor önálló költségvetési tétel, más szituációra nem terveznek.

3. Önálló stratégia nélküliek jellemzői:

- tudatosság helyett ötletszerűség, sodródás;
- a védjegy jogi információk és szükségletek jórészt hiányoznak;
- elvi jogkövető szándék a versenytársak védjegyeinek ismerete nélkül;
- tipikus tévedés: ismerem a versenytársak termékeinek a nevét, azokkal nem ütközöm, miért érdekelne a védjegy?
- Pozitív esetben: „az én dolgom csak a védjegyhasználat, a védjegyről más (a franchise-adó vagy a licencadó) gondoskodik”;
- csak külső kényszer hatására cselekszenek védjegyügyekben.

4. Utánzók jellemzői:

- tudatosság;
- törekvés más cég jó hírű vagy közismert védjegyéhez fűződő imázsának a lehető legnagyobb mértékű megközelítésére, ehhez megfelelő költségvetést biztosítanak (olcsóbb, természetesen);
- helyzetük változó: általában nem bitorolnak, hacsak utánzó magatartásuk nem minősül bitorlásnak;
- általában nem költenek védjegyre;
- esetenként védjegybejelentéssel kísérleteznek, határesetekben átkerülhetnek a defenzív stratégiát folytatók közé;
- lebukásnál a különbségeket hangsúlyozzák.

5. Bitorlók jellemzői:

- más védjeggyel azonos vagy azzal összetéveszthetőségig hasonló megjelölés szándékos jogtalan használata;
- nem kísérleteznek utánzással, biztosra mennek;

- feketegazdaság;
- más bűncselekményekkel, alvilággal való kapcsolatok.

4.10. A védjegy és a minőség

A szolgáltató számára rendkívül fontos annak kontrollja, hogy a védjegyes áruk/szolgáltatások minősége valóban megfeleljen annak az ígéretnek, amelyet a vállalat a marketingkommunikációja keretében a fogyasztóknak tesz. Magyarországon a tanúsító védjegyek, amelyekkel a különböző védjegyes áruk/szolgáltatások minőségét egy független külső szervezet szavatolja, nagyon sikeresnek bizonyultak. A tanúsító védjegy használata szerződésen vagy sikeres pályázáson alapul. A tanúsító védjegyek akár halmozottan is jelentkezhetnek.

Mindenki ismeri és használja a márka fogalmát, miközben a védjegy szót sokan idegennek érzik, egyesek pedig – a választékos szóhasználat igényével – az „ismertetőjegy” értelemben említik. A piaci verseny résztvevői számára igen lényeges annak elkerülése, megelőzése, hogy áruikat (szolgáltatásaikat) összetévezzék másokéval, vagy ami még rosszabb, hogy utánózzák, hamisítsák azokat. A fogyasztó számára a védjegy biztonságot jelent: az egyes áruk és szolgáltatások azonosításának, egymástól való megkülönböztetésének következtében a fogyasztó meggyőződhet arról, hogy olyan terméket vásárolt, amit elvárt. A védjegy, mint kizárólagos iparjogvédelmi jog, éppen ezt a biztonságot kívánja szolgálni.

Mindennapjaink ma már elképzelhetetlenek védjegyek nélkül, mint ahogyan a gazdasági verseny sem alakulhatott volna ki, és nem érvényesülhetne az alapvető versenyesszövevények számító védjegyek hiányában. A védjegyoltalom megkönnyíti a jogérvényesítést, mert közhitelesen bizonyíthatóvá tesz olyan tényeket és körülményeket, amelyek a védjegybitorlási eljárásban bizonyítandók. A védjegymenedzsment az a „háttér munka”, amelynek során egy szervezet gondoskodik az általa használt nevek jogi oltalmáról, az ezekhez fűződő kizárólagos jogok megszerzéséről. A megszerzett jogok adminisztratív fenntartásán túl a vállalatnak fel kell lépnie minden jogsértés ellen, ugyanis ha eltűri, hogy mások is használják a védjegyet az ő engedélye nélkül, az a védjegy megkülönböztető képességének gyengüléséhez, végső esetben a védjegyoltalom megszűnéséhez vezethet. A jól bevezetett védjegy hatalmas vagyoni értéket képvisel, és akár meghatározó szerepet tölthet be egy akvizícióban, vagyis egy szervezetnek egy másik általi felvásárlásában. A védjegyoltalom megsértése számos polgári jogi, vámjogi, illetve büntetőjogi következménnyel járhat.

A piacgazdaságban a termelők és szolgáltatók célja a piaci értékesítés – áruikat, szolgáltatásaikat felkínálják a fogyasztóknak, akik a kínálatból választanak. E vásárlási, fogyasztási döntéseik következtében a kiválasztott áruk, szolgáltatások piaci értékesítése is megtörténik. A számukra kedvezőtlen fogyasztói döntések – végső soron – a termelő- szolgáltató vállalatok bukásához vezethetnek. Az ítéletet a fogyasztók hozzák meg, azzal, hogy vásárolnak-e a konkrét termékből, esetleg közömbösek vagy éppen ellenségesek iránta.

