

" Szentes város idegenforgalmi stratégiájának megvalósítását szolgáló akcióprogram, konkrét operatív intézkedési terv. Akcióterv a városmarketing markáns megerősítése, működésének professzionális színvonalra emelésére."

1. BEVEZETÉS

A marketing, mint tudományág mára szinte az élet minden területére beépült, igaz ez a települések mindennapjaira és stratégiai tervezésére is, ugyanis az önkormányzatoknak meg kell felelniük az új elvárásoknak, lépést kell tudni tartani a bővülő Európai Unió által kínált lehetőségekkel, követni kell a világgazdaság által diktált fejlődési irányvonalakat.

A városmarketing a városfejlesztés egyik fontos önkormányzati eszköze, amelynek segítségével bővíthetők a gazdaság fejlesztéséhez szükséges források; a fejlesztések segítségével növelni tudjuk a település versenyképességét, vonzóvá tehetjük a potenciális befektetők számára. A település arculatának megőrzése, illetve pozitív alakítása, jelentős turisztikai vonzerőt jelent és vonzóvá teszi a várost a látogatók számára.

A városmarketing alapvetően a piacorientáció sajátos megjelenése a város működésében egy szintetizáló, koordináló eszköz, amely egységes arculat formájában (image) megjeleníti, pozicionálja, kommunikálja a települést.

A város terméke magában foglalja a természetes és épített környezetet, illetve mindazon adottságokat, funkciókat, hagyományokat, tevékenységeket, melyeket a város illetve az intézményei nyújtanak, hasonlóképpen egy vállalkozás termékeihez, szolgáltatásaihoz. Ugyanakkor a termék maga a város, miként egy vállalat neve, s ahogyan megítélik a piacon. A város arculata, illetve annak pozitív visszatükröződése, a város sikerességének egyik alapvető tényezője.

2. JÖVŐKÉP

Az elérni kívánt jövőbeli állapot konkrét megfogalmazása a városban élő minden polgár, illetve működő vállalkozás, szervezet számára egyaránt fontos.

Fontos, hogy a hosszabb távú céloknak és rövidebb idő intervallumra kitűzött részcéloknak, a napi cselekvéseknek legyen egy olyan vezérfonala, amely világos támpontot ad a döntésekhez a pillanatnyi igények, választási lehetőségek közötti eligazodásban.

A jól definiált, konszenzuson alapuló jövőkép birtokában az adott település, annak szervezetei, intézményei tudatosan rendelhetik alá programjaikat, tevékenységüket, fejlesztéseiket, mindezek terveit, erőforrásait a megvalósítani kívánt céloknak.

A gazdaságfejlesztéssel foglalkozó szakmai műhelymunkák során megfogalmazott, ajánlott és a különböző elfogadott KT határozatokban megjelenő jövőkép az alábbiakat foglalja magában.

A település:

- országos átlagot elérő, vonzó életminőséget biztosít,
- gazdasága versenyképes,
- innovatív,
- hasznosítja erőforrásait,
- megőrzi hagyományait, újakat teremt és épít rájuk,
- megőrzi, védi természeti környezetét,
- a vállalkozásoknak, befektetőknek befogadó, támogató partnere,
- képes a helyi és térségen kívüli vállalkozásokat hálózatos együttműködésbe integrálni,
- racionálisan működteti intézményeit,
- képes bővíteni és kiaknázni kapcsolatrendszerét,
- elvándorlási egyenlege pozitív, a népességcsökkenés üteme lassul.

Természetesen a város jövőképének rövid, tömör, egyértelmű, könnyen megjegyezhetőnek kell lennie, annak érdekében, hogy az a térség minden szereplője számára ugyanazt jelentse és bármikor kontrollálható, értékelhető legyen, hogy hol tart a település a cél megvalósításában. A fenti igényeket leginkább az alábbi meghatározással teljesíthetjük.

A városfejlesztés célja az egyéni és közösségi jövedelmek növekedésén keresztül megvalósítható folyamatos életminőség javítás, illetve Szentes regionális szerepének növelése. Az életminőség javítását domináns célként határozhatjuk meg, amelyet két területen, részletesen kidolgozott célokon keresztül jelenítünk meg.

Az elérni kívánt jövőbeli állapothoz való eljutás módjának általános és konkrét meghatározását a stratégiában fogalmazhatjuk meg.

3. STRATÉGIA

3.1. A stratégiai terv lépései

- a település értékeinek és hiányosságainak felmérése, erőforrások megjelölése,
- a feltárt erőforrásokra alapozott reális jövőkép megalkotása, stratégiai terv elkészítése a jövőkép eléréséhez a prioritások megfogalmazásával,
- a stratégiai terv lebontása, részcélok megvalósításához szükséges anyagi és egyéb eszközök forrásának megjelölésével,
- a terv és jövőkép megvalósulásának nyomon követése, kontrollálása a szükséges korrekciókkal.

Az eredményes stratégia forrásteremtő és célvezérelt. A célok megvalósításához forrást a gazdaság biztosítja, tehát az alábbiak megvalósulása lehet eredményes.

STRATÉGIA

CÉL: egyéni és közösségi jövedelmek növekedésén keresztül megvalósítható folyamatos életminőség javítás, illetve Szentes regionális szerepének növelése.

A fent megfogalmazott cél eléréséhez elsődleges stratégiai érdekünk Szentes és térsége gazdaságának fejlesztése, amely a már működő vállalkozások versenyképességének erősítésére, illetve újabb vállalkozások betelepítésére irányul.

A STRATÉGIAI FEJLESZTÉS IRÁNYAI

1. Prioritás: A gazdaság versenyképességének javítása

A prioritás azokat az intézkedéscsoportokat gyűjti össze, amelyek közvetlen hatást gyakorolhatnak a helyi gazdaság jövedelemtermelő képességére, a húzóágazatok letelepedésére és fejlődésére.

2. Prioritás: A foglalkoztatottak számának és képzettségének növelése

A prioritás azokat az intézkedéscsoportokat fogja össze, amelyek révén egyfelől növekedhet a foglalkoztatottak száma és képzettsége, másfelől a foglalkoztatás biztonsága, (egyéni értelemben vett) tervezhetősége.

Az önkormányzat alapvetően az általa fenntartott intézményekben folyó minőségi munkát tudja befolyásolni, de aktív szerepet játszhat a szükséges munkaerő letelepedésének elősegítésében.

A versenyszféra szereplőivel való konstruktív kapcsolat elősegítheti a képzési irányoknak a piaci igények szerinti alakulását.

3. Prioritás: Környezeti feltételek javítása

A prioritás azokat az intézkedéscsoportokat foglalja magában, amelyek az emberek számára az életfeltételeik kiteljesedését szolgálják. A gazdaság fejlődése, a város regionális szerepének növelése nem érhető el a város és a kistérség lakói, a természeti és épített környezet, illetve a növekvő életminőség közösségi feltételeit biztosító intézményrendszer (kulturális, sport stb.) összhangja nélkül.

OPERATÍV TERV

1. Prioritás: A gazdaság versenyképességének javítása

Intézkedéscsoportok

1.1. A gazdasági infrastruktúra fejlesztése

Az intézkedéscsoport célja olyan - elsősorban az ipari parkban, illetve más, a városban található ipari, gazdasági – szolgáltató övezetben megvalósuló teljes körű infrastruktúrafejlesztések - amelyek elősegítik a helyi és kistérségi kis- és közepes vállalkozások fejlődését, továbbá újak letelepedését a városban.

1.2. Idegenforgalom fejlesztése

Az adottságainknak megfelelően kiemelt jelentőséget kell tulajdonítani az idegenforgalmi ágazatnak, amelynek lényege, hogy közvetlenül transzferál belső jövedelemmé külső jövedelmeket. Fejlesztése Szentes város alapvető érdeke.

1.3. Befektetés-ösztönzés

A Képviselő – testület 2007. április 27-én megtartott ülésén határozatot hozott annak érdekében, hogy újabb befektetők, illetve befektetések jelenhessenek meg a helyi gazdaságban (73/2007. (IV.27.) Kt.)

2. Prioritás: A foglalkoztatottak számának és képzettségének növelése

Intézkedéscsoportok

2.1. Oktatási - képzési infrastruktúra fejlesztése

Az intézkedéscsoport célja az oktatási intézményhálózat rekonstrukciója, a minőségi értelemben vett személyi és tárgyi – technikai fejlesztés annak érdekében, hogy a képzés megfeleljen a munkaerőpiac által támasztott egyre magasabb követelményeknek.

Az infrastruktúrafejlesztés a vállalkozás-oktatási intézmény kapcsolatrendszer intézményes kiépülését, illetve továbbfejlesztését is jelenti.

2.2. Foglalkoztatás támogatása

A foglalkoztatás ösztönzése, a 73/2007. (IV.27.) Kt. határozat 1. pontjában meghatározottak értelmében, az új munkahelyek létesítése támogatást élvez.

