



MARKETING STRATÉGIA

TOP_PLUSZ-1.1.3-21-SB1-2022-00020

„Turizmusfejlesztés a Nyírség kiemelt turisztikai településein”

2024

TARTALOM:

1. BEVEZETŐ.....	2
2. STRATÉGIA CÉLJAI.....	3
3. HELYZETELEMZÉS.....	3
3.1. KERESLETELEMZÉS	3
3.2. KÍNÁLATELEMZÉS.....	6
4. VERSENYTÁRS ELEMZÉS.....	7
5. CÉLCSOPORT MEGHATÁROZÁS	9
6. MARKETING MIX.....	10
6.1. TERMÉKSTRATÉGIA.....	10
6.2. ÁRSTRATÉGIA.....	12
6.3. ELOSZTÁSI CSATORNA STRATÉGIA.....	12
6.4. KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA	14
7. ÖSSZEGZÉS.....	17
8. MELLÉKLETEK.....	18

1. BEVEZETŐ

„Turizmusfejlesztés a Nyírség kiemelt turisztikai településein” projekthez kapcsolódóan kidolgozásra került az a marketing stratégia, amely mentén megfogalmazásra kerültek azok a célok és marketing eszközök, amelyek Pócspetri és Máriapócs települések számára lehetőséget biztosítanak a térségi turizmusba történő nagyobb mértékű bekapcsolódásra.

A turizmus Magyarországon kiemelt ágazat, jelentős mértékben hozzájárul a gazdaság élénkítéséhez és a munkahelyteremtéshez. A KSH adatai szerint 2019.évben a turizmus gazdasághoz való közvetlen hozzájárulása a GDP 13 %-át adta és több, mint 400 000 embert foglalkoztatott.

2022. évben gazdasághoz való közvetlen hozzájárulása a GDP 6,8%-a, a közvetett hatásokat is magába foglaló hozzájárulás pedig a GDP 10,7%-a volt. A turisztikai ágazatokban betöltött állások száma közel 428 ezer fő volt, a munkahelyek 10,0%-át a turizmus generálta közvetlenül. Több kiemelt turisztikai térség 2022.évben megdöntötte a 2019-es rekordévben elért eredményeit. Közülük legnagyobb mértékben, 30 százalékkal Tokaj és Nyíregyháza, 8 százalékkal Gyula és térsége, 6 százalékkal Pécs-Villány, 5 százalékkal Budapest környéke, illetve még a Balaton is 1 százalékkal jobban teljesített. (Forrás: MTÜ)

A 2017-ben elfogadott Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS2030) a COVID-19 járványválság miatt megváltozott versenyhelyzet és munkaerőpiaci körülmények következtében, valamint az elmúlt három év tapasztalatai alapján továbbfejlesztésre került. Az így megújult Turizmus 2.0 stratégia ernyőként szolgál minden további alstratégia és turizmusfejlesztési program számára – ezek egyike a vallásturizmus szegmens stratégiája.

Mindenekelőtt érdemes pontosan megfogalmazni, hogyan is definiálják a vallásturizmust. Két nemzetközileg is elfogadott definíció is létezik a vallásturizmusra. A vallási és zarándokturizmus magába foglal minden vallási indíttatású utazást a megszokott környezeten kívülre, ami nem szakmai természetű (pl. papok utazásai munkavégzési célból). Bár az esküvők és a temetések alapvetően a barát- és családlátogatási kategóriába tartoznak, néhány országban, ahol ezen ceremóniák komoly vallási hangsúllyal bírnak illendőbb lehet őket a vallási és zarándokturizmushoz sorolni. Vallási turizmushoz sorolható olyan helyszínek, útvonalak és fesztiválok felkeresése, amelyek vallási jelentőséggel bírnak, illetve olyan utak, amelyek fő célja egy vallási jelentőséggel bíró rendezvényen való részvétel (pl. konferenciák, kiállítások, táborok stb.). Nem tartalmazza ezzel szemben az ősi, letűnt vallási jelentőséggel bíró helyszínek, mint az egyiptomi piramisok és az Inka templomok látogatását - ezek a kulturális turizmus szegmens részét képezik.

Magyarországon az alábbi vallásturizmus definíciót alkalmazzuk, mely a korábbi meghatározásokra támaszkodik, valamint a hazai kiindulópontokat és a környezet sajátosságait is figyelembe veszi. Azok az utazások és látogatások tekintendők a vallásturizmus részének, amelyek az egyházakhoz tartozó, vagy vallási tartalommal rendelkező épített értékek (pl. templomok (ima- és kegyhelyek), kolostorok, zarándokutak stb.), vagy természeti kincsek

(kálvária, kút stb.) felkeresésére irányulnak; és/vagy kiemelkedő egyházi, vagy vallásos személyekkel való találkozás céljából történnek; és/vagy az egyházak, vagy egyházi közösségek által szervezett eseményeken (pl. lelkigyakorlat), vagy vallási töltetű rendezvényeken való részvételt céloz. (Nemzeti Vallásturizmus Intézkedési Terv, 2023.)

A vallásturizmus szerepe globálisan növekszik. Az UNWTO szerint jelenleg világszerte 330 millió turista utazik évente vallásos, vagy valláshoz köthető indokkal, ami 600 millió utazást jelent a legnagyobb vallási központok irányába. A Verified Market Research kutatása szerint a vallási turizmus piacának méretét 2020-ban 1 071 millió dollárra értékelték és az előrejelzések szerint 2028-ra eléri a 1 704,2 millió dollárt, 2021 és 2028 között 6 %-os CAGR növekedéssel - összesített éves növekedési ráta -. (1.sz. melléklet)

2. STRATÉGIA CÉLJAI

A marketingstratégia legfőbb célja Máriapócs és Pócspetri településeken található római katolikus templomok turisztikai vonzerők közé történő bevonásának elősegítése marketing eszközök igénybevételével.

