

Fehérvári Programszervező Kft.

ÜZLETI TERV
2019

Tartalom

Tartalom	2
1. Bevezetés.....	4
2. A társaság célja, működési területe	5
3. Szakmai fejlesztési elképzelések	6
4. Célfá	7
5. Szervezeti felépítés, humánerőforrás- és szervezetfejlesztés.....	7
5.1 Képzési terv	8
6. Piaci helyzet.....	9
7. Igénybe veendő külső szolgáltatások, erőforrások.....	9
7.1 Előadói tiszteletdíjak, művészi szolgáltatások.....	10
7.2 Technikai szolgáltatások	10
7.3 Intézményekkel kötött együttműködési megállapodások	10
7.4 Önkéntesek közreműködése.....	10
7.5 Egyéb szolgáltatók	11
7.6 További igénybe veendő szolgáltatások:	11
8. PEST elemzés	11
8.1 Politikai faktorok (P)	11
8.2 Gazdasági faktorok (E).....	12
8.3 Társadalmi elemek (S).....	12
8.4 Technológiai tényezők (T).....	13
9. SWOT-analízis.....	13
9.1 Erősségek.....	13
9.2 Gyengeségek	14
9.3 Lehetőségek	15
9.4 Veszélyek	15
10. Marketingkommunikációs stratégia	16
10.1 Piackutatás	16
10.2 Célcsoport meghatározása	16
10.3 Piaci rés.....	17
10.4 Marketingmix.....	17
10.4.1 Termék (product)	17

10.4.2 Ár (price).....	17
10.4.3 Elosztáspolitiká (place).....	17
10.4.4 Promóció (promotion).....	18
10.5 A cég marketingkommunikációja.....	18
10.5.1 Célcsoport elérése, meghatározása	18
10.5.2 Arculat.....	19
10.5.3 Időzítés, intenzitás	20
10.5.4 Reklám, PR	20
10.5.5 Online.....	21
10.6 Tapasztalatok és tervek	22
10.6.1 Marketing	22
10.6.2 Kommunikáció	23
10.6.3 Szponzoráció	24
11. Műszaki megvalósíthatóság.....	25
11.1 A fejlesztés működtetésének feltételei	25
12. Pénzügyi terv	26
12.1. Barátság mozi.....	26
12.2 Kiadások	27
12.3 Bevételek	30
12.4 Mérlegelemzés	30
12.5 Mérlegterv.....	32
12.6 Eredményterv	33

1. Bevezetés

A Fehérvár Programszervező Kft. célja a színvonal folyamatos emelése, miközben minőségi értékrendet közvetít a város lakosai és az ide látogató turisták felé. Az adott rendezvények jellegétől függetlenül, de annak alapkarakteréből nem kilépve a Kft. a lehető legnagyobb hangsúlyt fekteti a kultúrára és Székesfehérvár történelmi jelentőségére. A rendezvények közösségépítő erejét kihasználva arra törekszik, hogy minél több székesfehérvári lakost vonjon be a programokba, akár több tízezer ember aktív jelenléte valósuljon meg azokon.

A közösségépítő rendezvények célja, hogy olyan programok valósuljanak meg, melyek erősítik a „Fehérvár-tudatot” és összekovácsolják a benne résztvevőket. Arra törekszünk, hogy Székesfehérvár történelmi, koronázóvárosi szerepe erősödjön.

A Programszervező Kft. elsődleges feladata 2019-ben, hogy a városvezetés által meghatározott 28 rendezvény szakmai és gazdasági szervezését, valamint bonyolítását teljeskörűen elvégezze.

Az üzleti tervünkben előirányzott rendezvényszám a valóságban azonban ennél több rendezvényt takar. A Székesfehérvári Királyi Napok, mint a város és cégünk legnagyobb és helyszíneiben, időben leginkább kiterjedt rendezvénye önmagában egy programnak számít, de a valóságban több kifestiválból tevődik össze. Ide kell számítanunk az önmagában különálló szervezési feladatot jelentő ünnepélyes megnyitót, a Népművészeti Fesztivált, a Koronázási Ünnepi Játékokat, a Zichy színpad könnyűzenei programsorozatát. A komplexitás megteremtéséhez szorosan együtt kell működünk az előkészítési és lebonyolítási feladatok tekintetében a Királyi Napok Nemzetközi Néptáncfesztivál, valamint a Fricsay Richárd Regionális Katonazenekari Fesztivál szervezőivel.

A 2018-as évben a Székesfehérvári Királyi Napok 10 napja alatt kollégáink 10 napig folyamatos szolgálatban teljesítettek és dolgoztak különböző helyszíneken. Fontos megjegyeznünk, hogy amíg a már korábban említett néptáncfesztivál és katonazenekari fesztivál programjai zajlanak, addig is van feladatunk, hiszen az előző és következő rendezvényelemek fizikai előkészítése, a próbák, a szállítás és kivitelezés ekkor még és már folyamatosan zajlanak a különböző helyszíneken.

