

# Szövetségben a turizmusért

dr. Princzinger Péter

Tisza-tó konferencia

Szolnok, 2019. március 28.



# A kontextus

MIT?

A TURIZMUS LEGYEN A  
GAZDASÁG (EGYIK)  
HAJTÓEREJE

- GDP 16%
- 90 ezer új munkahely

HOGYAN?

A TURIZMUSBAN REJLŐ  
POTENCIÁL KIAKNÁZÁSA  
INNOVÁCIÓS TARTALÉKOK  
MOZGÓSÍTÁSA

PARADIGMAVÁLTÁS: NEM  
MÁS, MINT EGY VÁLTOZÁS-  
MENEDZSMENT FELADAT

2018-2030

## NEMZETI TURIZMUSFEJLESZTÉSI STRATÉGIA

20  
30



VÍZIÓ  
ELEMJEI

- A FENNTARTHATÓ GAZDASÁGI FEJLŐDÉS HÚZÓÁGAZATA
- MINŐSÉGI ÉLMÉNYKÍNÁLAT
- INNOVATÍV MEGOLDÁSOK
- ERŐS TURISZTIKAI ORSZÁGMÁRKA
- VONZÓ KARRIER
- ELÉRHETŐSÉG ÉS SZÉLESKÖRŰ HOZZÁFÉRÉS
- A HAZASZERETET TÁPLÁLÁSA
- KÖZÖSSÉGEINK ERŐSÖDÉSE ÉS ÉRTÉKEINK VÉDELME

## MISSZIÓ

## ELMESÉLNI MAGYARORSZÁG TÖRTÉNETÉT ÉS A TURIZMUS FEJLESZTÉSÉN KERESZTÜL BIZTOSÍTANI AZ ORSZÁG GYARAPODÁSÁT

STRATÉGIA  
PILLÉREIA Kisfaludy  
Turisztikai Fejlesztési  
Program

- ▲
- A1.** Desztináció alapú megközelítés és új szemléletű attrakció-fejlesztés és alap-infrastruktúra-fejlesztés
- A2.** Térbeli és időbeli koncentráció oldása
- A3.** Minőségi, új célcsoportokat megszólítani képes élménykínálat megteremtése
- A4.** Elérhetőség javítása
- A5.** Innovatív turisztikai megoldások elterjesztése

STRATÉGIAI  
CÉLOKStratégiai márkakommunikáció,  
célzott marketingkommunikációs  
kampányaktivitás és értékesítés

- ▲
- B1.** Magyarország turisztikai márkájának megújítása és márkarendszer kialakítása
- B2.** Mérhető marketingkommunikációs eszközök alkalmazása, marketingkutatások
- B3.** A külpiaci értékesítési tevékenység újragondolása
- B4.** Stratégiai partnerségek kialakítása meghatározó piaci szereplőkkel
- B5.** Szemléletformálás és a fogyasztói tudatosság növelése a belföldi utazók, vendégek körében

Elhivatott szakemberek,  
visszahívó vendégzeret

- ▲
- C1.** A turizmusban való elhelyezkedés váljon vonzó életpályává Magyarországon
- C2.** A piaci igényeknek megfelelő, általánosan magas színvonalú képzés biztosítása valamennyi képzési szinten és formában, területileg megfelelő elosztásban
- C3.** A folyamatos, magas minőségű szolgáltatási színvonal biztosítása
- C4.** Új középvezetői réteg, szakmai elit felkészítése
- C5.** A lakók, helyiek felkészítése a látogatók fogadására – „Turizmus nagyköveti program”

Megbízható adatok,  
mérhető teljesítmény

- ▲
- D1.** Valós piacismeret, desztinációs szintű információ
- D2.** A proaktív alkalmazkodás lehetővé tétele
- D3.** A fejlesztések hatásainak mérése és értékelése
- D4.** Új, korszerű kutatási, adatgyűjtési, feldolgozási, vizualizációs módszertanok és technológiák meghonosítása
- D5.** Naprakész tájékoztatás az ágazat szereplői számára

Transzparens,  
kiszámítható szabályozás  
és ösztönzés

- ▲
- E1.** Versenyképességet támogató, átlátható üzleti szabályozási környezet kialakítása
- E2.** A gazdaság fehéritése
- E3.** Kiszámítható, turizmusszakmai célokat és hosszú távú fenntarthatóságot figyelembe vevő forrásallokáció megvalósítása a vissza nem térítendő támogatások kapcsán
- E4.** Az üzleti életképesség és felelősségvállalás ösztönzése a visszatérítendő támogatási konstrukciók kialakítása révén
- E5.** A minőség tanúsítása

Iránymutatás  
és együttműködés

- ▲
- F1.** Erőteljesebb állami szerepvállalás a turizmus terén
- F2.** Párbeszéd a piaci szereplőkkel, szakmai szervezetekkel, akadémiaival
- F3.** A kulturális és sportrendezvényekkel való szinergiák jobb kihasználása
- F4.** Hatékony kommunikáció a diplomáciai missziók felé
- F5.** Magyarország érdekeinek hatékony képviselése nemzetközi turisztikai együttműködésekben

