



**Vasárosnamény Város Önkormányzata Polgármesterétől**

4800 Vasárosnamény, Tamási Á. u. 1.

Telefon/Fax: 45/470-652

honlap: [www.vasarosnameny.hu](http://www.vasarosnameny.hu)

e-mail: [polgarmester@vasarosnameny.hu](mailto:polgarmester@vasarosnameny.hu)

Szám: *335h/2015.*

Készítette: Liptákné Juhász Anikó közalkalmazott

## ELŐTERJESZTÉS

### **Vasárosnamény Város Önkormányzata 2015. évi turisztikai marketing tervének elfogadására**

(Készült: a Képviselő-testület 2015. március 26-i ülésére)

*Tisztelt Képviselő-testület!*

Ahhoz, hogy a turizmusban betöltött szerepünket reálisan lássuk, szükséges egy kis kitekintést tennünk a világ, Európa illetve Magyarország turizmusára.

#### ▪ **A nemzetközi turizmus alakulása**

Az UNWTO adatai szerint a 2008-2009-es válság után 2011-ben világszinten a nemzetközi turistaérkezések száma 5,0%-kal 990 millióra növekedett. A világszervezet prognózisa szerint 2010-2020. között átlagosan minden évben 3,8 %-kal nő a turistaérkezés a világon, ezt támasztja alá a következő adat is: 2013-ban 5,3 %-kal, ezen belül Európa turizmusa 5,4 %-kal nőtt. Európa fogadó- és küldő országgént egyaránt vezető szerepet játszik a világ turizmusában. A nemzetközi turizmusból még mindig Európa részesedik a legnagyobb mértékben, bár előrejelzések szerint 2020-ra ez nem marad így.

#### ▪ **Magyarország turizmusa**

2014-ben a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő vendégek száma (9 525 780 fő) összességében 7,2%-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (24 198 841 éjszaka) 5,4%-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,5 éjszaka volt, ami 1,7%-os csökkenést mutat 2013-hoz képest. A külföldi vendégek számában (4 587 634 fő) 4,6%-os, az általuk eltöltött vendégéjszakák számában (12 302 988 éjszaka) pedig 2,7%-os növekedést regisztráltak az előző évhez képest. 2014-ben a külföldiek átlagosan 2,7 éjszakát töltöttek Magyarországon (-1,8%). A belföldi vendégek száma (4 938 146 fő) 9,8%-kal, a vendégéjszakák száma (11 895 853 éjszaka) 8,3%-kal emelkedett az előző évhez képest. A belföldiek átlagos tartózkodási ideje 2,4 éjszaka (-1,4%) volt 2014-ben. (Forrás: MT Zrt, KSH, előzetes adatok)

Összességében elmondható, hogy 2014-ben minden turisztikai régióban növekedtek a vendégéjszakák, a bruttó szállásdíj bevételek a vendégéjszakák számát meghaladó ütemben nőttek, nőtt a lengyel, a cseh és az orosz beutazók száma Magyarországra.

#### • **Észak-Alföld:**

2014. évben az Észak-Alföld turizmusa jól teljesített. Az országos átlagot jóval meghaladva nőtt a vendégforgalom. A **vendégek száma** országosan 7,2 %-kal nőtt, Észak-Alföldön pedig 9,9 %-kal. A **vendégéjszakák száma** is hasonlóképpen változott: az országos 5,4 %-os átlagos növekedést jóval

felülmúlva, 8,6 %-os volt a pozitív változás az Észak-Alföldön az előző év azonos időszakához viszonyítva.