A cég életében nagy változást hozott, hogy 2018-ban a Barátság mozi üzemeltetése a Kft.-hez került. A mozi 1986 óta létezik a városban, mára a települési értéktár része. 2013 óta art moziként működik, ami jelentős kötelezettségeket is jelent, de ezzel párhuzamosan állami támogatások lehívására is jogosult. A 60 fős mozi terem klimatizált, digitális vetítővel rendelkezik, mely 3D-s filmek vetítésére is alkalmas. Az országban azon ritka mozik közé tartozik, ahol a legkorszerűbb vive audio rendszer működik. Elsősorban art besorolású filmeket játszik, de a vetítőnek köszönhetően premierfilmek bemutatására is alkalmas.

Cégünk figyelmet fordít a szervezetfejlesztésre, a munkaszervezetre, biztosítja a munkavégzéshez szükséges feltételeket.

Egy rendezvény mindenre kiterjedő feladatai közé tartozik például a szakmai program összeállítása, a PR- és marketingkampány megtervezése, a helyszínek biztosítása, engedélyek megszerzése és előkészítése, technikai feltételek biztosítása, teljeskörű adminisztráció, biztonságtechnikai előkészítés, utólagos elemzések és beszámolók megírása.

2. A társaság célja, működési területe

A cég létrehozásával az alapító célja, hogy a városi nagyrendezvényeket, fesztiválokat, közösségi eseményeket egy nagy cég fogja össze egységes arculattal, egységes kapcsolatrendszerrel, összehangolt struktúrával, határozott szerepkörökkel, egységes kommunikációval.

Az alapító, Székesfehérvár Megyei Jogú Város Önkormányzata az alábbi 28 rendezvény szervezését és a Barátság mozi üzemeltetését bízta a Fehérvári Programszervező Korlátolt Felelősségű Társaságra 2019-ben:

1. Szerencsehozó lencse
2. Városi Diákbál
3. Március 15.
4. Fejér Megyei Diáknapi
5. Fehérvári Halünnep
6. Sportmajális
7. Bolondballagás
8. Hetedhét Játékfesztivál
9. Nemzeti Emlékhelyek Napja
10. Pünkösdi Virágálom
11. Ünnepi könyvnapok
12. Kortárs Művészeti Fesztivál
13. Helló, nyár!
14. Múzeumok Éjszakája
15. Székesfehérvári Királyi Napok
16. Bye Summer!
17. Siklósi Gyula Városismereti Vetélkedő
18. Fehérvári Leccsófőző Vigasság
19. Mobilitási Hét
20. Kulturális Örökség Napjai
21. Idősek Világnapja
22. Fehérvár Hangja 2019
23. Október 23.
24. Székesfehérvári Felsőoktatási Gólyabál
25. „Szívügyünk Fehérvár” Egészségügyi Szűrőnap
26. Fehérvári Advent
27. Nyugdíjasok Karácsonya
28. Városi Szilveszter

A meghatározott rendezvények szervezése mellett a Kft. egyéb piaci szereplők, intézmények, szervezetek megrendelése alapján szervezhet eseményeket, melyekkel a bevételeit növeli.

3. Szakmai fejlesztési elképzelések

Cégünk a 2015-ös induláskor már törekedett arra, hogy ne csak átvegye, hanem akár méretben, akár minőségben fejlessze a rendezvényeket. Ez az elmúlt években teljesedett ki, a rendezvények ennek következtében egyre látogatottabbak. Gondolunk itt a Hetedhét Játékfesztiválra és a Székesfehérvári Királyi Napokra, de említhetjük a Kulturális Örökség Napjait is, vagy a 2018-ban a Zichy liget helyszínre, megújult formában telepített Kortárs Művészeti Fesztivált.

2019-ben folytatjuk az előző években elkezdett fejlesztési munkát. Célunk, hogy az egyes programok ne csupán egy eseményként emelkedjenek ki a sok városi program közül, hanem önálló arculattal, saját, jól beazonosítható tematikával előkészített rendezvényként mutatkozzanak be a fehérváriaknak, illetve a városunkba látogató turistáknak.

Igyekszünk előre dolgozni, hogy a tapasztalatokat összegyűjtve már év elején egy olyan rendezvényes programcsomagot tudjunk összeállítani és hirdetni, amelyben az első fél év programjai, annak részletei jól láthatóak. Ennek megvalósításához szükség volt arra, hogy a szakmai csapat megfelelő gyakorlatot szerezzen a rendezvények lebonyolításában. Mára mindenki bizonyított, és a tapasztalatok alapján előre tudnak tervezni és gondolkodni.