Identitás  
és kötődés

- ▲
- G1.** A hazaszeretet és nemzeti identitás erősítése
- G2.** A magyar turisták belföldi költésének további ösztönzése
- G3.** A külföldön szerzett tapasztalat megbecsülése itthon
- G4.** Határon átnyúló területek összekapcsolt élménykínálatának megteremtése

- H1. EGYÜTT-ÉLŐ TURIZMUS
- H2. CSALÁDBARÁT TURIZMUS
- H3. HOZZÁFÉRHETŐ TURIZMUS
- H4. ÉRTHETŐ TURIZMUS
- H5. DIGITÁLIS TURIZMUS



# Milyen tartalékokról van szó? (innováció)

Kínálat bővítés, fejlesztés

„Fehérítés”

Nem regisztrált turizmus „bevonása”

A minőségi szemlélet terjesztése

Kooperáció, kommunikáció



# Stratégiai fejlesztések (= életminőség)



**WOW**  
**HUNGARY**

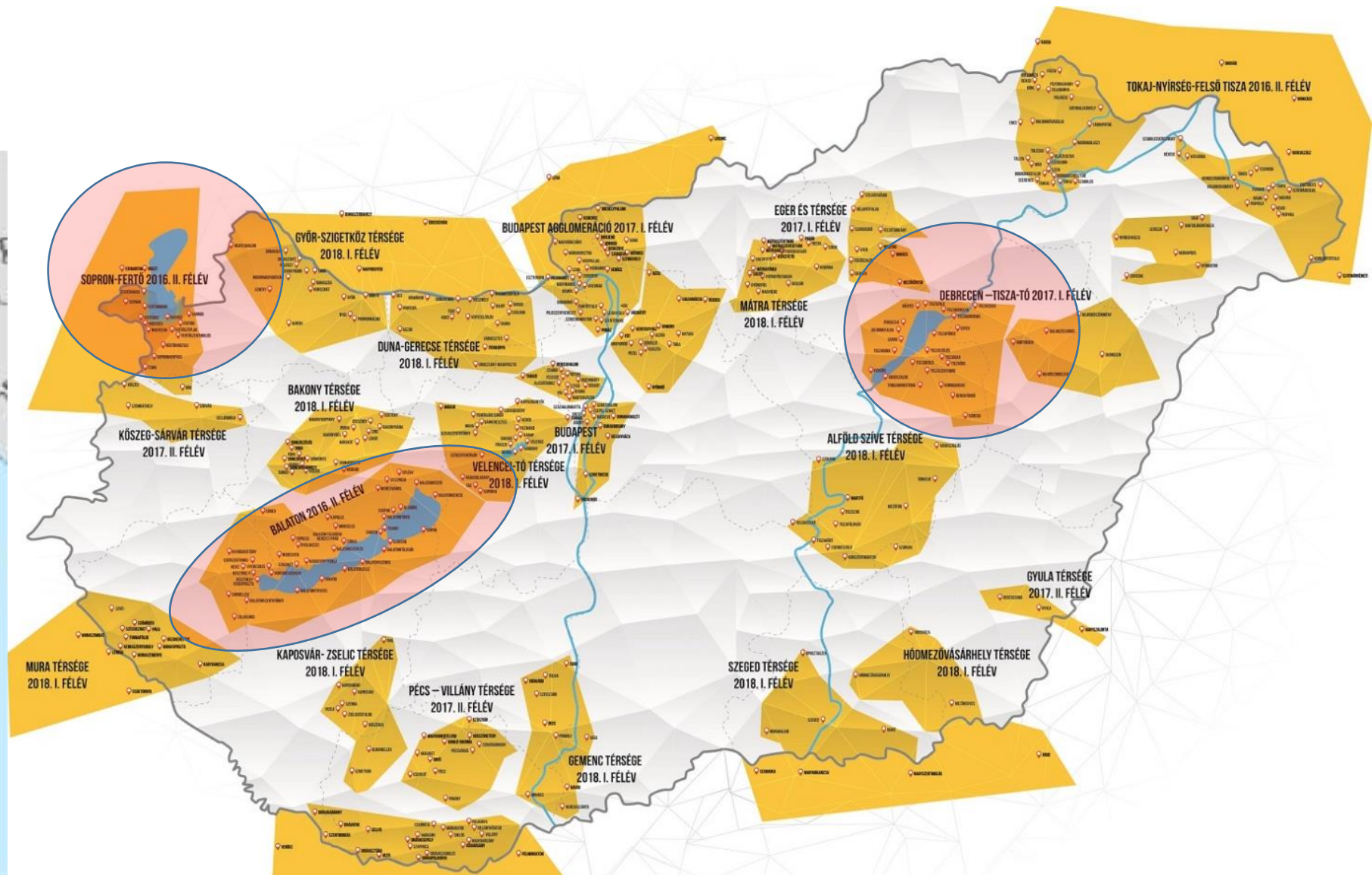
NTS 2030

GINOP, TOP

Hazai források



# Mi a brand?



# Mi a brand?



Megosztható...