A marketingstratégia fő célja mellett az alábbi alcélokat határozzuk meg:

- elsősorban a hazai turisztikai piacon a két település és a térség ismertségének növelése
- a határmenti régióban nagyobb nemzetközi ismertségre szert tenni
- nagyobb arányú részesedés a turistaérkezésekből
- vendégéjszakák számának növelése
- tartózkodási idő növelése
- turisztikai bevételek növelése
- együttműködések kialakítása, szinergiák elősegítése és kihasználása
- turisztikai termék- és szolgáltatásfejlesztés
- hatékony marketing tevékenység folytatása

3. HELYZETELEMZÉS

A helyzetelemzés elsődlegesen a Projekt-előkészítő tanulmány „Turizmusfejlesztés a Nyírség kiemelt turisztikai településein” című dokumentum megállapításaira épül.

3.1. KERESLETELEMZÉS

A KSH turizmusra vonatkozó adatszolgáltatása 2022. májusában volt utoljára elérhető. Így közvetlenül a településekre vonatkozó adatokat Máriapócs vonatkozásában 2021. évig

lehetséges lekérni a KSH oldaláról, továbbiakban az NTAK rendszerből szűrhetőek le térségi adatok.

Máriapócsot, elsősorban a településen található görögkatolikus kegyhely kapcsán évente 5-600.000 zarándok, illetve látogató keresi fel. A településen realizálódó vendégéjszakák száma ehhez a hatalmas látogatószámhoz képest elenyésző. Ennek oka elsősorban abban keresendő, hogy a településen minimális a kereskedelmi-, ill. magán szálláshelyek száma, így a vendégek más településeken töltik az éjszakát és Máriapócsot csak egy napos látogatásra iktatják be. A vendégéjszakák jelentős részét a zarándokházban eltöltött vendégéjszakák adják. Ha az elmúlt 10 évet vizsgáljuk (2012-2021), akkor megállapítható, hogy Máriapócson 2014-ig növekedett a vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken, köszönhető ez annak, hogy sok újdonságot adtak át ezekben az években. 2014 év adta a legtöbb vendégéjszakát, közel 7000-es számmal. 2014 után csökkenő tendenciát mutat, jelenleg közel 3000 vendégéjszakával számolhatunk. Ugyanez figyelhető meg a magán szálláshelyek tekintetében azzal a különbséggel, hogy itt a 2013-as év adta a legnagyobb vendégéjszakaszámot 2216 fővel, jelenleg közel 600 vendégéjszakával számolhatunk. Mind a kereskedelmi, mind a magán szálláshelyeken elenyésző (kb. 7%) a külföldi vendégek száma. Forrás: KSH

időszak	Vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (fő)	Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (db)	Vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka)
2008. év	2318	4274	1,8
2009. év	2322	4221	1,8
2010. év	2972	5080	1,7
2011. év	3300	5409	1,6
2012. év	4241	6289	1,5
2013. év	3225	5481	1,7
2014. év	3655	6954	1,9
2015. év	2873	4482	1,6
2016. év	2069	3736	1,8
2017. év	3960	5224	1,3
2018. év	2166	3481	1,6
2019. év	2414	2519	1
2020. év	918	1884	2,1
2021. év	1357	2980	2,2
2022-év	2463	4715	1,9

Forrás: Projekt-előkészítő tanulmány „Turizmusfejlesztés a Nyírség kiemelt turisztikai településein”, MTÜ

A térségben még mindig jelentős a szezonális, bár a különböző fejlesztésekkel és rendezvényekkel megpróbálják kitolni a szezont. A térségben területileg Nyíregyháza, Nyírbátor, Máriapócs és Levelek vonzza leginkább a turistákat.

Nyíregyházán, a szálláshelyeken 450,- Ft/fő/éj, Nyírbátorban 250 Ft/fő/éj, Máriapócson 200 Ft/fő/éj idegenforgalmi adót kell fizetni. Bevételek tekintetében a Központi Statisztikai Hivatal által rendelkezésre bocsátott adatok tekintetében egyértelműen megállapítható, hogy Nyíregyháza áll az élen, köszönhetően attrakcióinak és több kategóriában elérhető, nagyszámú szálláshelyeinek.

A kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó szállásdíj árbevétele 2021 évben: 1 975 339 000 Ft, a vendéglátásból származó árbevétel pedig: 1 021 978 000 Ft volt. Nyírbátor esetében 2021. évben 120 678 000 Ft; a vendéglátásból származó bevétel 23 145 000 Ft. Máriapócs esetében a szálláshelyből származó bevétel: 13 989 000 Ft és nincs kimutatható árbevétel a vendéglátásról, mivel adat nem áll rendelkezésre jelenleg. Ezen adatokból levonható a következtetés, hogy Máriapócsra kevés szálláshely található, így az egynapos látogatók dominálnak, és nem töltnek el számottevő vendégéjszakát az idelátogatók. A Máriapócsra illetve Pócspertribe látogatók jelenleg a vallásturizmus miatt érkeznek, így mindenképpen ki kell bővíteni olyan plusz szolgáltatások bevezetésével a kínálatot, amelyek több érdeklődőt vonhatnak, illetve a már ideérkezőknek nyújtanak lehetőséget a hosszabb idő eltöltésére.

A Nyíregyházi Turisztikai Nonprofit Kft. közel 70 taggal rendelkezik, akik nemcsak Nyíregyházát, hanem többek között Nyírbátort, Máriapócsot, Kállósemjént és több nyírségi települést is képviselnek. Az együttműködés ezen szervezet keretében, ill. a térségben működő egyéb szervezetek, mint például Középkori Templomok Útja Egyesülettel történő közös munka keretében valósul meg.