A marketing, az értékesítés tudománya egyre inkább felismeri, hogy a vállalatok piaci helyzetét, sikerét nagyban befolyásolják a sikeres márkák. A márka sikeréért pedig ma már egyre szerteágazóbb tevékenységeket kell maguknak a termelőknek, a kereskedőknek és egyéb szolgáltatóknak is kifejteniük. A marketing szakirodalma újabban *branding*ként emlegeti a márkázást, vagyis azt a folyamatot, amelyben egy jel imázst kap, és önmagánál távolabb mutat: jelképezi a terméket (szolgáltatást) és/vagy az egész vállalatot.

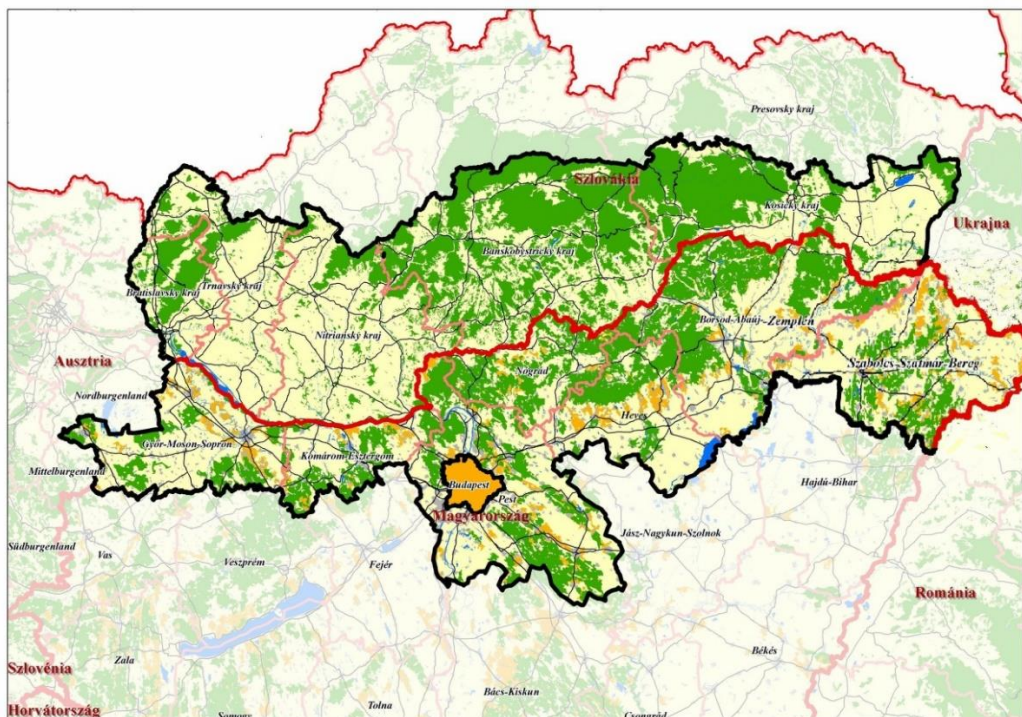
5. Turisztikai szolgáltatások bilingual (kétnyelvű) minősítése

A hazai turisztikai védjegyek bemutatása és a minősítési folyamatok ismertetését követően a Bilingual projekt bemutatásával folytatjuk. A következőkben bemutatjuk a projekt célterületét, a szlovák-magyar határ menti térséget, és annak turisztikai jellemzőit, majd az általunk javasolt kétnyelvű turisztikai minősítés részleteit (a minősítés kritériumait a minősítést végzők körét, és a minősítés költségeit) illetve a bevezetés módját.

5.1. Vizsgált térség

A Turisztikai szolgáltatások Bilingual (kétnyelvű) minősítése c. projekt a szlovák és a magyar határ menti térséget öleli fel, ami magába foglalja a határ menti megyéket a magyar, és a határ menti kerületeket a szlovák oldalon, valamint a két fővárost, Budapestet és Pozsonyt is. Magyarországon hét megye (Pest, Komárom-Esztergom, Győr-Moson-Sopron, Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves, Nógrád, Szabolcs-Szatmár-Bereg), illetve a már említett Budapest érintett, Szlovákiában öt kerület (Pozsony, Nagyszombat, Nyitra, Besztercebánya, és Kassa) és ugyancsak Pozsony csatlakozik a programhoz. (Szlovákiának arányaiban így több mint a fele érintett a projektben, a nyolc kerület közül öt része a projektnek.)