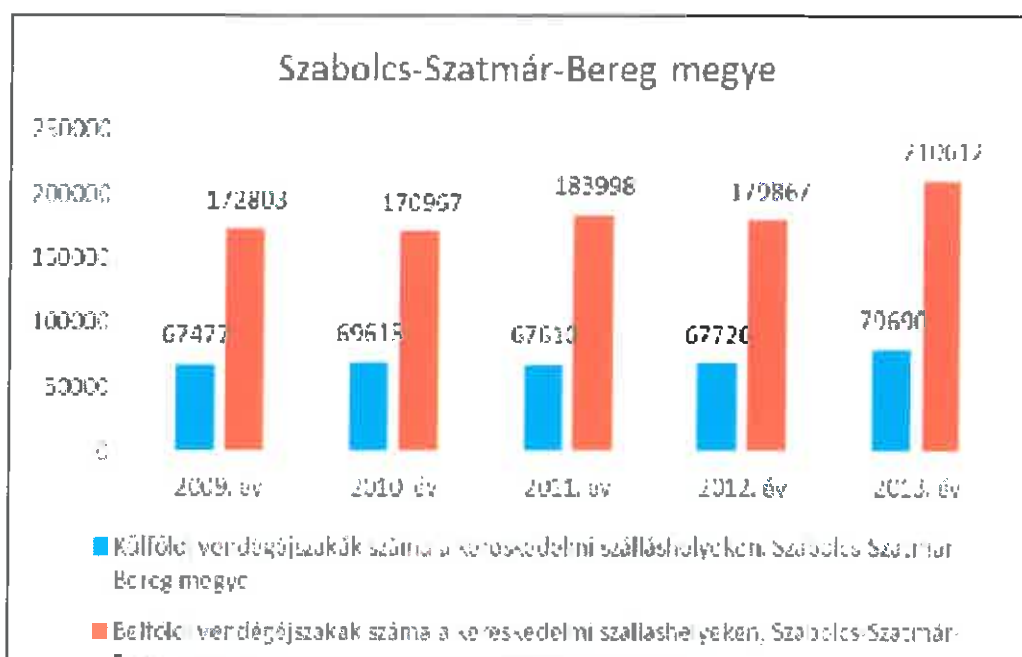
Továbbra is a **belföldi turisták** száma dominál az Észak-Alföldön, a hazai vendégek adják a vendégszám több mint 74 %-át, összesen 491 165 fővel. A vendégéjszakák 69 %-át a magyar vendégeknek köszönheti a régió, összesen 1 255 580 éjszakát. A belföldi vendégek száma 10,3 %-kal, míg a vendégéjszakák száma 8,9 %-kal haladta meg a 2013-as év 1-12. havi teljesítményét.

Az Észak-alföldi **külföldi vendégszám** 8,5 %-kal, míg a vendégéjszakák száma 7,9 %-kal haladta meg a 2013. év azonos időszakának adatait.

A legtöbb külföldi vendég Romániából érkezett, innen 33 465 fő (+ 2,3 %) töltött el összesen 88 758 vendégéjszakát (+ 5,3 %) 2014-ben a régióban.

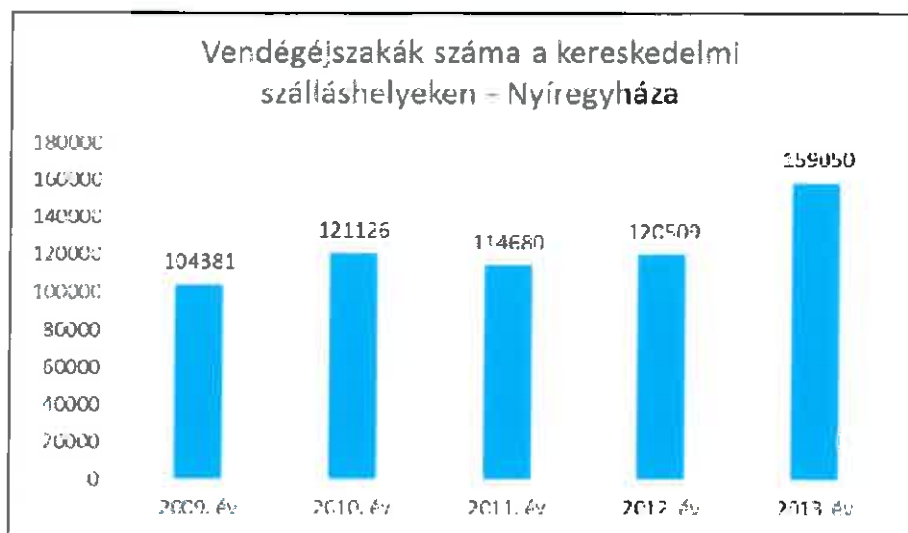
A régió másik fontosabb külföldi küldő piaca Lengyelország. 2014. január és december között 32 101 vendég, ami 15,4 %-os növekedést jelent. A lengyel vendégek 116 532 vendégéjszakát töltöttek a régióban, amely 10,2 %-os növekedést mutat.

#### ▪ Szabolcs-Szatmár-Bereg Megye és Vásárosnamény turizmusa



A 2008-as gazdasági válság drasztikus hatása figyelhető meg a megyei idegenforgalomban, melynek következtében 2010-re a vendégéjszakák száma 30%-al, míg a vendégek száma 24%-al csökkentek a válság előtti időhöz viszonyítva. 2011-től aztán növekedés tapasztalható (kivételesen 2012-ben némi visszaesés).