A desztinációba (Nyírség) érkezők elsősorban fiziológiai (pihenés, családi üdülés, kirándulás) és kulturális célból (vallási, művészeti, élményturizmus) utaznak, de jelentős a társadalmi motiváció is, azaz amikor rokoni, baráti látogatással kötik össze az utazást, vagy valamilyen klubbal, egyesülettel utaznak. Az üzleti célú utazás leginkább Nyíregyházára és Nyírbátorra jellemző. A kereslet nagyobb része a nyári hónapokra koncentrálódik, de jelentősek a hosszú hétvégi pihenések is. A klub (szervezeti, nyugdíjas stb.), illetve egyesületi utazások inkább a tavaszi és őszi hónapokra tehetőek. 18 A desztinációba érkezők 80%-a felkeresi a Nyíregyházi Állatparkot, illetve a desztinációban található fürdők valamelyikét. A kulturális célból érkezők látogatják meg a legtöbb látványosságot a desztinációban. Sokszor számukra a fürdő nem releváns, viszont megtekintik a Sóstói Múzeumfalut, a nyírbátori templomokat, a máriapócsi kegytemplomot és a területen található kastélyokat, kúriákat, múzeumokat. Ugyancsak ez jellemző a szervezett csoportokkal utazókra is. A szervezett csoportok az utazás tervezéséhez gyakran kérik a TDM és Tourinform irodák segítségét, míg ez az egyéni utazókra kevésbé jellemző. Külföldi turisták elsősorban az állatpark és a fürdők miatt érkeznek, de természetesen itt is találunk olyan csoportokat, ill. egyéni utazókat is, akik a vallási (lengyel és nyugat-európai országokból érkezők) és kulturális helyszíneket is felkeresik.

Az utazási trendeket jelenleg a következők jellemzik: Az utazók egyik legfontosabb motivációja az élményszerzés. A hosszabb távú utak helyett a rövidebb vakációk és hétvégi kirándulások válnak megszokottá. Olyan helyeket keresnek lakóhelyük környezetében, melyek rövid időtartam alatt elérhetőek, és ahol kipihenhetik a hétköznapiakat. A fenntarthatóság is egyre inkább elvárás az utazók körében, mely nemcsak az ökológiai lábnyomra vonatkozik, hanem a kulturális és természeti örökség támogatására és a helyi közösségek társadalmi és gazdasági előnyeinek figyelembevételére. Az elkövetkező évek trendjeit nagymértékben meghatározzák a jelenlegi kedvezőtlen folyamatok: oroszukrán háború, energiaválság, infláció.

Ennek tükrében elmondható, hogy a belföldi lakosok nagy része kevesebbet költhet utazásra, így felértékelődnek a közeli, ár-érték szempontjából kedvező helyek, ahol kikapcsolódhat és élményeket is szerezhet a vendég. Külföldről érkezők részére a gyenge forint kedvező hatásokat eredményezhet.

3.2. KÍNÁLATELEMZÉS

Máriapócs és Pócspetri Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye nyírségi desztinációjában találhatóak. A vármegye turizmus- forgalmában kiemelhető Máriapócs, mely európai tekintetben is jelentős zarándokközpont, a Mária-út egyik kiemelt állomása. Évente 5-600 ezer látogató keresi fel a görögkatolikus kegytemplomot, így a település a vármegye turizmusában az egyik legjelentősebb turisztikai centrumnak tekinthető. A település kulturális és turisztikai vonzerői közül kiemelhető a Görögkatolikus Kegyeplom, a Bazilita Gyűjtemény és a Római katolikus templom. Nagy jelentőséggel bír a Rabócsi Ring, mely Közép-Európa egyetlen olyan sportkomplexuma, ahol négy szakág – autó, motor, gokart, drift – működik egymás mellett párhuzamosan. További lehetőségeket jelentenek a város határában kialakított horgásztavak, bár ezek környezete még fejlesztésre vár. A Máriapócsból mindössze néhány kilométerrel fekvő Pócspetri jelenleg nem rendelkezik olyan vonzerővel, mely önmagában meghatározó jelentőséggel bírna. A település római katolikus temploma 1468-ban épült, melyet a későbbi években többször bővítettek. Az 1948. június 3-ai tragikus esemény kapcsán a település történelmi emlékhely. A koncepciók perke színhelye a jelenlegi Polgármesteri Hivatal, az egykori Irinyi kúria volt. A történelmi emlékhelyek az emlékezet olyan fontos helyszínei, amelyek nemzeti, felekezeti, regionális vagy kisebbségi szempontból kiemelkedőnek minősülnek. Bár gyakran fontos építészeti alkotások, nem elsősorban műemléki szempontok alapján számítanak jelentősnek, hanem kiemelkedő történelmi szerepük miatt. Lehetőséget nyújtanak arra, hogy a hozzájuk ellátogatók számára megtapasztalhatóvá tegyék a magyar történelem sorsfordító eseményeit, tragédiáit, de dicső pillanatait is. Jelenleg ötvenkét történelmi emlékhely található az országban, amelyek jelentőségét a Nemzeti Emlékhely és Kegyeleti Bizottság javaslata alapján kormányrendelet ismerte el. Ezek egységes megjelöléséről a Nemzeti Örökség Intézete gondoskodott. A felállított sztélék nem csupán egységesen és könnyen felismerhetővé tették az emlékhelyeket, de tömören azok jelentőségéről is tájékoztatják az érdeklődőket.

A települések Budapestről szinte teljesen végig megközelíthetőek az M3 autópályán, kb. 2,5 óra időtartam alatt elérhetőek. Tömegközlekedéssel Nyíregyházáról közvetlen autóbuszjáratokkal egy óra alatt lehet elérni a településekre.