10. ábra: Szlovák-magyar határ régió



A magyar - szlovák térség számos tekintetben hasonló problémákkal és hasonló kihívásokkal szembesül a határ mindkét oldalán. A határtérségben az egyik legnagyobb kihívást a gyengén kiépített közúti infrastruktúra jelenti. Bár az elmúlt néhány évben a közlekedési és kommunikációs infrastruktúra jelentősen javult mindkét oldalon, s a transz-európai folyosók több eleme is átszeli a térséget, még mindig tapasztalhatók kisebb hiányosságok az észak – déli irányú közlekedési kapcsolatokban: továbbra is szűk keresztmetszetet jelent a határátkelés, s a két ország határán húzódó folyók is nehezítik az elérhetőséget. A térség gazdasága számos fontos erősséggel rendelkezik. A határ mindkét oldalán rohamosan fejlődő

gazdasági központok találhatók dinamikus növekvő, versenyképes vállalatokkal, multinacionális cégekkel és versenyképes kis-és középvállalkozásokkal. A magyar - szlovák üzleti kapcsolatok száma meglehetősen kevés, amely gyengíti a térség versenyképességét, de az utóbbi időben e területen is növekedés tapasztalható.

A határtérség gyengesége, hogy a munkaerő - piaci együttműködés nagyon alacsony szintű. A térség bizonyos területein a munkanélküliség elég nagy méreteket ölt, ugyanakkor közvetlenül a határ mentén a nagyobb gazdasági központok esetenként munkaerőhiánnyal küzdenek. A térség fontos erősségeként könyvelhető el, hogy számos felsőoktatási intézménnyel rendelkezik. Az intézmények minőségi oktatást nyújtanak és a kutatás - fejlesztési tevékenységhez is bázisul szolgálnak. Az egyetemek, valamint az egyetemek és a vállalkozások között együttműködés szintje azonban alacsony, mely a határtérség versenyképes és integrált fejlődésének újabb gátját jelenti. A turizmus fontos szerepet tölt be a két ország kapcsolatrendszerében, s a közös fejlesztéshez is megfelelő alapot nyújt. Ugyanakkor ez a potenciál nincs kellően kihasználva: a térség minimális mértékben rendelkezik közös turisztikai programcsomagokkal, s közös marketing és promóciós tevékenységet is alig végez.

A határtérség természeti környezete sajátos jelleget ölt: egyrészt, számos természetvédelmi terület fekszik a határ mindkét oldalán; másrészt azonban a korábbi nehézipari tevékenység következményeként komoly környezeti károkkal sújtott és szennyezett területek is megtalálhatók. A határ mentén fejlett szolgáltató szektor működik (beleértve az egészségügyet is). A kapacitások közös használata csak elvétve tapasztalható, mely elsősorban a nyelvi akadályok és a szolgáltató intézmények közötti alacsony fokú együttműködés következménye. Összességében, a magyar-szlovák határtérség számos területen kínál lehetőséget az integrált fejlesztéshez, de ehhez meg kell teremteni az együttműködés kulcsfeltételeit, és ösztönözni kell a térség szereplői közötti együttműködések kezdeményezését is.

5.2. Szlovákia turizmusa

Az elmúlt évek statisztikai adatai alapján megállapítható, hogy dinamikusan nő a Szlovákiából Magyarországra érkező turisták száma. A Magyar Turizmus Zrt. – KSH – adatai alapján 2016-ban a 10 498 ezer fő érkezett hazánkban Szlovákiából, ebből turisztikai motivációval érkezők száma 4 372 ezer fő volt, több napra 1 476 ezer fő érkezett hazánkba. A turisták átlagosan 8 200 Ft összeget költöttek naponta, mely összesen 65 429 millió forint turisztikai célú kiadást jelentet 2016 évben. A vendégéjszakák száma 2005 óta több mint 2,5-szeresére emelkedett, 2012-ben első alkalommal lépte át a 250 ezres határt, mely azóta is folyamatosan növekszik.

Szlovákia Magyarország 10. legfontosabb küldő-piaca. A több napra Magyarországra látogatók közül a legnagyobb számban a nyugat - dunántúli, a közép- dunántúli, az észak - magyarországi és a balatoni régióba, valamint Budapestre érkeznek. A legfontosabb motivációk között van egy 2016-ban végzett felmérés szerint a rokonok és barátok meglátogatása (23,9 százalék), az üdülés (14,5 százalék) és saját ingatlan felkeresése (13,7 százalék). A turisztikai termékek közül a szabadidős turisztikai motivációval érkezők száma a legjelentősebb, mely az összes turista 92,2%-át tette ki 2016 évben.

11. ábra: Szlovákiából érkező turisták létszám adatai és turisztikai céljainak aránya 2016 évben

Megnevezés	Szlovákia
Összes látogató (ezer fő)	10 498
Turisztikai motivációval érkező látogatók (ezer fő)	4 372
Turisztikai motivációval érkező látogatók aránya az összes látogatón belül (%)	41,6%
Turisztikai motivációból: szabadidős turizmus (ezer fő)	4 249
Szabadidős turisztikai motivációval érkezők aránya az összes turista számán belül (%)	92,2%
Turisztikai motivációból: üzleti turizmus (ezer fő)	123
Üzleti turisztikai motivációval érkezők aránya az összes turista számán belül (%)	2,8%
Több napra érkező turisztikai célú látogatók (ezer fő)	1 476
A többnapos utazók aránya a turisztikai célú látogatókon belül (%)	33,8%
2-4 napos turisztikai célú látogatók (ezer fő)	1 196
5 és több napos turisztikai célú látogatók (ezer fő)	280
Turisztikai célú látogatók összes kiadása (millió forint)	65 429
Turisztikai célú látogatók átlagos tartózkodási ideje (nap)	1,8
Egy fő egy napi költése (fő/nap/ezer forint)	8,2
Turisztikai célú látogatók főbb motivációi (%)	rokon, barátlátogatás (23,9%)
	városnézés, körutazás (14,5%)
	saját ingatlan felkeresése (13,7%)