A 2013-as évben összesen 290302 vendégéjszaka realizálódott Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében, melynek több mint a fele Nyíregyházán keletkezett. Ez az adat a megyeszékhely egyértelmű dominanciáját mutatja.



Alapvetően Szabolcs-Szatmár-Bereg megye turizmusát a keresleti adatok tükrében erőteljes *területi koncentráció* jellemzi. A megyeszékhelyen kívül Vásárosnamény, Kisvárdra, Mátészalka és Rakamaz képvisel még jelentősebb vendégforgalmi centrumot, ezek a városok tekinthetők egyfajta szigetnek a keresleti trendek alapján. Továbbá elmondható, hogy a Szatmár-Beregi vidék falusi szállás-, magán szállásadó helyei is kedvelt célpontjai az idelátogatóknak, azonban ennek volumene jóval alacsonyabb a kereskedelmi szálláshelyekénél.

Az elmúlt évek tendenciái, vendégforgalmi adatai azt mutatják, hogy a válság megrázta a turisztikai szakmát is, de mind nemzetközi, mind hazai szinten 2010-től elindult egy lassú, de folyamatos növekedés. A megyénkben ez a folyamat később indult el, de a 2013-as év mind a megye, mind a megyeszékhely szempontjából kiemelkedő év volt.

▪ **Vásárosnamény turizmusa**

A 90'-es évektől egészen a válságig a megyében Nyíregyháza után Vásárosnaményben alakultak ki a vendégfogadás legkedvezőbb feltételei (természeti-, kulturális vonzerők magas száma, vendégfogadási kapacitás, stb.), amely a statisztikákban is eszerint realizálódott. A válság aztán elérte városunkat is, a vendégforgalmi adatok pedig csökkentek:

Vásárosnamény	Mutatók			
	Időszak	Vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (fő)	Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (db)	Vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka)
2009. év		10155	23279	2,3
2010. év		9294	19668	2,1
2011. év		5156	13232	2,6
2012. év		5031	13112	2,6
2013. év		4752	13469	2,8

Mára sajnos a megyében elfoglalt előkelő 2. helyről visszacsúsztunk a 4. helyre, vendégéjszakák tekintetében megelőz bennünket Nyírbátor és Kisvárdra is. Ha az okokat elemezzük a társadalmi-gazdasági környezetet kívül biztos, hogy szerepe van ebben:

- A Garabonciás bezárásának (2009-ben a 23279 vendégéjszakából 5951-et a Garabonciás adott)

- A versenytársak megerősödésének (Nyíregyháza, Máriapócs, Nyírbátor), hiszen a Nyírség Turisztavarázs TDM szervezet 2 pályázatból közel 100 mFt-ot fordított turizmus marketingre.

Csak egy példa a környezetünkből arra, hogy ha megfelelő mennyiségű pénzt áldoznak a marketingre, (két elnyert TDM pályázat, 100 mFt támogatás) az előbb-utóbb megtérül.

Nyíregyháza	
• Budapest – Hungexpo - Utazás kiállítás belöldi díszvendégségért kommunikációs különdíj	
• Az év turisztikai városa – Utazó magazin	
• Turizmus Trend kommunikációs díj 2.helyezés	
• Az idegenforgalmi adóból legtöbbet a turizmus marketingre visszaforgató város- Utazó magazin	

Egy dolog mára bizonyossá vált: ha nem foglalkozunk a témával kellő súllyal (humán erő ráfordítás, anyagi ráfordítás), hamarosan lecsúszunk a turisztikai palettáról. Pedig kiváló turisztikai adottságokkal rendelkezünk, az ide látogatók kedves, vendégszerető kisvárosnak tartanak bennünket, sok jó programunk is van már, vendégfogadási feltételeink is megfelelőek, de mindezeket értékesíteni kell a turisztikai piacon, erre pedig pénzt kell áldozni. Egy friss megyei tanulmány ábrájából is kitűnik, hogy Vásárosnamény és vonzáskörzetében van a legtöbb műemlék a megyében, és ez a vonzerőinknek csak egy kis szeletét képezi.

