

EGYÜTTMŰKÖDÉSI MEGÁLLAPODÁS
(Módosításokkal egységes szerkezetbe foglalva)
(Módosítva a 21/2016.(I. 28.) Gye. Kt. és a 68 /2016. (II. 11.) Gye. Kt.
határozatokkal)

mely létrejött egyrészről **Gyomaendrőd Város Önkormányzata** (Székhely: 5500 Gyomaendrőd, Selyem út 124., adószám: 15725527-2-04 képviseli: Toldi Balázs polgármester), mint önkormányzat (a továbbiakban: **Önkormányzat**) másrészről **GYÜSZ-TE Gyomaendrődi Üdültetési Szövetség Turisztikai Egyesület** (Székhely: 5500 Gyomaendrőd, Bocskai u. 58/1., adószám: 18395136-1-04 képviseli: Tímár Imre elnök), mint TDM szervezet (továbbiakban: **TDM szervezet**) között alulírott helyen és időben az alábbi feltételek szerint:

Az Önkormányzat és az Egyesület jelen együttműködési megállapodásának célja a turizmus versenyképességének növelése, a látogatók megelégedettségének, a desztinációhoz köthető információkkal való ellátásának javítása, a turizmus szereplőinek naprakész üzleti információkkal történő ellátása, a helyi turisztikai desztináció menedzsment rendszer (TDM) fejlesztése. Ennek érdekében a desztinációs szintű települési és marketing feladatokat, kompetenciák, jogokat és kötelezettségeket az alábbiak szerint rögzítik.

I. Az Önkormányzat jogai és kötelezettségei:

1. Az Önkormányzat megszünteti a párhuzamos struktúrákat a helyi turisztika területén. A helyi turizmussal kapcsolatos lehetőségek egységes arculatban való kezelését, a helyi turisztikai szereplők koordinálását, valamint a helyi turisztikai marketing tevékenységet átruházza a TDM szervezetre.
2. Biztosítja a helyi turizmust érintő jogszabályok megfelelő végrehajtását.
3. Az Önkormányzat vállalja, hogy a turizmust érintő döntések előterjesztéseit a TDM szervezet számára megküldi és a TDM szervezet javaslatait döntései meghozatalánál figyelembe veszi. Az e tárgykörben tartott bizottsági és testületi ülésekre meghívja a TDM szervezet képviselőjét és részére tanácskozási jogot biztosít.
4. Az Önkormányzat TDM szervezet fenntarthatóságának érdekében a TDM pályázatban foglalt mértékben és időtartamban évente a költségvetési rendeletében rögzítve a beszedett idegenforgalmi adó állami hozzájárulással megnövelt összegének 20 %-át, de legalább 4 millió forint támogatást nyújt a TDM szervezet működéséhez, **amely összeg nem lehet kevesebb a beszedett IFA 40%-ánál**¹. (a támogatás mértéke jelenleg a beszedett IFA 51 %-a).

¹ Módosítva a 68/2016. (II. 11.) Gye. Kt. határozattal

*Nyilvános: 2016. 03. 01.
Wigert ut*

1.2

A Számítás alapja: A tárgyévet megelőző év tényleges idegenforgalmi adóbevétele és a tárgyévben az önkormányzatot megillető üdülőhelyi feladatok támogatása összegének 20%-a, de legalább 4 millió forint.

A támogatási összeget az Önkormányzat egyenlő részletekben minden tárgyhó 20.-ig utalja át a TDM szervezet Endrőd és Vidéke Takarékszövetkezetnél vezetett 53200015-11082390 számú számlájára.

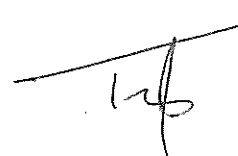
5. Az Önkormányzat vállalja, hogy a költségvetési rendeletben rögzített támogatáson túl a beszedett idegenforgalmi adó állami hozzájárulással megnövelt összegének növekményét a szervezet számára biztosítja, de legalább 1.500.000 forintot. A szerződés hatályba lépésének évében (2016.) ez az összeg 1.500.000 forint. A növekmény összegének meghatározása: Az Önkormányzat a tárgyévet megelőző év tényleges idegenforgalmi adóbevételét és a tárgyévben az önkormányzatot megillető üdülőhelyi feladatok támogatásának összegét veszi alapul, és ezt hasonlítja a tárgyévet megelőző második év idegenforgalmi adóbevételének és a tárgyévet megelőző évben az önkormányzatot megillető üdülőhelyi feladatok támogatásának összegéhez. A két összeg különbözete adja az adott év növekményének, azaz a többlettámogatásnak az összegét. Amennyiben a növekmény összege nem éri el az 1,5 millió forintot, úgy a többlettámogatás összege 1,5 millió forint.

A többlettámogatás a TDM szervezet pályázati önerőként, illetve a turisztikai marketing feladatok finanszírozására használhatja. A többlettámogatás mértékét a felek minden évben legkésőbb szeptember végéig megvizsgálják, és annak függvényében az Önkormányzat tárgyév végéig utalja át a többlettámogatást a TDM szervezet számára.

6. Az Önkormányzat vállalja, hogy a turizmushoz köthető, az önkormányzat vagy valamelyik intézménye, gazdasági társasága által üzemeltetett turisztikai látványosságok, úgy mint: Liget Gyógyfürdő, Körös Látogatóközpont, Bárka Látogatóközpont, Erzsébet ligeti tanösvény, Vízi Színpad, Szent Antal Kenyérstúdióház, Szent Antal Zarándokszálláshely, Endrődi Tájház és Helytörténeti Gyűjtemény, Gyoma Tájház és Alkotó Ház, továbbá a szerződés hatályba lépését követően létrehozott újabb városi attrakciók jegyáraiba beépíti a TDM szervezet támogatását. A beépített összeg jegyáranként 10 Ft. A jegyárakból származó többlettámogatás részletfeltételeit a felek, valamint az érintett szervezetek külön megállapodásban rögzítik, azzal, hogy a jegyár támogatás megszűnik, amennyiben az Önkormányzat által nyújtott támogatás mértéke meghaladja a TDM szervezet éves árbevételének a 70 %-át.

7. Az Önkormányzat határozott időre, jelen megállapodás érvényességének idejére a TDM szervezet rendelkezésére bocsátja a Tourinform Névhasználati Kézikönyvben meghatározott minőségű Tourinform iroda helyiségét. A Tourinform iroda rezsiköltségeit (víz, gáz, villany) átvállalja. Az ésszerű működést feltételezve. Az egyéb működtetési költségek a TDM szervezetet terhelik.

8. Vállalja egy fő diákmunkás foglalkoztatását minden év nyarán (június 1- augusztus 31). A munkavállaló szakma irányítását ezen időszak alatt átengedi a TDM szervezet részére



9. Az Önkormányzat vállalja, hogy a TOURINFORM irodát tovább működteti amennyiben a TDM szervezet megszűnik, vagy működése ellehetetlenül.

10. Az Önkormányzat által nyújtott anyagi támogatás nem haladhatja meg a TDM szervezet éves bevételeinek 70 %-át. Amennyiben meghaladja, úgy az Önkormányzat minden jogkövetkezmény nélkül, azonnali hatállyal megszüntetheti az I.5. pontban meghatározott többlettámogatást, valamint az I.6. pontban meghatározott jegyárakba beépített támogatást.

II. A TDM szervezet jogai és kötelezettségei:

1. A TDM szervezet vállalja a TOURINFOM iroda működtetését, mely ellátja az információszolgáltatás funkcióját is. A működtetéshez szükséges pénzügyi és infrastrukturális feltételeket az Önkormányzat jelen megállapodás I. pontja alapján biztosítja.

2. A TDM szervezet – szakember biztosítása útján – kezeli a gyomaendrődi turisztikai térség turizmussal kapcsolatos szakmai feladatait. Ennek során a TDM szervezet Alapszabályában foglaltaknak megfelelően jár el.

3. A TDM szervezet vállalja, hogy a hatályos jogszabályi feltételeknek megfelelően biztosítja az Elnökségben, valamint az Felügyelő bizottságban egy-egy *Önkormányzat által delegált személy* teljes jogú tagságát.

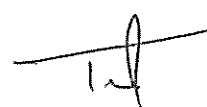
4. a TDM szervezet vállalja, hogy az önkormányzat intézményeivel, gazdasági társaságaival együttműködik, az együttműködés kereteiről, módjáról és mértékéről partneri megállapodást köt.

5. A TDM szervezet egyeztetve az Önkormányzat fejlesztési osztályával, az Önkormányzat Közművelődési, turisztikai feladatait ellátó Intézményével, valamint az önkormányzat tulajdonában lévő gazdasági társasággal (Liget Fürdő Nonprofit Kft.) éves feladattervet készít (melynek része a marketingterv). A TDM szervezet az éves feladattervet minden év szeptemberében a Képviselő-testület elé terjeszti elfogadásra.

6. A TDM szervezet évente 2 alkalommal (április és október) beszámolót készít a képviselő-testület mindenkorai turisztikáért felelős bizottsága számára (idényfelkészülés, idényelemzés).

7. A megállapodás időtartama alatt a TDM szervezet közép- és hosszú távú működtetésének pénzügyi fenntarthatóságát részletesen kidolgozza.

8. A TDM szervezet vállalja, hogy a megállapodás időtartama alatt egy komplex (kereslet – kínálat) igényfelmérést követően kidolgozza azt a tevékenységrendszert, amely hosszútávon és folyamatosan árbevételt jelent a TDM szervezet számára. A párhuzamosságok elkerülése érdekében a TDM szervezet köteles az Önkormányzattal, valamint az Önkormányzat közművelődési és turisztikai feladatait ellátó intézményével és gazdasági társaságával előzetesen egyeztetni, jelen megállapodás hatálybalépést követő 1 éven belül.



9. A TDM szervezet turisztikai szempontok alapján esetenként, anyagilag és szakmailag hozzájárulhat az Önkormányzat vagy intézményei által szervezett programok, városi rendezvények támogatásához. A hozzájárulás mértékét saját hatáskörben dönti el.

10. A TDM szervezet az Önkormányzattól kapott támogatási összeget az alapszabályában meghatározott célokhoz kötötten, meghatározott feladatokra fordíthatja.

11. A TDM szervezet feladata a város turisztikai imázsának építése, erősítése, új turisztikai termék és szolgáltatás fejlesztések generálása, a város idegenforgalmi szereplői összefogásának növelése, erősítése. Továbbá turisztikai érdekképviselő, marketingtevékenység, illetve a város idegenforgalmi adóbevételeinek növelésének elősegítése. Turisztikai honlap (benne saját foglalási-közvetítői rendszer) működtetése turisztikai jellegű pályázatok figyelése, turisztikai képzések, oktatások szervezése.

III. Záró rendelkezések:

1. Jelen megállapodást a Felek 2016. január 1. napjától 2023. december 31. napjáig kötik, azzal a feltétellel, hogy amennyiben a GYÜSZTE GINOP-1.3.4-15 pályázati felhívásra benyújtandó pályázata eredménytelen, úgy a szerződés 2019. december 31-én hatályát veszti. Jelen megállapodás 2016. február 15-én lép hatályba.²

2. Felek vállalják, hogy a megállapodás feltételeit minden év októberében felülvizsgálják. Amennyiben a szerződés I. 4. pontjában részletezett Idegenforgalmi adó és az ahhoz kapcsolódó állami hozzájárulási rendszer módosul, úgy a felek jogosultak a megállapodást azonnali hatállyal felülvizsgálni.³

3. A megállapodás teljesítése során a Felek kötelesek egymással együttműködni, ennek keretében egymást kötelesek értesíteni az érdekkörükben felmerülő, jelen szerződésre kiható minden lényeges adatról, tényezőről és körülményről.

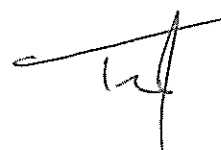
4. Felek közös megegyezéssel a közöttük 2012. február 02. napján létrejött megállapodást, valamint annak módosításait hatályon kívül helyezik. Felek egymással elszámoltak, egymással szemben a korábbi megállapodásból származó követelést nem érvényesítenek.

5. Jelen megállapodásban nem szabályozott kérdésekben a Polgári Törvénykönyv, valamint egyéb kapcsolódó jogszabályok rendelkezései irányadóak.

6. A Felek megállapodnak abban, hogy esetleges jogvitáikat elsődlegesen békés úton, tárgyalások útján kívánják rendezni, s csupán akkor fordulnak bírósághoz, ha a tárgyalásos rendezés nem vezetett eredményre. A felek jogvitájuk rendezésére kikötik az Önkormányzat székhelye szerint illetékes bíróság illetékességét.

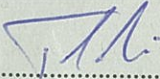
² Módosítva a 21/2016. (I. 28.) Gye. Kt. határozattal


³ Módosítva a 68/2016. (II. 11.) Gye. Kt. határozattal



7. Jelen 5 számozott oldalból álló szerződést a Felek, elolvasás és közös értelmezés után, mint akaratukkal mindenben megegyezőt, 3 (darab) eredeti példányban jóváhagyólag aláírták.

Gyomaendrőd, 2016. február 12.

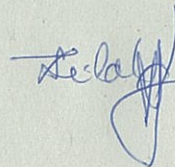

.....
Gyomaendrőd Város
Önkormányzata


.....
GYÖSZ-TE Gyomaendrődi Üdültetési
Szövetség Turisztikai Egyesület

Jogi ellenjegyzés: dr. Uhrin Anna jegyző



Pénzügyi ellenjegyzés: Szilágyiné Bácsi Gabriella




GYÖSZ-TE
Gyomaendrődi Üdültetési Szövetség
Turisztikai Egyesület
5500 Gyomaendrőd, Bocskai u. 58/1.
Adószám: 18300136-1-04

Gyomaendrőd, 2016. február 12.



Beszámoló

a Gyomaendrői Üdültetési Szövetség Turisztikai Egyesület és a Tourinform Gyomaendrőd munkájáról 2016. évben



Készítette: Oláh Réka megbízott TDM menedzser

Elnökség által elfogadva: 2016. október 6.

Dr. Glózik Klára

Tartalomjegyzék

Változások az Egyesület életében.....	3
Emberi erőforrások.....	3
Szakmai tevékenységünk.....	3
Marketing tevékenység.....	3
Termékfejlesztés.....	5
Információ szolgáltatás - Tourinform iroda üzemeltetése.....	6
GINOP 1.3.4 TDM szervezetek fejlesztése pályázat.....	7
Monitoring.....	8
Szezonelemzés – statisztikák-monitoring.....	8
<i>Vendégek és vendégéjszakák száma (KSH).....</i>	8
<i>Bevételek és kapacitás (KSH).....</i>	9
<i>Idegenforgalmi adó bevételek.....</i>	11
<i>Vendégelégedettségi felmérés.....</i>	12
Érdekképviselő - Gyomaendrődi desztináció képviselője szakmai fórumokon.....	13
Bevételek.....	14
Feladatterv 2017. évre.....	16
Célok 2017. évre.....	16
Feladatok a 2017. évre.....	16
Összegzés.....	18

Változások az Egyesület életében

2016. év elején az egyesület vezetésében változás állt be, melyek a márciusban tartott közgyűlésen a tagság egyhangúan el is fogadott. Februárban tartott közgyűlésen Tímár Imre lemondott elnöki posztjáról, mely időponttól 30 napunk volt azt új elnök személyének megtalálására. Fontos cél volt olyan szakember keresése, akinek több éves tapasztalata van a turizmus területén. Kapcsolataink révén így jutattunk el Dr. Glózik Klárához, aki, 8 évig volt a Békés megyei Tourinform Irodavezetője, illetve a Békés Megyéért Vállalkozásfejlesztési Alapítvány ügyvezető igazgatója. Évekig alelnöke és elnöke a Tourinform Szövetségnek, 2005-ben a Dél-alföld Turizmusáért díjat vehette át, 2012-ben pedig az „Év Tourinformátora” volt. Több turisztikai civil szervezetben tölt be vezető tisztséget. 2015 decemberében felkérték a KBC Békés Megyei Települések Fejlesztéséért Nonprofit Kft. ügyvezető igazgatói feladatok ellátására is, melynek székhelye Békésen van és a békés megyei települések TOP-os pályázatok koordinálásával, az ehhez kapcsolódó projektmenedzseri feladatok ellátásával foglalkoznak. Az Igazgató Asszony elfogadta felkérésünket és elvállalta az Egyesület vezetését.

A márciusi közgyűlésen a hatékonyabb munkavégzés érdekében a tagság megszavazta, hogy ezentúl az eddigi egy helyett két alelnököt választ. Így, Gera Krisztián, a Liget Fürdő ügyvezető igazgatója mellé, Rideg Zoltánt választották meg a pozícióra.

Az egyesület elnöksége így jelenleg tizenkét tagból áll, elnök asszony mellett két alelnök, valamint további kilenc elnökségi tag. Az év folyamán eddig összesen kilenc elnökségi ülést tartottak (további megbeszélések és egyeztetések mellett), ahol irányt adtak az egyesület munkájának, ráhatva a város turizmusára, ezáltal gazdasági fejlődésére.

Az egyesület az elmúlt évben megkapta az engedélyt Gyomaendrőd Város Önkormányzatától, hogy székhelyként használhassa a Körös Látogatóközpontban található irodát. A Liget Fürdő és ezáltal az Önkormányzat ezen felül biztosítja számunkra a Tourinform irodahelyiséget a fürdő bejáratánál. Ezúton is nagyon köszönjük, hogy méltó helyeket biztosítanak munkánk végzésére illetve a turisták fogadására.

Emberi erőforrások

A Turisztikai Egyesület (átlagosan) két munkavállalóval dolgozott az év során 1 fő TDM menedzserrel és 1 fő Tourinform irodavezetővel, akik feleltek a TDM szervezet valamint a Tourinform iroda működéséért az elnök asszony szakmai irányítása alatt.

Mindkét munkaerő a Békés Megyei Kormányhivatal Gyomaendrődi Járási Hivatala Foglalkoztatási Osztály segítségével támogatott volt 6 hónapon keresztül, Ifjúsági Garancia Program (GINOP 5.2.1) keretében. Ezzel lehetőséget nyújtottunk fiatal, jól képzett pályakezdőknek elhelyezkedni, nekünk pedig sikerült egy igazán fiatalos és lendületes team-et összeállítani. A program az egyesület működésének finanszírozásában is nagy segítséget nyújtott.

Augusztus hónaptól 1 fő közfoglalkoztatottnak is munkát adtunk, szintén a Foglalkoztatási Osztály segítségével. Neki segítünk szakmai tapasztalatok megszerzésében, illetve munka világába való belépésében.

A főszezon alatt összesen 3 fő turizmus iránt érdeklődő diáknak adtunk lehetőséget betekinteni a szakmába az Önkormányzati Diákmunka Program segítségével.

Szakmai tevékenységünk

Szakmai tevékenységünk lefedi a TDM szervezet működtetésével kapcsolatos feladatokat, valamint a Tourinform iroda működtetését és az azzal járók feladatokat. Mivel mindkét feladatkört együttesen végzik munkatársaink, ezeket egyben mutatjuk be a következőkben.