Forrás: Magyar Turisztikai Ügynökség - A beutazó turizmus jellemzői és alakulása 2016-ban (KSH keresletfelmérésének adatai alapján)

Szlovákia területe annak ellenére, hogy nem tartozik a legnagyobb országok közé, megszámlálhatatlan turisztikai látványosságokkal várja a vendégeket. Kontinentális elhelyezkedése és változatos arculata szemszögéből, Svájc-hoz és Ausztriához hasonlatos. A Szlovákiába érkező turisták számára tengernyi lehetőség, attrakció adott. Egyedi, karsztos terület jellemzi, melynek teljes kiterjedtsége körülbelül 3000km². A látogatók számára 12 barlang elérhető. Szlovákia egyediségéhez nagyban hozzájárul az is, hogy területén megtalálható mindhárom barlang típus, cseppkő-, jég- és aragonitbarlang is. Különlegessége, hogy a világ három aragonit barlangjából az egyik Szlovákiában található. A vízi sportok szerelmesei sem maradnak szárazon, vitorlázásra, szörfözésre és egyéb vízi sportokhoz alkalmas területek is várják a vendégeket. Szlovákia területén több mint 200 központ áll rendelkezésre vízi attrakciókkal.

Ásványvízforrások és gyógyvizek szempontjából is rendkívül gazdag ország, megannyi nemzetközileg elismert gyógyfürdővel rendelkezik, közülük a legismertebbek a Pöstyén, Trencsénteplic, Gyűgy és Bártfafürdő. A további klimatikus, légzőszervi panaszok enyhítésére, kezelésére alkalmas gyógyfürdők között a Magas-Tátra területén található Csorbató, Újtátrafürdő szerepel, valamint az allergiában szenvedők számára a Bystrá - barlang. A nagyszámban előforduló termálfvízforrásoknak köszönhetően Dél-Szlovákia területein is számos üdülő- és gyógy központ épült ki, melyek tökéletesek nyaraláshoz, gyógyuláshoz egyaránt. Mindenképp érdemes megemlíteni Szlovákia 1300 ásványvíz forrását is, melyek fogyasztását gyógyászati célokra is használják.

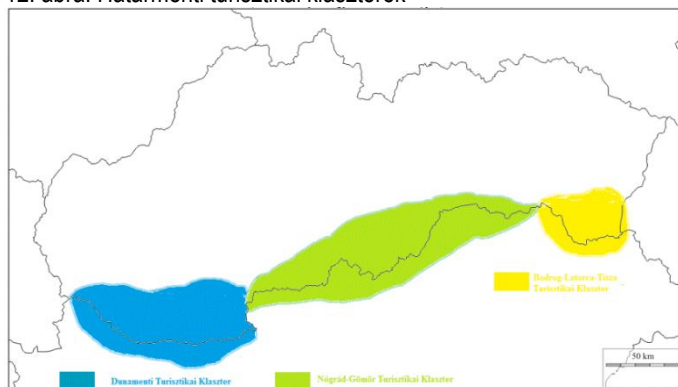
Szlovákia történelme és folklórja visszaköszön az egyes régiókban található népi építészet elemeiben is. Skanzenek, múzeumok, falumúzeumok őrzik az egykori mindennapok, szokások hagyatékát. Szinte tökéletesen megőrzött skanzenek találhatók Martin-Jahodníky, Zverovka - Árva és Pribilina - Liptó területén. Szlovákia területe rendkívül jelentős volt történelmi szempontból is. Erről számos kastély és vár tanúskodik, melyek közül a legérdekesebbek Dvény vára, a Pozsonyi-vár, a Trencsényi vár, Szepes vára és Zólyom vára.

A kulturális gyöngyszemek közt megannyi szakrális emlékmű is található, melyek között rengeteg felbecsülhetetlen értékű emlék szerepel, mint a lőcsei Pál Mester oltára, mely az montreali Expo-n is bemutatásra került. A további látnivalók között a nagyszombati és nyitrai katedrális komplexumok, vagy a helyreállított zsinagógák találhatók. Az egyedi történelmi emlékek között fából készült templomok szerepelnek, melyek egyedi stílusa és építészete tovább növeli az ország értékét. Néhány közülük teljesen mellőzte a fém kötőelemek használatát építése során. Amikor valaki Európa térképére tekint, egyértelművé válik számára Szlovákia elhelyezkedésének fontossága. Mivel Európa szívében található, rendkívül fontos kereszteződés nemcsak kelet-nyugat, de észak-dél útvonalak szemszögéből is. Szlovákia, elhelyezkedésének köszönhetően ideális helyszín, ha üdülése során szeretné felfedezni valamelyik szomszédos államot, vagy megismerkedne a Közép-Európai országokkal.