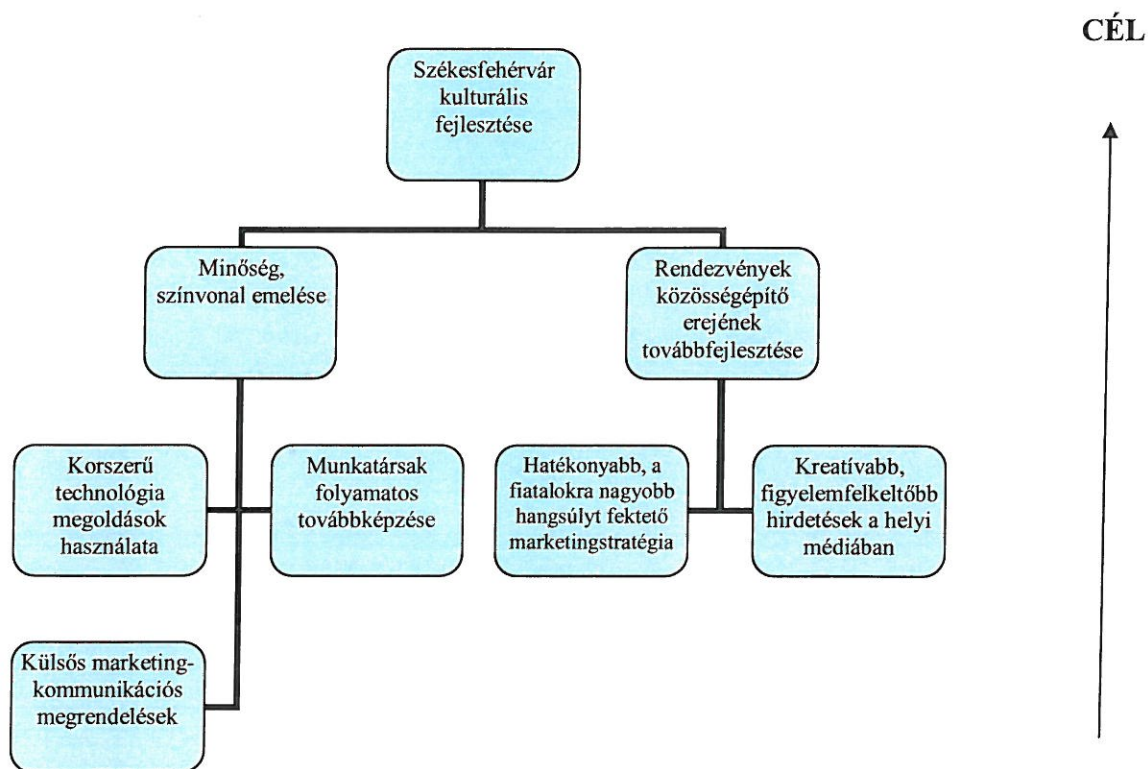
Az idei év rendezvényei között vannak jól bejáratott, az előző évből átvett, vagy az előző évben első alkalommal megrendezett események, de van új esemény is a palettán.

Célunk, hogy az új programokat – természetesen figyelembe véve a szükséges indikátorokat, mint célközönség, rendezvény küldetése, célja, hosszú távú fenntarthatósága és az elégedettség – minél vonzóbbá tegyük, és a minőségi programelemekre kifejezetten ügyelve szórakoztató, ugyanakkor tartalmas időeltöltést kínáló eseményekként szervezzük meg.

A hagyományosan, több éves múltra tekintő programoknál törekszünk a sémákból való kitörésre, a megújulásra, a technikai újítások követésére és ezek felhasználásával az új látvány- és tartalmi elemek bővítésére.

A szakmai fejlesztésnél fontos beszélnünk a személyi kérdésekről is. A szakmai stáb hozzáértése kiváló, de a rendezvények száma indokoltá teszi a további létszámnövelést. A cég által szervezett rendezvények komplexek, többségében nem egynapos események, hanem heteken, némely esetben hónapokon átívelő eseménysorozatok. Ezek átlátása, a mindenre figyelemmel lévő szervezési munka koncentrációt igényel a kollégáktól. Az újonnan belépők betanítása nagy feladatot ró a vezetőségre. Figyelni kell az egyenletes teljesítményre, de az új kollégák előkészítési és lebonyolítási feladatokba való minél szélesebb körű bevonása lehetővé teszi, hogy a jövőben önálló események programgazdái lehessenek. A vezetőség rövid távú célja, hogy minél előbb önálló, felelősségteljes szervezői feladatot adjon az új kollégáknak, és ne tartsa őket asszisztensi, gyakornoki feladatkörben, mivel így folyamatosan a vezetőknek kellene kézben tartani az egyes programok apró részleteit is. Így érjük el, hogy a folyamatos tanulás és betanítás mellett az önkormányzat megbízásából végzett feladatok szervezésének és lebonyolításának folyamata nem sérül, nincs fennakadás. A mozi működtetésével kapcsolatban továbbra is rendszeresen tervezünk tematikus filmheteket, filmnapokat, díszbemutatókat, kedvezményes filmvetítéseket óvodai és iskolai csoportok részére.

4. Célfá



5. Szervezeti felépítés, humán erőforrás- és szervezetfejlesztés

A társaság felett a tulajdonosi jogokat Székesfehérvár Megyei Jogú Város Önkormányzatának Közgyűlése gyakorolja.