A későbbiek folyamán - a piaci igények szerint - egy elsősorban műszaki szakemberek letelepítését ösztönző programot kell elkészítenünk és megvalósítanunk.

Ennek érdekében a helyi adó preferenciák felülvizsgálata is átgondolandó azokon a stratégiaileg fontos területeken, ahol az elérhető jövedelmek nem biztosítják a kvalifikált munkaerő letelepedését a városban (pl.: kutatás - fejlesztés).

3. Prioritás: Környezeti feltételek javítása

Intézkedéscsoportok

3.1. A lakások számának és komfortjának növelése

A tőke letelepedése, az új munkahelyek létesítése, a megfelelő számú, képzett munkaerő rendelkezésre állása, a népességfogyás megállítása, illetve a lakások számának és komfortjának növelése között közvetlen összefüggés van.

Az intézkedéscsoport megvalósítása elsősorban vállalkozói tőke bevonásával érhető el, ugyanakkor a gazdaság jövedelemtermelő képességének fejlődése nélkül nem lesz kellő forrás a befektetett tőke kiszámítható és kockázatmentes megtérülésére.

A település szerkezeti tervben ajánlottakkal összhangban a lakásprogram folytatásaként egyfelől családi házas övezetek kialakítása kívánatos, másfelől olyan lakhatást szolgáló beruházások elősegítése, amelyek a hátrányos helyzetű rétegek gondjain enyhíthet.

3.2. Közlekedési infrastruktúra fejlesztése

Az intézkedéscsoport elemei az elmúlt évek közlekedési infrastruktúra fejlesztéseinek további folytatását jelentik. A természetes környezet minőségének javulása várható a majdan megépülő észak – keleti elkerülő úttól. Fontos a kerékpárút-hálózat építésének folytatása, illetve az ipari park tervezett keleti fejlődési irányában található utak fejlesztése.

A fejlesztések legfontosabb feladata a belváros forgalmi terhelésének csökkentése, illetve a város elérhetőségének javítása.

A közlekedési infrastruktúra részét képezi a járdahálózat folyamatos felújítása, illetve a hiányzó elemek megépítése.

3.3. Közműfejlesztési program

Az intézkedéscsoport alapvetően a kistérségi települések, illetve a közigazgatásilag Szenteshhez tartozó Magyartés, Ecser, Dónát infrastrukturális ellátottságának javítását célozza tekintettel arra, hogy a lefektetett közművek szempontjából a város közmű – ellátottsága gyakorlatilag teljes körű.

3.4. Zöldfelület -program

Az intézkedéscsoport az érintetlen természeti környezet megóvására és a közösség által használt zöldfelület fejlesztésére irányul.

3.5. Egészségügyi, szociális infrastruktúra fejlesztése

A lakosság életminőségének, egészségi állapotának, munkaerő képességének közvetlen, meghatározó szerepe van a gazdaság fejlődésében, a versenyképesség növelésében. Ennek megfelelően alapvető fontosságú az egészségügyi és szociális ellátórendszer minősége, szolgáltatási színvonala.

Kiemelten fontos az ellátási formák és az ellátórendszer infrastruktúrájának fejlesztése.

3.6. A kulturális intézményrendszer fejlesztése

A kulturális intézményhálózat állapota és az általa kínált szolgáltatások milyensége az életminőség fontos mérőfokát jelenti. Az intézkedéscsoport közvetlen gazdasági hatása nem mérhető, de jellemző képet mutat egy település gazdasági értelemben vett versenyképességével.

3.7. Sport intézményrendszer fejlesztése

Az egészség megőrzésében játszott szerepe miatt a sport – és azon belül is a tömegsport, szabadidő sport feltételeinek fejlesztése rendkívüli fontosságú a munkavállalók folyamatos rendelkezésre állása, a tartós lakossági fogyasztás szempontjából. Az intézkedéscsoport közvetlen összefüggésben van az 1. prioritás 1.2. intézkedéscsoportjával, amely sportturizmus fejlesztésére irányul.

A fejlesztések támogatása marketing szempontból

A fejlesztési irányok, a fő prioritások közül az *1. alkalmas bevételek generálására*, míg 2. és 3. prioritásban felsoroltak elsősorban kiadással járnak a költségvetés számára. Ennek megfelelően az idegenforgalom fejlesztése, a beruházások ösztönzése az a fejlesztési terület, amelyet érdemes a modern marketing eszközökkel támogatni, hiszen az ennek eredményeként képződő bevételek más prioritások forrás igényét biztosíthatják.

A városmarketing stratégia, a meglévő körülményekhez igazodik, dinamikus és egy átfogó szemléletmódot alkalmazva ad megoldási javaslatokat a problémák kezelésére. A marketing stratégia kialakításával egy olyan keretrendszer felállítása a célunk, amely már rövidtávon is képes minőségi verseny előnyt biztosítani Szentes város számára. Az alábbiakban részletesen bemutatásra kerülő marketing stratégia egy olyan rendszerre épül, amely alkalmas változás követésére. A változó környezethez való rugalmas és dinamikus alkalmazkodás képessége napjaink modern stratégiájának a lényege. Hat lépésben igyekszünk bemutatni, azokat a fókuszpontokat, amelyek a sikeres városmarketing elemeit jelenítik meg.

A városmarketing célprioritásai:

- új, vonzóbb városi imázs alakul ki,
- növekszik a város ismertsége országos és európai szinten,
- növekszik a város turisztikai vonzereje,

- erősödik a várostudat és a városhoz való kötődés a település lakóiban,

A stratégiai céloknak a fenti prioritások mentén való megvalósításával a város gazdasági és idegenforgalmi hátterének javítását támogatjuk a marketing eszközeivel, amelyben az itt élők, a munkavállalók, a vállalkozások és az ide látogatók is jól érzik magukat.

MARKETING STRATÉGIA

„Aki sokat markol, keveset fog”

A versenytársak elemzését követően megállapítható, hogy csak néhány önkormányzat esetében beszélhetünk tudatos, összehangolt városmarketingről. Ezekben a településeken „marketing mindenkinek” elvét követik, ami Szentés esetében nem lehet célravezető. Akinek mindenki a célpiaca, annak senki sem a célpiaca. Minél szélesebb rétegre célzunk (adott forrás nagyság alapján), annál kevésbé lesz hatékony a marketingünk. Ennek megfelelően minél szűkebb célközönségre fókuszálunk, annál eredményesebb lesz a marketingünk.

Mindenki > Célpiac

Az optimális városmarketing kialakításának első feladata a célpiacunk meghatározása, illetve kialakítása. Az idegenforgalom és a befektetés ösztönzés területén egyaránt rendelkezünk tapasztalatokkal arra vonatkozóan, hogy milyen vevők keresnek bennünket, mik a jellemzőik. Bár két vevőkör igénye eltérő, azonban ügyes keresztmarketing tevékenységgel az üzleti vevőkből lehetnek turisták és fordítva.

Az ideális vevő

A célpiac meghatározása elkerülhetetlen, de önmagában nem elegendő, hiszen tudnunk kell, hogy számunkra ki az ideális vevő. Ennek kialakítása a már meglévő vevőink bázisán végrehajtott egyszerű piackutatással érhető el, amely alapvetően arra vonatkozik, hogy ők hogyan írnák körül az általunk keresett célpiacot, melyek a meghatározó szempontok, amely alapján városunk mellett döntöttek. Másik feltárandó terület a célpiacunk médiafogyasztási szokásaira vonatkozik. Ez segíthet bennünket abban, hogy a média stratégiánkat kialakítva, megfelelő kommunikációs csatornát válasszunk és ne „csak úgy általában reklámozzunk”.

Ha célzottan hirdetünk, nagyon sok pénzt lehet megtakarítani.

A marketing tevékenységünk során olyan piacot célzunk, amelyen különösen az idegenforgalom esetén, már jól ismert piacvezetők vannak. Mindkét területen megállapíthatjuk, hogy nem vagyunk piacvezetők, nem vagyunk a legnagyobbak és nem vagyunk legismertebbek sem.

3 lépés, amivel Szentes piacvezető lehet

1. **A célpiacról ki kell választanunk egy kisebb részt**, egy olyan kisebb piaci szegmenst, ahol kielégítetlen (ismert vagy még látens) fogyasztói igények vannak. Ezek megtalálása és kielégítése a marketing feladata.
2. **Meg kell ismernünk a kijelölt piaci rész valós igényeit**, hiszen ennek ismeretében tudjuk éppen őket megszólítani, ekkor tudjuk világossá tenni, hogy milyen előnyt jelent a számukra, ha bennünket választanak.
3. Szentes városnak a megismert **igényekhez kell igazítania kínálatát és azt következetesen kommunikálva magát kategória vezetőként kell pozicionálnia** és az új szegmensben rövid idő alatt piacvezetővé válni. A sikerünk azon múlik, hogy tudunk – e, képesek vagyunk - e kisajátítani egy olyan szót vagy kifejezést, ami csak Szenteshez, a mi adottságunkhoz, a mi kínálatunkhoz kötődik.