2016 évben rekordot döntött Szlovákiában a turisták száma, soha nem látott mennyiségű turista választotta Szlovákiát turisztikai célpontjává. 2016 évben összesen 4,6 millió turistát számoltak az országban ez 8,3 százalékkal több, mint egy évvel korábban. A vendégéjszakák száma 13 millió volt, ez pedig 14,9 százalékos növekedésnek felel meg. A vendégéjszakát eltöltő turisták többsége belföldi (59 százalék), azaz 3 millióan gondolták azt, belföldi pihenéssel, turizmussal töltik szabadságuk egy részét. Ez 15 százalékos növekedést jelent az egy évvel korábbi adatokhoz képest. Sosem volt még ennyi külföldi turista Szlovákiában, a számuk megközelítette a kétmilliót (+18,3%).

A küldő országok listáját továbbra is Csehország vezeti, majd Spanyolország, Svájc, Egyesült Királyság, USA, Kína és Izrael következik. Éppen a távolabbi helyekről van a legnagyobb növekedés, hiszen Kínából 42,6 százalékos, míg Izraelből 30,7 százalékos a növekedés. A magyar turisták száma is folyamatosan nő a térségben, főként a határ-menti régiókba élők, de más területeken élők számára is egyre kedveltebb turisztikai desztinációvá válik Szlovákia. A legnépszerűbb régió Pozsony és Zsolna megye. A leghosszabb ott tartózkodásban pedig Trencsén megye vezet, átlagosan 5 vendégéjszakát töltöttek ott a turisták. Jelentős potenciával rendelkező lehetséges turisztikai klaszterek Dél-Szlovákiában / Dél-Felvidéken (határon átnyúló együttműködés alapján)

12. ábra: Határmenti turisztikai klaszterek



Forrás: Baross Gábor Terv

5.3. Szlovákiai szállástípusok kategorizálása

Az emberi munka mint tényező nagyban befolyásolja a munka elvégzésének minőségét, ami esetenként a szálloda munkájának akadályozásához vezethet. Az elmúlt időben emiatt egyre több és több szálloda mozdult el a szolgáltatások standardizálása felé. A standardok olyan kritériumokat határoznak meg, amelyeknek megfelelően az ügyfélszolgálat és a személyzet által nyújtandó általános szolgáltatások egy becsült szintjét kell biztosítani. A nemzeti, kulturális és egyéb hagyományok miatt világszerte minden állam a saját szálláshelyi besorolási rendszerét alkalmazza, amely azonban megakadályozza az egységes besorolási rendszer globális bevezetését.

Szlovákiában a szállások típusaik és felszereltségük szerint különféle kategóriákba oszthatók. A különféle kategóriákat csillagok jelölik, a legkisebbtől (*) a legmagasabb (*****) kategóriáig.

Szállodák

A szállodák felszereltségük és szolgáltatásaik alapján 1 csillagtól, ötszillagos kategóriába sorolhatók Szlovákiában jelenleg.

- Az ötszillagos (*****) kategória berendezését tekintve luxus kivitelezésű, fényűző berendezéssel felszereltek, megfelelnek a legigényesebb vendégek elvárásainak is, mint funkcionalitás, mint esztétikai szempontból. A szálloda a lehető legmodernebb felszereltséggel rendelkezik. Minden szoba részét képezi a fürdőszoba és a WC. Központi fűtéssel rendelkeznek, légkondicionáltak, TV-SAT, rádió, telefon, széf tartozik az alap felszereltségbe. Az ötszillagos szállodának biztosítania kell az összes elérhető szállodai szolgáltatást, ezen kívül az üzleti úton lévők számára szükséges szolgáltatásokat is.
- A négyzillagos (****) szállás berendezése átlagon felüli, elsőosztályú és elegáns, magas esztétikai elvárásokat kielégítve. Modern technikai felszereltség is elengedhetetlen. Minden szoba részét képezi a fürdőszoba, WC, központi, szabályozható fűtés, TV-SAT, rádió. A szállodai szolgáltatások széles körét kínálja, valamint üzletemberek és üzleti szolgáltatásokhoz szükséges szolgáltatásokat.
- A háromszillagos (***) kategória átlagon felüli berendezéssel rendelkezik, kényelmes szállást biztosít. A szálloda modern felszereltséggel bír, szobái saját fürdőszobával rendelkeznek, központi fűtéssel, valamint felszereltségben TV, rádió található. A szálloda az alapvető higiéniai eszközök megvásárolhatóságán kívül képeslapokkal, promóciós anyagokkal is rendelkezik.
- A kétszillagos kategória (**) standard felszereltséget jelent, megfelelő technikai felszereltséggel. Minimum a szobák 50%-a rendelkezik fürdőszobával. Minden fürdőszobával nem rendelkező szobán található mosdó, hideg-meleg víz. Minden emeleten található fürdőszoba és WC, külön nők és férfiak számára.
- Az egyszillagos kategória (*) minimális szolgáltatásokkal rendelkezik. Minden szoba rendelkezik mosdóval. Minden emeleten található fürdőszoba, WC külön hölgyek és férfiak számára. A szobák fűtöttek.