A cég 5 nagy szervezeti egységben végzi feladatát:

Vezetőség
Szakmai csoport
Marketingkommunikáció
Barátság mozi
Ügyviteli csoport (gazdasági osztály és titkárság)

2019-ben 4 fővel kívánjuk emelni a létszámot.

2017 második felétől lényegesen javult a kommunikáció a műszaki feladatokat ellátó partnercéggel, ebben segítségünkre volt az eseti megbízással foglalkoztatott műszaki tanácsadó.

2018-ban a Barátság mozi üzemeltetési feladatainak átvételével 1 fő munkatárs került a céghez, a vetítések számának növelésével pedig további 2 fő alkalmazása vált szükségessé.

2018-ban már két tanácsadó segítette a munkánkat technikai területen, amire leginkább a Székesfehérvári Királyi Napok idején volt szükség, az összetett technikai feladatok miatt.

2019-ben kiemelten figyelünk rá, hogy a rendezvények előtti megbeszélések egyike kifejezetten műszaki-technikai legyen. Házon belül egyeztetünk, hiszen a legfontosabb, hogy tőlünk egyértelmű, világos kérések jussanak el a társcégekhez.

A rendezvények egymást érik a városban és a helyszínek a város különböző részein valósulnak meg. 2018 óta, a folyamatos egyeztetéseknek köszönhetően nagyon figyelünk arra, hogy a partnercég több helyen és időpontban kell, hogy szolgáltasson, ezért a forgatókönyvekbe csak az egyeztetett folyamatokat építjük be.

Cégünk dekorációs parkja egyre növekszik, az idetartozó elemek, valamint ezek leltározására, karbantartására és a rendezvényeken való felállítására a cégen belül kell egy munkatárs, aki folyamatosan a programgazdák mellett dolgozik.

5.1 Képzési terv

Szakmai részen: a cég humánerőforrás összeállításánál szempont volt, hogy a megfelelő szakmai kompetenciával és gyakorlattal rendelkező munkatársakat vegyünk be a munkaszervezetbe, a kötelező munka- és tűzvédelmi oktatásokon való részvételen kívül nem tervezünk képzést a számukra. Ellenben 2019-ben is lehetőséget kívánunk biztosítani számukra, hogy tanulmányi utakon vegyenek részt, ismerkedjenek meg más rendezvényekkel, technikai felszereltségükkel, programkínálatukkal, dekorációjukkal. Kiemelt célnak tartjuk, hogy más városok nagyrendezvényeire eljussanak kollégáink, mint megfigyelők. A tapasztalatok összegyűjtése, a látogatóként szerzett pozitív és negatív élmények segítséget adhatnak a további munka során.

Gazdasági területen: a gazdasági szerv dolgozóinál a mérlegképes könyvelők kötelező továbbképzése elengedhetetlen feltétele a mérleg és beszámoló készítésének. Ezt a gazdasági vezető vonatkozásában szükséges megtenni.

Marketing területen: a kollégák több országos szakmai konferencián fogják képviselni a céget a kapcsolatépítés és a szakmai fejlődés érdekében. Igyekszünk őket bevonni olyan 1–2 napos szakmai képzésekbe, amelyeken a munkavégzésükhöz szükséges többletismeretekre tehetnek szert. Támogatni kívánjuk, hogy ők is elmenjenek tanulmányi utakra, ahol más városok marketingtevékenységével, kreatív kiadványaival, reklámtevékenységével ismerkedhetnek meg.

A Barátság moziban beépített vetítő folyamatosan központilag kapja a frissítéseket, mely változások a folyamatos képzést igényli a munkavállalóktól.

6. Piaci helyzet

A Fehérvári Programszervező Kft. szervezi a város kiemelt nagyrendezvényeit, szoros együttműködésben az önkormányzat Humán Szolgáltatási Igazgatóságának Közművelődési és Rendezvényszervező Irodájával.

A sokszínű rendezvényszervezői környezet további szereplőivel, azaz

- közművelődési intézményekkel,
- társadalmi szervezetekkel,
- közgyűjteményekkel,
- könyvtárakkal,
- a Székesfehérvári Turisztikai Közhasznú Nonprofit Kft.-vel,
- vállalkozásokkal,
- magánszemélyekkel,
- oktatási intézményekkel,
- egyéb ágazatokat képviselő intézményekkel

szoros szakmai kapcsolatot ápol és fejleszt a sikeres rendezvények érdekében.

A Fehérvári Programszervező Kft. nem csupán a városvezetés közösségfejlesztő törekvéseit lenne képes támogatni. Az azonban 2018-ban láthatóvá vált, hogy az egymást érő rendezvényhullám miatt külső rendezvényszervezői megrendeléseket nem tudunk teljesíteni. Minden szakmai kompetenciánk megfelelő, hogy vállaljunk ilyen megbízásokat, de idő nincs ezek megszervezésére.

Marketingkommunikációs területen azonban nagyon sikeresek voltunk, és ezen a területen 2019-ben is lesznek megbízásaink.