Műemlékek koncentrációja Szabolcs-Szatmár-Bereg megye kistérségeiben Műemlékek száma	Műemlékek aránya Szabolcs-Szatmár-Bereg megye műemlékekből	
Csengeri	15	4,20%
Záhonyi	15	4,20%
Nagykállói	17	4,76%
Ibrány-Nagyhalászi	20	5,60%
Kisvárdai	20	5,60%
Tiszavasvári	21	5,88%
Baktalórántházai	24	6,72%
Nyírbátori	27	7,56%
Mátészalkai	32	8,96%
Nyíregyházai	48	13,45%
Fehérgyarmati	56	15,69%
Vásárosnaményi	62	17,37%
Szabolcs-Szatmár-Bereg megye	357	100,00%

*Fentiekből egyértelműen kitűnik, hogy a turizmus terén a reklám-, marketing munkát kell erősíteniük az előttünk álló években. Ehhez készült el a város 2015. évre szóló marketingterve.*

Előterjesztésem melléklete a határozati javaslat valamint a „Turizmus marketing terv 2015.”

*Az előterjesztést az Önkormányzat Szervezeti és Működési Szabályzatáról szóló önkormányzati rendelet (SzMSz) 46. § (2) bekezdésének b) pontja alapján a Pénzügyi Bizottság, a 47. § (2) bekezdésének p) pontja alapján a Városfejlesztési és Üzemeltetési Bizottság míg a 49. § (4) bekezdés d) pontja alapján a Szociális, Egészségügyi és Művelődési Bizottság véleményezi.*

Kérem a Tisztelt Képviselő-testületet, hogy az előterjesztést tárgyalja meg és a mellékletét képező határozati javaslatot fogadja el!

Vásárosnamény, 2015. március 18.

Filep Sándor  
polgármester

„Határozati javaslat”  
Vásárosnamény Város Önkormányzata Képviselő-testületének  
...../.....önkormányzati határozata

**Vásárosnamény Város Önkormányzata 2015. évi turisztikai marketing tervének elfogadására**

A Képviselő-testület:

- 1) **Jóváhagyja** Vásárosnamény Város Önkormányzata 2015. évi turisztikai marketing tervét az előterjesztéshez csatolt tartalommal, 2 oldal terjedelemmel.
- 2) A marketingterv megvalósítása érdekében fokozott figyelemmel követi a pályázati lehetőségeket.
- 3) A marketingtervben meghatározott programok megszervezéséhez, lebonyolításához .....Ft összeget biztosít Vásárosnamény Város Önkormányzata 2015. évi költségvetésének .....előirányzata terhére.

**„B” változat**

Az alábbi kiegészítésekkel fogadja el a marketingtervet:

.....  
.....  
.....

A határozatot kapják:

- 1) Polgármester, Jegyző (helyben),
- 2) Pénzügyi és Gazdálkodási Osztály Vezetője (helyben).
- 3) Vagyongazdálkodási ügyintéző (helyben)
- 4) Irattár

Ellenőrizte:

.....  
Feketéné dr. Lázár Emese aljegyző

Az előterjesztés és a határozati javaslat törvényességi szempontból megfelel.

Vásárosnamény, 2015. március 18.



.....  
Dr. Szilágyi Péter jegyző

## Turizmus marketing terv 2015.

Vásárosnamény komplex szemléletű, tervezett és összehangolt marketing tevékenységgel támogatott akciótervének **fő céljai:**

- Vásárosnamény turisztikai arculatának formálása, szükség esetén újrapozicionálása a turisztikai piacon.
- A vendégfogadási feltételek minőségi javítása.
- A turisztikai beruházások és tevékenységek forrásainak maximális kihasználása.
- A gyógy-, termál- és wellness turizmus fejlesztése.
- Az aktív turizmus fejlesztése (természetjárás, kerékpáros turizmus, víziturizmus, vadászturizmus).
- A város határmenti szerepének jobb kihasználása.
- Meglévő testvérvárosi kapcsolatok erősítése, új kapcsolatok létesítése.
- Belföldi vendégforgalom növelése.
- Beutazó vendégforgalom növelése elsősorban a szomszédos országokból (Románia, Szlovákia, Lengyelország, Ukrajna).

A jelenleg készülő Integrált Városfejlesztési Stratégiában is kiemelt szerepet kap a turizmus, ezen belül a turisztikai attrakciófejlesztés, a kiemelt üdülőkörzet fejlesztése, a termál- és wellness szolgáltatások bővítése.

2015-ben az aktív turizmus (ezen belül elsősorban a kerékpáros és vadászturizmus) valamint a termál- és gyógyturizmus fejlesztése a célunk.