Panziók

A panziók egyszerűbb hotel típusú szállást biztosítanak, minimum 5 szobával rendelkeznek és maximum 4 ágygal egy szobán. A vendégek számára reggeli, esetenként egésznapos ellátás is biztosítható az alapszolgáltatásokon kívül. A kínálatban *, ** és háromszillagos szolgáltatások szerepelnek. A háromszillagos kategória maximum kétágyas szobákat jelent. Minden szoba rendelkezik fürdőszobával, WC-vel, vagy fürdősarokkal. A panzió étteremmel is rendelkezik.

A kétszillagos panziók kínálatában maximum háromágyas szobák szerepelnek, pótágygal. Legalább a szobák 30%-a rendelkezik saját fürdőszobával, vagy fürdősarokkal (zuhany, WC). A fürdőszobával nem rendelkező szobákon mosdó található. A kínálatban alapvető szolgáltatások szerepelnek (információ, menetrendek, vasalás, orvosi ellátás, stb.). Az egyszillagos kategória mosdóval felszerelt szobákat jelent. Minden emeleten található fürdőszoba és WC. A kínálatban az alapvető szolgáltatások szerepelnek, illetve reggeli ellátás.

Turistaszállás

A turisztaszállás kategóriába a magasabb ágyszámot jelent, közös fürdőszobával. Többnyire átmeneti szállásként funkcionál nagyobb csoportok, baráti társaságok számára. A kínálatban * és ** szolgáltatások szerepelnek.

5.4. Vendéglátóhelyek

A KSH 2016-os adatai szerint a határ menti térségben (megyékben) 25 007 vendéglátóhely található, amelynek 57 százaléka étterem, büfé, nyolc százaléka cukrászda, 35 százaléka italüzlet és zenés szórakozóhely. Az országos adatokhoz viszonyítva az látható, hogy az északi határmenti térség hazánk vendéglátóhelyeinek kb. 54 százalékát érinti. A szállásadóhelyek számáról a KSH a honlapján nem tesz közzé megyei szintű bontásban adatokat, ezért itt a fenti adatokra hivatkozva csak becslésekre szorítkozhatunk, úgy gondoljuk, hogy a vendéglátóhelyek aránya kb. jó alapot nyújt a szálláshelyek számának meghatározásához.

13. ábra: Turisztikai szolgáltatók szlovák-magyar határ menti térségben Magyarországon

Típus	Határmenti térség N (2016)	Határmenti térség % (2016)	Országos % (2016)
Étterem, büfé	14221	57%	57%
Cukrászda	2093	8%	55%
Italüzlet és zenés szórakozóhely	8693	35%	53%
Kereskedelmi vendéglátóhely összesen	25007	100 %	54%

Forrás: KSH alapján saját számítás a határmenti térségre vonatkozóan

A táblázatban a szállások becsült adatai láthatóak az országos adatok alapján. Az öt különböző szállás típus alapján kb. 1830 szállás található a határmenti térségben. Figyelembe véve még az egyéb turisztikai szolgáltatásokat is, mint a múzeumok, rekreációs és sport tevékenységet nyújtó szolgáltatások (fürdők, lovas turizmus) becslésünk alapján kb. 27-28 ezer turisztikai szolgáltató érintett a bilingual projekt célcsoportjaként.

14. ábra: Szálláshelyek száma Magyarországon és becsült számuk a szlovák-magyar határ menti térségben

Típus	Országos N (2016)*	Határmenti térség N (2016) **	Határmenti térség % (2016)
Szálloda	1091	589	32
Vendégház	1118	604	33
Hostel	458	247	13
Üdülőház	473	255	14
Kemping	258	139	8
Összesen	3398	1834	100

Forrás: KSH alapján saját számítás a határmenti térségre vonatkozóan

(*) A KSH adatok havi bontásban tartalmazzák a szállás adatokat, mi a legforgalmasabb hónap, augusztus adatait vettük a számításunk alapjául.

(**) Az oszlop a becsült adatokat tartalmazza, vendéglátóhelyek országos aránya alapján, minden kategóriának az 54 százalékát soroltuk a határmenti térségbe.

A szlovák térségre vonatkozóan csak a szálláshelyekre vonatkozóan találtunk adatokat. Szlovákiában a határmenti térségben kb. 1400 szállás található, számszerűleg, kb. négyszázzal kevesebb, mint Magyarországon. A vendéglátók számára a szállások száma alapján adunk egy becslést, feltételezésünk szerint kb. húszezer vendéglátóhely található a szlovák határmenti térségben.