Máriapócsban a szálláshelyek az alacsonyabb komfortfokozatú zarándokszálláshelyek jelentik, illetve magánszálláshelyek találhatóak még a településen. Pócspetriben kereskedelmi, illetve magánszálláshely sem található. A közeli Nyírbátor rendelkezik magasabb minőségű szállodákkal és panziókkal, illetve kemping is található a településen. A Zarándokház konyhája az ott megszállt vendégek számára biztosítja az étkezési lehetőséget. Néhány szerényebb vendéglátóhely – büfé, pizzéria - fellelhető Máriapócsban, de nagyobb csoportok fogadására

alkalmas, ill. színvonalas étkezést biztosító étterem csak a közeli Nyírbátorban található. A Nemzeti Kegyhelyen kegytárgybolt került kialakításra. Parkolók rendelkezésre állnak, de a nagyobb zárandoklatok alatt ezek kevésnek bizonyulnak.

Pócspetri Község állandó népessége 2019-es statisztikai adatok alapján 1 630 fő, míg Máriapócs 2015-ös adatok alapján 2153 fős lakossággal rendelkezik. Pócspetri biztosítja lakosságnak a közszolgáltatásokat, az egészségügyi és szociális ellátásokat, így e funkciók fenntartása és fejlesztése elengedhetetlen. A vállalkozások jelenlétének tekintetében a térség gazdasági potenciálját, alapvetően a két kistérségi központ Nyíregyháza és Nyírbátor határozza meg. E két településen működik az a néhány nagy és középvállalkozás, mely meghatározó szerepet tölt be a térség jövedelem termelésében és a foglalkoztatásában. Érvényes, hogy a megélhetés legfőbb forrása a vármegyében a mezőgazdaság, melyre az elaprózódott birtokszerkezet jellemző, így jövedelem termelő képessége is minimális. A helyi vállalkozások főleg a mezőgazdaság ágazataira épülnek; sokan őstermelők, fiatal gazdák, vagy vállalkozásképpen gazdabolt tulajdonosok. Illetve megtalálható a Községben állatgyógyászat, Tüzép, varroda, pénzügyintézet, és különböző kereskedelmi formák. A közszolgáltatásokhoz való hozzáférés Máriapócsra biztosított. Az óvodáskorúakat tekintve a városi önkormányzat minden igényt ki tud elégíteni. Óvoda, a Báthory István Középiskola és Szakiskola, valamint a magyar-angol két tannyelvű általános és művészeti iskolában, ahol felnőttképzés is folyik. Gyermekjóléti szolgáltatás, iskolaotthonos oktatás és iskolai napközi van, bölcsőde, családi napközi, házi gyermekfelügyelet nincs. Máriapócsot jellemzi a vállalkozói kedv. A település adottságából eredően a rendszerváltás után változott a vállalkozási tevékenységet folytatók száma. Összesen 90 vállalkozás található a településen: 37 db kereskedelmi, 13 db mezőgazdasági, 7 db ipari, 10 db egészségügyi szociális, 8 db távközlési, 7db ipari vállalkozás, 15 db egyéb vállalkozás.

Máriapócsra 200 Ft/fő/éj idegenforgalmi adót kell fizetni. Máriapócs esetében a szálláshelyből származó bevétel: 13 989 000 Ft és nincs kimutatható árbevétel a vendéglátásról, mivel adat nem áll rendelkezésre jelenleg. Ezen adatokból levonható az a következtetés, hogy Máriapócsra kevés szálláshely található, így az egynapos látogatók dominálnak, és nem töltenek el számottevő vendégéjszakát az idelátogatók.

4. VERSENYTÁRS ELEMZÉS

Akik zárandoklat céljából érkeznek Máriapócsra, azok esetében nem beszélhetünk elsődleges versenytársról, hiszen 100 kilométeren belül nincs más búcsújáráshely.

A települések versenytársai azok a közeli, vallási-kulturális vonzerővel rendelkező települések, amelyeket a kulturális célú utazók választhatnak a fejleszteni kívánt települések helyett.

Elsődleges versenytársak:

- Nyírbátor

Nyírbátornak két gótikus temploma van, a települést szintén sokan keresik fel a kulturális értékei miatt. Különbőség viszont a két település nagyságában, érintetlenségében rejlik. A kultúra rajongói valószínűleg felkeresik mindhárom települést, de akik a nyüzsgőbb városi létet kedvelik, azok választják Nyírbátort, akik pedig szeretnék kicsit elvonulni a tömeg elől, azok választják Máriapócsot.

- Felső-Tisza-vidék települései

A Felső Tisza-vidék számos középkori templommal rendelkezik. Ezen kívül jelentős a nem középkori eredetű református templomok száma is, egyediségük és szépségük miatt turisztikai vonzerőt jelentenek. Egyre nagyobb méreteket ölt a felújítás, restaurálás, látogatóbarát fejlesztések, hálózatba szerveződések.

- Tákos - a Felső-Tisza vidékének egyik legszebb és legismertebb temploma, magyarországi népi építészet gyöngyszeme, a „mezítlás Notre Dame”
- Csaroda- templom különleges értékei közé tartoznak a helyreállítás során megtalált freskók, a mosolygó szentek
- Vámosatya- Vámosatya Szent György tiszteletére szentelt, keletelt szentélyű, közvetlenül a főút mellett álló temploma a 13-14. század fordulóján épülhetett, így már 700 éve áll sziklaszilárdan a beregi faluban.
- Három Európa Nostra-díjas templomok: Gyügye, Szamosújlak és Sonkád református templomok.

Másodlagos versenytársak

Másodlagos versenytársaknak a távolabbi hazai zarándokhelyeket nevezhetjük:

- Mátraverebély-Szentkút. A ferences szerzetesek által működtetett nemzeti kegyhely a római katolikus hívők leglátogatottabb magyarországi búcsújáróhelye.
- Fallóskút. A Mátra erdősegeiben sok szép kápolna és kegyhely található, de Fallóskút különleges atmoszférával bír. Ez Magyarország legfiatalabb szent helye
- Máriagyűd Az egész Kárpát-medence legrégebbi kegyhelye Siklós város településrészén, Máriagyűdön található.
- Máriabesnyő, Nagyboldogasszony bazilika A templom a község régi temploma helyén épült, és éppen a romok eltakarítása közben csodálatos körülmények között akadtak rá arra a Mária-szobrocskára, mely Besnyőt kegyhellyé avatta.