Marketing tevékenység

A következő felsorolás az egész éves marketing tevékenységeinket mutatja be:

Marketing tevékenységek bemutatása – 2016. év		
Feladat	Leírás	Típus / Időzítés
www.gyomaendre.hu működése	Gyomaendrőd, mint turisztikai desztináció bemutatása, turisztikai szolgáltatók bemutatása, rendezvények, aktualitások feltöltése	folyamatos online marketing
www.gyomaendre.hu facebook oldalának működése	Rendezvények hirdetése, turisztikai szolgáltatók bemutatása, nyereményjátékok, programajánló	folyamatos online marketing
Információ- illetve segítségnyújtás a városba érkező turistáknak	Beérkező telefonos, e-mailes illetve személyes kérdések megválaszolása, tájékoztatás	folyamatos direkt marketing
Nemzeti Turisztika Adatbázis töltése /Tourinform feladat/	Gyomaendrődön és gyűjtőterületén található minden turisztikai objektum/esemény adatbázisba történő feltöltése, ellenőrzése	folyamatos (versenysemleges) online marketing
Garantált programajánló elkészítése	Programok összegyűjtése, kiadvánnyá (plakát, szórólap) rendezése, feltöltése a honlapra, nyomtatása, terjesztése	minden szezon elején offline / online marketing
Facebook kampányok	Kampány tervezése, végrehajtása és monitoring mindez a költséghatékonyság jegyében	folyamatos online marketing (folyamatban Disznótórs és Böllérpálinka Verseny kampánya)
Országos turisztikai szakoldalon való kampány	Marketing kampány kidolgozása, végrehajtása, majd monitoring	anyagi forrás esetén (legutóbb 2016. szeptember)
Városi szállaskatalógus készítése	Hiánypótló, desztinációs szintű kiadvány elkészítése, majd terjesztése	folyamatban lévő offline marketing
Információ nyújtása városi rendezvényeken Tourinform kitelepülés formájában	Információnyújtás Gyomaendrőd és környéke látnivalóiról, kiadványok terjesztése	Felmerülő igény esetén direkt marketing (legutóbb Sajt és Túrőfeszti-válon)
Megyei és Országos szintű kiadványokban közreműködés	Országos, régiós, megyei kiadványokban történő közreműködés információszolgáltatással	folyamatos marketing (legutóbb MTÜ kemping-térkép aktualizálás)
Turisztika információs tábla készíttetése és kihelyezése	Közüti információs tábla – Gyomaendrőd Liget Fürdő + horgászat (1 db) kihelyezése a 44-es közúton a 67 km vagy 71-72 km között	folyamatban lévő offline marketing

Az Önkormányzat által nyújtott 1,5 millió forintot az alábbi táblázatban foglaltak alapján szeretnénk elszámolni:

Tevékenység	Összeg (br.)	Státusz
Travelo kampány, kiegészítve Index és Divány megjelenésekkel, mellyel a Liget Fürdő „Gyógyúljon 60Ft-ért kampányát segítettük)	477 139 Ft	megvalósult (2016 szeptember)
ECHO tévés reklámfilm (Önkormányzattal és Liget Fürdővel közösen)	kb.145 000 Ft	folyamatban (2016 októberében)
Képanyag reklámfilm készítéshez	100 000 Ft	megvalósult (2016. október)
A város turisztikai honlapjának fenntartása	228 600 Ft	havi költség
Garantált programok – plakát, leporello költség	102 235 Ft	megvalósult (2016. június)
Részvétel fesztiválokon szakmai kiállítóként a Magyar Turisztikai Ügynökség szervezésében - Szegedi Halászléfőző és Hajdúszo-	63 500 Ft	megvalósult (2016 szeptember)

boszlói Bioétel és Borfesztivál		
Gyomaendrődi Halászléfőző Verseny plakátjának nyomdai költségei	34 671 Ft	megvalósult (2016. augusztus)
Grafikai munkák (programajánló, halfőző, stb)	40 000 Ft	folyamatosan
Fénykép adatbázis növelése	20 000 Ft	folyamatosan
Útmenti információs tábla elhelyezése	kb. 300 000 Ft	folyamatban
Összesen	1 511 145 Ft	

A város kiemelt rendezvényét a Gyomaendrődi Halfőző Versenyt az esemény a plakátjának tervezésével, nyomtatásával és terjesztésével támogattuk. A továbbiakban is tervezzük hasonló módon támogatni a város fesztiváljait.

Az Magyar Turisztikai Ügynökség szervezésében kiállításokon is részt vettünk (Szeged: Nemzetközi Tiszai Halfesztivál, Hajdúszoboszló: Bioétel és Borfesztivál) Gyomaendrőd minél szélesebb körben való népszerűsítése érdekében, valamint elsődleges célunk volt, hogy az emberekben tudatosuljon, hogy hol is van az a Gyomaendrőd, és természetesen az is, hogy látnivalóinkat, programjainkat is tudják párosítani a várossal.

Szeptemberben a Travelo turisztikai weboldalon (érintve az Index és Dívány weboldalakat is) nagyszabású kampányt folytattunk le, megjelentettünk egy PR cikket a városról illetve a Liget Fürdő gyógyászati akciójáról, bemutattuk a szálláslehetőségeket, szponzorfejléceket helyeztünk el a Közel rovat főoldalán. A kampányt imázsépítés szempontjából igen sikeresnek ítéljük meg, hiszen a desztináció hírért egy országos szintű weboldalon vittük tovább.

Az Önkormányzat, a Liget Fürdő és szervezetünk összefogásának köszönhetően elkészült Gyomaendrőd város egyperces reklámfilmje, mely az Echo tévében 100 alkalommal népszerűsíti a várost.

Jelenleg futó marketingakciók

- Disznótoros és Böllérpálinka Verseny szervezése és reklámozása
- Városi szállaskatalógus készítése
- Közúti információs tábla – Gyomaendrőd Liget Fürdő + horgászat (1 db) kihelyezése a 44-es közúton a 67 km vagy 71-72 km kő között

Termékfejlesztés

A www.gyomaendre.hu illetve a Gyoma Endre facebook-os oldalunk folyamatos frissítésével, aktualizálásával egyre több emberhez juttatjuk el programjainkat illetve Gyomaendrőd közelében lévő programokat az érdeklődőknek. Újítás volt az idén, hogy az éves programajánló mellett, minden héten összeállítottunk egy ajánlót, valamint facebook-os játékot is szerveztünk. Az online marketig természetesen nemcsak szezonális feladat, egész év folyamán végezzük.

Az irodában a szezon elején ismét elkészítettük az éves programajánlónkat, garantált programokkal, melyet plakát és szórólap formájában terjesztettünk. Eljuttattunk belőle a környező települések Tourinform irodáiban, illetve a helyi turizmusban érdekelt és érintett intézményekbe. A garantált programok összegyűjtésével segítettük a szolgáltatókat a programlehetőségek hirdetésével, ajánlásával, illetve a turisták kényelmét is segítette.

A kerékpáros turizmus jelentőségét növelve idén irodánk is része lett az Országos Kékkörnek. Az Magyar Természetjárók Szövetségével való együttműködésnek köszönhetően Természetjáró Kártya elfogadóhelyként és Kerékpáros pontként is működik az irodánk.

A 16 holtágunknak köszönhetően a horgászat is népszerű az ide érkezők számára. Irodánk az állami turista horgászjegy megszerzésében nyújtott segítséget az eszközök (internet, nyomtatató) biztosításával és tájékoztatással, ezzel növelve a horgászturisták kényelmét.

Ajándéktárgyaink kínálata bővült a szezon során, és szép számmal eladásra is kerültek. Legnépszerűbb a hűtő mágnes és a kulcstartó volt, melyeken Gyomaendrőd jelképes helyei láthatóak. Továbbá folyamatosan bővítjük felhasználható jó minőségű szakember által készített fotóanyagunkat is.

Információ szolgáltatás - Tourinform iroda üzemeltetése

Előljáróban még működési helyeinkről és nyitva tartásunkról a könnyebb érthetőség kedvéért:

Körös Látogatóközpont (Jókai u. 6.) Infopont: egész évben

Nyitva: hétköznapi 8:00 és 16:00 között.

Tourinform iroda (Liget fürdő pénztárral szemben): május 1 és szeptember 30. között

Nyitva: H-P 9:00 -17:00 és Szo: 10:00 -16:00, valamint Vas (júl 1 - aug31) 10:00 -16:00

A téli és kora tavasszal a turisztikai szezonra felkészülés mellett a helyi idők segítése az Erzsébet programban való regisztrálásában és szállásfoglalásban. A program idén a tavalyinál is népszerűbb volt, viszont idén kevesebb pályázó nyert. A programot értékelve elmondhatjuk, hogy a program az irodai kapacitásait idén nagy mértékben lekötötte.

A Tourinform iroda kitelepüléssel nyitotta a munkáját, a **XVIII. Gyomaendrődi Nemzetközi Sajt- és Túrófesztiválon** vettünk részt. Békés megyét és Gyomaendrődöt népszerűsítettük a rendezvényen. Előző évek Sajt és Túrófesztiváljainak teljes dokumentációjával, adatbázisaival, tapasztalatainkkal melyet használatra átadtunk a Kállai Ferenc Művelődési Központnak, pedig igyekeztünk segíteni az rendezvény új szervezőbizottságát.

A Tourinform iroda működését a Liget fürdő pénztárral szemben, ahogy feljebb is említettük 2016. május elsején kezdte meg. A szezon során (május 1 –szeptember 30.) összesen 789 személyes megkeresésünk volt, 149 telefonos és 51 e-mail-es.

Tourinform Gyomaendrőd iroda statisztika (2016. május 1 – szeptember 30. között)	
<i>Megkeresés típusa</i>	<i>Megkeresések száma (db)</i>
Telefonos	149
E-mail	51
Személyes	789
Összesen	989

A Tourinform iroda a Magyar Turisztika Ügynökséggel kötött névhasználati szerződés értelmében a következő feladatokat látja el az iroda:

Térítésmentes szolgáltatások:

- versenysemleges tájékoztatás a belföldi és külföldi vendégek részére a **helyi**, térségi és országos turisztikai kínálatról (látnivalók, turisztikai szolgáltatók, programlehetőségek, stb...)
- versenysemleges tájékoztatás a helyi lakosság számára a helyi, térségi és országos turisztikai kínálatról (látnivalók, turisztikai szolgáltatók, programlehetőségek, stb...)
- nemzeti, regionális, térségi és helyi turisztikai kiadványok terjesztése (az MT Zrt., más Tourinform irodák, valamint saját és a helyi turisztikai szolgáltatók kiadványai)
- a turisták érdekeinek képviselője, a felmerült problémák kezelésében való segédkezés
- segítségnyújtás további felmerülő kérdésekben

Térítés ellenében nyújtott szolgáltatások:

- helyi termékek, valamint a várost és a térséget promótáló könyvek értékesítése
- térkép, képeslapok értékesítése
- az Interticket jegyértékesítő hálózatban szereplő rendezvények jutalék ellenében történő jegyértékesítése

- Hungary Card értékesítése
- egyéb szervezetekkel kötött együttműködési megállapodás értelmében történő jegyértékesítés

Szakmai jellegű tevékenységek (Tourinform-os kötelezettségek):

- az iroda berendezése a névhasználati szerződésben leírtak szerint
- folyamatos kapcsolattartás az iroda működési területéhez tartozó szakmai szolgáltatókkal, vállalkozókkal, szakmai szervezetekkel, intézményekkel
- folyamatos kapcsolattartás a térségi, megyei, régiós, országos szakmai szervezetekkel (más Tourinform irodák, Tourinform Békés megye, Dél-Alföldi Regionális Marketingigazgatóság)
- turisztikai jellegű információkat, adatokat továbbít a különféle turisztikai tervdokumentumok megfelelő szakmai háttérének biztosításához, illetve azok kidolgozásához
- folyamatos adatgyűjtés, adatszolgáltatás és adatfrissítés az iroda működési területét érintő turisztikai adatokkal, információkkal kapcsolatban (NETA adatbázis kezelése)
- folyamatos adatgyűjtés, adatszolgáltatás és adatfrissítés a különféle turisztikai kiadványokat illetően
- statisztikai adatok képzése elsősorban az iroda látogatottsági és megkeresési adataira vonatkozóan (személyes, telefonos, e-mailes), illetve azok továbbítása a felsőbb szervek felé
- az iroda működéséről szóló jelentések, beszámolók, tervek elkészítése és megküldése a felsőbb szervek felé
- az irodát érintő bármilyen változás bejelentése a felsőbb szervek felé
- részvétel az MT Zrt. által szervezett továbbképzéseken, konzultációkon, tréningeken, valamint az országos Tourinform találkozók
- a Tourinform hálózat, valamint az MTÜ saját honlapjának folyamatos nyomon követése, az aktualitások figyelése (tekintettel a szakmai oldalakra)
- az MTÜ által előírt határidős feladatok pontos, időre történő végrehajtása

A Magyar Turisztikai Ügynökség a fenti feladatokat, valamint a névhasználati szerződés betartását több módszerrel is ellenőrizte, így a szezon során volt telefonos és személyes ellenőrzés valamint mystery shopping (telefonon, e-mailben és személyesen több alkalommal és nyelven) is, melyeken az iroda mindig megfelelt.

Kiemelném a feladatok közül a Nemzeti Turisztikai Adatbázis (röviden: NETA) feltöltését, mellyel az iroda adatgyűjtő területe¹ felkerül az www.itthon.hu² turisztikai honlapra és ezzel a magyarországi turizmus térképére. Ide versenysemleges módon minden turisztikai szolgáltató illetve esemény feltöltésre kerül. (függetlenül attól, hogy tagja-e a TDM szervezetnek)

Kiemelendő továbbá, hogy az ide érkezőket nem csak magyar, hanem angol és német nyelveken is kiszolgáljuk, segítve ezzel a külföldiek boldogulását.

A szezon folyamán több alkalommal megkerestek minket személyesen illetve telefonon keresztül, hogy segítséget kérjenek a megfelelő szállásfoglaláshoz.

GINOP 1.3.4 TDM szervezetek fejlesztése pályázat

TDM szervezetként, időt és energiát nem kímélve, beadásra került a TDM pályázat (GINOP 1.3.4-es), mely 26 851 e Ft értékű. A projekt nagymértékben hozzájárulna a desztináció fejlődéséhez, igazodva a fenntarthatóság elvéhez. Röviden, a teljesség igénye nélkül összefoglalva a következő elemeket tartalmazza:

- ✓ www.gyomaendre.hu honlap IT rendszerének megújítása
- ✓ Applikációk okos telefonra, városnéző séta
- ✓ Garantált programok szervezése
- ✓ Desztináció márkaépítési és fejlesztési stratégia elkészítése szakértő bevonásával

¹ Tourinform Gyomaendrőd adatgyűjtő területe: Gyomaendrőd, Mezőberény, Hunya, Köröstarcsa, Csárdaszállás

² Magyarország hivatalos turisztikai honlapja - MTÜ által működtetett

- ✓ Rendezvény infrastruktúra megújítása (színpad műszaki fejlesztése)
- ✓ Infopontok kialakítása, akadálymentes táblák, térképek

Minden esélyünk megvan rá, hogy a pályázat nyerjen, így bizakodóan tekintünk a jövő felé.

Monitoring

A szezon során folyamatosan monitoring tevékenységet végeztünk. Két fő turizmus iránt érdeklődő diák, az önkormányzati diákmunka program keretein belül, a főszezon folyamán júliusban illetve augusztusban az általunk összeállított vendégelégedettségi kérdőívekkel mérték fel a Gyomaendrődre érkező turisták véleményét, valamint prospektusokat osztottak szét a vendégek között, irodánk, illetve programjaink népszerűsítése érdekében. A kérdőívezés a Liget Fürdő területén zajlott. Összesen 154 kitöltést sikerült összegyűjteniük, amit a későbbiekben összesítettünk és levontuk a következtetéseket, ami a jövőt illetően hasznos lehet a város fejlődése, megítélése érdekében.

A következő részben a fent említett vendégelégedettségi kérdőív illetve a KSH és az Önkormányzati Adóosztály adatai alapján értékeljük ki a szezont.

Szezonelemzés – statisztikák-monitoring

Vendégek és vendégéjszakák száma (KSH)

A kereskedelmi szálláshelyek tekintetében (1. tábla) az adatok alapján elmondható, hogy mind a vendégek számában mind a vendégéjszakák számában folyamatos emelkedés volt megfigyelhető az elmúlt 4,5 évben. A 2012-es év a GYÜSZ-TE TDM szervezetként való működésének kezdete, így ezt az évet vettük alapul. Az országos, régiós és megyei szintű fejlődés ütemét jól követte a Gyomaendrőd turizmusának bővülése. A kétszámjegyű növekedések azt mutatják, hogy a város még közel sem érte el növekedésének korlátját. Ezt a későbbiekben elemzett kapacitás-kihasználtság adatok is meg fogják erősíteni.

Az átlagos tartózkodási idő folyamatos csökkenése a vendégéjszakák és vendégek számának növekedése mellett azt mutatja, hogy vendégek inkább rövidebb időre jönnek, divatosak lettek az ún. hosszú hétvégére érkezők. 2013-ban a vendégszám 24,8 %-os növekedése mellett a vendégéjszakák száma szinte alig emelkedett (0,6%), így az ÁTI 3,7 napról 3,0 napra csökkent, mely érték azóta stagnál.