A Barátság mozi egyedülálló vetítési struktúrájával békésen megfér a város másik mozija mellett.

7. Igénybe veendő külső szolgáltatások, erőforrások

Társaságunk feladatainak maradéktalan ellátásához az alábbi külső szolgáltatókat vesszük igénybe:

7.1 Előadói tiszteletdíjak, művészi szolgáltatások

A rendezvények bonyolításánál a szakmai minőséget csak úgy tudja garantálni a cég, ha minősített, magas művészeti fokon álló, kellő szakmai referenciával rendelkező előadókat, művészeket, művészegyütteseket kér fel a programok színesítésére. Sajnos az előadói tiszteletdíjak az elmúlt 10 évben irreálisan magasra emelkedtek, ezzel a cégnek is számolni a kell. Cél, hogy a meghatározott költségvetésen belül tartsuk a kifizetéseket, és a szakmai színvonal megmaradjon, illetve emelkedjen.

7.2 Technikai szolgáltatások

A rendezvényekhez szükséges technikai eszközöket – az előző éveknek megfelelően – az önkormányzat a Székesfehérvár Városgondnoksága Kft. bevonásával biztosítja.

7.3 Intézményekkel kötött együttműködési megállapodások

A korábban az intézményeknél megvalósuló rendezvények lebonyolításába továbbra is bevonjuk az adott szervezeteket, hiszen nemcsak szakmailag, hanem a kivitelezésben is segítik az esemény sikerét.

7.4 Önkéntesek közreműködése

A Kft. tevékenységei között állandó elem, hogy a városban a kulturális rendezvények iránt érdeklődő önkénteseket összefogja, és egy többlépcsős felkészítés, valamint összetartó tréning után aktivizálja és bevonja őket a munkába.

2019-ben folytatjuk azt az önálló projektet, amelyet 2017-ben indítottunk el a szervezeten belül, melyhez partnerként hívtuk az iskolákat és a város kulturális intézményeit. Hosszú távú elképzelésünk, hogy egy eredményes partnerség jöjjön létre a cég és – az iskolákon keresztül – a fiatalok között. Honlapunkon indítunk egy olyan felületet, ahol a diákok pontosan látják, mikor és milyen időintervallumban várjuk őket a rendezvényekre. Ezen a felületen olyan munkát ajánlunk nekik, ahol az iskolai közösségi szolgálat keretein belül meghatározott óraszámot is tudják teljesíteni, de számukra testhezálló feladatok közül választanak, és a szolgálat teljesítése után valamilyen szinten orientálni tudjuk őket a pályaválasztásukban.

2019-ben is figyelünk, hogy ne csak kérjük őket, hanem viszonzzuk is segítségüket. Folytatjuk a hónap önkéntese motivációs programot, melynek során belépőjegyeket, kisebb ajándékokat tudunk nekik biztosítani.

7.5 Egyéb szolgáltatók

A rendezvények bonyolítása során egyéb szolgáltatásokat is igénybe veszünk. A szállításokat teherfuvarozással foglalkozó cégek biztosítják, dekorációink elkészítését külső megbízások alapján végeztetjük. A Kft. eszközparkját, díszletparkját nemcsak szállítani kell a városon belül, hanem raktározni is, a raktárt pedig bérleti díj ellenében vesszük igénybe.

A cég szervezésében jelentős részben szabadtéri eseményekről beszélünk, azonban némely esetben szükségessé válhat, hogy a nem önkormányzati fenntartásban lévő intézmények, egyéb szervezetek, cégek eszközeit és tereit béreljük a bonyolítás során.

7.6 További igénybe veendő szolgáltatások:

- irodabérletek, raktárberlet,
- irodai eszköz bérlete (nagy teljesítményű fénymásoló),
- jogi és közbeszerzési tanácsadás,
- telekommunikációs szolgáltatások
- egyéb szolgáltatások (informatikai-, banki-, postai- stb.),
- weblapfejlesztés, webhosting,
- technikai tanácsadás,
- számítástechnikai eszközök karbantartása,
- moziép karbantartása.

8. PEST elemzés

8.1 Politikai faktorok (P)

A társaság tevékenységét 100 százalékos önkormányzati tulajdonú gazdasági társaságként végzi.

Az alapító okirat szerint a Kft. a Magyarország helyi önkormányzatairól szóló 2011. évi CLXXXIX. törvény 13. § (1) bekezdés 7. pontjában, valamint a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről szóló 1997. évi CXL. törvény 76. §-ában foglalt feladatokat látja el.

A 78/2013. (XII. 16.) EMMI rendelet előírásainak megfelelően működteti a Barátság mozit.

A Kft. a fenntartói rendelkezéseket végrehajtja. Programjairól komplett szakmai és marketingkommunikációs beszámolókat küld határidőre, melyek az elszámolás alapját képezik.