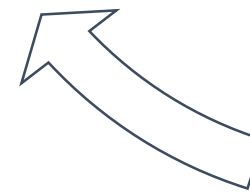
Látható?



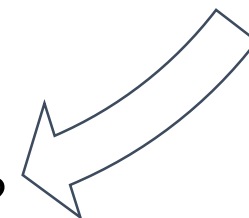
Minőségi?



Vonzó?



Elérhető?





# Látható, vonzó, elérhető, minőségi, megosztható



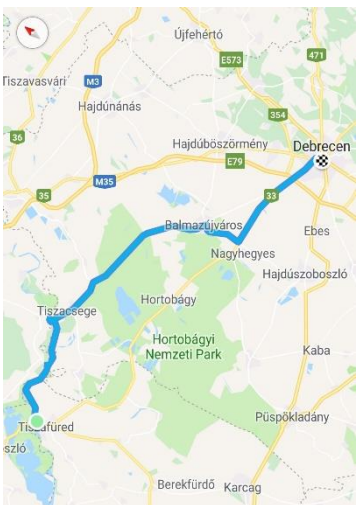


# Látható, vonzó, elérhető, minőségi, megosztható...



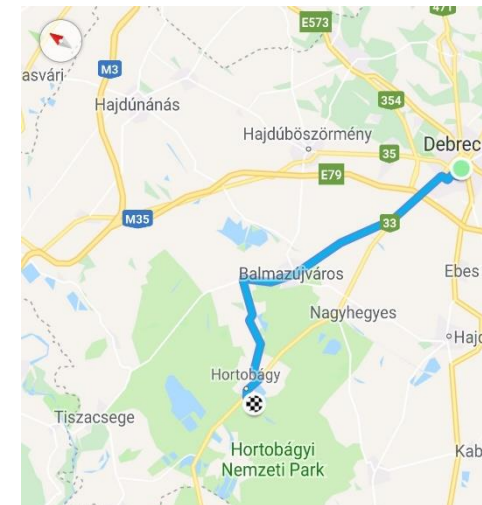


# Turisztikailag frekventált térségek integrált termék és szolgáltatás fejlesztése + márkasztratégia



GINOP 7.1.9 + haza forrás  
(900 Mrd / 35 Mrd / 980 M + 200 M)

GINOP 1.3.4  
(400 M)



Telenor HU 72% 18:37

Ajánlat foglalása

**Duna- menti kerekedés, Wachau**

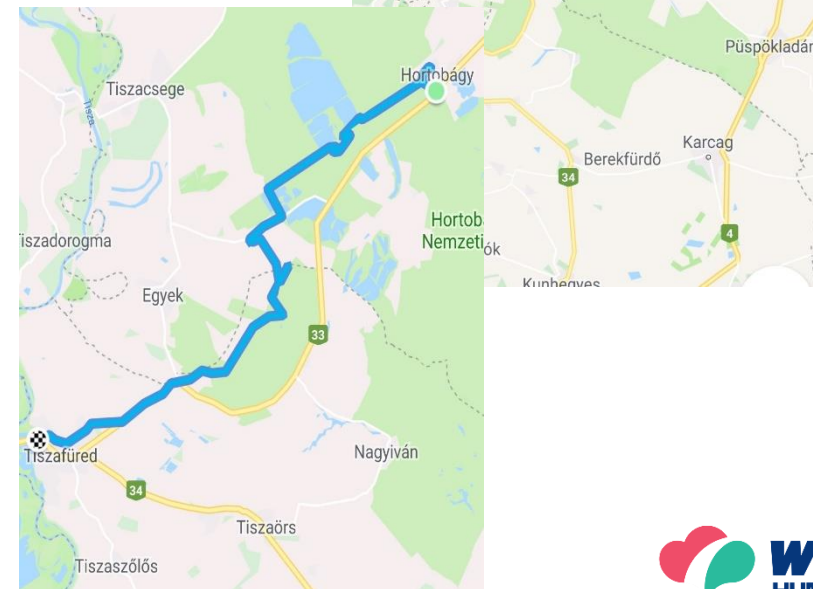
4 éjszaka | 1 x kerékpárkölcsönzés 3 napra | 1 x hajót

**399,- eurótól**

Kerékpárosbarát szálláshelyek a Dunai kerékpárút mentén

> Eredmények mutatása térképen

Találatok szűrése





# Szövetségben a turizmusért



Közös felelősség

Kommunikáció, kooperáció

MTSZA

MKSZ

# Köszönöm a figyelmet

dr. Princzinger Péter

[princzinger.peter@magyarturisztikaiszovetseg.hu](mailto:princzinger.peter@magyarturisztikaiszovetseg.hu)