1. tábla: Kereskedelmi szálláshelyek³ vendégforgalma 2012 – 2016 július között				
Időszak	Terület	Vendégek száma (fejlődés üteme bázis: előző év)	Vendégéjszakák száma (fejlődés üteme bázis: előző év)	Átlagos tartózkodási idő (ÁTI)
2012. év	Magyarország	8 385 169	21 805 200	2,6
	Dél – Alföld	489 497	1 237 809	2,5
	Békés –megye	151 841	470 794	3,1
	Gyomaendrőd	4 285	15 712	3,7
2013. év	Magyarország	8 885 053 (+ 5,9%)	22 968 472 (+5,3 %)	2,6
	Dél – Alföld	517 121 (+5,6 %)	1 292 774 (+4,4 %)	2,5
	Békés –megye	170 214 (+12,1 %)	519 577 (+10,4 %)	3,1
	Gyomaendrőd	5 348 (+24,8 %)	15 810 (+0,6 %)	3,0
2014. év	Magyarország	9 639 865 (+8,5 %)	24 433 676 (+6,4 %)	2,5
	Dél – Alföld	610 481 (+18%)	1 484 516 (+14,8 %)	2,4
	Békés –megye	212 423 (+24,8 %)	620 782 (+19,5 %)	2,9
	Gyomaendrőd	6 737 (+25,9 %)	19 273 (21,9 %)	2,9
2015. év	Magyarország	10 402 901 (+7,9%)	25 887 893 (+5,9 %)	2,5
	Dél – Alföld	690 005 (+13,0 %)	1 609 460 (+8,4 %)	2,3

³ Kereskedelmi szálláshely (239/2009. (X. 20.) Korm. rendelet alapján): szálloda (szálloda étteremmel), gyógyszálloda, wellness szálloda, garniszálloda (szálloda étterem nélkül), apartman szálloda, panzió, kemping, üdülőház, turisztaszálló, ifjúsági szálló

	Békés –megye	230 382 (+8,4 %)	622 276 (+0,4 %)	2,7
	Gyomaendrőd	7 022 (+4,2 %)	20 865 (+8,2 %)	3,0
2016. év jan- júl	Magyarország	6 150 479	15 249 008	
	Dél – Alföld	406 214	951 345	
	Békés –megye	136 697	360 652	
	Gyomaendrőd	4 651	12 142	

Adatok forrás: KSH tájékoztatási adatbázis, táblázat saját szerkesztés

2. tábla: Üzleti célú egyéb (korábban magán-) szálláshelyek vendégforgalma 2012 – 2015 között				
Időszak	Terület	Vendégek száma (fejlődés üteme bázis: előző év)	Vendégéjszakák száma (fejlődés üteme bázis: előző év)	Átlagos tartózkodási idő
2012. év	Magyarország	953 902	3 368 460	3,5
	Dél – Alföld	70 065	197 484	2,8
	Békés –megye	26 446	85 999	3,3
	Gyomaendrőd	2 365	8 365	3,5
2013. év	Magyarország	1 062 779 (+11,4%)	3 671 572 (+9,0 %)	3,5
	Dél – Alföld	80 416 (+14,8%)	222 218 (+12,5 %)	2,8
	Békés –megye	27 325 (+3,3 %)	88 264 (+2,6 %)	3,2
	Gyomaendrőd	2 108 (- 10,9 %)	8 211 (-1,8 %)	3,9
2014. év	Magyarország	1 363 563 (+28,3 %)	4 478 706 (+22,0 %)	3,3
	Dél – Alföld	110 862 (+37,9 %)	300 431 (+35,2 %)	2,7
	Békés –megye	41 271 (+51,0 %)	131 022 (+48,4 %)	3,2
	Gyomaendrőd	3 386 (+60,6 %)	12 472 (+51,9 %)	3,7
2015. év	Magyarország	1 661 262 (+21,8 %)	5 361 501 (+19,7 %)	3,2
	Dél – Alföld	122 550 (+10,5 %)	372 011 (+23,8 %)	3,0
	Békés –megye	41 254 (-0,04 %)	153 072 (+16,4 %)	3,7
	Gyomaendrőd	3 677 (+8,6 %)	13 610 (9,1 %)	3,7

Forrás: KSH tájékoztatási adatbázis, táblázat saját szerkesztés

A KSH adatai alapján elmondható (2. tábla), hogy Gyomaendrődön az üzleti célú magánszálláshelyeken 2013. évi csökkenés után 2014-ben egy nagyon intenzív növekedés vette kezdetét. A rekordnak számító növekedés valószínűleg nem csak a magasabb számú érkezésnek, hanem a gazdaság „fehéredésének” is volt a következménye. Ezt növekedést sikerült 2015-ben újabb kb 9 %-al (vendégek és vendégéjszakák számában is) megfejezni. Az átlagos tartózkodási idő 3,7 nap (2015), ami magasabb érték, mint kereskedelmi szálláshelyek esetében.

Bevételek és kapacitás (KSH)

Üzleti célú egyéb (korábban magán) **szálláshelyek kapacitása** a következőképpen alakult a 2015. évben. A városban a KSH adatai alapján összesen **86 fő vendéglátó** rendelkezett, összesen **228 db** kiadó szobája volt **543 db** férőhellyel. Ez a előző évhez képest a vendéglátók számában 8,8 %-os, a szobák számában 25,2 %-os, a férőhelyek számában pedig 22,9%-os emelkedést jelent. A kihasználtságról nincsenek KSH által publikált adatok, de meglévő adatokat alapul véve ez az arány olyan 6,9 %⁴ lehetett a tavalyi évben. Ebből az adatból is látszik a nagyon erős szezonális, de itt mindenképpen figyelembe kell venni a szürkegazdaságot is.

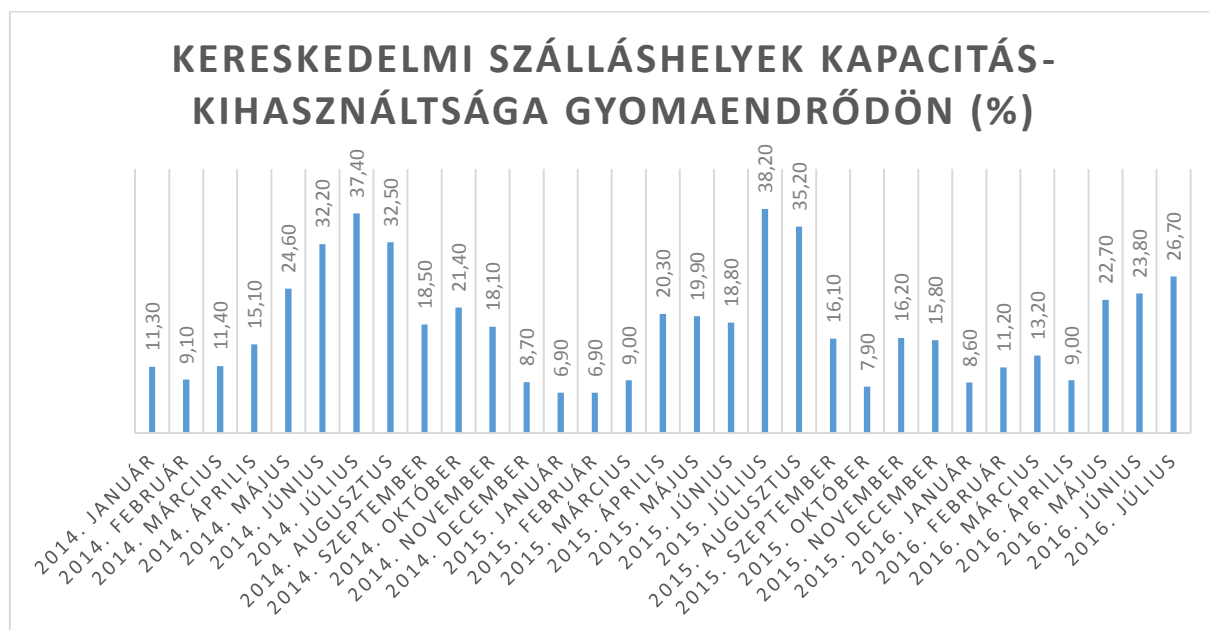
Kereskedelmi szálláshelyek kapacitása a legfrissebb (2016 július) KSH adatok alapján: összesen **14 db egység** rendelkezik összesen **162 db** kiadható **szobával** és 1291 db férőhellyel, ebből mindössze **264 db férőhely** találgató szálloda típusú⁵ egységben. Ez a 12 hónappal, korábbi adatokkal szinte teljesen megegyezik. Az éves kihasználtsági adatok tavalyi évben 2,6 %-os csökkenést mutattak, ami alapján a 2014-es 7,5%-os emelkedés után annyit tesz, hogy a szálláshelyek nem tudták folytatni a nagymértékű emelkedést. Az adatok részletesen a lenti diagramban olvashatóak.

⁴ Számítás alapja: összes kiadható férőhely és vendégéjszakák száma – KSH 2015. évi adatok alapján

⁵ szálloda vagy panzió

Fontos megjegyezni, hogy a kereskedelmi szálláshelyeken található kapacitás csak kisebb része található szálloda típusú egységben, összesen 102 szoba és 264 db férőhely (KSH 2016. július). Gyomaendrőd helyzete így különlegesnek mondható, hiszen itt a legtöbb szálláshelynél helyi emberek vendégszeretet élvezhetik az ide látogató turisták. Adatgyűjtés szempontjából azonban hátrányos mivel a KSH nem publikál adatokat havi bontásban az üzleti típusú magán szálláshelyekről. Miden szempontból megnő a helyi összefogás jelentősége, a rengeteg kisebb szolgáltató összefogása nagy és fontos feladat. A TDM szervezet feladata itt tehát kiemelkedő fontosságú, melyben fontos partnerünk a helyi Önkormányzat.

1 diagram:



Forrás: KSH tájékoztatási adatbázis

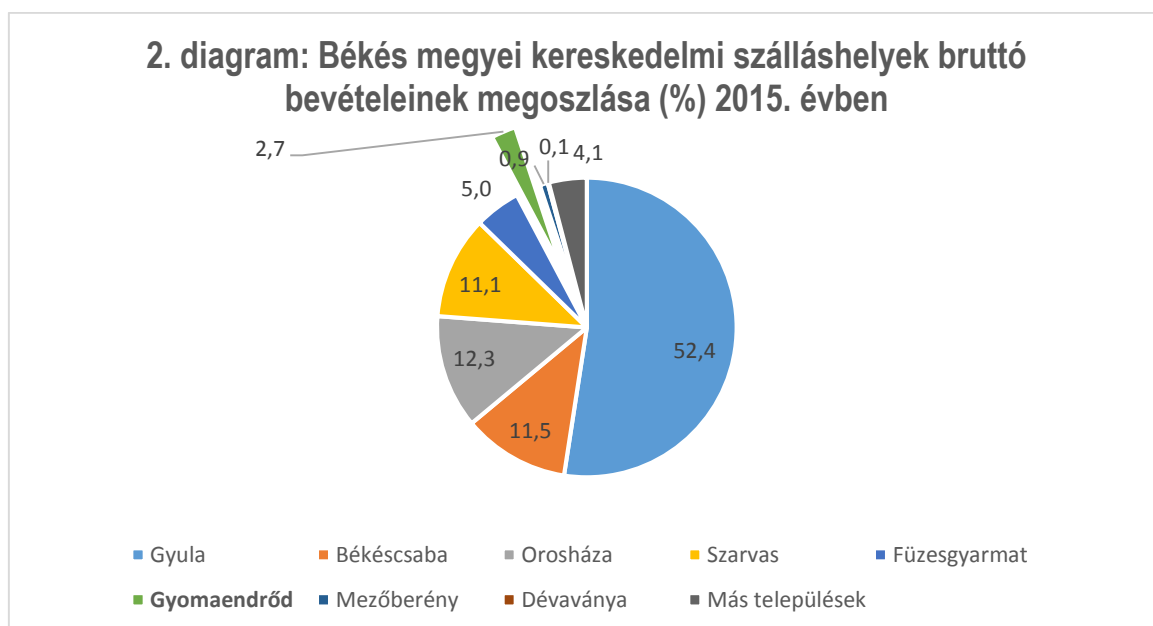
Bevételek kereskedelmi szálláshelyeken

A KSH bevételi adatokat csak a kereskedelmi szálláshelyekről publikál, így a városban jelentős hányadot jelentő üzleti célú egyéb szálláshelyek bevételeinek elemzési adataira nem tudunk hagyatkozni.

Kereskedelmi szálláshelyek Gyomaendrőd területén 2015. évi adatai alapján a REVPAR (1 szoba 1 működési napjára jutó szállásdíj) mutató 1 634 Ft volt, ami Békés megye (3 307 Ft) és a Dél-Alföldi régió (3 765 Ft) is alacsonyok számít. A kereslet ingadozásának (szezonális) és a piaci helyzetnek köszönhető.

Az egy vendégéjszakára jutó bruttó szállásdíj tekintetében (3 547 Ft) is alacsonyabbak az értékek mint a megyében (4 462 Ft) vagy a régióban (5 761 Ft).

A kereskedelmi szálláshelye bevétele 2015-ben a Dél Alföldi régióban 9 271 877 e Ft volt, melynek 29,9 %-a (2 776 326 e Ft) Békés megyében realizálódott. Gyomaendrőd, a maga 74 014 e Ft-os bevételével, a megyében realizálódó bevételek 2,6%-át produkálta. (2. diagram)



Adatok forrás: KSH

A kereskedelmi szálláshelyek első hét havi bevétele 43 140 000 Ft volt, ami a tavalyi év hasonló időszakához viszonyítva (37 946 000 Ft) 13,6 %-os emelkedést jelent a bruttó szállásdíj bevételekben. (KSH)

Idegenforgalmi adó bevételek

3. tábla: Vendégéjszakák és IFA bevételek alakulása Gyomaendrődön (2015-2016)								
Hónap	2015. év				2016. év			
	Vendégéjszaka (éj)			IFA (ft)	Vendégéjszaka (éj)			IFA (ft)
	mentes	köteles	összesen	bevallott	mentes	köteles	összesen	bevallott
Január	116	292	408	102 200	173	332	505	116200
Február	307	391	698	136 850	140	486	626	170100
Március	307	677	984	236 950	459	529	988	185150
Április	253	702	955	245 700	282	548	830	191800
Május	851	1 502	2 353	525 700	1508	1019	2527	356650
Június	1 625	1 974	3 599	690 900	2590	1656	4246	579600
Július	4 261	5 576	9 837	1 951 600	4471	3885	8356	1359750
Augusztus	3 496	6 109	9 605	2 138 150	2348	5212	7560	1824200
Szeptember	687	1 152	1 839	403 200				
Október	235	739	974	258 650				
November	196	529	725	185 150				
December	224	623	847	218 050				
Összesen	12 558	20 266	32 824	7 093 100	11 971	13 667	25 638	4 783 450

Adatok forrás: Gyomaendrődi Közös Önkormányzati Hivatal Adóosztálya, táblázat saját szerkesztés

Az idegenforgalmi adóbevételek (röviden és a továbbiakban IFA) 2016. év első hét hónapjában összességében hasonlóan alakultak, mint az előző év hasonló időszakában. Az IFA bevételeknél láthatjuk, hogy június – július

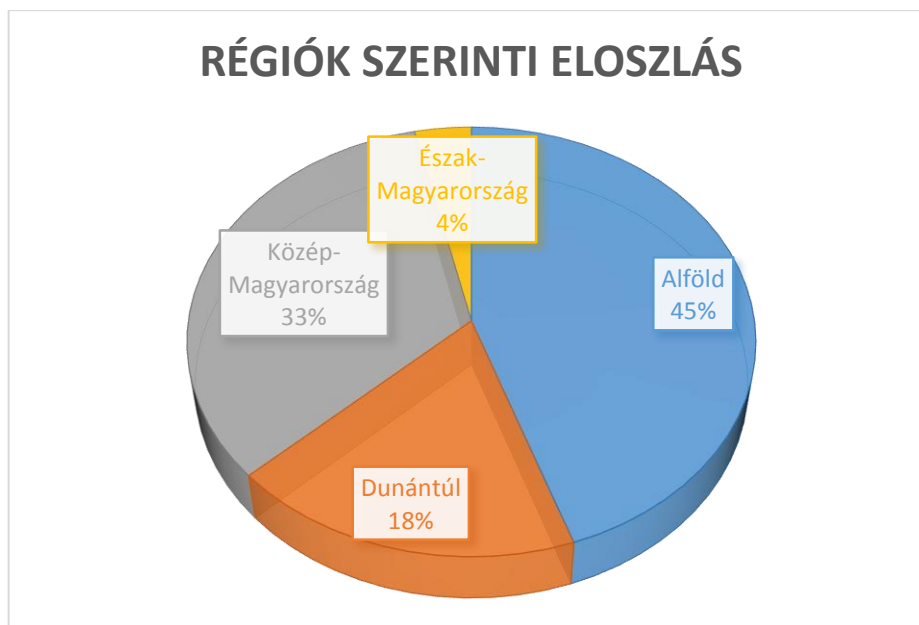
hónapokban mindkét évben az IFA -mentes⁶ éjszakák száma elérte, vagy akár meg is haladta az IFA-köteles éjszakák számát. Ez az adat is jól mutatja az ifjúsági turizmus jelentőségét a desztinációban.

Szürke és feketegazdaság: A városi adóosztály és a KSH vendégéjszaka adatait (2015. év) eltérést tapasztalhatunk, előbbi 32 824 vendégéjszakát, míg utóbbi 34 475 vendégéjszakát mért, így a különbség a két adat között 4,8 % százalék.⁷

Vendégelégedettségi felmérés

A felmérést idény nyáron végeztük a Liget Fürdőben és környékén. A válaszadók száma 156 fő volt ebből 154 volt értékelhető. A legfontosabb adatokat, melyek leginkább relevánsak marketingterv készítésekor most a terjedelmi korlátok miatt vázlatpontokban ismertetjük:

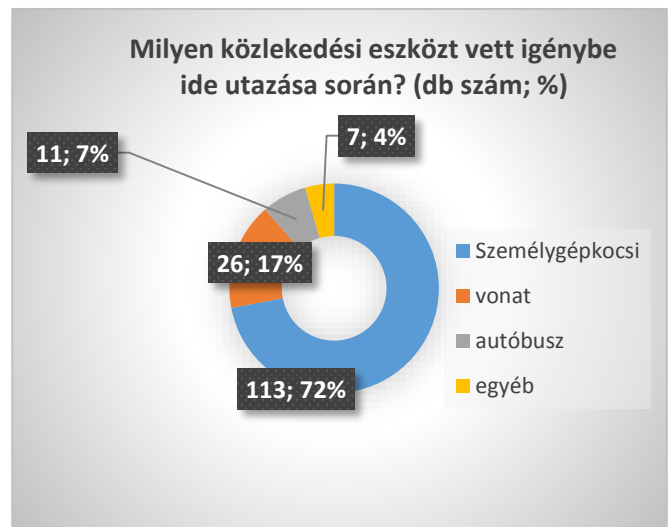
- Küldő területek: a legtöbb válaszadó idén is az Alföldről (45%), azon belül is a környező megyékből érkezett, ezt követi a Közép-Magyarország, főleg Budapest (33%), majd Dunántúl 18%.



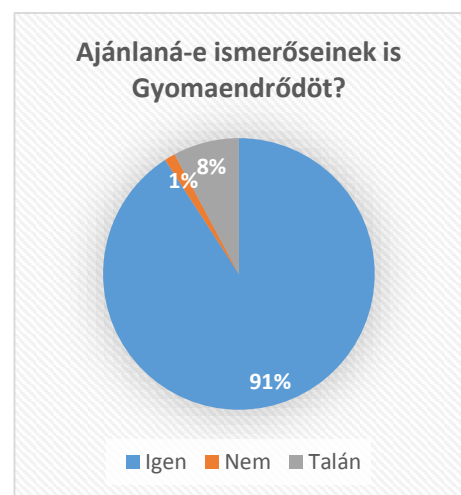
- Kivel érkeztek? A megkérdezettek több, mint fele (56%) családdal, negyedük (24%) barátokkal, tizedük (11%) pedig házastárssal, élettárral érkezett. Elenyésző (5% - 4%) volt az egyedül illetve munkatársakkal érkezők száma.
- Mivel érkeztek? A legtöbben (72 %) személygépkocsival, ezt a vonat (17%), majd a busz követte (7%). Azt itt tartózkodás alatt azonban „csak” 41 % használta a gépkocsiját, majdnem ugyanennyien (39%) gyalog közlekedtek. Kerékpárt 17% használt. A helyi buszjárat igénybe vétele nagyon alacsony volt (3%).