15. ábra: Szálláshelyek száma Szlovákia határmenti kerületeiben (*)

Típus	Országos N (2017)*	Határmenti térség N (2017) **	Határmenti térség % (2017)
Szálloda (**)	1528	778	51
Hostel	324	180	55
Üdülőház	51	24	47
Kemping	880	447	51
Összesen	2783	1429	51

(*) Forrás: Basic indicators of tourism of the SR for accommodation establishments in 1st-3rd quarter 2017. 16-24. Saját számítás az öt kerületre vonatkozóan.

(**) A kategória a vendégházakat is tartalmazza.

<https://slovak.statistics.sk/PortalTraffic/fileServlet?Dokument=78ad2cc7-48af-449d-bdef-cdcb95c8e7c9>

A fentiekben bemutatott adatok alapján a szlovák és a magyar határmenti térségben, kb. ötvenezer turisztikai szolgáltató található meg. (27-28 ezer Magyarországon és 22-23 ezer Szlovákiában.)

5.5. Minősítési rendszer jogi háttere és követelményei

A védjegyek ismertetésénél már bemutattuk, hogy azok jogilag a Nemzetgazdasági Minisztérium alá tartoznak, amelyek létrejöttét kormányrendeletek rögzítik. Az éttermi minősítések esetében kitértünk arra, hogy vannak olyan minősítő rendszerek, amelyek a kormánytól függetlenek, és piaci alapon működnek, a *Bilingual* projektben ugyancsak erre teszünk kísérletet, hogy egy piaci alapon szerveződő minősítési rendszert hozzunk létre, amely a turisztikai szolgáltatók érdekeltségén keresztül önfenntartó.

A Bilingual projekt kulcseleme a turisztikai szolgáltatók nyelvi kompetenciáinak a feltérképezése. A nyelvi készségek minősítése során három szempont alapján vizsgáljuk a szolgáltatók nyelvi kompetenciáját. Az első szint, hogy a szolgáltatáshoz kapcsolódó honlapok elérhetőek-e idegen nyelveken. Úgy gondoljuk, hogy ez napjainkban ez egy alapvető szolgáltatásnak tekintendő, mivel egyrészt a nyelvtudás széles körben elterjedt, másrészt ebben az esetben egy egyszeri beruházásról van szó, amikor a honlapot más nyelveken is elérhetővé teszik. A minősítés második lépcsője már magához a szolgáltatáshoz kapcsolódik, itt azt vizsgáljuk, hogy a feliratok elérhetőek-e különböző nyelveken – ez éttermek esetében a menü, szállások esetében a szolgáltatások leírása, egyéb turisztikai szolgáltatások tekintetében az információs táblák többnyelvű megjelenítését takarja. A harmadik lépcső a szolgáltatást nyújtó alkalmazottak nyelvi tudását méri fel. Míg az előbbi két kategória esetében egyértelműen eldönthető, hogy a többnyelvű feliratok rendelkezésre állnak-e vagy sem, az alkalmazottak nyelvi tudása nagyon széles skálán mozoghat. A projekt szempontjából azon az állásponton vagyunk, hogy a már kb. egy gyenge középfokot elér a nyelvi tudás, azt elfogadjuk nyelvi kompetenciaként.

Mivel a védjegyet hosszútávon önminősítő rendszerként kívánjuk üzemeltetni, ezért nem tartjuk hatékonynak a minősítés skálázását, egytől-ötig, vagy akár egytől-háromig való értékelését, amely mint látható volt, a különböző szállásoktípusok körében igencsak elterjedt. A skálázó minősítéstől való tartózkodás oka, hogy a nyelvi tudás mértékének megítélése sok esetben a szolgáltatók szemében nagyon szubjektív, másrészt arra egészen biztosan számíthatunk, hogy a tudás mértékét felfelé fogják torzítani, aminek következtében ha pl. 1-3-ig terjedő skálán veszünk, akkor várhatóan a többség hármásra minősíti önmagát. A bevezetendő minősítési rendszerre tehát bináris logikát követ, úgy véljük, ennek van a legnagyobb megbízhatósága.

16. ábra: Minősítés három lépcsője

Folyamat	Tevékenység
1. lépcső	A szolgáltató honlapjának többnyelvű elérése
2. lépés	A szolgáltatás során szükséges információk többnyelvű elérése (pl. étlap, szállás információk)
3. lépés	Szolgáltatást nyújtók nyelvi kompetenciájának minősítése

5.6. Tervezett minősítési rendszer megvalósítása

A kétnyelvű minősítési rendszer megvalósítását *mixed rendszer* keretében végezzük el. A védjegy sikeres bevezetése érdekében először felkért szakértők hatvan-hatvan szolgáltatót minősítenek a határ mindkét oldalán, majd ezt követően önminősítés keretében lesz lehetőség a védjegy használatára.

A program megvalósítása során kulcsfontosságú a megfelelő pr tevékenység, a minősítés bevezetése előtt első lépésként tájékoztatjuk a regionális turisztikai ügynökségeket, a tervezett rendszer részleteiről és a bevezetés módjáról. Ezzel párhuzamosan a helyi és országos sajtóban cikket teszünk közzé az újonnan bevezetendő turisztikai védjegyről.