- Bodajk, a Segítő Szűz Mária-templom a Fejér vármegyei Bodajkon a Szent István téren található római katolikus templom és zarándokhely. A templom 2023-ban, Ferenc pápától Basilica Minor rangot kapott.
- Hercegszántó, a Vodica Mária kegyhelyre. A világ egyik legnagyobb, méretét tekintve 10 méter 53 centiméter magas Szűz Mária szobrát láthatjuk a Hercegszántó központjától két és fél km-re lévő Vodica-Máriakert kegyhely szomszédságában.
- Jásd, Szentkút hazánk legrégebb ma is virágzó szent helye.

5. CÉLCSOPORT MEGHATÁROZÁSA

A fejlesztés elsődleges célcsoportját a belföldi turisták alkotják.

A marketingstratégiában két lényegesen különböző célcsoportot határolunk le:

- vallásos motivációval rendelkező keresztény látogatók, kirándulók, turisták
- világi látogatók, kirándulók, turisták

Vallásos motivációval rendelkező keresztény látogatók, kirándulók, turisták

- zarándokok
- egyházi közösségek tagjai
- egyházi oktatási intézmények tanulói, oktatói

Világi látogatók, kirándulók, turisták

Motiváció alapján beazonosítható célcsoport:

- kulturális és örökségturizmus értékei iránt érdeklődők
- vallási értékincsek iránt érdeklődők
- már a térségben tartózkodó, más motivációval érkező turisták pl. kerékpáros turisták, wellness és gyógyturizmus résztvevői

Korcsoport alapján beazonosítható célcsoport:

- középkorúak
- nyugdíjasok
- iskoláskorú gyerekek
- családok tekintetében inkább a nagyobb gyermekkel rendelkező családok, akik már kulturális értékeket is keresnek.

Földrajzi és területi szempontból az alábbi vármegyék lakossága jöhet számításba:

- Szabolcs-Szatmár-Bereg
- Hajdú-Bihar

- Borsod-Abaúj-Zemplén
- Jász- Nagykun-Szolnok
- Pest megye, ezen belül is Budapest

6. MARKETING MIX

6.1. TERMÉKSTRATÉGIA

Máriapócs és Pócspetri, egymástól pár kilométeres távolságban található. Máriapócs a Kárpát-medence egyik legjelentősebb zarándokhelye, a katolicizmus egyik centruma. A település vallási-kulturális vonzerőit beazonosítva az alábbi helyszínek nevesíthetők turisztikai attrakció helyszíneként és önálló turisztikai termékként:

Máriapócs

- Görögkatolikus Kegytemplom
Az 1731-56 között épült, Szent Mihály tiszteletére felszentelt Kegytemplomnak XII. Piusz pápa 1948-ban basilica minor címet adományozott.
- Bazilika Gyűjtemény
A Bazilika Gyűjteményt Dudás Miklós görögkatolikus püspök szülőházában alakították ki, ahol az egykori püspök személyes tárgyai, 18-19. századi ereklyekendők, fotótár kapott helyet
- Fatemplom
A fatemplom annak a ruszin stílusú fatemplomnak az utódja, melyben 1696-ban és 1715-ben a Mária-ikon könnyezett. és a római katolikus templom.
- Rabócsi Ring
Magyarország egyik legmodernebb autósport pályája szintén jelentős vonzerőnek számít a település életében
- Csodák tornya, mely azon a helyen áll, ahol II. János Pál pápa Szent Liturgiát mutatott be 1991-ben. A kilátó az ég és a föld közötti kapcsolatot jelképezi.
- Pápa tér
Az 1991-es máriapócsi Pápalátogatás helyszíne.
- Máriapócsi Lelkigyakorlatos- és Zarándokház
 - 46 db szállodai szoba
 - étterem
 - rendezvényterem
 - kegytárgybolt
- Noé bárkája játszótér
- Boldogságok útja 9 km tanösvény

Pócspetri

- Pócspetri településen található az 1468-ban épült, majd többször bővített római katolikus templom.
- A Polgármesteri Hivatalt Történelmi emlékhellyé nyilvánították az 1948-as tragikus esemény kapcsán. (koncepció per)

A fent nevesített egyes helyszínek, attrakciók, szálláshelyek és vendéglátóegységek csomagokba rendezésével kiejánlható turisztikai termékeket szükséges létrehozni. A termékfejlesztés vonatkozhat a két településre együttesen, valamint szélesebb együttműködéssel - TDM, Középkori Templomok Útja tematikus út - az alábbi eredményei lehetnek. Pócspetri önmagában nehezen piacra vihető, csak kapcsolt formában javasolt a termékfejlesztés.

- Máriapócs és Pócspetri turisztikai csomagok
 - Mária út
 - zarándoklatok
 - zarándoktáborok
 - iskolai kirándulások, osztálykirándulások
 - gyerekeknek nyári táborok
 - hétvégi csomagajánlatok
 - családi hétvégék, nyári üdülések
 - kerékpártúrák
 - gyalogtúrák
- Máriapócs és Pócspetri a TDM térségi együttműködéssel
 - kulturális körutazás
 - vallási emlékhelyek, értékkincsek tematikus túrák
- Máriapócs és Pócspetri a Középkori Templomok Útja tematikus úttal
 - örökségtúrák (az egyesület által szervezett útvonalakba beilleszteni a helyszíneket)

Fő cél a termékfejlesztésnél az lehet, hogy Máriapócs az egyik állomása a Közép- és Kelet-Európában egyedülálló méretű zarándokútnak, a Mária útnak, ezért zarándoklat helyszíne ne csak a Szent Mihály Görögkatolikus Kegyetemplom legyen, hanem kössék össze a zarándoklatot a két település római katolikus templomával és a Pócspetri fejlesztéssel.