⁶ IFA fizetés alól mentesül 18 év alatti vagy 70 év feletti állampolgár (további mentességet a 1990. évi C. törvény 31§ szabályozza)

⁷ **Megjegyzés.: Az egyesület javaslat, hogy az Önkormányzat adóosztálya vizsgálja felül az IFA bevételeket. Turisztikai pályázatoknál is hátrány a kevesebb IFA befizetés a bevételkiesés mellett.**



- Látogatások száma és hossza: A látogatók egy ötöde (19 %) volt az aki a először járt a településen, a többiek legalább másodjára (81%) voltak itt. A látogatás hosszát illetően: ötödük jött egy napra, 2-3 napra 17%, 4-5 napra 31 %; 6 napnál hosszabb időre pedig 32 %!
- Honnan hallottak rólunk? Az ismerősektől, barátoktól lehetőséget jelölték meg a legtöbben (58%), ezt követte az internet (26%) és a tévé és rádió (14%-13%)
- Legnépszerűbb programok: Rendezvény közül a Bogártalálkozó, programajánlatok közül pedig a Liget Fürdőt említik a legtöbbször.
- Költség: A válaszadók majdnem fele (47%) kevesebbet költ 50 000 Ft-nál fejenként egy nyaralás során, majdnem ugyanennyien (41%) 50 000 és 100 000 Ft között költenek, 12% pedig 100 000 Ft felett költ saját bevallása alapján.
- A legtöbben (91%) ajánlanák Gyomaendrődöt másoknak és szívesen visszatérnének (93%).



Érdekképviselő - Gyomaendrődi desztináció képviselői szakmai fórumokon

Május a szakmai rendezvények hónapja volt. Részt vettünk az Országos Tourinform Találkozón, mely idén május 25-26-án került megrendezésre. A találkozón szakmai előadások után, a rendező desztináció, Gyula megismerésére került sor. Az esemény remek lehetőséget biztosított a szakmai ismereteink bővítésére, tapasztalatcserére. Másik fontos, országos jelentőségű fórum, ahol megjelentünk az Országos TDM Konferencia volt, Székesfehérváron. Itt lehetőségünk nyílt szakmai diskurzusra a TDM szervezetek aktuális ügyeiről, többek között a TDM

pályázatról és a rendszer jövőjéről és a szezon előkészítéséről. Az ezekhez hasonló szakmai események nagyon fontosak kapcsolatépítés szempontjából.

Bevételek

Működési költségeinket az Önkormányzat által nyújtott támogatásból és (foglalkoztatás terén) pályázati pénzekből finanszíroztuk. Értékesítésből származó bevételeink a Tourinform irodában eladatott ajándéktárgyakból, jegyek jutalékából és a fesztiválszínpadunk és sörpadjaink kiadásából származott. Ezen túl bevételek a tagdíjakból és tagi marketing hozzájárulásból származtak még.

A táblázat jól mutatja, hogy teljesítettük az Önkormányzattal kötött Együtműködési szerződésben vállaltakat és bevételeink 70%-át nem haladja meg az Önkormányzat által nyújtott anyagi támogatás. Számszerűsítve 2016. évben a teljes bevételből Önkormányzati támogatás bevételek arány 53,03 %, saját bevételek aránya: 46,97 %.

BEVÉTELEK

	2016. terv	teljesült IX.30ig.	Összes tervezett saját-bevétel	Összes tervezett Önkormányzati támogatás
Önkormányzati Támogatás	4 044 000 Ft	3 060 000 Ft		5 944 000 Ft
Önkormányzati Támogatás	1 500 000 Ft	-		
jegyértékesítésből átadott 10Ft-ok	50 000 Ft	-		
Disznótoros és Böllérpálinka Verseny -Önkormányzati Támogatás	350 000 Ft	-		
Bértámogatás - Ifjúsági Garanciaprogram	1 520 820 Ft	1 520 821 Ft	3 187 245 Ft	
Bértámogatás - Ifjúsági Garanciaprogram	1 217 220 Ft	1 217 221 Ft		
Bértámogatás - Közfoglalkoztatás	449 205 Ft	89 841 Ft		
Értékesítés Nettó bevétele Tourinform	731 639 Ft	731 640 Ft	2 077 638 Ft	
Értékesítés Nettó bevétele színpad/sörpad/hangtechnika	745 999 Ft	746 000 Ft		
Tagdíjak	600 000 Ft	300 000 Ft		
Összesen	11 208 883 Ft	7 665 523 Ft	5 264 883 Ft	5 944 000 Ft
Teljes bevétel %-a	100%	68,39%	46,97%	53,03%

Feladatterv 2017. évre

Marketing és feladattervünket összehangoltuk jelen feladattervvel, ebből adódnak az átfedések.

Célok 2017. évre

- Vendégéjszakák és vendégérkezések számának növelése, ez által IFA bevételek növelése. Legalább 5 %-os növekedés a belföldi és 2 % növekedés a Romániai piacon
- Turistaköltségek növelése,
- Termékfejlesztés - Garantált programok számának növelése, meglévők minőségének emelése (törekvés az élményközpontúságra, interaktivitásra)
- Gyomaendrőd, mint turisztikai márka kiépítésének folytatása, erősítése
- Marketing tevékenység összehangolása a város intézményei és az egyesület között a költséghatékonyság jegyében
- Gyomaendrőd marketing kommunikációjának egységesítése, egységes arculat használata. Ezáltal a városmárkázás folytatása.
- Helyi együttműködések erősítése, legfőképpen a helyi önkormányzattal és intézményeivel
- Ösztönzés a helyi TDM erősítésére
- Kapcsolati tőke bővítése
- Hozzájárulás egy pozitív városimázs kialakításához, erősítéséhez, ezzel támogatva a vállalkozó kedv növekedését, illetve befektetők vonzását
- Városi turisztikai koncepció elkészítésének szorgalmazása
- Szemléletformálás, oktatás

Feladatok a 2017. évre

A fentiekben megfogalmazott célokat a következő feladatok megvalósításával kívánjuk elérni:

- ✓ Marketing csomag 2017: A Marketing és feladatterv 2017. évre című tervdokumentumunkban részletesen kifejtésre kerül, milyen marketing kampányokat szeretnénk végrehajtani a jövőben. A felkínált marketing csomagból megvalósítás az anyagi forrásaink függvénye, a dokumentumban leírtak az ideális forrásfelhasználást tükrözi. Ezek röviden összegezve:

Feladat megnevezése	Leírás
Szezon előkészítése, folyamatos feladatok	<ul style="list-style-type: none">- Imázs kiadvány készítése- Horgászkiadvány készítése- www.gyomaendre.hu és a Facebook oldal szerkesztése- Kiállításokon illetve szakmai rendezvényeken való részvétel- Városi rendezvényeinek hirdetése, plakátok készítése- GYÜSZ-TE kártyarendszer felülvizsgálata- Tourinform feladatok ellátása- Rendezvényszervezés – IX Gyomaendrői Disznótoros és Böllérpálinka Verseny- Online marketing feladatok.- Kiadványok aktualizálása- Egyéb, előre nem látható feladatok
Potencionális turisták megszólítása, marketingkampányok	<p><u>Téli kampány:</u></p> <ul style="list-style-type: none">✓ Tervezett időszak: 2016. december 1. – 2017. február 28✓ Marketingkommunikációs eszközök és csatornák:<ul style="list-style-type: none">○ Vidékjáró: kirándul az osztály 2017 magazinban való megjelenés PR cikkel○ Osztálykirándulás kiajánló készítése, kiküldése (folyamatosan)○ Nyugdíjasoknak szóló kiajánló készítése, elküldése nyugdíjas klubok, közösségek számára (folyamatosan)

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tájékoztató anyagok kihelyezése a www.gyomaendre.hu és a www.gyomaendrod.hu oldalakra is. ○ Folyamatos Facebook kampány, képekkel, videókkal, nyereményjátékkal ○ Szakmai tanulmányút szervezése pedagógusoknak ○ Éves rendezvénynaptár elkészítése (előkészítés decemberben!) és terjesztése (online és offline) <p><u>Tavaszi kampány:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tervezett időszak: március 1 – május 20. ✓ Marketingkommunikációs eszközök és csatornák: <ul style="list-style-type: none"> ○ Utazás kiállítás (2017. március 2-5): közös részvétel a Liget Fürdővel. Kiajánlók, szórólapok készítése a város turisztikai lehetőségeiről. ○ Horgászkiadvány készítése (együttműködve szakmai szervezetekkel) ○ Programajánló –garantált programokkal készítése ○ Országos szintű tévés és rádiós hirdetések a szezon előkészítése érdekében ○ Facebook kampány <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sajt és Túró Fesztivál ajánlása a Gyoma Endre oldalon ▪ Nyereményjáték ○ „Fesztiválmarketing” <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sajt és Túrófesztivál plakátjának szerkesztése, nyomtatása és terjesztése ▪ Honlap létre hozása Facebook oldal létrehozása a Sajt és Túrófesztiválnak, és azon belül esemény létre hozása ▪ A fesztivál támogatása Tourinform kitelepüléssel, valamint vendéglégedettségi kérdőívek kitöltésével ○ Gyomaendrőd információs anyagainak terjesztése a Tourinform hálózaton belül <p><u>Nyári kampány</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tervezett időszak: május 21 – augusztus 20. ✓ Marketingkommunikációs eszközök és csatornák: <ul style="list-style-type: none"> ○ Adwords kampány ○ Tourinform iroda: személyes kapcsolatok fontossága! <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nyitva a főszezon minden napján ▪ a fürdő pénztár munkájának kisegítése ○ Heti Facebook nyereményjáték folytatása ○ Heti programajánló készítése ○ Halfőző Verseny plakátjának elkészítése, a rendezvény hirdetése megyei fórumokon ○ Hirdetés országos televíziós és rádiós csatornákon ○ Gyomaendrődi kiadványok eljuttatása a Tourinform hálózatra ○ Programajánló garantált programokkal terjesztése főleg desztináción belül <p><u>Őszi kampány</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tervezett időszak: augusztus 21 – november 30. ✓ Marketingkommunikációs eszközök és csatornák: <ul style="list-style-type: none"> ○ A gyógyászat népszerűsítésre irányuló kampány a Liget Fürdővel közösen ○ Disznótoros és Böllérpálinka verseny népszerűsítése
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ plakát ▪ rádiós hirdetések ▪ eseményhez kapcsoló nyereményjáték <ul style="list-style-type: none"> ○ Facebook kampány
Gyomaendrődön tartózkodó turisták megszólítása	<ul style="list-style-type: none"> - Tourinform iroda- tájékoztatás - Garantált programok Gyomaendrődön – plakát - Garantált programok Gyomaendrődön – szórólap - Rendezvények 2017 - szórólap - Információs faliújságok – kiadványtárolók kihelyezése a város turisztikailag frekvenciált pontjain pl.: KFKK, Körös és Bárka Látogatóközpontok, Endrődi Tájház, Szent Antal Kenyér sütő ház, Kner Múzeum, Liget Fürdő pontjai, - GYÜSZ-TE kártya használata - Ingyenes térkép az ide érkezőknek (Így könnyebben megtalálják a szolgáltatókat) - Adatgyűjtés: vendégelégedettségi kérdőívek kitöltetése, - Nyertes TDM pályázat esetén: Infopontok kialakítása, mobilalkalmazások létrehozása, garantált programok bővítése
Rendezvények marketingkommunikációs támogatása	<p>Rendezvények hirdetése megegyezés és anyagi források függvényében. Az alábbiak mindenképp megvalósulnak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hirdetés a www.gyomaendre.hu weboldalon - Hirdetés a Facebook oldalunkon - rendezvények hírének terjesztése a Tourinform hálózaton belül
Helyi lakosság, szolgáltatók tájékoztatása a turizmusról	<ul style="list-style-type: none"> - Helyi lakosság számára: Tourinform irodában tájékoztatás a helyi turizmusról, nyertes TDM pályázat esetén szemléletformáló előadás, játékok, kampányok a turizmus jelentőségéről - Turisztikai szolgáltatók: versenysemleges segítségnyújtás a Tourinform irodában, nyertes TDM pályázat esetén szakmai előadások rendezése, továbbképzések

- ✓ Nyertes TDM pályázat esetén: teljes turisztikai (marketing) kommunikációs infrastruktúra megújítása. (Weboldal megújítása, mobil alkalmazások, Infopontok kialakítása)
- ✓ 2017-ben egyik fő feladat az érintett szolgáltatókkal, önkormányzati intézményekkel leegyeztetett megfelelő adatgyűjtésre alapozott, hosszú távú (min. 5 éves) marketingstratégia kidolgozása, mely meghatározná kommunikáció irányvonalait, ennek az anyagi háttérét a beadott GINOP pályázatunk teremtené meg.
- ✓ Pályázati lehetőségek keresése
- ✓ GYÜSZ-TE kártya újragondolása, felmerülő problémák megoldása a kártyarendszer teljes megújítása
- ✓ Monitoring folytatása: vendégelégedettségi felmérés készítése, kiértékelés, összehasonlítása korábbi évek felméréseivel

Összegzés

Összességében elmondhatjuk, hogy jó szezont zártunk, fontos tapasztalatokkal lettünk gazdagabbak. Az általunk végzett marketingtevékenységből nem csak az egyesület tagjai profitáltak, hanem a város összes turisztikai szolgáltatója, illetve hozzájárultunk a városmarketinghez építve ezzel Gyomaendrőd imázsát. Munkánkat a jövőben is hasonló odaadással és szakmaisággal fogjuk végezni.



Marketing- és feladatterv 2017. évre

Készítette:

Oláh Réka

megbízott TDM menedzser

Készült:

2016. október

A dokumentumot az egyesület elnöksége elfogadta: 2016 október 06.


.....
Dr. Glózik Klára


GYÜSZ-TE
Gyomaendrőd-i Ökológiai Szervezet
Turisztikai Egyesület
5221 Gyomaendrőd, Jókai M. u. 6.
Tel.: 06-36-18395136-1-04

Tartalom

Jövőkép	3
Illeszkedés városmarketing tervhez, turisztikai koncepcióhoz, egyéb hosszú távú tervekhez	3
Helyzetelemzés	4
Gyomaendrőd, mint turisztikai termék	4
SWOT elemzés	5
Gyomaendrőd a statisztikák tükrében	5
Vendégek és vendégéjszakák száma (KSH)	6
Bevételek és kapacitás (KSH)	7
Idegenforgalmi adó bevételek	9
Vendéglégedettség felmérés	10
Turisztikai szempontból releváns rendezvények	10
2017. évi célok	11
Célcsoportok és célpiac meghatározása	11
Célcsoportok:	11
Célpiacok	12
Marketing Mix alkalmazása	12
Marketingkommunikáció eszközei, kampányok	13
Szezon előkészítéshez kapcsolódó illetve folyamatos feladatok:	14
Potenciális turisták megszólítása	15
A Gyomaendrődön tartózkodó turisták megszólítása	17
GINOP – 1.3.4 – 15 – Turisztikai szervezetek (TDM) fejlesztése pályázat	18
Költségterv	19
Monitoring	19

Jövőkép

Gyomaendrődi Üdültetési Szövetség Turisztikai Egyesület (röviden GYÜSZ-TE) célja: Gyomaendrőd turisztikai desztinációjának pozicionálása nemzetközi és haza turisztikai piacon úgy, hogy szervezeti összefogás mellett az önkormányzattal karöltve egy megalapozott újszerű marketingstratégiát kialakítva, erre a célra igényelhető állami támogatások segítségével, konzekvens brand - építő lépéseket tartalmazó tervezet alapján a látogatók/vendégéjszakák számának növelése, és motivációjuk maximalizálása, ezzel elérendő, hogy városunk és vidéke turisztikailag frekvenciált lehessen. A fenntartható turizmus kialakítása, megőrzése és fejlesztése Gyomaendrődön. A turizmus esetében a fenntarthatóság a természeti, a kulturális és az épített környezeti elemek okos felhasználást, fejlesztését és egyben védelmét jelenti, minek következtében a turizmusban részt vevők érdekei, elvárásai egyszerre teljesülnek, a gazdasági előnyökből egyszerre részesülnek. Fenntartja a kommunikációt az önkormányzat, turisztikai vállalkozók, szakmai szervezetek, civilek és a lakosság között a fejlődés érdekében. Megfelelő kompetenciát biztosít (anyagi forrásokat és szakembereket) a feladatok végrehajtásához, a közösségi érdekeket előtérbe helyezve. Az egyesület működése révén összeadódna a szellemi javak, mely a város turisztikai fejlődését irányzó anyagi javak megteremtését célozza. Helyi turizmusban érintett gazdasági szereplők szakmai továbbképzése, oktatása. *(Forrás: GYÜSZ-TE alapszabály)*

Illeszkedés városmarketing tervhez, turisztikai koncepcióhoz, egyéb hosszú távú tervekhez

A Magyar Turisztikai Ügynökség kiemelt turisztikai terméként kezeli az aktív-, egészség-, örökségturizmust, melyeket szervezetünk és a helyi önkormányzat is kulcsfontosságúnak ítél meg. A hatályos Nemzeti Turisztikai Koncepció elfogadás még várat magára. (2017 elejére ígérik)

Jelenleg Gyomaendrőd városnak érvényes turisztikai koncepciója nincs, így ebbe nem tudjuk beilleszteni ezt a marketingtervet¹.

A jelenleg érvényes Integrált Városfejlesztési Stratégia is fontosnak tartja a turizmus fejlesztését, bár irányvonalat nem jelöl ki. Ezzel szemben Gyomaendrőd Város Gazdasági Programja (2015- 2020) már konkrét célokat fogalmaz meg a turizmus fejlesztését illetően, főként a Liget Fürdő fejlesztésére vonatkozóan. További fontos turisztikai cél a Fűzfás-zugi holtág turisztikai fejlesztése, mely projekt finanszírozását a Területi Operatív Program (TOP) keretében kerülni megvalósításra. (megj.: a pályázat beadásra került, reméljük sikerrel)

Gyomaendrőd Város Közművelődési Koncepciójából (2015 -2020) szem előtt tartjuk a helyi hagyományok megőrzését és a közművelődés fontosságát. A városi közművelődési intézmények partnerként tekintünk minden esetben.

¹Megjegyzés: Fontos lenne a helyi turisztikai koncepció és egy városmarketing stratégia létrehozása, hogy irányvonalat adjon az éves terveknek, kijelölje, mi tartozik turisztikai feladatkörébe és mi közművelődésbe.