Pozicionálás

A pozicionálás egy tudatos gondolatra való fókuszálás, ami definiálja a várost, a terméket a lehetséges vevők fejében. A pozicionálással a rólunk kialakuló képet befolyásoljuk úgy, hogy Szentes, illetve a város kínálata valamiben egyértelműen megkülönböztethető és vonzó legyen a célközönségünk érzékelésében. Manapság rengeteg termék és szolgáltatás kínálja magát. Reklámüzenetek ömlenek ránk, mégis alig van olyan, amire emlékszünk. Agyunk ugyanis védekezik, szelektál. Csak arra figyel fel, ami felkelti figyelmét. Csak a célzott üzenetekre reagál, azokból is csak a leegyszerűsített lényegét jegyzi meg. A hatásos pozicionálás, a hozzá kapcsolódó kulcsszavak ugyanis csak kizárólag egyetlen termékhez, városhoz vagy személyhez kapcsolódnak.

Ha nincs megfelelő pozicionálás, az azt is jelenti, hogy NEM mondjuk meg hitelesen, hogy mi miért vagyunk mások, mint a konkurenciánk. NEM adunk indokot és magyarázatot lehetséges vásárlóinknak, hogy miért jöjjenek éppen Szentesre, mint turisták vagy hajtsanak végre beruházást az Ipari Parkban.

Az eredményes pozicionálás feltétele egy új kategória létrehozása!

Példák:

Régen csak szállodák voltak, ma már vannak családbarát szállodák, illetve kisgyerekes családokat kiszolgáló szállodák.

Korábban csak borok voltak, míg napjainkban olyan borok is vannak, amelyeket kifejezetten indiai ételekhez ajánlanak.

A fentiek mind valamilyen iparágból kiemelt szegmensek, amelyeket kitaláltak, folyamatosan kommunikáltak és szereztek benne piacvezető státuszt. Ezen új kategóriák piaca kisebb, mint az iparág teljes piaca, hiszen annak csak egy kis szeletére céloznak. Ennek ellenére sikeresebbek, mint az átlagos versenytársaik.

Szentes város is nyithat új kategóriát, amihez megfelelően fókuszálnunk kell és hatékonyan kommunikálni.

A fenti koncepció megvalósításával egy legális monopóliumot hozhatunk létre, ahol szinte semmi verseny sincs. Igaz, hogy kisebb célpiacra koncentrálnunk, mint a konkurencia, de a domináns helyzetnek köszönhetően piacvezetők lehetünk. A piacvezető pedig maga dönthet az árakról, a feltételekről, megválaszthatja a vevőit. Megfelelő marketing üzenet segítségével hatékonyan kommunikálhatjuk a fejlesztési területek pozícióját.

Célpiac > Érdeklődő

A vevők jelentős része irtózik a reklámoktól. Azok a kísérletek, amelyek az azonnali értékesítésre irányulnak, általában sikertelenek. Ezért arra kell törekednünk, hogy elsőként a potenciális partnerünk érdeklődését keltsük fel. Az érdeklődés felkeltésének legeredményesebb módja, ha MI ADUNK VALAMIT NEKIK. Ez lehet egy hírlevél, egy nyeremény valamely szentesi rendezvényre stb., lényeg, hogy értékkel bírjon.

Az érdeklődők szervezésének céljai:

1. A vevő jelöltjeinkben csökkentjük a reklámunkkal szembeni ellenállást,
2. Az érdeklődés felkeltése során begyűjtjük az új érdeklődő valamely elérhetőségét. Ez lehetőséget biztosít a második lépésre, ahol már értékesíthetünk.

Ez egy nagyon fontos lépés, hiszen ettől ponttól kezdve már nem önmagában a nevet kell reklámozni, hanem azt a PLUSZT (információt, fesztivált, speciális edzőtábort stb.), amit az érdeklődés felkeltéséhez alkalmaztunk.

Hogyan reklámozzunk?

Ha már tudjuk, hogy mit és tudjuk, hogy kinek akarunk reklámozni, akkor tudnunk kell, hogy hogyan reklámozzunk. Reklámozzunk azt érdemes, ami az érdeklődést felkelti, (Pl. „Lecsófesztivál Zöldségországban”) hiszen hiába írjuk le egy reklámban sokszor, hogy Szentes, az önmagában nem elég a sikerhez.

Amennyiben tömegmédiában reklámozzunk, az alábbiakra kell ügyelnünk:

1. **Egy reklám nem reklám!** Nincs értelme reklámozni, ha nem tudjuk magunkat elkötelezni, legalább 10 megjelenés mellett az adott médiában. Természetesen legjobb, ha folyamatosan reklámozzunk, hiszen az emberek jellemzően az ismétlésekből tudják felépíteni magukban a problémáikat rendező megoldást.

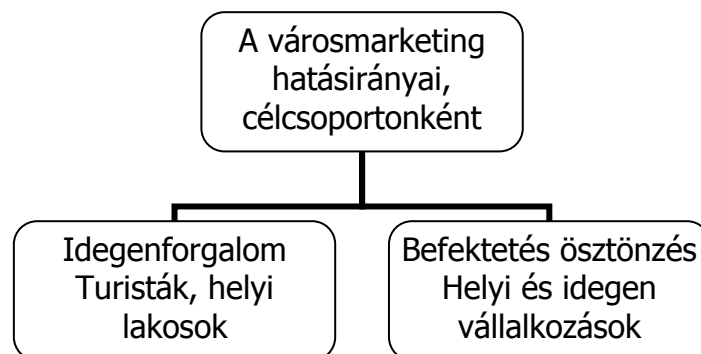
2. **Ne változtassuk a marketing üzenetet!** Abban pillanatban, ahogy egy adott médiában megváltoztatjuk – néhány alkalom után – a marketing üzenetünket, a célközönségünk részére egy teljes új reklámot hozunk létre. Az a pénz, amit az addigi reklámba fektettünk elvesz. Legalább 10 – 15 megjelenést érdemes végigvinni és ha szükséges csak azután váltani.
3. **Keresztmarketing!** A befektetés ösztönzés és a turizmus célközönségének egy része azonos. A turistából válhat az ipari park iránt érdeklődő üzletember és fordítva, egy elégedett befektető szívesen hozhatja a családját, ismerőseit üdülni, ha kellően marketingezzük őket. Keresztmarketing előnye, hogy minden hirdetésnél, kampánynál olcsóbb és egyben eredményesebb is, hiszen nem ismeretleneket szólítunk meg vele, hanem valamely terület meglévő vevőit, akikben már kialakult a bizalom a település iránt. Valószínűsíthető, hogy magasabb arányban fogadják el az ajánlatunkat, mintha egy teljesen új kampányt folytatnánk ismeretlenek irányába.

A fenti tevékenységeket követően következik az a fázis, amikor a vevőjelöltünk számára elkészítjük az AJÁNLATOT. Nagyon fontos, hogy ne egy általános, hanem kellően személyre szabott legyen. Érezni kell a partnerünknek, hogy mi tudjuk azt, hogy neki mire van szüksége. Arra kell törekednünk, hogy ajánlatunkban akciós jelleggel egy plusz, eddig nem ismert kedvezmény is legyen benne, amely növeli az ajánlatunk látszólagos értékét.

Mindezek után, mintegy pszichológiai nyomásként határidőt kell feltüntetnünk és reméljük, hogy jönnek a turisták, az üzletemberek.

Összefoglalva, az alábbiakat kell megtennünk a sikeres városmarketing érdekében a stratégiai tervezés szintjén:

1. A célközönség meghatározása,
2. A számunkra ideális vevő meghatározása,
3. Rövid piackutatás, a vevő jelöltek vásárlási szokásairól, média igényükről,
4. Pozicionálás, egy teljesen új kategória létrehozása,
5. Az optimális marketing eszköz kialakítása, az érdeklődés felkeltése,
6. Az ajánlat



Az idegenforgalom stratégiáját illetően a Képviselő – testület korábbi döntése az alábbi prioritásokon alapult:

I. A Széchenyi-ligetet és a Strandfürdőt egységes komplexumként kezelve a sport és egészségturizmus terén szükséges továbbfejleszteni (sport - és wellness szolgáltatáscsomag).

II. Egyedi terméket kell létrehoznunk. Nem szabad követni egyik közelben lévő fürdő példáját sem.

III. Meg kell őrizni sporthagyományainkat, és a fiatal családokra építve kell végrehajtanunk a további fejlesztéseket.

Fentiek alapján a konkrét, operatív célok az alábbiak:

1. Szükséges a sportlétesítmények fejlesztése, kiemelten fedett uszoda építése, illetve a használatban lévő medencék korszerűsítése, az 50 méteres medence alkalmassá tétele késő őszi és kora tavaszi üzemeltetésre, a szolgáltatások számának és színvonalának növelése,
2. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása,
3. Szentest Nemzeti Sportváros imázs erősítése,
4. Edzőtábor turizmus professzionális színvonalú kialakítása és a kollaterális turisztikai ágakkal történő összehangolása,
5. Tourinform iroda létrehozása,
6. Az adottságokra épülő programcsomag kidolgozása,
7. A testvérvárosi kapcsolatok diákcserejének ösztönzése, üzleti partnerkapcsolatok létesítése,
8. A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovas bázisok támogatása, lovas túra útvonalak
9. Kulturális és rendezvényturizmus erősítése. Kijelölése,
10. A Termál tó turisztikai célú hasznosítása,
11. A termálvíz (gyógyvíz) szélesebb körben megvalósuló turisztikai hasznosítása.