A kulcskérdés a projekt megvalósítása során, hogy sikerül-e megmozdítani a kritikus tömeget, annak érdekében, hogy szereplők magukra nézve hasznosnak és fontosnak tartják a már meglévő turisztikai védjegyek mellett egy újabb bevezetését. Ennek érdekében, ahogyan már említettük a határ mindkét oldalán mindhárom fő turisztikai területen a fontos egységekre fókuszálva, szakembereket kérünk fel a szolgáltatók minősítésére. Az erre szánt 3-4 hónap alatt hatvan szolgáltató minősítésére került sor. A minősítés akár csak a védjegyek esetében kétlépcsős: első lépésként a szakértők a helyszínen felméri az idegennyelvű tájékoztatók hozzáférhetőségét, és a nyelvi kompetenciákat, majd az általuk elkészített dokumentációk alapján egy háromtagú bírálóbizottság döntése alapján születik meg a minősítés. A védjegyet sikeresen elnyerő szolgáltatók erről értesítést kapnak, illetve kézhez kapják magát a védjegyet is.

A rendszer hosszútávú fenntartását a turisztikai szolgáltatók önminősítésére bízunk, ezért fennáll annak a veszélye, hogy abban az esetben is felhasználják a védjegyet, mint turisztikailag csalogató eszközt, hogy ha valójában nem is áll rendelkezésre a szükséges nyelvi tudás. A projekt weboldalán folyamatosan monitorozzuk a felhasználók hozzászólásait, és ahol úgy tapasztaljuk, hogy jogosulatlan a védjegy használat, azoktól egy évig visszavonjuk a védjegy használatának a jogát.

17. ábra: Minősítési rendszer bevezetésének folyamata

Folyamat	Tevékenység
1. lépcső	Regionális turisztikai ügynökségek tájékoztatása, valamint helyi lapokon keresztül a nyilvánosság tájékoztatása
2. lépés	Mindhárom turisztikai szektorban a határ mindkét oldalán 20-20 egység szervezett minősítése
3. lépés	A megalapozott munkát követően a vendéglátóipari egységek már maguk jelentkeznek

5.7. Minősítés megjelenítése

Amennyiben egy turisztikai szolgáltató elnyeri a „többnyelvű szolgáltató” védjegyet, az esetben egy matricát helyezhet el a bejáratán, amely pl. a banki szolgáltatókhoz hasonlóan kikerülhet a bejárat ajtóra vagy a pénztárra. A matrica mérete 5x12 cm, látványterve az alábbiakban látható.

5.8. Kiterjeszthetőség

A program megvalósítása során célunk, hogy a szlovák-magyar határmenti térségben egy önfenntartó, és hosszú távon jól működő, a turizmust segítő rendszert vezessünk be. Az itt kialakított projektben végig

szem előtt tartjuk, hogy a gyakorlat megfelelő támogatás rendelkezésre állása esetén a többi magyar határmenti térségben (horvát, szerb, román, ukrán) is bevezethető legyen, illetve az unió más vegyes népességgel rendelkező határmenti térségeire is adoptálható legyen. A kiterjeszthesetőséget a project honlapja biztosítja, ahol minden szükséges információt elérhetővé teszünk.

6. Konklúzió

A Bilingual projekt a szlovák-magyar határmenti térségben bevezetendő nyelvi védjeggyel a turisztikai szolgáltatások minőségét növeli, amely megkönnyíti a külföldi turisták számára a kapcsolatfelvétel lehetőségét és átfogóan emeli a turisztikai szolgáltatások színvonalát, ezáltal növelve a látogatószámot a térségben, hozzájárulva ezzel a „Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia 2030” célkitűzéseéhez, miszerint - a magyar turizmus GDP-hez való közvetlen és közvetett hozzájárulása a jelenlegi 10-ről 16 százalékra növekedjen 2030-ra.

A projekt előnye, hogy a bevezetése ötvözi a jelenlegi védjegyek leginkább praktikus vonásait, és alacsony költség mellett megvalósítható. Sikeresége esetén más határmenti térségben rövid idő alatt és a már felhalmozott tapasztalatok fényében egyszerűen, minimális költségek mellett vezethető be, és növelhető a turisztikai szolgáltatások színvonala.

Melléklet

Önminősítő nyomtatvány

SZOLGÁLTATÁST NYÚJTÓ SZERVEZET

Neve:	
Címe:	
Szolgáltatás területe:	
Szolgáltató honlapja:	
Kapcsolattartó személy neve:	
Pozíciója:	
Elérhetősége:	

NYELVI KOMPETENCIA

Elérhető-e a honlap más nyelveken:	
ha igen, mely nyelveken:	
Biztosított-e a tájékoztató szövegek elérhetősége más nyelveken? (Kérem csatoljanak elektronikus dokumenteket, pl. fotót, szöveges anyagokat):	
Hány munkatárs kerül kapcsolatba a vendégekkel?	
Közülük hányan beszélnek idegen nyelven?	

Kelt, 201.....

.....
Aláír

European Regional Development Fund



Building Partnership