8.2 Gazdasági faktorok (E)

A cég a hatályos számviteli-, adó- és járuléktörvények alapján működik. Általános forgalmi adóbevallásra kötelezett, az adót az általános szabályok szerint állapítja meg. A társasági adónak és a helyi iparüzési adónak alanya.

A beszámolási kötelezettség teljesítéséhez egyszerűsített éves beszámolót készít. Az eredménykimutatás választott formája az összköltség eljárással készített eredménykimutatás. Költségeit kizárólag az 5-ös számlaosztályban számolja el, az egyes programok költségeinek elkülönített kimutatása a könyvelő programban munkaszámok segítségével történik.

Az önkormányzat a társaság számára 2019-ben az elfogadott üzleti terv alapján, a megállapodás szerint átvállalt feladatok elvégzésére biztosít szolgáltatási díjat, mely egész évre kiszámítható feltételeket garantál. Ez nyújt fedezetet a személyi juttatásokra, működési költségekre, valamint a rendezvények megvalósításával kapcsolatban felmerülő program- és marketingkommunikációs költségre. A rendezvények költségeinek fedezésére az önkormányzat előlegeket biztosít. Az önkormányzati szolgáltatási díj bevételen felül a társaság mindent megtesz annak érdekében, hogy szponzori támogatókat szerezzen, illetve az egyes rendezvényekhez készített kiadványokban hirdetéseket helyez el, amelynek bevétele szintén a saját bevételüket növeli. Több rendezvényénél pedig jegybevételeiből, részvételi díjból is keletkezik saját bevétel.

A Barátság mozi működtetési költségeit a mozi jegybevételeiből finanszírozni tudjuk. A működtetési költségbe beletartozik a moziszervezők bére is.

8.3 Társadalmi elemek (S)

Szerencsés helyzetben vagyunk, mert célcsoportunk (Székesfehérvár és környező régió) már ismer minket, bár a márkaépítés még nem tökéletes, pedig fontos lenne, hogy minden fehérvári tudja, hogy mely rendezvények valósulnak meg saját, városi szervezésben és melyek külsősök. A fogyasztói szokások változása megjelenik a marketingmix terveinkben. A közönségünk életkora nagyon változatos a kicsi gyerektől a nyugdíjasokig, de mivel a szórakozás, a minőségi kultúra iránti igény, a „Fehérvár-tudat” összeköti őket, így szociokulturális szempontból könnyű helyzetben vagyunk. Tisztában vagyunk vele, hogy a Budapestre való elvándorlás minket is érint, de a város minden intézkedésével azon fáradozik, a városfejlesztési elképzelések is ezt célozzák meg, hogy a fiatalokat a városban tartsa, így mi ehhez kell, hogy eszközökkel szolgáljunk. Ma már azt mondhatjuk, hogy a távolság áthidalható, de célunk, hogy ez a 60 kilométer inkább a budapestieknek legyen alternatíva, ha egy programon szeretnének részt venni. Az egyetlen, ami a lakosságot érintő tényező, az a rendezvényeink és vetítéseink belépőinek ára, de az elmúlt évek tapasztalata alapján, bármennyire is alapvetően érzékeny a magyar társadalom, tudjuk biztosítani vendégeink számára, megfizethető áron a magas színvonalat.

8.4 Technológiai tényezők (T)

Az alapvető infrastruktúránk megfelelő, hiszen, ha nem nekünk, akkor valamelyik cégnek, amellyel szakmai kapcsolatban állunk, rendelkezésére állnak a számunkra szükséges technikai eszközök.

A Barátság mozi technikai felszereltsége magyar viszonylatban a legkiválóbb.

Mindenképpen elengedhetetlen számunkra, hogy az infokommunikációs folyamatok rohamos fejlődésével, valamint a XXI. század társadalma által elvárt cselekvési elvárásokkal lépést tudjunk tartani, hogy mindenképpen megőrizzük egyrészt vezető pozíciónkat a régióban, másrészt, hogy mindig újdonsággal tudjunk szolgálni a rendezvények közönségének.

9. SWOT-analízis

9.1 Erősségek

A város rendezvényeivel kapcsolatban:

- aktív, pezsgő kulturális élet,
- folyamatosan növekvő látogatószámok a helyi rendezvényeken,
- a rendezvények sikere a kulturális intézmények összefogására alapozható,
- kedvező földrajzi elhelyezkedésű a város, könnyen megközelíthető,
- az iskoláskorú és a nyugdíjas korosztály jelentős létszámban és aktívan vesz részt a kulturális programokon,
- a hagyományápolás mellett a kortárs művészet is aktívan jelen van a városban,
- a városi rendezvények a történelmi múltra támaszkodnak, és abból épülnek, fejlődnek,
- a kultúra iránt elkötelezett a városvezetés,
- nyitott a városvezetés az újdonságokra.

A Barátság mozi működésével kapcsolatban:

- kiváló technikai felszereltség,
- premier lehetőségek,
- beazonosítható törzsközönség,
- kiváló szakmai kapcsolatok,
- hozzáértő és készséges közönségkapcsolati munkatársak,
- könnyen reklámozható tevékenység,
- rugalmas működési lehetőségek.