A 2009. évi költségvetési koncepció kialakításának, illetve a költségvetés elkészítésének közelsége nem teszi lehetővé széleskörű piackutatás elkészítését, azonban a tapasztalatok, a meglévő adottságaink, a konkurens városok aktivitása és adottságai alapján így is érzékelhető és megfogalmazható, hogy elsősorban a sportturizmus lehet az a turisztikai ágazat, amely Szentest választhatja helyszíneként.

A célpiacon belül városunk számára azok a látogatók jelenthetik az ideális vevőt, akik hosszabb időszakra (legalább 7 nap) érkeznek vagy egy nagyobb rendezvény kapcsán sok nézőt vonzanak a városba és a sportlétesítményeinket

rendeltetészerűen használják. Kompletten módon, egyszerre több sportág számára jelenleg Tata városa, a Nemzeti Edzőkomplexumon keresztül tud helyszínt biztosítani. Azonban olyan település, ahol a szárazföldi, tornatermi és a vízi sportok számára koncentráltan és elérhető közelségben tudna létesítmény együttest biztosítani nem ismert, de regionálisan biztosan nincs. Ez az előny, hogy valamiben monopolhelyzetből indulhatunk a turisták megszerzéséért, mindenképpen kihasználásra érdemes és ez az edzőtábor turizmus. Ez nem jelenti azt, hogy ne lenne fontos a rekreáció, a wellness, hiszen kifejezetten fontos az edzések után vagy az edzések között, de a többi turisztikai ághoz hasonlóan kollaterális, azaz kapcsolódó módon.

Az adottságaink, a helyszínek megléte és elhelyezkedése tekintetében szinte egyedülállóak. Nem csak a létesítmények közelsége miatt, hanem az erdei – vízparti környezet, a belváros közelsége, a Budapest felől érkezők számára elérhető egyszerű megközelítés okán. A létesítmények állapota, száma változó. Vannak olyan létesítmények, amelyek bővítésre, felújításra szorulnak és vannak olyanok, amelyekben csak kiegészítő beruházásokat kell tenni.

Az egykori Petőfi Szálloda felújítását követően kifejezetten alkalmassá válunk nemzetközi sporttáborok, sportrendezvények lebonyolítására.

Kiemelt adottságunk, hogy a sportlétesítményeinken belül termálvízzel rendelkezünk. Ugyanakkor látnunk kell, hogy a környezetünkben levő településeken Orosháza – Gyopárosfürdő, Cserkeszőlő, egy kicsit távolabb Kiskunmajsa, Mórahalom, Makó az elmúlt években nagyon komoly fejlesztéseket hajtottak végre és elsősorban a gyógy idegenforgalmi, illetve wellness turisztikai célterületeken fejtik ki aktivitásukat. Településenként változó módon, de átlagosan 5- 8 évre visszamenőleg intenzív marketing tevékenységet folytatnak, a regionális és országos piaci részesedésük növelése érdekében. Ezekhez a városokhoz képest, illetve városmarketing szempontjából versenyhátrányos helyzetben vagyunk és csak aránytalanul sok pénz ráfordításával tudnánk ismertebbek lenni, de ekkor sem egy piaci szegmens regionális piacvezetőjeként, hanem egy szereplőjeként. Hátrányos adottság, hogy a bányászati területekről, elsősorban Aradról és Temesvárról érkező turisták a határhoz közelebb levő Orosházát, Gyulát, illetve Makót választják.

Ezzel szemben kedvezőnek mondható, hogy az országos TV-s személyiségnek tekinthető Keleti Andrea 8. éve edzőtáborozik a tanítványaival Szentesen évente legalább két alkalommal és számos médiumban kiemelt helyen és elismerőleg nyilatkozik a szentesi edzőtáborozás, a szentesi nyár előnyeiről. A táncsport, a karate, a profi bokszt, a vízilabda, az úszás több ezer főnyi sportturistát biztosít a város számára, több héten keresztül, nagy összegű, 10 millió Ft összesített bevételt meghaladó (létesítmény, kereskedelem, szolgáltatás) nagyságrendben. Szintén kedvező, hogy az Olimpián a magyar vízilabda válogatott az amerikai csapatot győzte le. Ez a tény vízilabdát tanulni kívánó amerikai és természetesen más sportturisták vonzását jelentheti, hiszen ebben az évben is voltak már amerikai csapatok Szentesen, még az Olimpia előtt. 2009 –ben lesz a Kyokushin Karate Világbajnokság, első alkalommal nem Japánban, hanem Magyarországon megrendezve, amelynek szentesi vonatkozásai is vannak és természetesen további edzőtáborok, vendégek, sportturisták szentesi megjelenését jelentheti már a következő évben. Komoly lehetőségei vannak az úszósport, a futball és a futsal sportágak kapcsolatrendszeréből, létesítményeiből adódó fejlesztéseknek, fejlődésnek. A célpiacunknak szánt üzenet, a marketing stratégia középpontjába mindenképpen a

Keleti Andrea fémjelezte táncsport edzőtáborok, rendezvények, illetve a háromszoros olimpia bajnok vízilabda sport edzőtáborok és rendezvények ajánlhatók. A szükséges reklámstratégia elkészítését a városmarketing és az érintett sportágak, személyek bevonásával kell végrehajtani, a Képviselő – testület tájékoztatása mellett.

Az idegenforgalmi fejlesztések akcióterve

A sportturizmus fejlesztésével Szentes az egészségmegőrzés, a professzionális élsport, illetve a nem professzionális élsport (pl. utánpótlás klubok vagy küzdősportok) gyakorlásának lehetőségét kínálja az idelátogatók részére. A gyógy- és rehabilitációs lehetőségek, pedig a sportsérülések gyógyításában nyújtanak magas színvonalú szolgáltatást. Valamennyi intézkedés, fejlesztés célja a testmozgás és sport, amely lehetőséget ad azok különböző szinten való művelésére valamennyi korosztály számára, az amatőr mozgástól a minőségi sportig.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.2 Idegenforgalom fejlesztése
Intézkedés megnevezése	A. Szükséges a sportlétesítmények fejlesztése, kiemelten fedett uszoda építése, az 50 méteres medence alkalmassá tétele késő őszi és kora tavaszi üzemeltetésre, illetve a használatban lévő medencék korszerűsítése, a szolgáltatások számának és színvonalának növelése, a Sportcsarnok légkondicionálása, tetőbeázás megszüntetése
Marketing - kapcsolódás	Sport, elsősorban edzőtábor turizmus termék
Célja	A régióban, majd országosan az edzőtábor turizmust, mint - <i>a sportszakmai szempontból legkomplexebb módon</i> - Szentesen megvalósítható új kategóriát kialakítani és a régióban, majd országosan piacvezetővé válni.
Indoklás	A sportlétesítményeink és egyéb adottságaink szervezett módon és a szükséges fejlesztéseket követően alkalmassá teszik a települést egy új idegenforgalmi pozíció kialakítására.
Intézkedés rövid leírása	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pozicionált, új kategórián alapuló marketing ajánlat elkészítése. 2. A Strandfürdő területén saját termál kút fúrása. 3. Fedett uszoda építése, az 50 méteres medence alkalmassá tétele késő őszi és kora tavaszi üzemeltetésre, a jelenlegi 33 1/3 méteres medence teljes rekonstrukciója, környezetének felújítása. 4. A labdarúgó pályák felújítása, korszerű öntözőrendszer