Helyzetelemzés

Gyomaendrőd, mint turisztikai termék

Természeti adottságok

Gyomaendrőd turisztikai szempontból rendkívüli adottságokkal rendelkezik, melyek kihasználása az évek során egyre nőtt. A Hármas – Körös folyó és annak, a város területén található (Európában egyébként egyedinek számító) 16 kül- és belterületi holtága az egyik ilyen adottság. Ezek a vizek jelenleg alkalmasak horgászatra, vízi sportokra (kajak, kenu, sárkányhajó), strandolásra, árterük, környékük pedig túrázásra, az élővilág megfigyelésre, valamint nagyban meghatározzák a város látképét, unikális hangulatot adva ezzel neki.

A város vizeinek fő turisztikai hasznosítása közül fontos kiemelni a horgászatot, mely március és október között vonzza ide a turistákat.

A másik ilyen adottság a városunk alatt található termálvíz, melyet már 1960!-ban gyógyvízzé nyilvánítottak. A feltörő víz, úgynevezett alkalihidrogénkarbonátos termálvíz, mely külsőleg alkalmas krónikus reumatikus, köszvényes bántalmak, idegzsába, isiász ellen, gyógyító hatású a törések, zsugorodások, petefészek-gyulladás és idült gyulladások esetében. Ivókúraként is alkalmazható krónikus nyálkahártyahurut, bélhurut, epehólyaghurut, vesemedence gyulladás, emésztési zavarok, gyomorégés, gyomorfekély ellen. (Gyomorsavhiány vagy kevés gyomorsav esetén az ivókúra nem javasolt.) Erre az adottságra épül a város egyik leglényegesebb turisztikai attrakciója a Liget Gyógyfürdő és kemping.²

Kulturális kincseink (épített környezet)

A város legfontosabb turisztikai attrakciói³:

1. Liget Gyógyfürdő és Kemping
2. Erzsébet Ligeti Lombkorona sétány és kilátó
3. Kner Nyomdaipari Múzeum
4. Szent Antal kenyérsütő ház
5. Vidovszky Béla Városi Képtár
6. Körös Látogatóközpont / Aranka Babamúzeum
7. Endrődi Tájház és Helytörténeti Gyűjtemény
8. Bárka Látogatóközpont
9. Templomok

²A fentieket minden Gyomaendrődöt bemutató PR és egyéb anyagban érdemes kihangsúlyozni.

³ a teljesség igénye nélkül

SWOT elemzés

Gyomaendrőd, mint turisztika termék	
Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> - Vasúttal könnyen megközelíthető (közvetlen a Budapestről, Aradról, Temesvárról, Bukarestből) - TDM szervezet és turisztikai információs iroda (Tourinform) található a településen - Gazdag természeti örökség és arra épülő turisztikai termékek megléte - Hármaskörös folyó és holtágai, melyek kiváló horgászvizek - Történelmi és vallási örökség - Termásvíz kincs, ami minősített gyógyvíz - Országban egyedülálló nyomdaipari gyűjtemény - Kiépített elsődleges turisztikai szuprastruktúra pl.: vendéglátóhelyek, éttermek magas száma, apartmanok, üdülők magas száma - Országos, regionális ismeretségű rendezvények pl.: Nemzetközi Sajt és Túró Fesztivál, Nemzetközi VW Bogártalálkozó - Jó ár/érték arány - Vendégszeretet 	<ul style="list-style-type: none"> - Nagymértékű szezonális - Stabil, kiépített vendégkör hiánya - Komplex turisztikai csomagok hiánya - Hotelférőhelyek száma alacsony (magasabb minőségű szálláshelyek hiányoznak) - Kevés a jól képzett, idegen nyelveket beszélő munkaerő - Alacsony a külföldi vendégek száma - Belső kommunikáció gyenge, - Nincs városi marketing stratégia - Idegenforgalmi koncepció lejárt (2007-2013) - Őszi szezonhosszabbító (nagy) rendezvény nincs (szeptember, október)
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> - A turisták száma világviszonylatban növekszik - Európai Unión belüli mobilitás - Belföldi turizmus egyre népszerűbb - Európai Unió támogatások lehívása - Egységes városi marketing kialakítása - GYÚSZ-TE kártyarendszer megújítása, kiterjesztése az Önkormányzati intézményre is - Szorosabb együttműködés a szolgáltatók között - Testvérvárosi kapcsolatok kiaknázása 	<ul style="list-style-type: none"> - Nehezen közelíthető meg közúton, nincs a megyébe vezető autópálya - Versenyhelyzet a térségben, hasonló profillal rendelkező városok pl.: Gyula, Szarvas - Alulfinanszírozottság, forráshiány - Nincs egységes marketingstratégiája a városnak, összhang hiánya a szolgáltatók között - Fekete és szürkegazdaság további erősödése - Liget Fürdő fejlesztésének elmaradása forráshiány miatt - Térségi TDM szervezet hiánya az egész régiót hátrányosan érinti

Gyomaendrőd rengeteg turisztikai attrakcióval, természeti kincssel rendelkezik, melyek a turizmusban nagyon jól kiaknázhatóak. Olyan egyedülálló, máshol nem tapasztalható élményekkel gazdagodhatnak az ide érkezők, mint kevés más helyen a régióban. A helyi turizmus azonban nagymértékben függ a szezonálitástól, melynek csökkentése kiemelt feladatunk. Az egész országot érintő problémák, mint az alulfinanszírozottság, források hiánya, jól képzett munkaerő hiánya, a desztinációt is érinti. A komplex turisztikai csomagok összeállításával kiépíthető lenne egy stabil vendégkör, erre törekvések az évek során folyamatosan vannak/voltak, de ennek látható eredménye egyelőre várat magára. A csomagok kialakításának nehézsége a Gyomaendrődi piac nagy megosztottságának köszönhető. Rengeteg kis szolgáltató található, melyek érdekeinek egyeztetése embert próbáló feladat. Fontos lenne az együttműködés jegyében a város idegenforgalmi koncepciójának megújítása. Fontos lehetőség az EU-s pályázati pénzek lehívása, a fenntarthatóság elvének figyelembevételével. A Liget Fürdő fejlesztéseinek elmaradása a legnagyobb veszély, ami a város turizmusát fenyegeti. A Fürdő fontos központja a turizmusnak, mely ha hanyatlásnak indul, a turisták elpártolásához fog vezetni.

Gyomaendrőd a statisztikák tükrében

A turizmus egy virtuális ágazat, azaz önállóan nem mérhető iparág. Mélyebb statisztikai elemzéseket csak a szálláshelyszektorban tudunk készíteni, hiszen itt áll rendelkezésre a legtöbb adat (vendég száma, költsége, ven-

dégéjszakák száma). Fontos kiemelni, hogy ezek a statisztikák Gyomaendrődön turisták által elköltött teljes összeget nem képesek mérni, valamint a nem a városban megszálló vendégek költségét sem tükrözi.

Saját magunk által készített vendéglégedettségi kérdőív segítségével képet kapunk a városban tartózkodó turisták véleményéről, valamint földrajzi és demográfiai adataikról. Ezek fontos adatok egy célzott marketingkampányhoz, segítségükkel költséghatékonyá tehetők a megjelenések.

Vendégek és vendégéjszakák száma (KSH)

A kereskedelmi szálláshelyek tekintetében (1. tábla) az adatok alapján elmondható, hogy mind a vendégek számában mind a vendégéjszakák számában folyamatos emelkedés volt megfigyelhető az elmúlt 4,5 évben. A 2012-es év a GYÜSZ-TE TDM szervezetként való működésének kezdete, így ezt az évet vettük alapul. Az országos, régiós és megyei szintű fejlődés ütemét jól követte a Gyomaendrőd turizmusának bővülése. A kétszámjegyű növekedések azt mutatják, hogy a város még közel sem érte el növekedésének korlátját. Ezt a későbbiekben elemzett kapacitás-kihasználtság adatok is meg fogják erősíteni.

Az átlagos tartózkodási idő folyamatos csökkenése a vendégéjszakák és vendégek számának növekedése mellett azt mutatja, hogy vendégek inkább rövidebb ideig tartózkodnak egy helyen, divatosak lettek az hosszú hétvégezések. 2013-ban a vendégszám 24,8 %-os növekedése mellett a vendégéjszakák száma szinte alig emelkedett (0,6%), így az ÁTI 3,7 napról 3,0 napra csökkent, mely érték azóta stagnál.

1. tábla: Kereskedelmi szálláshelyek ⁴ vendégforgalma 2012 – 2016 július között				
Időszak	Terület	Vendégek száma (fejlődés üteme bázis: előző év)	Vendégéjszakák száma (fejlődés üteme bázis: előző év)	Átlagos tartózkodási idő (ÁTI)
2012. év	Magyarország	8 385 169	21 805 200	2,6
	Dél – Alföld	489 497	1 237 809	2,5
	Békés –megye	151 841	470 794	3,1
	Gyomaendrőd	4 285	15 712	3,7
2013. év	Magyarország	8 885 053(+ 5,9%)	22 968 472 (+5,3 %)	2,6
	Dél – Alföld	517 121 (+5,6 %)	1 292 774 (+4,4 %)	2,5
	Békés –megye	170 214 (+12,1 %)	519 577 (+10,4 %)	3,1
	Gyomaendrőd	5 348 (+24,8 %)	15 810 (+0,6 %)	3,0
2014. év	Magyarország	9 639 865(+8,5 %)	24 433 676 (+6,4 %)	2,5
	Dél – Alföld	610 481 (+18%)	1 484 516 (+14,8 %)	2,4
	Békés –megye	212 423 (+24,8 %)	620 782 (+19,5 %)	2,9
	Gyomaendrőd	6 737 (+25,9 %)	19 273 (21,9 %)	2,9
2015. év	Magyarország	10 402 901(+7,9%)	25 887 893 (+5,9 %)	2,5
	Dél – Alföld	690 005 (+13,0 %)	1 609 460 (+8,4 %)	2,3
	Békés –megye	230 382 (+8,4 %)	622 276 (+0,4 %)	2,7
	Gyomaendrőd	7 022 (+4,2 %)	20 865 (+8,2 %)	3,0
2016. év jan- júl	Magyarország	6 150 479	15 249 008	
	Dél – Alföld	406 214	951 345	
	Békés –megye	136 697	360 652	
	Gyomaendrőd	4 651	12 142	

Adatok forrás: KSH tájékoztatási adatbázis, táblázat saját szerkesztés

⁴ Kereskedelmi szálláshely (239/2009. (X. 20.) Korm. rendelet alapján): szálloda (szálloda étteremmel), gyógyszálloda, wellness szálloda, garniszálloda (szálloda étterem nélkül), apartman szálloda, panzió, kemping, üdülőház, turistaszálló, ifjúsági szálló

2. tábla: Üzleti célú egyéb (korábban magán-) szálláshelyek vendégforgalma 2012 – 2015 között				
Időszak	Terület	Vendégek száma (fejlődés üteme bázis: előző év)	Vendégéjszakák száma (fejlődés üteme bázis: előző év)	Átlagos tartózkodási idő
2012. év	Magyarország	953 902	3 368 460	3,5
	Dél – Alföld	70 065	197 484	2,8
	Békés –megye	26 446	85 999	3,3
	Gyomaendrőd	2 365	8 365	3,5
2013. év	Magyarország	1 062 779 (+11,4%)	3 671 572 (+9,0 %)	3,5
	Dél – Alföld	80 416 (+14,8%)	222 218 (+12,5 %)	2,8
	Békés –megye	27 325 (+3,3 %)	88 264 (+2,6 %)	3,2
	Gyomaendrőd	2 108 (- 10,9 %)	8 211 (-1,8 %)	3,9
2014. év	Magyarország	1 363 563 (+28,3 %)	4 478 706 (+22,0 %)	3,3
	Dél – Alföld	110 862 (+37,9 %)	300 431 (+35,2 %)	2,7
	Békés –megye	41 271 (+51,0 %)	131 022 (+48,4 %)	3,2
	Gyomaendrőd	3 386 (+60,6 %)	12 472 (+51,9 %)	3,7
2015. év	Magyarország	1 661 262 (+21,8 %)	5 361 501 (+19,7 %)	3,2
	Dél – Alföld	122 550 (+10,5 %)	372 011 (+23,8 %)	3,0
	Békés –megye	41 254 (-0,04 %)	153 072 (+16,4 %)	3,7
	Gyomaendrőd	3 677 (+8,6 %)	13 610 (9,1 %)	3,7

Forrás: KSH tájékoztatási adatbázis, táblázat saját szerkesztés

A KSH adatai alapján elmondható (2. tábla), hogy Gyomaendrődön az üzleti célú magánszálláshelyeken 2013. évi csökkenés után 2014-ben egy nagyon intenzív növekedés vette kezdetét. A rekordnak számító növekedés valószínűleg nem csak a magasabb számú érkezésnek, hanem a gazdaság „fehéredésének” is volt a következménye. Ezt növekedést sikerült 2015-ben újabb kb. 9 %-kal (vendégek és vendégéjszakák számában is) megfellelni. Az átlagos tartózkodási idő 3,7 nap (2015), ami magasabb érték, mint kereskedelmi szálláshelyek esetében.

Bevételek és kapacitás (KSH)

Üzleti célú egyéb (korábban magán) **szálláshelyek kapacitása** a következőképpen alakult a 2015. évben. A városban a KSH adatai alapján összesen **86 fő vendéglátó** rendelkezett, összesen **228 db** kiadó szobája volt **543 db** férőhellyel. Ez az előző évhez képest a vendéglátók számában 8,8 %-os, a szobák számában 25,2 %-os, a férőhelyek számában pedig 22,9%-os emelkedést jelent. A kihasználtságról nincsenek KSH által publikált adatok, de meglévő adatokat alapul véve ez az arány olyan 6,9 %⁵ lehetett a tavalyi évben. Ebből az adatból is látszik a nagyon erős szezonális, de itt mindenképpen figyelembe kell venni a szürkegazdaságot is.

Kereskedelmi szálláshelyek kapacitása a legfrissebb (2016 július)⁶ KSH adatok alapján: összesen **14 db egység** rendelkezik összesen **162 db** kiadható **szobával** és 1291 db férőhellyel, ebből mindössze **264 db férőhely** található szálloda típusú⁷ egységben. Ez a 12 hónappal, korábbi adatokkal szinte teljesen megegyezik. Az éves kihasználtsági adatok tavalyi évben 2,6 %-os csökkenést mutattak, ami alapján a 2014-es 7,5%os emelkedés után annyit tesz, hogy a szálláshelyek nem tudták folytatni a nagymértékű emelkedést. Az adatok részletesen a lenti diagramban olvashatóak.

Fontos megjegyezni, hogy a kereskedelmi szálláshelyeken található kapacitás csak kisebb része található szálloda típusú egységben, összesen 102 szoba és 264 db férőhely (KSH 2016. július). Gyomaendrőd helyzete így különlegesnek mondható, hiszen itt a legtöbb szálláshelynél a helyi emberek vendégszeretét élvezhetik az ide látogató turisták. Adatgyűjtés szempontjából azonban hátrányos mivel a KSH nem publikál adatokat havi bontás-

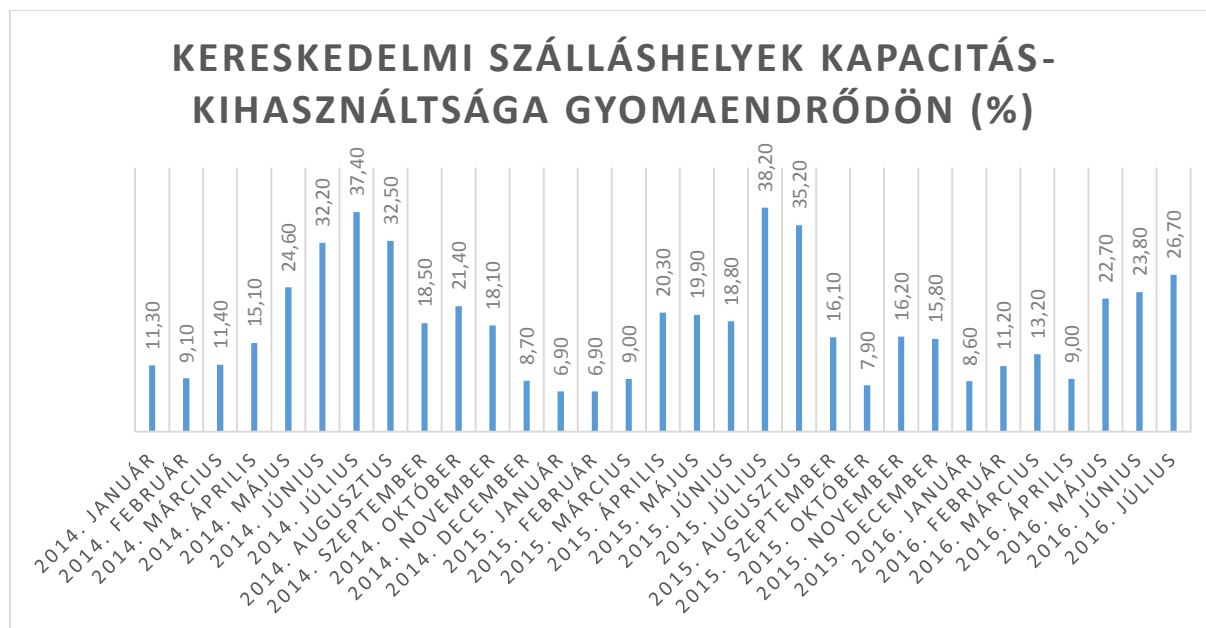
⁵ Számítás alapja: összes kiadható férőhely és vendégéjszakák száma – KSH 2015. évi adatok alapján

⁶ A magánszálláshelyek évente, a kereskedelmi szálláshelyek pedig havonta jelentenek a KSH felé, ebből adódik, hogy az utóbbiak méréséből naprakészebb adatok állnak rendelkezésünkre.

⁷ szálloda vagy panzió

ban az üzleti típusú magánszálláshelyekről. Miden szempontból megnő a helyi összefogás jelentősége, a rengeteg kisebb szolgáltató összefogása nagy és fontos feladat. A TDM szervezet feladata itt tehát kiemelkedő fontosságú, melyben fontos partnerünk a helyi Önkormányzat.

1 diagram:



Forrás: KSH tájékoztatási adatbázis

Bevételek kereskedelmi szálláshelyeken

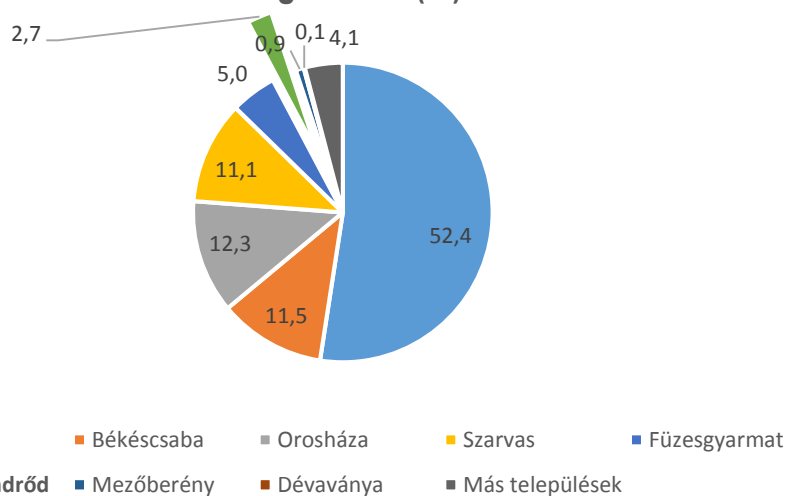
A KSH bevételi adatokat csak a kereskedelmi szálláshelyekről publikál, így a városban jelentős hányadot jelentő üzleti célú egyéb szálláshelyek bevételeinek elemzési adataira nem tudunk hagyatkozni.