6.2. ÁRSTRATÉGIA

Az árpolitika nagyban befolyásolhatja a keresletet. A vallási turizmus résztvevői általában nem a magas jövedelmű utazók csoportjába tartoznak, ezért a szolgáltatások árazásánál figyelemmel kell lenni arra, hogy széles körben elérhetőek legyenek a szolgáltatások. A vallási motivációval érkezők számára kedvezményeket lehet adni. Az árazásnál szempont lehet az egyéni és csoportos létszám, az életkor, az elő, utó és főszезon. 10 fő fölött érdemes már csoport kedvezményeket adni, nyugdíjasnak, gyerekeknek külön tarifát lehet meghatározni, ugyanígy az évszakoknak, kiemelt időszakokhoz különböző árakat rendelni. Szorgalmazni lehet a SZÉP kártya felhasználását.

6.3. ÉRTÉKESÍTÉSI CSATORNA STRATÉGIÁJA

Az értékesítési csatorna azt mutatja meg, hogy hogyan juttatja el a szolgáltató a terméket a felhasználóhoz, jelen esetben a látogatóhoz, turistához. Az alábbi, jól definiálható szervezeteken keresztül lehet megszólítani a célcsoportokat:

- **oktatási intézmények**

Az oktatási intézmények segítségével elsődlegesen az osztálykirándulók, táborozók érhetőek el. Itt a marketing anyagokon túl kiemelt szerepet kaphatnak az olyan testre szabott ajánlatok, amelyek minimális szervezést igényelnek az oktatók részéről, és esetlegesen egyéb programokat is kombinálnak egy csomagba. Ez a gyakorlatban úgy valósulhat meg, hogy az egyes szakrális helyszínek az általuk létrehozott programcsomagokkal megkeresik a közelben/térségben lévő oktatási intézményeket.

- **TDM iroda**

A TDM iroda, mint térségi desztinációs menedzsmint iroda sokféle platformot kínál, élni kell a lehetőségekkel:

- honlapon való jelenlét
- közös marketing kampányok
- tanulmányutak
- kiadványokban való szereplés
- kiállításokon való részvétel

- **Középkori Templomok Útja tematikus út**

A Középkori Templomok Útja Egyesület nagy gyakorlattal rendelkezik a termékfejlesztés és piacrajutás vonatkozásában, több turisztikai termék bevezetésén vannak túl és kiválóan

menedzselik az általuk nyújtott szolgáltatásokat, turisztikai termékeket. Érdemes keresni velük az együttműködést.

- honlapon való jelenlét
- közös marketing megjelenések
- meghirdetett túrák

- **Utazási irodák**

A külföldi, vallásos motivációjú látogatók jelentős része utazási irodák segítségével érkezik Magyarországra. Az ő elérésük egyik kulcseleme a vonzó vallásturisztikai programcsomagok kialakítása, ám ahhoz, hogy ezek eljussanak a kívánt célcsoportokhoz, indokolt egyrészt a belföldi, vallásturizmussal (is) foglalkozó utazási irodák aktív bevonása a megfelelő csomagok kiajánlásába, másrészt a külföldi, vallásturizmusra szakosodott utazási irodákkal való kapcsolatfelvétel és együttműködés kialakítása. A világi motivációjú szegmensek többsége esetén is kiemelt szerepet kapnak a külföldi utazási irodák, minél több irodával érdemes felvenni a kapcsolatot annak érdekében, hogy beépüljenek a kínálatukba az itteni vallásturisztikai termékek. Figyelembe véve, hogy a világi motivációjú turisták elsődlegesen nem a szakrális helyszínek megtekintése céljából érkeznek Magyarországra, a népszerűsítés során kiemelt szerepet kaphat a már itt lévő külföldi látogatók elérése. Ennek két fő csatornája a belföldi utazási irodák által szervezett programcsomagok, illetve a hazai kiemelt attrakciók lehetnek

- **Szakmai szervezetek**

- Idegenvezetők Szövetsége
- Magyar Utazási Irodák Szövetsége
- Tourinform irodák
- Magyar Turisztikai Ügynökség

- **Klubbok**

- nyugdíjas szervezetek
- hobbi klubbok

- **Egyéb szövetségek**

- természetjárók, szövetségek szervezetei
- természetjáró, kerékpáros rendezvényeknek helyszín biztosítása

Jelentős szerepet töltenek be a természetjárók, kerékpáros felfedezők csoportjai, több hazai helyszín is ezen célcsoportokban látja elsődleges látogatói bázisát. Ennek megfelelően az általuk látogatott rendezvények jó lehetőséget biztosíthatnak a marketing tevékenységhez, helyszínek, programok népszerűsítéséhez.

- **A térségben lévő turisták tartózkodási helye**

Szálláshelyek, fürdők és egyéb turisztikai attrakciók helyszínei: ide érdemes kihelyezni különböző marketing eszközöket (szórólapok, filmek, stb.) Sokkal nagyobb ennek a jelentősége, mint sokan gondolják.

6.3. KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA

A kommunikációt is ketté szükséges választani a célcsoportoknak megfelelően. Az egyházi és világi kommunikáció más üzeneteket és más eszközöket, kommunikációs csatornákat igényelnek.

Az egyes célcsoportokhoz az utazási és turisztikai motiváció alapján szükséges hozzárendelni leginkább releváns kommunikációs csatornákat.

Vallásos motivációval rendelkező keresztény látogatók, kirándulók, turisták számára egyházi kommunikáció:

- **Egyházi infrastruktúra**

Az egyházi infrastruktúra lehetőséget biztosít az egyes szakrális helyszínek számára a kapcsolódó térségi, felekezeti programok, látogatások népszerűsítésére – erre példa lehet a környező település templomában megrendezésre kerülő program szórólapjának kihelyezése, de akár QR kód elhelyezése is, amely az adott értékkinccs, rendezvény honlapjára navigál. Ezzel összhangban az egyes gyülekezetek által ajánlott programok, rendezvények között is indokolt a térségi egyéb helyszínek rövid bemutatása, ajánlása.