	<p>kiépítése, 1 db műfüves pálya építése.</p> <p>5. A Pusztai László sporttelepen új öltözőblokk építése.</p> <p>6. Sportszálló melletti extrém sport környezet további fejlesztése (fallabda pálya, mini gokart stb.)</p> <p>7. A térségi lovardák összefogása, lovas túra útvonalak kialakítása. A helyi tereplovaglás megvalósítása, elsősorban az ártéren.</p> <p>8. A Dr. Papp László Városi Sportcsarnok felújítása (a tetőbeázás megszüntetése), ill. fejlesztése (légkondicionálás).</p> <p>9. Sportegészségügyi – rehabilitációs, rekreációs bázis kialakítása, illetve fejlesztése,</p>
Lehetséges megvalósító	Szentes Város Önkormányzata, Sportegyesületek, vállalkozások
Lehetséges partnerek	ITDH, sportegyesületek, vállalkozások, oktatási intézmények, civil szervezetek, média
Megvalósítás becsült ideje	Kialakítás: 2008 - 2012. Működés: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	3 milliárd Ft / ciklus
Várható konkrét eredmények	Országos és nemzetközi szintű több sportágra kiterjedő edzőtáborok (vízi sportok, tánc, küzdősportok, labdarúgás, teremsportok, tenisz, lovas sportok, horgászat) komplex megvalósulása Szentesen. Piacvezető pozíció megteremtése. A kapcsolódó turisztikai ágak értékesítése.
Várható hosszabb távú hatások	Erősödő Sportváros imázs. Kapcsolódó turisztikai beruházások valósulnak meg, új munkahelyek jönnek létre. Az önkormányzati bevételek növekednek. A helyi élsportereredmények javulnak, a tömegsport szélesedik.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. Szentes Nemzeti Sportváros imázs erősítése. Az adottságokra épülő programcsomag kidolgozása. A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovas bázisok támogatása, lovas túra útvonalak kijelölése és létesítése.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.2 Idegenforgalom fejlesztése
Intézkedés megnevezése	B. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett

	támogatása
Marketing - kapcsolódás	Intenzív promóciós tevékenység, Folyamatos Internet megjelenés
Célja	Pozicionált turisztikai ág piacvezető szerepéhez méltó színvonalas szálláshely biztosítása, illetve a kollaterális idegenforgalmi és üzleti igények kielégítése.
Indoklás	Nincs működő szálloda a városban.
Intézkedés rövid leírása	A megvalósulás folyamatban van
Lehetséges megvalósító	Pendola Szentes Kft.
Lehetséges partnerek	Szentes Város Önkormányzata, utazási irodák, sportegyesületek, vadásztársaságok, egészségpénztárak, média, Tourinform iroda.
Megvalósítás becsült ideje	Kialakítás: 2007 – 2011
Megvalósítás becsült költsége	Pendola Szentes Kft. viseli
Várható konkrét eredmények	Nemzetközileg jegyzett, magas fokozatú szálloda működése
Várható hosszabb távú hatások	Jelentős vendég – és tőkevonzó képesség realizálása, a város jó hírének erősödése.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	A sportlétesítmények fejlesztése, kiemelten fedett uszoda építése, illetve a használatban lévő medencék korszerűsítése, a szolgáltatások számának és színvonalának növelése. Szentes Nemzeti Sportváros imázs erősítése. Az adottságokra épülő programcsomag kidolgozása. A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovardák támogatása, lovas túra útvonalak kijelölése és létesítése. Tourinform iroda létrehozása. A potenciális befektetők megkeresése. Ipari, illetve kereskedelmi és szolgáltató célra felhasználható területek infrastrukturális előkészítése, fejlesztése. A befektetők és a helyi vállalkozások számára biztosítható kedvezmények alkalmazása. Kulturális és rendezvényturizmus erősítése.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.2 Idegenforgalom fejlesztése
Intézkedés megnevezése	C. Szentes Nemzeti Sportváros imázs erősítése
Marketing - kapcsolódás	Arculati Kézikönyv készítése: <ul style="list-style-type: none"> • A címer és alkalmazása, • Városi szlogen megfogalmazása. • Alkalmazható betűtípusok, tipográfia, színek • Levélpapír, névjegy

	<ul style="list-style-type: none"> • Zöldszám (Mint ingyenesen hívható telefonszám, fontos marketingelem. Támogatja a keresleti oldalról megjelenő információ igényt. • Nemzetközi és hazai kiemelt sport rendezvények, első osztályú bajnokságok. • A lovas hagyományok újraélesztése
Célja	Az arculatterv célja az egységes, mindenre kiterjedő, tartósan jó imázs kialakítása.
Indoklás	Az arculat kiválasztása hosszú távon határozza meg a város és térsége megjelenését. Mindazon személyek és szervezetek, akik kapcsolatba kerülnek városunkkal az arculati elemekből információt kaphatnak. Megkülönbözteti városunkat más településektől és rögződik ez tudatukban.
Intézkedés rövid leírása	Arculati Kézikönyv elkészítése, A város kulturált piaci funkcióinak erősítése (pl. Expo), A város image ápolásával együtt járó sport - és szabadidős rendezvények, programok támogatása (Küzdősport Fesztivál, Sas Torna, karate országos rendezvények, futsal, Lecsófesztivál, Karnevál stb.)
Lehetséges megvalósító	Szentes Város Önkormányzata, Sportegyesületek, vállalkozások
Lehetséges partnerek	ITDH, sportegyesületek, Csm-i Kereskedelmi és Iparkamara, oktatási intézmények, civil szervezetek, média, Tourinform iroda
Megvalósítás becsült ideje	Kialakítás: 2008 - 2009. Működés: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Szentes Nemzeti Sportváros arculat kialakítás: 6 millió Ft Imázs erősítő sportok, rendezvények támogatása: 35 millió Ft
Várható konkrét eredmények	A pozícionált turisztikai és befektetői irányhoz szervesen kapcsolható egységes belső és külső megjelenés. Országosan értelmezhető egyedi arculat.
Várható hosszabb távú hatások	Erősödő Sportváros imázs. A turisztikai bevételek növekedése, új munkahelyek jönnek létre. A befektető jelöltek gyorsabb elérése, kiszámítható, professzionális első benyomás megvalósítása.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	A sportlétesítmények fejlesztése, kiemelten a fedett uszoda építése, az 50 méteres medence alkalmassá tétele késő őszi és kora tavaszi üzemeltetésre, a jelenlegi 33 1/3 méteres medence teljes rekonstrukciója, környezetének felújítása. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. Az adottságokra épülő programcsomag kidolgozása. Kulturális és rendezvényturizmus erősítése. A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovardák támogatása, lovas túra útvonalak kijelölése és kiépítése.

	Tourinform iroda létrehozása. A potenciális befektetők megkeresése. Ipari, illetve kereskedelmi és szolgáltató célra felhasználható területek infrastrukturális előkészítése, fejlesztése. A befektetők és a helyi vállalkozások számára biztosítható kedvezmények alkalmazása.
--	---

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.2 Idegenforgalom fejlesztése
Intézkedés megnevezése	D. Edzőtábor turizmus professzionális színvonalú kialakítása és a kollaterális turisztikai ágakkal történő összehangolása
Marketing kapcsolódás	Termékfejlesztés – Honlap készítés – Intenzív promóció
Célja	A piacvezető szerep elérését segítő, egyedi, egyértelműen megkülönböztethető és vonzó sportturisztikai termék fejlesztése
Indoklás	Komplett, több sportágat magában foglaló, annak létesítményt biztosítani tudó fejlesztett sportturisztikai termék jelenleg nincs. Az edzőtábor turizmus számára egy olyan kategóriát tudunk kialakítani, ahol a vízi és a szárazföldi sportok egyaránt tudják magas szinten gyakorolni az alap és kiegészítő szakmai tevékenységet. A termék teljességét és egyediségét az biztosíthatja, hogy egy városon belül, elérhető közelségben lehet futni, úszni, vízilabdázni, evezni, teniszezni, táncolni, lovagolni, terem – és küzdősportokat gyakorolni. Számos sportág esetében tudunk egyedi képzésre irányuló know how-t biztosítani.
Intézkedés rövid leírása	A termékfejlesztést végző csoport alakítása. A konkrét termék kialakítására vonatkozó marketing terv készítése. A párhuzamosan zajló sportlétesítmény és minőségi szálláshelyfejlesztés koordinálása. Kollaterális programok készítése. Az együttműködés megszervezése a helyi partnerekkel, illetve a releváns médiával. Bevezető kampány. Az edzőtábor turisztikai termék folyamatos értékesítése.
Lehetséges megvalósító	Szentes Város Önkormányzata, Sportközpont, sportegyesületek, vállalkozások
Lehetséges partnerek	Utazási irodák, külföldi sportegyesületek, külföldi vállalkozások, média, Tourinform iroda
Megvalósítás becsült ideje	folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	A termékfejlesztés költsége kb. 300 ezer Ft, amely professzionális honlap elkészítését és megjelenését jelenti. A bevezető kampány költsége kb. 4 millió Ft. A folyamatos reklám költség éves nagyságrendje az első piackutatást