Kereskedelmi szálláshelyek Gyomaendrőd területén 2015. évi adatai alapján a REVPAR (1 szoba 1 működési napjára jutó szállásdíj) mutató 1 634 Ft volt, ami Békés megye (3 307 Ft) és a Dél-Alföldi régió (3 765 Ft) is alacsonyak számít. A kereslet ingadozásának (szezonális) és a piaci helyzetnek köszönhető.

Az egy vendégéjszakára jutó bruttó szállásdíj tekintetében (3 547 Ft) is alacsonyabbak az értékek, mint a megyében (4 462 Ft) vagy a régióban (5 761 Ft).

A kereskedelmi szálláshelye bevétele 2015-ben a Dél Alföldi régióban 9 271 877 e Ft volt, melynek 29,9 %-a (2 776 326 e Ft) Békés megyében realizálódott. Gyomaendrőd, a maga 74 014 e Ft-os bevételével, a megyében realizálódó bevételek 2,6%-át produkálta. (2. diagram)

2. diagram: Békés megyei kereskedelmi szálláshelyek bruttó bevételeinek megoszlása (%) 2015. évben



Adatok forrás: KSH

A kereskedelmi szálláshelyek első hét havi bevétele 43 140 000 Ft volt, ami a tavalyi év hasonló időszakához viszonyítva (37 946 000 Ft) 13,6 %-os emelkedést jelent a bruttó szállásdíj bevételekben. (KSH)

Idegenforgalmi adó bevételek

3. tábla: Vendégéjszakák és IFA bevételek alakulása Gyomaendrődön (2015-2016)

Hónap	2015. év				2016. év			
	Vendégéjszaka (éj)			IFA (ft) bevallott	Vendégéjszaka (éj)			IFA (ft) bevallott
	mentes	köteles	összesen		mentes	köteles	összesen	
Január	116	292	408	102 200	173	332	505	116200
Február	307	391	698	136 850	140	486	626	170100
Március	307	677	984	236 950	459	529	988	185150
Április	253	702	955	245 700	282	548	830	191800
Május	851	1502	2353	525 700	1508	1019	2527	356650
Június	1625	1974	3599	690 900	2590	1656	4246	579600
Július	4261	5576	9837	1 951 600	4471	3885	8356	1359750
Augusztus	3 496	6 109	9 605	2 138 150	2348	5212	7560	1824200
Szeptember	687	1 152	1 839	403 200				
Október	235	739	974	258 650				
November	196	529	725	185 150				
December	224	623	847	218 050				
Összesen	12 558	20 266	32 824	7 093 100	11 971	13 667	25 638	4 783 450

Adatok forrás: Gyomaendrődi Közös Önkormányzati Hivatal Adóosztálya, táblázat saját szerkesztés

Az idegenforgalmi adóbevételek (röviden és a továbbiakban IFA) 2016. év első hét hónapjában összességében hasonlóan alakultak, mint az előző év hasonló időszakában. Az IFA bevételeknél láthatjuk, hogy június – július

hónapokban mindkét évben az IFA -mentes⁸ éjszakák száma elérte, vagy akár meg is haladta az IFA-köteles éjszakák számát. Ez az adat is jól mutatja az ifjúsági turizmus jelentőségét a desztinációban.

Szürke és feketegazdaság: A városi adóosztály és a KSH vendégéjszaka adatait (2015. év) eltérést tapasztalhatunk, előbbi 32 824 vendégéjszakát, míg utóbbi 34 475 vendégéjszakát mért, így a különbség a két adat között 4,8 % százalék.⁹

Vendégelégedettség felmérés

A felmérést idény nyáron végeztük a Liget Fürdőben és környékén. A válaszadók száma 156 fő volt ebből 154 volt értékelhető. A legfontosabb adatokat, melyek leginkább relevánsak marketingterv készítésekor most a terjedelmi korlátok miatt vázlatpontokban ismertetjük:

- Küldő területek: a legtöbb válaszadó idén is az Alföldről (45%), azon belül is a környező megyékből érkezett, ezt követi a Közép-Magyarország, főleg Budapest (33%), majd Dunántúl 18%.
- Kivel érkeztek? A megkérdezettek több, mint fele (56%) családdal, negyedük (24%) barátokkal, tizedük (11%) pedig házastárssal, élettárral érkezett. Elenyésző (5% - 4%) volt az egyedül illetve munkatársakkal érkezők száma.
- Mivel érkeztek? A legtöbben (72 %) személygépkocsival, ezt a vonat (17%), majd a busz követte (7%). Azt itt tartózkodás alatt azonban „csak” 41 % használta a gépkocsiját, majdnem ugyanennyien (39%) gyalog közlekedtek. Kerékpárt 17% használt. A helyi buszjárat igénybe vétele nagyon alacsony volt (3%).
- Látogatások száma és hossza: A látogatók egy ötöde (19 %) volt az aki először járt a településen, a többiek legalább másodszorra (81%) voltak itt. A látogatás hosszát illetően: ötödük jött egy napra, 2-3 napra 17%, 4-5 napra 31 %; 6 napnál hosszabb időre pedig 32 %!
- Honnan hallottak rólunk? Az ismerősöktől, barátoktól lehetőséget jelölték meg a legtöbben (58%), ezt követte az internet (26%) és a tévé és rádió (14%-13%)
- Legnépszerűbb programok: Rendezvény közül a Bogártalálkozó, programajánlatok közül pedig a Liget Fürdőt említik a legtöbbször.
- Költség: A válaszadók majdnem fele (47%) kevesebbet költ 50 000 Ft-nál fejenként egy nyaralás során, majdnem ugyanennyien (41%) 50 000 és 100 000 Ft között költenek, 12% pedig 100 000 Ft felett költ saját bevallása alapján.
- A legtöbben (91%) ajánlanák Gyomaendrődöt másoknak és szívesen visszatérnének (93%).

Turisztikai szempontból releváns rendezvények

A város életében kiemelt szerepet kapnak a rendezvények, melyek közül az alábbi táblázatban kiemeltük a turisztikailag is jelentőseket:

Rendezvény	Időpont (2017-ben)
Gyomaendrődi Sajt és Túrófesztivál	Április 29-30 –május 1
VW Bogártalálkozó	Augusztus 3-6
Gyomaendrődiek Világtalálkozója	Augusztus 18-20
Halfőző Verseny	Augusztus 19.
Gyomaendrődi Disznótoros és Böllérpálinka Verseny	November 25.

Forrás: 2017. rendezvénytár tervezete

⁸ IFA fizetés alól mentesül 18 év alatti állampolgár (további mentességet a 1990. évi C. törvény 31§ szabályozza)

⁹ **Megjegyzés.: Az egyesület javaslat, hogy az Önkormányzat adóosztálya vizsgálja felül a kereskedelmi szálláshelyek IFA bevételeit a KSH adatokhoz képest.. Turisztikai pályázatoknál is hátrány a KSH adatokhoz képest kevesebb IFA befizetés a bevételkiesés mellett.**

Ezeket a rendezvények (+ további kisebbeket) az Önkormányzat is kiemeltként kezel, a VW Bogártalálkozó kivételével mindegyik szervezésére van ráhatása. Ezekre, a rendezvényekre a GYÜSZ-TE, mint TDM szervezet is a városi turizmus kiemelkedően fontos pilléréként tekint. Segítségükkel a szezon meghosszítható, így például az már a hagyományosan május 1-én megrendezésre kerülő Gyomaendrődi Sajt és Túrófesztivállal elkezdődik a turisztikai szezon. A naptárba beilleszthető lenne még egy szeptemberi nagyrendezvény, mely kitöltené az időbeli űrt a Halfőző Verseny és Disznótoros és Böllérpálinka Verseny között, ezzel megnyújtva a szezont.

A GYÜSZ-TE fontosnak tartja, hogy fent említett rendezvények marketingkommunikációjából kivegye a részét, hiszen ezek a rendezvények sikeressége mindenki érdeke, illetve város turisztikai márkázásának is fontos része. Weboldalunkon, facebook oldalunkon megjelentettjük a rendezvényeket, valamint a Tourinform hálózat segítségével országosan hírét adjuk. Igény és a szükséges pénzügyi források rendelkezésre állása esetén, pedig egy komolyabb országos marketingkampánnyal is segítenénk a rendezvényt. Ezt opcionális lehetőségként beterveztük az jelen marketingterv költségvetésébe.

2017. évi célok

- Vendégéjszakák és vendégérkezések számának növelése, ez által IFA bevételek növelése.
- Turistaköltségek növelése
- Garantált programok számának növelése, meglévők minőségének emelése (törekvés az élményközpontúságra, interaktivitásra)
- Gyomaendrőd, mint turisztikai márka kiépítésének folytatása, erősítése
- Marketing tevékenység összehangolása a város intézményei és az egyesület között a költségvetés jegyében
- Gyomaendrőd marketing kommunikációjának egységesítése, egységes arculat használása. Ezáltal a városmárkázás folytatása.
- Helyi együttműködések erősítése, legfőképpen a helyi önkormányzattal és intézményeivel
- Ösztönzés a helyi TDM erősítésére
- Kapcsolati tőke bővítése
- Hozzájárulás egy pozitív városimázsához kialakításához, erősítéshez, ezzel támogatva a vállalkozó kedv növekedését, illetve befektetők vonzását
- Városi turisztikai koncepció elkészítésének szorgalmazása

Célcsoportok és célpiacon meghatározása

Az alábbi csoportosítás a fenti adatok elemzéséből és az összegyűjtött tapasztalatokból született meg.

Célcsoportok:

Utazási szokások alapján

- családdal érkezők
- szervezett csoportok
- legalább 4 éjszakát
- személygépkocsival és vonattal érkezők

Utazási motiváció alapján:

- Gyógyulni vágyók
- Klasszikus vízparti üdülés (cél: kikapcsolódás, pihenés)
- Vízi turizmust keresők (kajak, kenu, sárkányhajó)
- Horgászok
- Kerékpáros turisták
- Csoportos kirándulások/táborok (osztálykirándulások, sport és edzőtáborok)

- Speciális célcsoportok:
 - Horgászok
 - Vallásturizmus

Korosztály szerint:

- 12-18 évesek → osztályok
- 25-45 évesek → gyermekes családok
- 50 év felett → gyógyulni vágyók

Célpiacok

Belföldi célpiacok:

- **Budapest és Pest megye**
- Környező megyék: Csongrád, Hajdú-Bihar és Jász-Nagykun-Szolnok megye
- Békés megye
- Nagyvárosok, mint Szeged, Szolnok, Debrecen, Pécs, Tatabánya

Külföldi célpiacok:

1. Románia (legvonzóbb számukra a Liget Fürdő)

Marketing Mix alkalmazása¹⁰

Termékpolitika (Product)

Gyomaendrődi TDM szervezet célja, a gyomaendrődi desztináció turisztikai szolgáltatásainak komplex terméké alakítása, mely folyamat már kezdetét vette, de még hosszú út áll előttünk. Gyomaendrődön jelenleg kiemelt turisztikai terméként kezeljük az aktív-, öko-, gyógy-, vízparti és szeniorturizmust. A szolgáltatások kialakításánál fontos szerepet játszik az igények felmérése, a városba érkező turisták megismerése.

Gyomaendrőd, mint turisztikai termék központjában az egyedi élmény áll, melyet a természet adta lehetőségek valamint az épített látnivalók biztosítanak.

Árpolitika (Price)

Az árak kialakítása a turisztikai szolgáltatóknál (szállás, vendéglátás, attrakciók) történik. Fontos törekedni a minél magasabb profit az ár/érték arány kialakítására a minőség megtartása mellett, hiszen ez a desztináció egyik erőssége.

Értékesítési és csatorna politika (Place)

Kiemelt értékesítési csatornánk: www.gyomaendre.hu és a hozzá tartozó <https://www.facebook.com/Gyoma.Endre/> facebook oldal.

Az további értékesítés csatornák meghatározását az elvégzett saját kutatásainkra és tapasztalatainkra hagyatkozunk. Az csatornák keresésénél mindig szem előtt tarjuk a következetességet és az ésszerűséget.

Fontos része értékesítési politikánknak egy visszatérő vendégekből álló, erős bázis létrehozása, hiszen ahogy szakmai körökben mondják „ötször annyiba kerül egy új vendég megszerzése, mint egy régi megtartása”.

Reklámpolitika (Promotion)

Reklámoknál a legfontosabb a következetesség. Mindig (mindenkinek) szükséges és ajánlott használni a desztináció kialakított arculatát. Marketingüzenet („Gyomaendrőd : a Körösök ölelése”) célja, hogy felhívja a figyelmet a már korábbiakban is kiemelt természeti adottságokra. Az egységes megjelenés pedig a turis-

¹⁰A következő felsorolás egy lényegtörő, rövid elemzés a marketing mix alkalmazásáról. Hosszabb kifejtése egy hosszabbtávú tervdokumentáció rész kell, hogy legyen.

ta/fogyasztó számára könnyebb beazonosíthatóságot segíti elő. A reklámok során cél, hogy a turista úgy érezze nem csak egy szolgáltatást vásárol, hanem egy élményt.

Szolgáltatásmarketing kiegészítő elemei:

Emberi tényezők (People)

A turizmusban érintetteknek magukénak kell érezni a fentiekben felsorolt marketing elveket és politikákat.

A helyi lakosság pozitív hozzáállása a turizmushoz, ezáltal a vendégszeretettük elengedhetetlen tényező. Korábbi kutatások kimutatták, a városban élők pozitívan állnak a dologhoz.

A belső marketing során tehát ezekre a tényezőkre kell építeni.

Folyamat (Process)

A turisztikai szolgáltatásaink fontos része a minőség, melyben meghatározó tényező a kiszolgálás minősége.

Fontos, a folyamatok során a standard-ek kialakítása és betartása.

Fizikai megjelenés (Physical evidence)

A szolgáltatás környezetének kialakítása – vendégbarát környezet kialakítása.

Marketingkommunikáció eszközei, kampányok

Állandó marketing eszközeink, melyek minden kampány során kötelező használni

- Szlogen („Gyomaendrőd: a Körösök ölelése”)
- Honlap (www.gyomaendre.hu)
- Facebook (www.facebook.com/gyomaendre)
- Logó
- Arculati kézikönyvben leírt színek, és betűtípusok betartása

A fent említett marketingkommunikációs eszközöket minden megjelenés alkalmával kötelező használni. Gyomaendrőd, mint turisztikai márka erősítése szempontjából fontos. A városmárka kiépítésének lényege, hogy a fogyasztók egy-egy képről, szlogenről rögtön a városra asszociáljanak, mindezt persze pozitív imázs megtartásával. Legyen a városnak egy marketing üzenete¹¹, amely pozitív érzéseket táplál az ide érkezőkbe. A jelenlegi szlogenünk („Gyomaendrőd: a Körösök ölelése”) az eddigi tapasztalatok alapján eléri ezeket, így ennek terjesztése megjelenítése mindenképpen folytatandó.

Honlapunk és IT rendszerünk megújulása a beadott TDM pályázat függvénye.

Marketingkommunikációs feladatok az év során:

1. Szezon előkészítése, folyamatos feladatok
2. Potencionális turisták megszólítás, marketingkampányok
 - a. Az év egy-egy időszakához, egy-egy kampányt társítanánk
3. Már a városban tartózkodó turisták megszólítása
4. Rendezvények marketingkommunikációs támogatása
5. Helyi lakosság, szolgáltatók folyamatos tájékoztatása a turizmusról

¹¹Jó gyakorlat: Gyula a történelmi fürdőváros szlogenről rögtön eszünkbe jut a Gyulai két fő attrakciója a Várfürdő és a Vár

Szezon előkészítéshez kapcsolódó illetve folyamatos feladatok:

/A sorrend nem fontossági sorrend. Készítésekor törekedtünk a teljességre, de annak igénye nélkül készült/

1. Imázs kiadvány készítése

A jelenlegi kiadványunk a szezon során szinte teljesen elfogyott. Az új kiadványba szükséges beépíteni a „Lélekkel a Körösök mentén” című projektben létrehozott új turisztikai attrakciókat, valamint a képanyagot is szükséges aktualizálni. A kiadványnak továbbra is igazodnia kell a kialakított városi imázshoz. Figyelemfelkeltőnek kell lennie, hogy a kiállításokon is vonzza a tekinteteket. Tervezett példányszám: 5000 db

2. Horgászkiadvány készítése

Hiánypótló lenne egy olyan horgászkiadvány elkészítése, mely minden fontos tudnivalót tartalmaz a környékbeli horgászatról. pl. szükséges engedélyek, horgászboltok, fogható fajok. A kiadványt kb. 20 oldalra tervezzük és először 2000 db szeretnénk készíteni belőle.

3. www.gyomaendre.hu és a <https://www.facebook.com/Gyoma.Endre/> Facebook oldal szerkesztése

A honlapunk megjelenése nyertes TDM pályázat (GINOP 1.3.4-15) esetén teljesen megújulhat, reményeink szerint ez minél hamarabb be fog következni. Megújulással egy új, letisztultabb honlapfelületet kapunk majd, amely kompatibilis lesz több mobil alkalmazással.

4. Kiállításokon illetve szakmai rendezvényeken való részvétel

A kiállításokon Gyomaendrőd imázsát erősíteni tudjuk, valamint a szakmai eszmecserére is van lehetőség. A Magyar Turisztikai Ügynökség segítségével részt tudunk venni kiállítóként a régió nagyobb rendezvényein pl: Hungaricum Fesztivál Szeged, Hírös Hét Kecskemét, Bajai Halfőző...stb

Kiemelt szakmai rendezvények: Utazás Kiállítás, TDM konferencia (tavaszi, téli), Tourinform találkozó (tavaszi, őszi)

5. Városi rendezvényeinek hirdetése, plakátok készítése

A város és intézményei által szervezett rendezvények generálják a turizmust, turisztikai költséket, így az együttműködés jegyében fontos támogatnunk ezeket az eseményeket. Egyesületünk leginkább rendezvények hirdetésében (marketingkommunikációban) a szervezés segítségével (pl Tourinform kitelepüléssel) tud segíteni.

6. GYÜSZ-TE kártyarendszer felülvizsgálata

A turisztikai kártyarendszerek más desztinációkban is hasznosnak bizonyultak, többnyire a mérleg nyelve pozitív irányba leng ki. Gyomaendrődön a GYÜSZ-TE kártya képviseli a turisztikai kártyát a desztinációban. Vendégelégedettségi felmérésünkéből kiderült, hogy a válaszadók (össz: 154 fő) több mint 90 %-a nem is hallott a kártyáról. Működése így nem mondható sikeresnek, szükséges azt felülvizsgálni, újratervezni. Erről konkrét javaslatot fogunk kidolgozni az év végéig.