A Kft. működésével kapcsolatban:

- a rendezvényeket szakmai tudással és tapasztalattal rendelkező fiatal csapat szervezi,
- az önkormányzati megrendeléssel kiszámítható a költségvetési helyzet,
- a cég egyben látja a város összes nagyrendezvényét, így a humánerőforrás elosztás megvalósítható,
- átlátható gazdasági helyzet, átlátható marketingtevékenység a cégnél,
- jól szervezett kommunikációs tevékenység,
- a kultúra iránt érdeklődő és a város irányába elköteleződött aktív önkéntesek magas száma,
- teljeskörű rendezvényi és marketingkommunikációs forgatókönyvekkel rendelkezik a cég,
- kiváló együttműködés a kollégák között.

9.2 Gyengeségek

A város rendezvényeivel kapcsolatban:

- infrastrukturális nehézségek: kevés szállás lehetőség a városban, parkolási nehézség, rendezvényterek szűkösége,
- belváros központúság, a Fő utcából nyíló kis utcák (a barokk belváros hozadéka) nagyon szűkösek, nem tudnak minden programelemet befogadni,
- az esőhelyszínek száma korlátozott a belvárosban,
- nincs egységes városarculat, nincs, amihez tartani lehetne.

A Barátság mozi működésével kapcsolatban:

- az ingatlan romlása,
- a belső ingóságok állapota,
- rossz a szellőzési lehetőség,
- a gépterem légkondicionálójának hiánya,
- online vásárlási lehetőség hiánya,
- kevésnek bizonyul az egy terem.

A Kft. működésével kapcsolatban:

- a rendezvényekhez kapcsolódó technikai kiszolgálást más cég végzi, és a „vásárolás” szervezése is más cégnél van,
- a kollégák adminisztrációs tevékenysége, helyesírása,
- a kollégák nyelvtudáshiánya,
- nagy a fluktuáció.

9.3 Lehetőségek

A város rendezvényeivel kapcsolatban:

- új vagy meglévő rendezvényterek, kulturális intézmények építése, bővítése,
- parkolók bővítése, parkolóház építése a belváros közelében,
- további nemzetközi események szervezése,
- országos konferenciák helyszíne lehet a város,
- további kulturális együttműködések,
- új, innovatív művészeti és kulturális látásmód bevezetése a programok és a kulturális beruházások tekintetében,
- technika megoldások fejlesztése (fény, látvány),
- jól működő vállalkozások bekapcsolása,
- világhírű előadók, fellépők stb. városba csábítása.

A Barátság mozi működésével kapcsolatban:

- még egy nagyobb terem kialakítása,
- kertmozi működtetésének megoldása egy másik mobil gép vásárlásával,
- az online fizetési lehetőség bevezetése,
- büfé üzemeltetése,
- vetítések számának növelése.

A Kft. működésével kapcsolatban:

- humánerőforrás-fejlesztés a cégen belül,
- külföldi szakmai utak szervezése a kollégák számára,
- újrakezdő nyelvtanfolyam a kollégák számára,
- még több önkéntes szervezése, közösségépítés,
- pályázatok beadása.

9.4 Veszélyek

A város rendezvényeivel kapcsolatban:

- a város két fontos turisztikai központ (Balaton, Budapest) között helyezkedik el,
- nincs egy kézben a rendezvények szervezése, a technikai kiszolgálás menedzselése és a rendezvényekhez szorosan kapcsolódó vásárlás szervezése.

A Barátság mozi működésével kapcsolatban:

- szakemberhiány,
- ingyenes projektoros filmvetítések a városban,
- büféhiány.

A Kft. működésével kapcsolatban:

- túlterheltség egyes időszakokban,
- szakmai kompetencia hiánya az új marketinges és rendezvényszervező kollégák felvételekor,
- nincs idő a betanulásra,
- sok a fiatal, aki családtervezés előtt áll.

10. Marketingkommunikációs stratégia

10.1 Piackutatás

A Fehérvári Programszervező Kft. önkormányzati céggént van jelen a piacon. Ennek legnagyobb előnye, hogy kiszámítható a működés, folyamatos a megrendelés, minimális a versenyhelyzet. A piaci szereplők között ezért különleges helyzetben van.

A rendelkezésre álló humánerőforrás azonban lehetővé teszi, hogy az önkormányzati megrendeléseken kívül más szereplőkkel is kapcsolatba kerüljünk, nekik szolgáltatassunk, ezáltal bevételt képezzünk.