	követően válik ismerté.
Várható konkrét eredmények	Legalább 6 sportágban azonnali és folyamatos edzőtáboroztatás megvalósítása (úszás, vízilabda, tenisz, tánc, karate, lovaglás)
Várható hosszabb távú hatások	Szentes piacvezetővé válik az edzőtábor turizmus kategóriájában. A kifejlesztett termék szívó hatást gyakorol a kollaterális turisztikai ágakra, növeli annak vendégkörét. Az idegenforgalmi ipar és az abból származó bevételek emelkednek. Új munkahelyek jönnek létre.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	A sportlétesítmények fejlesztése, kiemelten fedett uszoda építése, illetve a használatban lévő medencék korszerűsítése, a szolgáltatások számának és színvonalának növelése. Szentes Nemzeti Sportváros imázs erősítése. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. Az adottságokra épülő programcsomag kidolgozása. A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovas bázisok támogatása, lovas túra útvonalak kijelölése. Tourinform iroda létrehozása. Kulturális és rendezvényturizmus erősítése.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.2 Idegenforgalom fejlesztése
Intézkedés megnevezése	E. Tourinform iroda létrehozása
Marketing kapcsolódás	Promóció
Célja	A város és a térség idegenforgalmának képviselőjére, a folyamatos városmarketing, illetve PR biztosítására alkalmas egység létrehozása. A turisták informálása (programok, szállás stb.), prospektusok, képeslapok, egyéb kiadványok promotálására.
Indoklás	Nincs Tourinform iroda
Intézkedés rövid leírása	Pályázat készítése és beadása. Sikeres pályázatot követően az iroda kialakítása, személyi és technikai háttérének biztosítása.
Lehetséges megvalósító	Művészetek Háza, Polgármesteri Iroda
Lehetséges partnerek	Sportközpont, Kistérségi Iroda, helyi vállalkozók, média, az üzembe helyezett új szálloda, oktatási intézmények, művészeti iskolák, Művelődési Iroda, civil szervezetek, sport – és kulturális egyesületek, utazási irodák, Művelődési Központ
Megvalósítás becsült ideje	2008. – 2009.
Megvalósítás becsült	3 millió Ft

költsége	
Várható konkrét eredmények	Az idegenforgalmi programok, attrakciók, szállások, éttermek stb. koordinálása, a turisták folyamatos informálása, tolmácsolás, idegenforgalmi pályázatok készítése.
Várható hosszabb távú hatások	Egységes, folyamatos idegenforgalmi belső és külső kommunikáció, koordináció.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Edzőtábor turizmus professzionális színvonalú kialakítása és a kollaterális turisztikai ágakkal történő összehangolása. A sportlétesítmények fejlesztése, kiemelten fedett uszoda építése, illetve az 50 méteres medence alkalmassá tétele késő őszi és kora tavaszi üzemeltetésre, a jelenlegi 33 1/3 méteres medence teljes rekonstrukciója, környezetének felújítása, a szolgáltatások számának és színvonalának növelése. Szentés Nemzeti Sportváros imázs erősítése. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. Az adottságokra épülő programcsomag kidolgozása. Kulturális és rendezvényturizmus erősítése. A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovas bázisok támogatása, lovas túra útvonalak kijelölése.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.2 Idegenforgalom fejlesztése
Intézkedés megnevezése	F. Az adottságokra épülő programcsomag kidolgozása
Marketing kapcsolódás	Promóció
Célja	A különböző turisztikai ágak elérését támogató, a város színes kulturális és sportéletét megismertető attrakciók bemutatása és promotálása.
Indoklás	Személyre, vevőtípusra kidolgozott ajánlatokra van szükség.
Intézkedés rövid leírása	Folyamatban van
Lehetséges megvalósító	Polgármesteri Iroda, Sportközpont, Tourinform Iroda
Lehetséges partnerek	Sportközpont, Kistérségi Iroda, helyi vállalkozók, média, az üzembe helyezett új szálloda, oktatási intézmények, művészeti iskolák, Művelődési Iroda, civil szervezetek, sport – és kulturális egyesületek, utazási irodák, Művelődési Központ
Megvalósítás becsült ideje	2008. – 2009.
Megvalósítás becsült költsége	-
Várható konkrét	Hatékony programok, ajánlatok készülnek.

eredmények	
Várható hosszabb távú hatások	A programok alapján intenzív beutazási tevékenység alakul ki.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Az edzőtábor turizmus professzionális színvonalú kialakítása és a kollaterális turisztikai ágakkal történő összehangolása. Szentés Nemzeti Sportváros imázs erősítése. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovas bázisok támogatása, lovas túra útvonalak kijelölése. Kulturális és rendezvényturizmus erősítése.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.2 Idegenforgalom fejlesztése
Intézkedés megnevezése	G. A testvérvárosi kapcsolatok diákcseréjének ösztönzése, üzleti partnerkapcsolatok létesítése
Marketing kapcsolódás	Promóció
Célja	A intenzív marketing tevékenység folytatása a testvérvárosainkban turisták, illetve befektető jelöltek megszerzésére. Az ifjúság nyelvismeretének, általános műveltségének javítása.
Indoklás	Előnyös lehet az a helyzet, hogy a testvérvárosokban ismerettel és nyitottsággal rendelkeznek a városunk iránt. A meglévő ismereteket kell folyamatosan aktualizálni és szélesíteni a lakossági és az üzleti körben egyaránt. A gyermekek pozitív élményeinek hatására a családjukkal visszatérhetnek a városunkba és később felnőttként már az új partnereiket is elhozhatják hozzánk.
Intézkedés rövid leírása	Folytatni kell a testvérvárosi rendezvényeket, de létre kell hoznunk egy testvérvárosi „üzleti klubot”, illetve évente egy alkalommal egy „open week” rendezvényt, amelyre a testvérvárosainkból hívunk meg családokat szentesi családokhoz 1 hétre, annak reményében, hogy az itt megfordult családok élményeire alapozva tudunk intenzív marketing tevékenységet folytatni.
Lehetséges megvalósító	Polgármesteri Iroda,
Lehetséges partnerek	Lakosság, Média, oktatási intézmények, civil szervezetek, vállalkozások, sport – és kulturális egyesületek, CSMKIK, Tourinform Iroda
Megvalósítás becsült ideje	2009 –től folyamatos
Megvalósítás becsült	Testvérvárosi üzleti klub – 250 ezer Ft/év

költsége	Családi Open Week - 500 ezer Ft/év Testvérvárosi Fesztiválok – 3 millió Ft/év
Várható konkrét eredmények	A testvérvárosainkból érkező turisták száma jelentősen emelkedik
Várható hosszabb távú hatások	Üzleti, kereskedelmi kapcsolatok, befektetések jöhetnek létre.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Szentes Nemzeti Sportváros imázs erősítése. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovas bázisok támogatása, lovas túra útvonalak kijelölése. Tourinform iroda létrehozása. Az adottságokra épülő programcsomag létrehozása. Kulturális és rendezvényturizmus erősítése.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.2 Idegenforgalom fejlesztése
Intézkedés megnevezése	H. A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovardák támogatása, lovas túra útvonalak kijelölése és kiépítése
Marketing kapcsolódás	Promóció
Célja	A nemzeti és helyi hagyományokra épülő lovas turisztikai programok képviselete (felkészítése, ismertté és keresetté tétele), a meghatározó vállalkozások közvetett támogatása, és a kapcsolódó turisztikai ágak erősítése.
Indoklás	Az országos piackutatásokból kiderült, hogy kapcsolt turisztikai termékként leginkább a lovas turizmus iránt érdeklődnek a látogatók. Elsősorban a német és osztrák célközönség elsődlegesen is szívesen választja. A lovas edzőtáborok (hazai és külföldi edzők meghívásával) rendkívül népszerűek. A más sportágakra alapozott edzőtáborok hangulatát is színesítheti a lovaglási lehetőség.
Intézkedés rövid leírása	A lovas bázisok megközelítési útvonalának ellenőrzése, ahol szükséges fejlesztése. A közmű igények felmérése, igény szerinti támogatása. A lovardák programjainak, szolgáltatásainak összegyűjtése és népszerűsítése. A lovas vállalkozások, illetve a lovassport egyesületek összefogásának ösztönzése.
Lehetséges megvalósító	Polgármesteri Iroda, lovas vállalkozások,

Lehetséges partnerek	ITDH, Kistérségi Iroda, lovas vállalkozások, lovassport egyesületek, média, falusi turizmus szervezetei
Megvalósítás becsült ideje	Kialakítás: 6 hónap Működés: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	Az infrastrukturális fejlesztési költségek csak helyszíni felmérést követően határozhatók meg. A városmarketing szempontjából releváns reklámköltség kb. 500 ezer Ft/év
Várható konkrét eredmények	A lovas turizmus erősödése, a lovas edzőtáborok megvalósítása. Új, befektetői kapcsolatok. A nemzeti és helyi hagyományok ápolása.
Várható hosszabb távú hatások	Javuló Nemzeti Sportváros imázs. Befektetések valósulnak meg, új munkahelyek jönnek létre. Az önkormányzati bevételek növekedése
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Edzőtábor turizmus professzionális színvonalú kialakítása és a kollaterális turisztikai ágakkal történő összehangolása. A sportlétesítmények fejlesztése, kiemelten fedett uszoda építése, illetve az 50 méteres medence alkalmassá tétele késő őszi és kora tavaszi üzemeltetésre, a jelenlegi 33 1/3 méteres medence teljes rekonstrukciója, környezetének felújítása, a szolgáltatások számának és színvonalának növelése. Szentés Nemzeti Sportváros imázs erősítése. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. Tourinform iroda létrehozása. Az adottságokra épülő programcsomag létrehozása. Kulturális és rendezvényturizmus erősítése.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.2 Idegenforgalom fejlesztése
Intézkedés megnevezése	I. Kulturális és rendezvényturizmus erősítése
Marketing kapcsolódás	Promóció
Célja	A különböző turisztikai ágak elérését támogató, a város színes kulturális életét és nagyszabású és széles palettájú rendezvényeit megismertető attrakciók bemutatása és promotálása.
Indoklás	A kultúra és rendezvények számos érdeklődőt vonz a térségben belföldről és külföldről egyaránt. A gazdag kulturális élet és az egyedülálló programok egyenként és összekapcsolva is kiemelkedő attrakciók.
Intézkedés rövid leírása	
Lehetséges megvalósító	Művelődési Iroda, Művelődési és Ifjúsági Központ, Polgármesteri Iroda, Tourinform Iroda