A turisztikai kártya nemcsak arra szolgálhatnak, hogy kedvezményeket nyújtsunk az ide érkezőknek, hanem segítségével a monitoring is megkönnyíthető. A turisták költsége, érdeklődése is nyomon követhető ezen a módon, így érdemes nemcsak a turisztikai egyesület tagjait bevonni, hanem a csatlakozni nem kívánó, de érdekelt szolgáltatókat is. (pl. helyi boltosok, szolgáltatók, éttermek).

7. Tourinform feladatok ellátása

Látványos eredménnyel nem rendelkező tevékenység, de mégis az egyik legfontosabb. A turisták segítésén túl, folyamatosan segítjük a Magyar Turisztikai Ügynökség munkáját is. A Nemzeti Turisztikai Adatbázis (röviden: NETA) feltöltésével az iroda adatgyűjtő területe¹² felkerüljön az www.itthon.hu¹³ turisztikai honlapra és ezzel a

¹² Tourinform Gyomaendrőd adatgyűjtő területe: Gyomaendrőd, Mezőberény, Hunya, Köröstarcsa, Csárdaszállás

¹³ Magyarország hivatalos turisztikai honlapja - MTÜ által működtetett

magyarországi turizmus térképére. Folyamatos vendégelégedettségi felmérést végzünk, hogy képet kapjunk az turisták véleményéről.

8. Rendezvénysszervezés – IX Gyomaendrődi Disznótoros és Böllérpálinka Verseny

Egyesületünk hagyományos rendezvényét 2017-ben is szeretnénk megrendezni. Cél továbbra is a disznótoros hagyományok újraélesztése. A rendezvény szervezésében továbbra is támogató partnerként tekintünk a Gyomaendrőd Város Önkormányzatára.

9. Online marketing feladatok

TDM pályázatunkban (GINOP 1.3.4-15), melynek megvalósítása valószínűleg a jövő évre fog esni, nagyobb értékben lesz lehetőségünk online marketing eszközöket használni. A pályázatba beterveztünk kereső optimalizálást, Adwords kampányt és facebook kampányokat is, összesen 2 160 e Ft értékben. Továbbá a honlapunk teljes IT rendszerének megújítása és mobilalkalmazások létre hozását is tervezzük.

10. Kiadványok aktualizálása

Meglévő kiadványainkat időszerű és szükséges lenne átnézni. A tematikus szórólapjainkat aktualizálás után újranyomtatnánk, valamint kiegészítenénk egy új, hiánypótló darabbal, ami az új turisztikai létesítményeket mutatná be (Körös és Bárka Látogatóközpontok, Erzsébet ligeti Kilátó és Szent Antal Kenyérstúdió Ház). Ezek leginkább a már a településen lévő turisták kényelmét szolgálja.

11. Egyéb, előre nem látható feladatok

Potenciális turisták megszólítása (cselekvési terv)

Téli kampány:

- ✓ Tervezett időszak: 2016. december 1. – 2017. február 28
- ✓ Célcsoportok: idősök, iskolai közösségek
- ✓ Kampány kulcsszavai: osztálykirándulás, gyógyulás,
- ✓ Kapcsolódó rendezvények: -
- ✓ Kapcsolódó szolgáltatók: szállásadók, Liget Fürdő, KFKK, Szent Antal népház
- ✓ Marketing üzenetek (pl)
 - „Gyógyuljon szinte ingyen Gyomaendrődön
 - „Tanulj szórakozva Gyomaendrődön”
- ✓ Marketingkommunikációs eszközök és csatornák:
 - Vidékjáró: kirándul az osztály 2017 magazinban való megjelenés PR cikkel
 - Osztálykirándulás kiajánló készítése, kiküldése iskoláknak (folyamatosan)
 - Nyugdíjasoknak szóló kiajánló készítése, elküldése nyugdíjas klubok, közösségek számára (folyamatosan)
 - Tájékoztató anyagok kihelyezése a www.gyomaendre.hu és a www.gyomaendrod.hu oldalakra is.
 - Folyamatos Facebook kampány, képekkel, videókkal, nyereményjátékkal
 - Szakmai tanulmányút szervezése pedagógusoknak
 - Éves rendezvénynaplár elkészítése (előkészítés decemberben!) és terjesztése (online és offline)

A téli időszak kampányában két célcsoportot szeretnénk megszólítani. Először is az idős illetve gyógyulni vágyókat. Nekik első sorban a Liget Fürdő szolgáltatásait ajánlanánk, párosítva a szállásszolgáltatók ajánlataival. Főleg offline médiában szeretnénk őket megszólítani.

A másik célcsoport az osztálykirándulást tervező közösségek. Itt elsősorban a pedagógusokat szeretnénk megszólítani. Gyomaendrőd a csoportoknak rengeteg látnivalóval szolgál, melyek árban is a megfizethető kategóriába tartoznak. Országos szinten a Vidékjáró Kirándul az Osztály című lapban való megjelenéssel érünk el

potencionális célcsoportot, valamint saját online felületeink alkalmazásával, ill. e-mailben keresnénk meg az iskolákat. Kijánló készítésénél kihangsúlyozandó, hogy a város rengeteg programlehetőséget kínál elérhető áron, mindezt egy mintának szolgáló idő és költségtervvel.

Az évközi egyeztetések eredményét kihasználva éves rendezvénynaptárt szeretnénk készíteni, melyet online és offline módon is terjesztenénk. Online: feltöltjük a rendezvénynaptárt a weboldalunkra, facebook oldalon mind egyik rendezvénynek létre hozunk egy hivatalos eseményt, az eseményeket feltöltjük a NETA rendszerbe, rendezvényekre specializálódott oldalakon hirdetéseket kiemeléseket helyezünk el (pl. www.fesztivalkalauz.hu www.programturizmus.hu)

Tavaszi kampány:

- ✓ Tervezett időszak: március 1 – május 20.
- ✓ Célcsoport: idősök, horgászok
- ✓ Kampány kulcsszavai: kivirulás, tavasz, sajt, túró, kirándulás,
- ✓ Kapcsolódó rendezvények: Húsvét, Gyomaendrődi Sajt és Túrófesztivál,
- ✓ Kapcsolódó szolgáltatók: szállásadók, Liget Fürdő, KFKK, Szent Antal népház
- ✓ Marketing üzenetek (Pl.)
 - „Horgászélmény = Gyomaendrőd”
 - „Húsvéti élmények a Körösök ölelésében”
- ✓ Marketingkommunikációs eszközök és csatornák:
 - Utazás kiállítás (2017. március 2-5): közös részvétel a Liget Fürdővel. Kijánlók, szórólapok készítése a város turisztikai lehetőségeiről.
 - Horgászkiadvány készítése (együttműködve szakmai szervezetekkel)
 - Programajánló –garantált programokkal készítése
 - Országos szintű tévés és rádiós hirdetések a szezon előkészítése érdekében
 - Facebook kampány
 - Sajt és Túró Fesztivál ajánlása a Gyoma Endre oldalon
 - Nyereményjáték
 - „Fesztiválmarketing”
 - Sajt és Túrófesztivál plakátjának szerkesztése, nyomtatása és terjesztése.
 - Honlap létre hozása (forráshiány esetén akár blog formájában!) pl. tumblr vagy blogger oldal
 - Facebook oldal létrehozása a Sajt és Túrófesztiválnak, és azon belül esemény létre hozása.
 - A fesztivál támogatása Tourinform kitelepüléssel, valamint vendégelégedettségi kérdőívek kitöltésével, értékelésével.
 - Gyomaendrőd információs anyagainak terjesztése a Tourinform hálózaton belül

Egy jó előszezonnal, kiválóan elkészíthető a főszezon. Ennek egyik kulcsa a Gyomaendrődi Sajt és Túrófesztivál, amely jövőre (2017) Gyoma újratelepítésének 300. évfordulójára megemlékező ünnepségsorozat kezdete is. A fesztivál népszerűsítésre, egy igen komoly marketingkommunikációs csomaggal készülünk, (melyet, ha a terv elfogadásra kerül az Önkormányzat támogatásával tudunk megvalósítani), melyben szerepelnek helyi, megyei és országos szintű offline és online hirdetések. A fesztivál életében hiánypótló lenne egy saját weboldal létrehozása, amely egész évben információval szolgálna az érdeklődőknek.

Fontos még megjelenni valamilyen formában (pl.: a Liget Fürdővel közösen) az Utazás Kiállításon, melynek jelentősége csökkent ugyan, de még mindig a legnagyobb turizmussal foglalkozó kiállítás az országban, valamint az egyik legnagyobb szakmai fórum is. Itt kiemelném, hogy a turisztikai szakma megszólítása legalább olyan fontos, mint a turisták informálása.

Nyári kampány

- ✓ Tervezett időszak: május 21 – augusztus 20.

- ✓ Célcsoport: klasszikus (vízparti) üdülésre vágyó, ezen belül főleg a kisgyermekes családok
- ✓ Kampány kulcsszavai: nyár, pihenés, kulturális programok
- ✓ Kapcsolódó rendezvények: Halfőző Verseny, Főtéri Sokadalom, Gyomaendrődiek Világtalálkozója
- ✓ Kapcsolódó szolgáltatók: szállásadók, Liget Fürdő, KFKK, Szent Antal népház, éttermek
- ✓ Marketingüzenet: „Ugorjunk le Gyomaendrődre!”
- ✓ Marketingkommunikációs eszközök és csatornák:
 - Adwords kampány
 - Tourinform iroda: személyes kapcsolatok fontossága.!
 - Nyitva a főszezon minden napján
 - a fürdő pénztár munkájának kisegítése
 - Heti Facebook nyereményjáték folytatása
 - Heti programajánló készítése
 - Halfőző Verseny plakátjának elkészítése, a rendezvény hirdetése megyei fórumokon
 - Hirdetés országos televíziós és rádiós csatornákon
 - Gyomaendrődi kiadványok eljuttatása a Tourinform hálózatba
 - Programajánló garantált programokkal terjesztése főleg desztináción belül

A nyári főszezon alatt a két fontos feladatunk van, először is a már Gyomaendrődön tartózkodó turisták segítése, kiszolgálása (ez kicsit lejjebb bővebben kifejtésre kerül.), valamint további lehetséges turisták megszólítása. Ebben az időszakban magas azoknak az aránya akik előre nem tervezett, főleg hétvégi „kiruccanásokra” jönnek Gyomaendrődre.

Őszi kampány

- ✓ Tervezett időszak: augusztus 21 – november 30.
- ✓ Célcsoport: idősek, hétvégi kikapcsolódásra vágyók
- ✓ Kampány kulcsszavai: ősz, pihenés,
- ✓ Kapcsolódó rendezvények: Disznótoros és Böllérpálinka Verseny
- ✓ Kapcsolódó szolgáltatók: szállásadók, Liget Fürdő, KFKK, Szent Antal népház, éttermek
- ✓ Marketing üzenet:
 - „Élvezze az őszt nálunk!
- ✓ Marketingkommunikációs eszközök és csatornák:
 - A gyógyászat népszerűsítésre irányuló kampány a Liget Fürdővel közösen
 - Disznótoros és Böllérpálinka verseny népszerűsítése
 - plakát
 - rádiós hirdetések
 - eseményhez kapcsoló nyereményjáték
 - Facebook kampány

Az őszi marketingkommunikációs kampány lényege a szezon hosszabbítása. Gyógyászat népszerűsítésével az időseket és a gyógyulni vágyókat szólítanánk meg, így összekapcsolnánk a Liget Fürdő lehetőségeit szállásajánlatokkal.

A Gyomaendrődön tartózkodók turisták megszólítása

- ☒ Tervezett időszak: egész évben, de kiemelt időszak: május – szeptember
- ☒ Célcsoport: A már a városban tartózkodók
- ☒ Kapcsolódó szolgáltatók: szállásadók, Liget Fürdő, KFKK, Szent Antal Népház
- ☒ Marketing kommunikációs eszközök és csatornák:
 - Tourinform iroda - tájékoztatás
 - Garantált programok Gyomaendrődön – plakát
 - Garantált programok Gyomaendrődön – szórólap
 - Rendezvények 2017 - szórólap

- Információs faliújságok – kiadványtárolók kihelyezése a város turisztikailag frekventált pontjain pl.: KFKK, Körös és Bárka Látogatóközpontok, Endrődi Tájház, Szent Antal Kenyérsütő ház, Kner Múzeum, Liget Fürdő pontjai,
- GYÜSZ-TE kártya használata
- Ingyenes térkép az ide érkezőknek (Így könnyebben megtalálják a szolgáltatókat)
- Adatgyűjtés: vendéglégedettségi kérdőívek kitölttetése
- Nyertes TDM pályázat esetén: Infopontok kialakítása, mobilalkalmazások létre hozása, garantált programok bővítése

A városban tartózkodott tájékoztatása kiemelt fontosságú, hogy kialakuljon egy stabil vendégkör, illetve az ide érkezők, úgy menjenek haza, hogy ajánlják a településünket másoknak is. Továbbra is feladat a garantált programok csokorba gyűjtése, terjesztése, valamint rendezvényajánló készítése.

Rendezvények marketingkommunikációs támogatása

A „Potencionális turisták megszólítás, marketingkampányok” című részben és a költségtervben bővebben kifejtjük, hogy milyen marketingeszközöket alkalmaznánk a városi rendezvények népszerűsítésére.

A rendezvények marketingkommunikációjának költségét is beterveztük, itt szükséges megvizsgálni az Önkormányzattal való együttműködés lehetőségét. Rendezvényinfrastruktúránkat rendelkezésre bocsátásért kapott bérleti díjat úgy mond „visszaforgatnánk” a rendezvénybe, azaz a marketingkommunikációjára költenénk. Mindkét félnek érdeke egy sikeres rendezvény, melyet így megalapoznánk.

Helyi lakosság, szolgáltatók tájékoztatása a turizmusról

A fentiekhez hasonlóan szintén a TDM pályázatunkban beterveztünk szemléletformáló oktatásokat a turizmusban érintetteknek és a helyi lakosságnak is. Az előadások témái: 1. Helyi lakosság turizmus iránti fogékonyságának javítása, 2. Természetvédelmi szempontból érzékeny területek és a látogatómenedzsment kapcsolata, 3. Aktiv- és sportturizmus (mint a gyógyvíz célcsoportjának szélesítése, imázsának javítása, 4. Környezettudatosság – szemléletformáló workshop, 5. Minőségmenedzsment.

A TDM szervezet elnökségi ülései jó fórum a szakmában érintetteknek az aktualitások megbeszélésére, ötletek felvetésére.

GINOP – 1.3.4 – 15 – Turisztikai szervezetek (TDM) fejlesztése pályázat

Beadott TDM pályázatunkban a következő fejlesztések vannak betervezve a teljesség igénye nélkül:

- www.gyomaendre.hu honlap IT rendszerének megújítása
- Applikációk okos telefonra, városnéző séta
- Garantált programok szervezése
- Desztináció márkáépítési és fejlesztési stratégia elkészítése szakértő bevonásával
- Rendezvény infrastruktúra megújítása (színpad műszaki fejlesztése)
- Infopontok kialakítása, Tourinform iroda akadálymentesítése, információs táblák, térképek
- oktatás szemléletformálás
- Helyi szintű adatbázis létrehozása, monitoring
- szolgáltatások bővítése

Projekt összköltsége: 26 688 e Ft

Önerő összesen: 6 967 e Ft

Költségterv

A költségtervet a pénzügyi források hatékony felhasználásának elvét követve állítottuk össze, melynek részletes bemutatását a mellékletek tartalmazzák.

A desztináció marketing költségek inkább a papír alapú megjelenésekre irányulnak, mivel a jövőben nagy valószínűséggel lesz pályázati forrásunk online marketingre (TDM pályázat)

Fontosnak tartanánk egy tartalékkeret beállítását, amely a tervezett összegén felül állna rendelkezésünkre szükség esetén. mivel a beérkezett árajánlatok 30-90 napig érvényesek.

A költségtervnek van főleg a rendezvények marketingjét érintő) opcionális része (2. sz. melléklet), melyhez az Önkormányzat támogatása szükséges. Kérem tekintsenek ezekre a részekre, mint ajánlatra, illetve lehetőségre.

A mellékletben található részletes költségtervet a mellékletben az alábbiakat tartalmazza:

- 1. sz. melléklet: Marketing mix marketing elemenként csoportosítva
- 2. sz. melléklet: marketing költségek szétbontva költségviselőnként

Jelenlegi költségvetés nem tartalmazza a TDM pályázatba betervezett elemeket. Amennyiben a pályázat nyer, akkor a feladatterv és költségvetés is átdolgozásra kerül.

Monitoring

Jövő évi turisztikai adatok elemzésének módszerei:

1. KSH 2017. évi kereskedelmi szálláshelyek vendégeinek számának és eltöltött vendégéjszakák száma, REVPAR mutató, bevételek – összehasonlítás a 2016. évi adatokkal
2. KSH 2016. évi üzleti jellegű magán vendégeinek számának és eltöltött vendégéjszakák száma – összehasonlítás a 2015. évi adatokkal
3. Saját felmérés végzése a vendégek körében, adatok kielemezése összehasonlítása az előző évi adatokkal
4. Gyomaendrődi Önkormányzati Hivatal Adóosztályának IFA bevételről vezetett adatai.

Kelt: 2016. október 6.

Dr. Glózik Klára, elnök

sk.