- **Egyházi kapcsolatok**

A belföldi egyházi, felekezeti együttműködések elsődleges szerepe a térségek közötti vallásturizmus fellendítését segítheti pl. gyülekezeti közösségek által szervezett utak formájában. A külföldi, elsődlegesen határon túli népszerűsítés egyik leghatékonyabb módja a vallásos motivációjúak körében, a profilban hasonló külföldi szakrális helyszínekkel történő együttműködések kialakítása. A közös ajánlások, értékkinccsoknél elhelyezett népszerűsítő anyagok egyaránt jól célzott csatornaként szolgálhatnak az adott célszegmens elérésére. Az egyházi, felekezeti együttműködések elsődleges szerepe a szomszédos országok vallásos

csoporthainak elérésében rejlik – ugyanakkor kiemelkedő potenciállal bír, figyelembe véve az egyes felekezeten belül már meglévő együttműködések és az adott egyházak által elérhető csoportok számát. A sikeres együttműködések feltétele olyan komplex értékajánlással bíró programcsomag kiajánlása a külföldi partnereiknek, amelyek vonzóak lehetnek számukra.

- **Népszerű egyházi személyek**

Több egyházi személy is meghatározó szerepet tölt be a közösségi médiában, akár több tízezer fős követői bázist tudhat magáénak. Ők, mint véleményvezérek is kapcsolatot jelenthetnek a vallásturisztikai helyszíneket látogató közönség felé, amennyiben együttműködés keretében ajánlják az egyes helyszíneket, programokat.

- **Vallási média csatornák**

A hazánkban működő vallásos média csatornák, tévé- és rádióadók kifejezetten a hazai vallásos közösséghez szólnak, így az itt elhelyezett, mind vallásturisztikai programokat, mind helyszíneket népszerűsítő reklámok, műsorok közvetlen hatással lehetnek a látogatószám növekedésére. Közzolgálati médiumok vallási műsorai is ajánlottak. Érdekes lehet a nemzetközi szinten is a média (pl. újságok, televízióadók) használata. Azon célcsoportok esetében, ahol ezen csatornák pontosan meghatározhatóak (pl. határon túli magyarok), fontos a célzott, vallásturisztikai promóciók elhelyezése

Világi látogatók, kirándulók, turisták marketing és kommunikációs csatornái

- **Attrakciók honlapjai**

A világi utazási motivációjú szegmensek érdeklődése szerteágazó, nincs olyan kommunikációs csatorna, amely minden kiemelt szegmenst kellően meg tudna szólítani. Ennek megfelelően több, célcsoportra szabott csatorna meghatározása indokolt. A vallásos célcsoportokhoz hasonlóan itt is javasoljuk pilóta kampányok megvalósítását, a legnagyobb szegmensek előtérbe helyezésével. A kiemelkedő hazai értékkincsek honlapjai, közösségi oldalai nagy arányban érnek el nem vallásos motivációjú embereket is belföldön. Amennyiben a i vallásturizmus népszerűsítése közös célként fogalmazódik meg a teljes szektor számára, a térségi programok, helyszínek ajánlása a zászlóshajók által kiemelkedő hatással bírhat.

- **Kiadványok**

Kiajánlók, programajánlók, image és információs tájékoztatók, prospektusok, szórólapok még mindig hasznosak és nagyon jó információ felületek. Ezeket a kiadványokat el lehet helyezni a helyszíneken, információs irodákban, szálláshelyeken, kitelepüléseken, rendezvényeken.

- **Social média**

Nem lehet kikerülni az online teret, ezért a Facebook profil létrehozása elengedhetetlen. Amennyiben már van, úgy folyamatos jelenléttel fenn kell tartani a figyelmet. heti többszöri poszt megjelenéssel, eladás ösztönzés céllal akár fizetett hirdetések formájában is aktívnak szükséges lenni. Az Instagram megjelenés is indokolt, a fiatalabb korosztály inkább az Instagrammat használja.

- **Kiállítások, kitelepülések**

Céltudott utazás kiállításokra, kitelepülésekre indokolt elmenni, ugyanis a személyes jelenlétnek még m indig nagy jelentősége van, Ezek az események közönségrendezvények, ezért a személyes eladás, utazásra ösztönzés jellemző ezen a platformon

- **Tanulmányutak, study tourok**

Érdemes meghívni a média, szakmai szervezetek képviselőit azzal a céllal, hogy személyre szabottan bemutassuk nekik a helyszíneket, vallási értékkincseket, a turisztikai attrakciókat. Hozadéka magas lehet, ha megfelelően történik a kiválasztás.

- **Filmek**

A helyszínekről és értékkincsekről rövidebb-hosszabb filmet érdemes készíteni. Ezeket a filmeket lehet vetíteni a szálláshelyeken, információs irodákban, de rendezvényeken és egyházi műsorokban a különböző televíziókban is lejátszhatók.

- **Céges rendezvények**

A céges elvonulások szerepe napjainkban folyamatosan növekszik, több interjúalanyunk is arról számolt be, hogy további infrastrukturális fejlesztéseket hajtanak végre a céges elvonulások megfelelő lebonyolítása céljából. Javasoljuk a legnagyobb hazai cégek megkeresését kifejezetten topmenedzserek elvonulását célzó ajánlatokkal. vállalatokhoz a koncepció tesztelése céljából

- **Online szállásfoglaló rendszerekhez kapcsolódás**

Az online ajánlások elsődlegesen az egyéni, illetve fiatalabb utazókat célozhatják, akik nem vesznek igénybe utazási irodákat az utazásszervezéshez. Az online csatornák számtalan megjelenési lehetőséget biztosítanak, pl. a nemzetközi foglalási oldalakon. Lehetőség van programok ajánlására is a szálláshelyeken kívül.