Lehetséges partnerek	Kistérségi Iroda, helyi vállalkozók, média, az üzembe helyezett új szálloda, oktatási intézmények, művészeti iskolák, civil szervezetek, sport – és kulturális egyesületek, utazási irodák, Művelődési Központ
Megvalósítás becsült ideje	Folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	4 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Látogatottabb rendezvények, széles körben ismert kulturális hagyományok
Várható hosszabb távú hatások	A programok alapján intenzív beutazási tevékenység alakul ki.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Az adottságokra épülő programcsomag létrehozása Tourinform Iroda létrehozása. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. Az edzőtábor turizmus professzionális színvonalú kialakítása és a kollaterális turisztikai ágakkal történő összehangolása.

A városmarketing aktivizálásához szükség lenne egy koordinációs tevékenységet végző szervezetre, amely összehangolja a különböző szférák városmarketing tevékenységeit, illetve megvalósítja az előkészített projekteket.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.2 Idegenforgalom fejlesztése 1.3 Befektetés ösztönzés
Intézkedés megnevezése	J. Városmarketing szervezeti háttérének kialakítása
Célja	A városmarketing tevékenység legyen összehangolt, célirányos és jöjjön létre a városmarketinget professzionálisan végző csoport
Indoklás	Az intenzív városmarketing tevékenységgel javíthatjuk a város ismertségét. A hatékonyság javítását nagymértékben elősegítené a városmarketinget tudatos, összehangolt alapokra helyező városmarketing iroda vagy csoport.
Intézkedés rövid leírása	Tevékenységek (minimum egy főre): - Marketing eszközök, turisztikai termékek fejlesztése, használata, összehangolása a befektetés ösztönzési tevékenységgel - Városi programok koordinálása - Partnerség erősítése a helyi vállalkozások, civil szervezetek, sportegyesületek között - Aktív kapcsolattartás a médiával, a városról megjelenő

	információk kontrollja - Együttműködés a fejlesztési csoportokkal, szervezetekkel - Termékfejlesztési tevékenység
Lehetséges megvalósító	Polgármesteri Hivatal
Lehetséges partnerek	CSMKIK, sportegyesületek, média, Tourinform Iroda
Megvalósítás becsült ideje	A szervezeti háttér felállítása – 2 hónap Működés: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	5 millió Ft / év
Várható konkrét eredmények	Városmarketing csoport megalakulása, a város marketingjének összehangolása.
Várható hosszabb távú hatások	Tudatos, összehangolt városmarketing tevékenység, amely fejleszti a város imázsát, a lakosok lokálpatriotizmusát, a vállalkozások partnerségét, stb.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Edzőtábor turizmus professzionális színvonalú kialakítása és a kollaterális turisztikai ágakkal történő összehangolása. A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovas bázisok. Szentés Nemzeti Sportváros imázs erősítése. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. Tourinform iroda létrehozása. Az adottságokra épülő programcsomag létrehozása

Az önkormányzat PR tevékenysége

Az Önkormányzat PR tevékenységével alapvetően 4 funkció jeleníthető meg:

1. *Imázsfunkció:* A városról kialakult kép formálása, fejlesztése, továbbítása,
2. *Információs funkció:* A város számára fontos belső és külső információk gyűjtése,rendszerezése, továbbítása,
3. *Társadalmi funkció:* A szűkebb és tágabb környezet társadalmi problémáira való figyelemfelkeltés, reagálás vagy javaslattevés,
4. *Vezetési funkció:* A vezetői elképzelések vagy döntések minél szélesebb körű megismertetése és ezek támogatásának elősegítése.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.2 Idegenforgalom fejlesztése 1.3 Befektetés ösztönzés
Intézkedés	K. Marketing kommunikációs eszközök Szentésről

megnevezése	
Célja	Készüljenek bemutatkozó anyagok (CD, DVD, prospektus, turisztikai és üzleti reklám ajándéktárgyak) a városról, amelyek a pozicionált kategóriák különböző célcsoportjai (befektetők, turisták, helyi lakosság) igényeihez és szokásaihoz igazodnak. Fontos szempont, hogy országosan és külföldi viszonylatban is lehessen terjeszteni
Indoklás	A városi értékek kommunikációját hatékonyabbá kell tenni, a mindenkori célcsoportokra és attrakciókra speciálisan kifejlesztve.
Intézkedés rövid leírása	<ul style="list-style-type: none"> ○ A marketing stratégia megvalósítása, ○ Az anyagok tartalmának egyeztetése, kialakítása ○ Adatgyűjtés, információgyűjtés ○ Grafikai szerkesztés, tervezés ○ Kivitelezés, sokszorosítás ○ Terjesztés, PR tevékenység
Lehetséges megvalósító	Polgármesteri Iroda
Lehetséges partnerek	TEAM Számítástechnika, helyi vállalkozások, Művelődési Iroda, Művelődési Központ, Sportközpont, Kistérségi Iroda
Megvalósítás becsült ideje	6 hónap
Megvalósítás becsült költsége	3 millió Ft
Várható konkrét eredmények	A városról professzionális kommunikációs eszközök állnak rendelkezésre, illetve kerülnek terjesztésre.
Várható hosszabb távú hatások	A város értékeinek bemutatása hatékonyabbá válik, Szentes város ismertebb lesz, az imázsa javulni fog..
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Edzőtábor turizmus professzionális színvonalú kialakítása és a kollaterális turisztikai ágakkal történő összehangolása. A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovas bázisok. Szentes Nemzeti Sportváros imázs erősítése. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. Tourinform iroda létrehozása. Az adottságokra épülő programcsomag létrehozása

Az előterjesztés bevezető szakaszában részletesen bemutatásra került a Képviselő – testület által már korábban is tárgyalt jövőkép, más megfogalmazásban az alapcél, amely elsősorban településen élők életminőségének, egyszerűbben jólétének növelésére irányul. Ez a gazdaságfejlesztés célja és ennek meghatározó eszköze a térség versenyképességének javítása. A lokális versenyképesség javuláson részben az előzőekben tárgyalt idegenforgalmi iparág erőteljes fejlesztését és fejlődését, részben pedig az Ipari Parkba már betelepült iparágak termelékenységének növekedését

értjük. A termelékenység növekedési üteme elsősorban az innovációktól függ, azaz olyan új technológiáktól, új termékektől, avagy új piaci szegmensek kifejlesztésétől és meghódításától, amelyek lehetővé teszik a versenyelőnyök megerősítését. Az Ipari Park marketing szempontú pozicionálása elsősorban a biztonságosan és helyben elérhető és a fosszilis energiahordozókhoz képest olcsóbb megújuló energiára irányul. Ez a piaci szegmens még nem jellemző a hazai ipari parkok ajánlatában és tekintettel arra, hogy egy beruházás előkészítése és építése időigényes, a termék kifejlesztése már az erőmű projekt jelenlegi szakaszában is indokolt.

Az infrastruktúra megléte minden Ipari Park, illetve vállalkozásfejlesztés alapja. A területek átgondolt, de folyamatos bővítése és közművesítése elengedhetetlen követelmény, hiszen a *Park jelene és jövője egyértelműen a piaci alapon megvalósuló ingatlanfejlesztés.*

Az elmúlt évek során az Ipari Parkba betelepült vállalkozások éves statisztikai bevallásai alapján egyértelmű fejlődésről beszélhetünk, ugyanakkor megállapítható az is, hogy elsősorban a nagyvállalatok teljesítménye bír húzóerővel a Park összteljesítményében. Ebből következik, hogy kiemelten fontos a KKV szektor erőteljes támogatása. A nagyvállalatok a számukra szükséges infrastruktúra egy részét saját maguk elő tudják állítani, viszont a kis- és középvállalkozások rászorulnak az Önkormányzat által létrehozott háttértényezőkre. A jövőt illetően arra kell törekednünk, hogy az üzleti infrastruktúrának ne csak egyes elemeit biztosítsuk, hanem érjük el azt, hogy a vállalkozói környezetet komplex rendszerként értelmezve összehangoltan fejlesszük (pl. szakképzés, információáramlás, fejlett infrastruktúra, tanácsadás, finanszírozás, közlekedés stb.).

Egy vállalat versenyelőnyei részben az ipari parkon belüli, részben a parkon kívülről, a lokális környezetből erednek.