MARKETING KÖLTSÉGTERV 2017

Desztinációs marketing - OFFLINE					
	ktg megnevezése	egység és menny.	egységár (nettó)	összesen (bruttó)	Költségviselő
Pedagógusok megszólítása - Megjelenés Vidékjáró kirándul az osztály 2017 magazinban	Hirdetés (A/4-es oldal)	1 alk	90 000 Ft/oldal	114 300 Ft	GYÜSZ-TE 1 500 e Ft maketingkeret terhére
	PR cikk felár	1 alk	10%	11 430 Ft	
	Első hirdetői kedvezménye	1 alk	-10%	11 430 Ft	
	Összesen			114 300 Ft	
Programajánló készítése - Garantált prgramokkal	Tervezési költség	2 db	-	10 000 Ft	GYÜSZ-TE
	Nyomtatás - plakát	100 db		36 000 Ft	
	Nyomtatás - leporello	3000 db		75 000 Ft	
	Összesen			121 000 Ft	
Fotóadatbázis aktualizálása	Fotosorozat készítettése kiadványokhoz	50 db	1 000 Ft/db	50 000 Ft	GYÜSZ-TE
	Összesen			50 000 Ft	
Imázskiadvány	Tervezési költség	30 oldal	2 000 Ft/oldal	160 000 Ft	GYÜSZ-TE 1 500 e Ft maketingkeret terhére
	Nyomtatás	5000 db	75 Ft/pl	476 250 Ft	
	Terjesztés (postaköltség)			20 000 Ft	
	Összesen			656 250 Ft	
Horgászkkiadvány A/5 4 (20+ 4 oldal)	Tervezési költség	24 oldal	2000 Ft/oldal	48 000 Ft	GYÜSZ-TE 1 500 e Ft maketingkeret terhére
	Nyomdai költség	5000 db	68 ft/pl	431 800 Ft	
	Összesen			479 800 Ft	
Rendezvénynaptár készítés (2 oldalal leporello)	Tervezési költség	1 db	6 000 Ft	6 000 Ft	GYÜSZ-TE 1 500 e Ft maketingkeret terhére
	Nyomdai költség	2 000 db	14 Ft/pl	35 560 Ft	
	Összesen			41 560 Ft	
Tematikus kiadványok (aktualizálás és újranomás)	Tervezési költség			50 000 Ft	Önkormányzat
	Gasztro- nyomda	2000 db	18 Ft/pl	45 720 Ft	
	Panoráma - nyomda	2000 db	18 Ft/pl	45 720 Ft	
	Kultúra - nyomda	2000 db	18 Ft/pl	45 720 Ft	
	Új attraciók bemutatása (új) - nyomda	2000 db	18 Ft/pl	45 720 Ft	
	Fesztiválok - nyomda	2000 db	14 Ft/pl	35 560 Ft	
	Horgászat - nyomda	2000 db	14 Ft/pl	35 560 Ft	
	Aktív turizmus -nyomda	2000 db	20 Ft/pl	50 800 Ft	

	Összesen	354 800 Ft	
TOTAL		1 817 710 Ft	

Desztinációs marketing - ONLINE					
	ktg megnevezése	egység és menny.	egységár (nettó)	összesen (bruttó)	Költségviselő
www.gyomaendre.hu honlap üzmeltetése	Weboldal üzemeltetése és karbantartása	12 hó	15 000 Ft/hó	228 600 Ft	GYÜSZ-TE
	Összesen			228 600 Ft	
Adwords kampány	Kampány	60 nap	5000 Ft/ nap	381 000 Ft	GYÜSZ-TE
	Kreatív gyártás, kampánymenedzselés	60 nap	75 000 Ft/ hónap	190 500 Ft	
	Összesen			571 500 Ft	
szallas.hu hírlevél	Banner (600*100 px)	2 alkalom	100 000 Ft/megjelenés	254 000 Ft	GYÜSZ-TE
	Összesen			254 000 Ft	
TOTAL				1 054 100 Ft	

Desztinációs marketing - RÁDIÓ, TV, egyéb					
	ktg megnevezése	egység és menny.	egységár (nettó)	összesen (bruttó)	Költségviselő
Kandász Travel TV2	Kisfilm készítés és leadása	1 alk		560 000 Ft	Önkormányzat
	Összesen			560 000 Ft	
Petőfi Rádió	Rádiós hirdetés (H-P, napi 4 alkalom)	1 hét (20 db spot)		349 600 Ft	Önkormányzat
	Összesen			349 600 Ft	
Pont Rádió / Tv Mezőtúr	Rádiós hirdetés			48 768 Ft	GYÜSZ-TE maketingkeret terhére
	Tévés hirdetés			30 482 Ft	
	Összesen			79 250 Ft	
TOTAL				988 850 Ft	

Kiállítások, szakmai rendezvények					
	ktg megnevezése	egység és menny.	egységár (nettó)	összesen (bruttó)	Költségviselő
Utazás Kiállítás 2017 (Bp, Hungary)	Regisztrációs és marketing díj (társkiállítóként)	1 db	53 000 Ft / db	67 310 Ft	GYÜSZ-TE marketingkeret

hangexpo)	Összesen			67 310 Ft	terhére
TDM Konferencia	Tagdíj	1 év	25 000 ft	25 000 Ft	GYÜSZ-TE
	Résztvételi díj (tavaszi és őszi)	2 alk		90 000 Ft	
	Utazás	2 alk	kb.	45 000 Ft	
	Szállásdíj		kb.	40 000 Ft	
	Összesen			200 000 Ft	
Tourinform találkozó	Résztvételi díj (tavaszi és őszi)			- Ft	GYÜSZ-TE
	Utazás		kb.	14 000 Ft	
	Összesen			14 000 Ft	
Részvétel rendezvényeken az MTÜ szervezésében	Résztvételi díj	2 db	26 500 Ft/db	37 310 Ft	GYÜSZ-TE
	Utazás	2 alk		30 000 Ft	
	Szállás és étkezés			40 000 Ft	
	Összesen			107 310 Ft	
TOTAL				388 620 Ft	

Disznótoros és Böllérpálinka Verseny					
	ktg megnevezése	egység és menny.	egységár (nettó)	összesen (bruttó)	Költségviselő
Plakát	Tervezési költség	1 db	6000 Ft/ db	6 000 Ft	GYÜSZ-TE disznótoros keretből
	Nyomdai költségek	100 db		40 000 Ft	
	Terjesztés (posta költség)			10 000 Ft	
	Összesen			56 000 Ft	
Megyei szintű rádió hirdetés (Rádió 1 vagy Csabarádió)	Spot gyártási költsége	1 db	5 000 Ft / db	6 350 Ft	GYÜSZ-TE disznótoros keretből
	Spot sugárzása	110 db	49 Ft/ sec	136 906 Ft	
	Összesen:			143 256 Ft	
Fesztiválkalauz.hu	Ajánló (2 hétig, Eheti - Jövőheti rovat)	1 db	15 000 Ft/db	19 050 Ft	GYÜSZ-TE disznótoros keretből
	Banner	1 hónap	15 000 Ft/db	19 050 Ft	
	Összesen:			38 100 Ft	
TOTAL				237 356 Ft	

XIX Sajt és Túrófeszti					
	ktg megnevezése	egység és menny.	egységár (nettó)	összesen (bruttó)	Költségviselő
Plakát	Tervezési költség	1 db	6000 Ft/ db	6 000 Ft	GYÜSZ-TE marketingkeret
	Nyomdai költségek	200 db		70 000 Ft	

Hirdetés	Terjesztés (posta költség)			10 000 Ft	Marketingterv terhére
	Összesen			86 000 Ft	
Hirdetés megyei szintű ingyenes lapokban	Csabai Aktuális (féloldalas)	2 alk	50 000 Ft/ alk	127 000 Ft	Önkormányzat
	Hirdetés egyéb megyi szintű lapokban		kb.	200 000 Ft	
	Összesen			327 000 Ft	
Megyei szintű rádió hirdetés (Rádió 1 vagy Csabarádió)	Spot gyártási költsége	1 db	5 000 Ft / db	6 350 Ft	Önkormányzat
	Spot sugárzása	110 db	49 Ft/ sec	136 906 Ft	
	Összesen:			143 256 Ft	
Magyar Látnivalók Mobil alkalmazás	Megjelenés kiemelt eseményként	2 alk	5 000 Ft/ hét	6 350 Ft	Önkormányzat
	Push üzenetküldés	1 alk	8 000 Ft/ alk	10 160 Ft	
	Összesen			16 510 Ft	
Országos szintű tévés hirdetések	Duna World -Gasztróangyal (4 egymást kvető vasárnap) gyártással	4 * 10 mp	168 000 ft/csomag	213 360 Ft	Önkormányzat
	Duna World - Híradó	5 * 10 mp	155 000 Ft/csomag	393 700 Ft	
	Összesen			607 060 Ft	
Rendezvény saját honlapjának létrehozása	Honlap létre hozása mobil verzóval		min.	120 000 Ft	Önkormányzat
	Éves fenntartási díj			20 000 Ft	
	Összesen			140 000 Ft	
TOTAL				1 319 826 Ft	

Halfőző Verseny					
	ktg megnevezése	egység és menny.	egységár (nettó)	összesen (bruttó)	Költségviselő
Plakát	Tervezési költség	1 db	6000 Ft/ db	6 000 Ft	Önkormányzat
	Nyomdai költségek	100 db		40 000 Ft	
	Terjesztés (posta költség)			10 000 Ft	
	Összesen			56 000 Ft	
Hirdetés megyei szintű ingyenes lapokban	Csabai Aktuális (féloldalas)	2 alk	50 000 Ft/ alk	127 000 Ft	Önkormányzat
	Összesen			127 000 Ft	
Megyei szintű rádió hirdetés (Rádió 1 vagy Csabarádió)	Spot gyártási költsége	1 db	5 000 Ft/ db	6 350 Ft	Önkormányzat
	Spot sugárzása	110 db	49 Ft/ sec	136 906 Ft	
	Összesen:			143 256 Ft	

<i>TOTAL</i>	326 256 Ft	
---------------------	-------------------	--

Költségek összesítése:

GYÜSZ-TE 1 500 e Ft Marketing keret terhére 1 524 470 Ft

Gyüszte saját költség 1 546 410 Ft

Önkormányzat egyéb rendezvények marketing. 2 824 482 Ft

Gyüszte Disznótoros és Böllérpálinka 237 356 Ft

Összes tervezett marketing költség 2017-ben 6 132 718 Ft

Tartalékkeret Önk. Egyébre 10% 282 448 Ft

Összesen: **6 415 166 Ft**

KÖLTSÉGVISELŐ: GYÜSZ-TE 1 500 e Ft MARKETING KERET TERHÉRE					
		ktg megnevezése	egység és menny.	egységár (nettó)	összesen (bruttó)
Pedagógusok megszólítása - Megjelenés Vidékjáró kirándul az osztály 2017 magazinban	Desztinációs marketing - OFFLINE	Hirdetés (A/4-es oldal)	1 alk	90 000 Ft/oldal	114 300 Ft
		PR cikk felár	1 alk	10%	11 430 Ft
		Első hirdetői kedvezménye	1 alk	-10%	- 11 430 Ft
		Összesen			114 300 Ft
Imázskiadvány	Desztinációs marketing - OFFLINE	Tervezési költség	30 oldal	2 000 Ft/oldal	160 000 Ft
		Nyomtatás	5000 db	75 Ft/pl	476 250 Ft
		Terjesztés (postaköltség)			20 000 Ft
		Összesen			656 250 Ft
Horgászkiadvány A/5 4 (20+ 4 oldal)	Desztinációs marketing - OFFLINE	Tervezési költség	24 oldal	2000 Ft/oldal	48 000 Ft
		Nyomdai költség	5000 db	68 Ft/pl	431 800 Ft
		Összesen			479 800 Ft
Rendezvénynaptár készítés (2 oldalas leporello)	Desztinációs marketing - OFFLINE	Tervezési költség	1 db	6 000 Ft	6 000 Ft
		Nyomdai költség	2 000 db	14 Ft/pl	35 560 Ft
		Összesen			41 560 Ft
Pont Rádió / Tv Mezőtúr	Desztinációs marketing - RÁDIÓ, TV,	Rádiós hirdetés			48 768 Ft
		Tévés hirdetés			30 482 Ft
		Összesen			79 250 Ft
Utazás Kiállítás 2017 (Bp, Hungexpo)	Kiállítások, szakmai rendezvények	Regisztrációs és marketing díj (társkiállítóként)	1 db	53 000 Ft / db	67 310 Ft
		Összesen			67 310 Ft
Plakát	XIX. Gyomaendrődi Sajt és Túrófesztyál	Desztinációs marketing - OFFLINE	Tervezési költség	1 db	6000 Ft/ db
			Nyomdai költségek	200 db	70 000 Ft
			Terjesztés (posta költség)		10 000 Ft
			Összesen		86 000 Ft
			Összesen		1 524 470 Ft

KÖLTSÉGVISELŐ: GYÜSZ-TE SAJÁT BEVÉTELBŐL

		<i>ktg megnevezése</i>	<i>egység és menny.</i>	<i>egységár (nettó)</i>	<i>összesen (bruttó)</i>
Programajánló készítése - Garantált prgramokkal	Desztinációs marketing - OFFLINE	Tervezési költség	2 db	-	10 000 Ft
		Nyomtatás - plakát	100 db		36 000 Ft
		Nyomtatás - leporello	3000 db		75 000 Ft
		Összesen			121 000 Ft
Fotóadatbázis aktualizálása	Desztinációs marketing - OFFLINE	Fotosorozat készíttése kiadványokhoz	50 db	1 000 Ft/db	50 000 Ft
		Összesen			50 000 Ft
szallas.hu hírlevél	Desztinációs marketing - ONLINE	Banner (600*100 px)	2 alkalom	100 000 Ft/megjelenés	254 000 Ft
		Összesen			254 000 Ft
TDM Konferencia	Kiállítások, szakmai rendezvények	Tagdíj	1 év	25 000 ft	25 000 Ft
		Résztvételi díj (tavaszi és őszi)	2 alk		90 000 Ft
		Utazás	2 alk	kb.	45 000 Ft
		Szállásdíj		kb.	40 000 Ft
		Összesen			200 000 Ft
Tourinform találkozó	Kiállítások, szakmai rendezvények	Résztvételi díj (tavaszi és őszi)			- Ft
		Utazás		kb.	14 000 Ft
		Összesen			14 000 Ft
Részvétel rendezvényeken az MTÜ szervezésében	Kiállítások, szakmai rendezvények	Résztvételi díj	2 db	26 500 Ft/db	37 310 Ft
		Utazás	2 alk		30 000 Ft
		Szállás és étkezés			40 000 Ft
		Összesen			107 310 Ft
		Összesen			746 310 Ft

KÖLTSÉGVISELŐ: AZ ÖNKORMÁNYZAT OPCIONÁLIS VÁLASZTHATÓ MARKETING ELEMÉK					
		ktg megnevezése	egység és menny.	egységár (nettó)	összesen (bruttó)
Tematikus kiadványok (aktualizálás és újrayomás)	Desztinációs marketing OFFLINE	Tervezési költség			50 000 Ft
		Gasztro- nyomda	2000 db	18 Ft/pl	45 720 Ft
		Panoráma - nyomda	2000 db	18 Ft/pl	45 720 Ft
		Kultúra - nyomda	2000 db	18 Ft/pl	45 720 Ft
		Új attrakciók bemutatása (új) - nyomda	2000 db	18 Ft/pl	45 720 Ft
		Fesztiválok - nyomda	2000 db	14 Ft/pl	35 560 Ft
		Horgászat - nyomda	2000 db	14 Ft/pl	35 560 Ft
		Aktív turizmus -nyomda	2000 db	20 Ft/pl	50 800 Ft
		Összesen			354 800 Ft
Kandász Travel TV2 (város marketing)	Desztinációs marketing - RÁDIÓ, TV,	Kisfilm készítés és leadása	1 alk		560 000 Ft
		Összesen			560 000 Ft
Petőfi Rádió (város marketing)	Desztinációs marketing - RÁDIÓ, TV,	Rádiós hirdetés (H-P, napi 4 alkalom)	1 hét (20 db spot)		349 600 Ft
		Összesen			349 600 Ft
Hirdetés megyei szintű ingyenes lapokban	XIX. Gyomaendrődi Sajt és Túrőfesztivál	Desztinációs marketing - RÁDIÓ, TV, egyéb	Csabai Aktuális (féloldalas)	2 alk	50 000 Ft/ alk
			Hirdetés egyéb megyei szintű lapokban		kb. 200 000 Ft
			Összesen		327 000 Ft
Megyei szintű rádió hirdetés (Rádió 1 vagy Csabarádió)	XIX. Gyomaendrődi Sajt és Túrőfesztivál	Desztinációs marketing - RÁDIÓ, TV, egyéb	Spot gyártási költsége	1 db	5 000 Ft / db
			Spot sugárzása	110 db	49 Ft/ sec
			Összesen:		143 256 Ft
Magyar Látnivalók Mobil alkalmazás	XIX. Gyomaendrődi Sajt és Túrőfesztivál	Desztinációs marketing - ONLINE	Megjelenés kiemelt eseményként	2 alk	5 000 Ft/ hét
			Push üzenetküldés	1 alk	8 000 Ft/ alk
			Összesen		16 510 Ft
Országos szintű tévés hirdetések	XIX. Gyomaendrődi Sajt és Túrőfesztivál	Desztinációs marketing - RÁDIÓ, TV, egyéb	Duna World -Gasztroangyal (4 egymást követő vasárnap) gyártással	4 * 10 mp	168 000 ft/csomag
			Duna World - Híradó	5 * 10 mp	155 000 Ft/csomag
			Összesen		607 060 Ft

Rendezvény saját honlapjának létrehozása	XIX. Gyomaendrődi Sajt és Túrőfesztivál	Desztinációs marketing - ONLINE	Honlap létre hozása mobil verzóval		min.	120 000 Ft
			Éves fenntartási díj			20 000 Ft
			Összesen			140 000 Ft
Plakát	Halfőző verseny	Desztinációs marketing - OFFLINE	Tervezési költség	1 db	6000 Ft/ db	6 000 Ft
			Nyomdai költségek	100 db		40 000 Ft
			Terjesztés (posta költség)			10 000 Ft
			Összesen			56 000 Ft
Hirdetés megyei szintű ingyenes lapokban	Halfőző verseny	Desztinációs marketing - OFFLINE	Csabai Aktuális (féloldalas)	2 alk	50 000 Ft/ alk	127 000 Ft
			Összesen			127 000 Ft
Megyei szintű rádió hirdetés (Rádió 1 vagy Csabarádió)	Halfőző verseny	Desztinációs marketing - RÁDIÓ, TV,	Spot gyártási költsége	1 db	5 000 Ft / db	6 350 Ft
			Spot sugárzása	110 db	49 Ft/ sec	136 906 Ft
			Összesen:			143 256 Ft
			Összesen:			2 824 482 Ft
			Tartalék keret 10%			282 448 Ft
Mindösszesen:			3 106 930 Ft			

KÖLTSÉGVISELŐ: GYÜSZTE DISZNÓTOROS ÖNKORMÁNYZATI TÁMOGATÁSBÓL						
			ktg megnevezése	egység és menny.	egységár (nettó)	összesen (bruttó)
Plakát	Disznótoros és Böllérpálinka verseny	Desztinációs marketing - OFFLINE	Tervezési költség	1 db	6000 Ft/ db	6 000 Ft
			Nyomdai költségek	100 db		40 000 Ft
			Terjesztés (posta költség)			10 000 Ft
			Összesen			56 000 Ft
Megyei szintű rádió hirdetés (Rádió 1 vagy Csabarádió)	Disznótoros és Böllérpálinka verseny	Desztinációs marketing - RÁDIÓ, TV,	Spot gyártási költsége	1 db	5 000 Ft / db	6 350 Ft
			Spot sugárzása	110 db	49 Ft/ sec	136 906 Ft
			Összesen:			143 256 Ft
Fesztiválkalauz.hu	Disznótoros és Böllérpálinka verseny	Desztinációs marketing - ONLINE	Ajánló (2 hétig, Eheti - Jövőheti rovat)	1 db	15 000 Ft/db	19 050 Ft
			Banner	1 hónap	15 000 Ft/db	19 050 Ft
			Összesen:			38 100 Ft
			Összesen:			237 356 Ft