### Fenti célok elérése érdekében végezni kívánt tevékenységek:

A komplex szemléletű marketingen azt értjük, hogy Vásárosnaményt mint a Bereg fővárosát, a Bereggel együtt kívánjuk pozicionálni és értékesíteni, illetve a Szilva Fürdő marketingjét is beépítjük a városmarketing tevékenységünkbe. A Szilva Fürdőben eddig szakember hiány miatt főleg ad hoc történtek ezek a tevékenységek.

Ebben az évben a fő hangsúlyt az **online marketingre** szeretnénk helyezni, hiszen „Aki nincs fenn az interneten, az nem is létezik” „Aki fenn van az interneten, de nem *felhasználó-központú* az nem létezik”. Magyarországon ma a foglalások több mint 70 %-a online történik. Emellett hatalmas előretörés figyelhető meg a közösségi médiában is: a TripAdvisor felmérése szerint az utazók egynegyede használja világszerte a közösségi média csatornáit (közösségi hálózatok, blogok, fórumok) és 70 %-uk használja az utazási kritikákat, amelyek az egyik legmegbízhatóbb tájékoztató forrásnak számítanak.

1. A város turisztikai arculatának, **brandjének** megteremtése, (újra)pozicionálása (üzenet, logó, szlogen).
2. Teljesen megújult felhasználó központú, mobilverzióval ellátott, kereső optimalizált **városi weboldal** építése.
  - Emellett a [www.szatmarbereg.info](http://www.szatmarbereg.info) weboldal piaci bevezetése, állandó kommunikálása, mint a térség turisztikai honlapja.
  - A Tourinform iroda facebook oldalának állandó fejlesztése, frissítése.
3. Csatlakozás a Magyar Turizmus Zrt. Észak-alföldi RMI **online és social media** kampányaihoz:
  - a. Tiszavirágzás 2015 – május hó – célcsoport a fiatalok és a családok
  - b. Bicajra fel! – június-július – célcsoport a fiatalok és a családok
4. **Belföldi kiállítások:** Budapest, Szolnok, Miskolc,: az elmúlt évek tapasztalatai azt mutatják, hogy legalább egy pulttal be kell mutatni az ajánlatainkat, újdonságainkat a legfontosabb belföldi küldő piacainkon.
5. **Külföldi kiállítások:** a környező országokban (Romániában Nagybányán, Szlovákiában Kassán, Lengyelországban Varsóban) az RMI-vel közös pulton állítunk ki.

6. **Kitelepülés:**
- a Kolozsvári Magyar Napokra augusztusban az RMI szervezésében
  - a Nemzeti Vágtára önálló standdal szeptemberben
  - Szeptemberfesztre Budapesten
7. **Work-shop:** részvétel az RMI szervezésében megvalósuló
- lengyel és
  - szlovák touroperátori és média work-shopokon.
- Kapcsolatfelvétel az utazási irodákkal, a szakmai sajtóval, prospektusok, csomagajánlatok bemutatása.
8. Részvétel az RMI által az Észak-alföldi régióba szervezett **tanulmányutak** lebonyolításában: a magyar, román, lengyel, ukrán, szlovák nyomtatott és online média képviselőinek és touroperátorainak. Bemutatjuk vonzerőinket, az új attrakciókat, gasztronómiánkat.
9. **Kiadványok** készítése:
- Vásárosnamény dossziétartó A/4 méretű – 1000 db
  - Vásárosnamény és Szatmár-Bereg programajánló 2015 – A/5 méretben – 500 db
  - Vásárosnamény szálláshelyei A/5 méretű – 500 db
  - Csomagajánlatok szórólapja A/5 méretű – 500 db
- A kiadványokat a fenti kiállításokon, szakmai napokon, tourinform irodában, tourinform pontban, tourinform facebook oldalon terjesztjük
10. **Pályázatok figyelése**, készítése, **pályázat beadása** az „Európa a polgárokért” programban testvérvárosi találkozó megszervezésére.
11. **Városi nagyrendezvények megszervezése:**
- Zoárd-napi Sokadalom: július 11-12. Téma: Vásárosnamény kerékpárosbarát település
  - Advent Vásárosnaményban: Adventtől Vízkeresztig közös ünnepvárás, jótékonykodás.
12. **Kerékpáros pihenőhelyek, kerékpár tárolók** kialakítása a városban.

A fenti akciók **költsége hozzávetőlegesen 7,5 millió Ft**, melynek lehetőség szerint minél nagyobb részét pályázati forrásokból kívánjuk megvalósítani.