Az elmúlt két évben végzett piackutatás eredménye szerint szívesen telepednének a helyi vállalkozások az Ipari Parkba, ha az alpinfrastruktúrát biztosítjuk a számukra és területet kedvező áron szerezhetik meg.

A megismert vállalkozói igények legalább az alábbiakat várják el az Ipari Parktól:

1. alpinfrastruktúrával rendelkezzen,
2. az ipari parki terület, építési szempontból rendezett legyen,
3. legyen lehetőség a további bővítésre,
4. rendelkezék olyan megvalósíthatósági vizsgálattal, amely a befektetői döntésekhez szükséges alapadatokat tartalmazza.

A fenti igények alapján készült el a Szentés Ipari Park fejlesztési koncepciója, amellyel a Képviselő – testület 2007. novemberi ülésén egyetértett és támogatásáról biztosította. Az erre épülő stratégia egyik prioritása a gazdaság versenyképességének javítása, amelynek operatív elemei a gazdasági infrastruktúra fejlesztése, a sportturizmus fejlesztése és a befektetés ösztönzés.

A gazdasági fejlesztések és a befektetések ösztönzésének akcióterve

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.3 Befektetés ösztönzés
Intézkedés megnevezése	L. Potenciális befektetők megkeresése
Marketing kapcsolódás	Új termékkategória kialakítása és folyamatos direkt marketing tevékenység (Szentés Invest, Vállalkozói Hírlevél, Aktív Gazdaság rendezvények)
Célja	Hatékony marketing tevékenységgel növekedjen a befektetők száma
Indoklás	A gazdaság fejlesztésének egyik alapja a tőke városba vonzása, illetve helyben tartása, amely új munkahelyeket teremt, és új bevételeket jelent. Ehhez szükség van egy tudatos, összehangolt marketing tevékenységre, hogy a befektetők telephely-választási döntéseit pozitívan befolyásoljuk.
Intézkedés rövid leírása	Pozícionált, új kategórián alapuló marketing ajánlat elkészítése és a potenciális partnerek irányába történő eljuttatása. Intenzív kapcsolattartás, az egy időben megvalósuló, ún. „egyablakos” önkormányzati szaktanácsadás megvalósítása. A Szentés Invest professzionális színvonalú átalakítása és megjelenítése az Interneten.
Lehetséges megvalósító	Polgármesteri Iroda
Lehetséges partnerek	ITDH Csm-i Kereskedelmi és Iparkamara, Kistérségi Iroda, az Ipari Parkba már betelepült, illetve a jövőbeni betelepülő vállalkozások
Megvalósítás becsült ideje	Kialakítás: 2 hónap Működés: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	100 ezer Ft – Szentés Invest átalakítás szakfordításai, 100 ezer Ft – programozás költsége
Várható konkrét eredmények	Új kapcsolatok befektetőkkel, konkrét befektetések Professzionális megjelenés az Interneten Összehangolt befektetés ösztönzés
Várható hosszabb távú hatások	Javuló imázs Befektetések valósulnak meg, új munkahelyek jönnek létre Az önkormányzati bevételek növekednek A városba történő letelepedések száma növekszik
Kapcsolódás más	A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló

intézkedésekhez	vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovas bázisok. Szentés Nemzeti Sportváros imázs erősítése. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. A gazdasági infrastruktúra fejlesztése.
-----------------	--

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.3 Befektetés ösztönzés
Intézkedés megnevezése	M. Befektetői és vállalkozás-fejlesztési információs rendszer létrehozása
Marketing kapcsolódás	Piackutatás, települési PR tevékenység
Célja	Folyamatosan álljon rendelkezésre információ a helyi vagy idegen vállalkozások fejlesztési szándékairól (beruházás, fejlesztés, partnerkapcsolat, stb.)
Indoklás	Jelenleg kevés információval rendelkezünk arról, hogy a helyi cégek mit kívánnak megvalósítani, fejleszteni, illetve melyek a konkrét fejlesztési szándékaik. Ezért a befektetési, beruházási, fejlesztési piac keresletének és kínálatának hatékonyabb összehangolása szükséges.
Intézkedés rövid leírása	Információgyűjtés, rendszerezés, frissítés. Fejlesztési ötletek gyűjtése és ajánlása a helyi vállalkozásoknak. (Szentés Invest, Vállalkozói Hírlevél)
Lehetséges megvalósító	Polgármesteri Iroda
Lehetséges partnerek	CSMKIK, ITDH, média
Megvalósítás becsült ideje	Kialakítása: 2 hónap Működtetés: folyamatos
Megvalósítás becsült költsége	-
Várható konkrét eredmények	Rendezett információáramlás, megfelelő információ a fejlesztési döntésekhez, a beruházási szándékok támogatása, eredményes projektmenedzsment.
Várható hosszabb távú hatások	Új vállalkozások megjelenése, fejlesztések bővülése. Munkahelyteremtés, magasabb adóbevétel.
Kapcsolódás más intézkedésekhez	A lovas turizmus infrastruktúrájának javítására irányuló vállalkozói tevékenység ösztönzése, lovas bázisok. Szentés Nemzeti Sportváros imázs erősítése. Az egykori Petőfi Szálloda épületének felújítására és üzemeltetésére, illetve a beutaztatás növelésére irányuló tevékenység közvetlen és közvetett támogatása. A gazdasági infrastruktúra fejlesztése.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.3 Befektetés ösztönzés
Intézkedés megnevezése	N. A külső befektetők és a helyi vállalkozások számára biztosítható kedvezmények rendszerének kidolgozása
Marketing kapcsolódás	Promóció
Célja	A város versenyképessége a befektetői piacon javuljon, a helyi vállalkozások terhei csökkenjenek, fejlesztéseik bővüljenek
Indoklás	A gazdaság fejlődése igényli, hogy beruházások valósuljanak meg. Az EU csatlakozás miatt a vállalkozások (főleg a betelepülők) számára új, EU kompatibilis támogatási formákat szükséges kidolgozni.
Intézkedés rövid leírása	A befektetések ösztönzését támogató kedvezmény rendszer kialakítása és alkalmazása (Megvalósult - 73/2007. (IV.27.) Kt.)
Lehetséges megvalósító	Polgármesteri Iroda
Lehetséges partnerek	CSMKIK, ITDH, média, Vagyongazdálkodási Iroda
Megvalósítás becsült ideje	(Megvalósult - 73/2007. (IV.27.) Kt.)
Megvalósítás becsült költsége	-
Várható konkrét eredmények	Város gazdasági életének fejlődését szolgáló egységes, modern és EU kompatibilis kedvezményrendszer
Várható hosszabb távú hatások	Több érdeklődő befektető Helyi vállalkozói kedv előremozdítása Gazdasági szerkezet átalakulása
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Potenciális befektetők megkeresése A gazdasági infrastruktúra fejlesztése.

Kapcsolódó prioritás	I. A gazdaság versenyképességének javítása 1.1 A gazdasági infrastruktúra fejlesztése
Intézkedés megnevezése	O. Szentés Ipari Park általános infrastruktúra és üzleti környezet fejlesztése, Szentés Ipari Park Északi zóna „Vállalkozói falu” előkészítése és kialakítása
Marketing kapcsolódás	Promóció

Célja	Az ipari parkban, illetve más, a városban található ipari, gazdasági – szolgáltató övezetben megvalósuló teljes körű infrastruktúrafejlesztések. A Vállalkozói falu kialakításának célja a helyi KKV-k számára adottságuknak és igényüknek megfelelő közművesített terület biztosítása.
Indoklás	A helyi, illetve a betelepült vállalkozások versenyképességének fejlesztéséért, megőrzéséért, új vállalkozások befektetői környezetének megteremtéséért.
Intézkedés rövid leírása	Pályázat készítése és beadása. Sikeres elbírálás esetén, a közbeszerzést követően konkrét építési munkák.
Lehetséges megvalósító	Polgármesteri Iroda
Lehetséges partnerek	CSMKIK, ITDH, média
Megvalósítás becsült ideje	2008 -2010.
Megvalósítás becsült költsége	365 millió Ft
Várható konkrét eredmények	Új beruházások és új munkahelyek jönnek létre. A vállalkozások versenyképessége erősödik és több munkahelyet sikerül megőrizni.
Várható hosszabb távú hatások	Befektetések mennyisége emelkedik Új munkahelyek létesülnek
Kapcsolódás más intézkedésekhez	Potenciális befektetők megkeresése Befektetői és vállalkozás-fejlesztési információs rendszer

Az akciótervek részletes és hosszú tartalmát, röviden összefoglalva a helyi lakosság, vállalkozók, illetve a turisták, befektetők irányába az alábbiak szerint fogalmazhatjuk meg:

1. „ A gazdaságfejlesztés, mint meghatározó tényező”
2. „ Szentes növeli attraktivitását”
3. „ Szentesen sportolva töltsük el a szabadidőnket”
4. „ Szentesen a hivatalok, intézmények szolgálatnak”
5. „ Szentes maga alakítja jövőjét”

„ Érezzük jól magunkat Szentesen !”