7. Összegzés

Az elkészült marketingstratégia lehetőséget biztosít egy átgondolt és tudatos marketing tevékenységre. Annak érdekében, hogy a két település minél nagyobb mértékben bekapcsolódjon a térség turisztikai kínálatába, szükséges megfontolni azokat a javasolt marketing eszközöket és kommunikációs csatornákat, amelyeken keresztül el lehet érni a nevesített célcsoportokat, a majdani látogatókat, utazókat. Akkor tud eredményeket elérni a két település, ha megfelelő anyagi forrást és emberi erőforrást is biztosítanak a marketing aktivitásokhoz. További javaslat, hogy a versenytársakkal nem versenyezni, hanem együttműködni szükséges.

8. MELLÉKLETEK

1.sz. melléklet

Verified Market Research kutatás összefoglaló

A Verified Market Research kutatása szerint a vallási turizmus piacának méretét 2020-ban 1 071 millió dollárra értékelték és az előrejelzések szerint 2028-ra eléri a 1 704,2 millió dollárt, 2021 és 2028 között 6 %-os CAGR növekedéssel. (összesített éves növekedési ráta)



A globális vallásturisztikai piac szegmentációs elemzése 4 szempont szerint történt, ezek a következők:

Vallási irányzatok /terméktípus szerint

- Katolicizmus
- Iszlám
- Buddhista
- Konfucianizmus
- Hindu
- Egyéb

Ezt a hat kategóriát határoztak meg, ebből a katolikus vallásnak van a legnagyobb részesedése.

Földrajzi szempont szerint

- Észak-Amerika
- Európa
- Ázsia és a Csendes óceáni térség
- A világ többi része

Ezek közül az Ázsia és a Csendes óceáni térség rendelkezik a legnagyobb piaci részesedéssel, a különböző vallások és az országok sokszínűsége miatt. A promóciós kampányok, a kormányzati beavatkozások segítik ennek a régióknak a növekedését.

Résztevők, célcsoport szerint

20 év alatt, 20-30 év közöttiek, 30-40 év közöttiek, 40-50 év közöttiek és 50 év felettek
A 30 -40 éves szegmens rendelkezik a legnagyobb részesedéssel a piacon.

Kulcsszereplők szerint

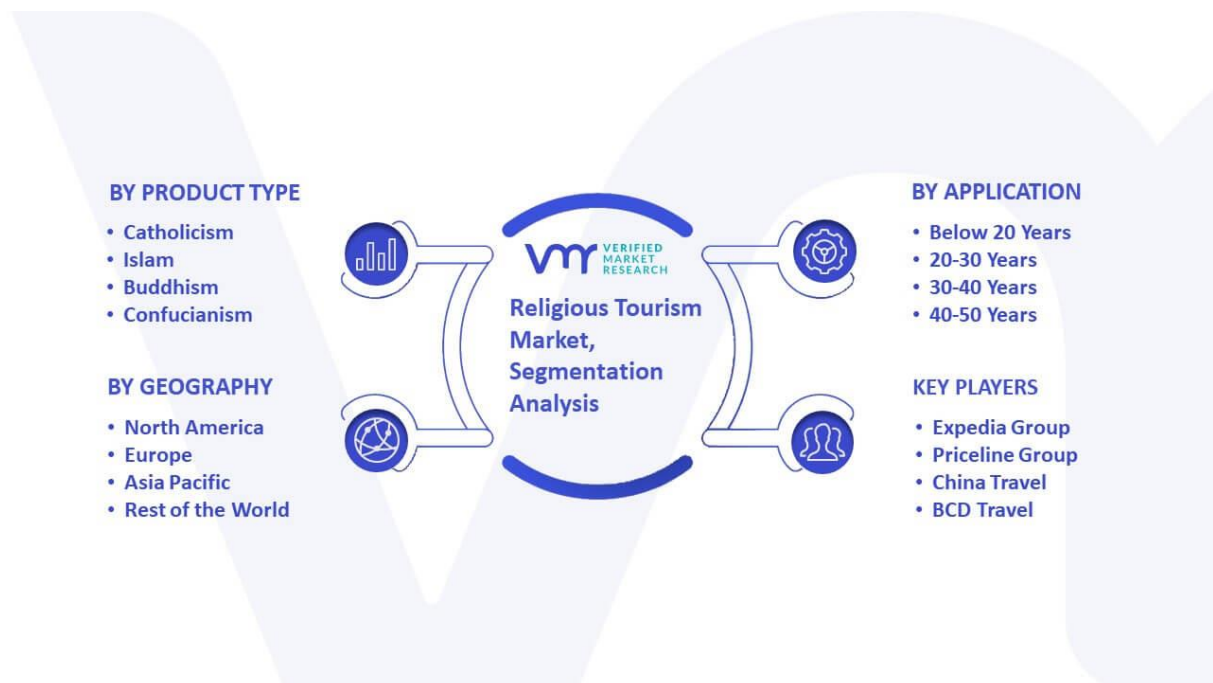
Nevesítettek néhány olyan vállalatot, amelyeknek jelentős szerepe van az utaztatásban, ezek közül néhány:

China Travel

Expedia Group

Carlson Wagonlit Travel

American Express Global Business Travel



Forrás : www.verifiedmarketresearch.com/product/religious-tourism-market/

2.sz. melléklet

Máriapócs és Pócspetri vallásturisztikai attrakciói

Görögkatolikus Kegytemplom



Bazilika Gyűjtemény



Fatemplom



Rabócsi Ring



Csodák tornya



Pápa tér



Máriapócsi Lelki Gyakorlatos- és Zarándokház



Noé bárkája játszótér



Boldogságok útja 9 km tanösvény



Horgásztó



Irinyi Kúria- ma Polgármesteri Hivatal



Szent Kereszt felmagasztalása templom