Tekintve, hogy a Kft. 2019-ben már 4 éves múltra tekinthet vissza, a városlakók ismerik és tervezik is a kiemelt fehérvári eseményeken való részvételüket. Ettől függetlenül továbbra is célunk, hogy minden olyan fehérvári és környéki lakost megszólítsunk, akik eddig távol maradtak ezektől az eseményektől. A Barátság mozi közönségének szélesítése pedig folyamatos feladatunk. Marketingmixünket ennek szellemében állítjuk össze, figyelve az aktuális trendeket és a fogyasztói változásokat. A jövőben is igyekszünk marketingkommunikációs eszközeinkkel azt a fajta professzionalitást közvetíteni, amelyet rendezvényeink is képviselnek. Célunk, hogy a kiemelt fehérvári rendezvényeket a városlakók még jobban azonosítani tudják cégünkkel. Egy-egy sikeres marketing kampány összetevője az időben való tervezés, a csapatmunka, a kreativitás, amely területeken még fejlesztési potenciál rejlik, de törekszünk az előre lépésre.

Az időben való tervezés már csak azért is fontos, mert folyamatosan versenyeztetjük partnereinket, hogy a Fehérvári Programszervező Kft. számára minőségben és árban is a legmegfelelőbb ajánlatot tudjuk kiválasztani.

10.2 Célcsoport meghatározása

A rendezvények széles palettájának köszönhetően minden korosztály megtalálja az érdeklődési körének leginkább megfelelő programot. Míg a Hetedhét Játékfesztivál a legkisebbeknek garántál önfeledt kikapcsolódást, addig a Székesfehérvári Királyi Napok eseménysorai a fiatalokat, az időseket, a családokat, az aktív korúakat célozza meg, a nyugdíjas programjaink kifejezetten a szépkorúaknak szólnak. Egyre több eseményt szervezünk a középiskolás korosztály számára is, így elmondható, hogy rendezvényeink köre minden célcsoportot megszólít. Ennek a tartalmi sokszínűségnek is köszönhetően hétről-hétre egyre több család, fiatal pár és szépkorú népesíti be a belvárost, a rendezvények sokszínű forgataga megerősíti városunk szlogenjét: Székesfehérvár – Tele Élettel.

Az egyes rendezvények marketingkommunikációs mixeinek összeállításánál továbbra is arra törekszünk, hogy a célcsoportokat költséghatékonyan és eredményesen érjük el.

A mozi célcsoportja nem írható körül pontosan, ugyanis ez csak az adott filmekre bontva határozható meg. Az irányok kijelölése során használt STP (szegmentáció, célzás és pozicionálás) stratégia módszerét alkalmazzuk.

10.3 Piaci rés

A cég nem csupán a városvezetés közösségfejlesztő törekvéseit képes tevékenységével támogatni, hanem a társintézmények marketingkommunikációs elképzeléseit is, hiszen a nagy városi rendezvények kommunikációjába a kisebbeket is be tudjuk kapcsolni.

A társaság működése során folyamatosan építi nagyvállalati kapcsolatait is.

A Barátság mozi hiánypótló tevékenységét végez a városban, melynek egyelőre nincs konkurenciája, de a kisebb szórakozóhelyeken folytatott ingyenes vetítések hosszú távon nem tesznek jót a nézőszám szempontjából.

10.4 Marketingmix

10.4.1 Termék (product)

A termék magától értetődő módon egyrészt a rendezvényszervezés, másrészt a moziüzemeltetés. A termékek életciklusát tekintve a rendezvényszervezés abszolút az érett szakaszban helyezkedik el. A mozi nézőszámait tekintve szintén érett szakaszban van. Meg kell határoznunk a piaci elvárásokat, ami elsősorban a minőségi, kulturális szórakoztatás. A termék pozicionálása talán a legfontosabb, itt nyilvánvaló, hogy mi a legmagasabb minőséget garantáló rendezvényszervező „címet” szeretnénk elérni és tartani, továbbá a város egyetlen, leglátogatottabb art moziját működtető cégét.

Ebbe a témakörbe tartozik még a termékünk, azaz a rendezvényeink és a mozi promotálása is, ami nagyon fontos számunkra, üzeneteinket reklámok segítségével juttatjuk el a célközönségnek, melyhez az aktuális trendekhez illeszkedő marketingmódszereket alkalmazunk. PR- és kommunikációs tevékenységünk során igénybe vesszük további helyi, regionális és országos médiumok (online és offline) csatornáit.

10.4.2 Ár (price)

Ebben a közönség felé való üzenet abszolút a minőségre utal. Minden esetben, ahogy azt korábban is írtuk, fontos számunkra a közönségünk pénzügyi helyzete, így vagy ingyenes, vagy alacsony részvételi díj megfizetése mellett szeretnénk mi is nyereségesek lenni. Természetesen figyelembe kell venni a régióban megrendezett hasonló rendezvények árképzési rendszerét és ezek alapján kell versenyképesnek maradnunk. Folyamatosan versenyeztetjük partnereinket, hogy a Fehérvári Programszervező Kft. számára minőségben és árban is a legmegfelelőbb ajánlatot tudjuk kiválasztani.

10.4.3 Elosztáspolitiká (place)

A szakirodalmat elolvasva és marketingmunkatársunk szakértelmét tekintve azt kell, hogy mondjuk, szolgáltatások esetén ez egy speciális kategória. A legfontosabb célunk, hogy az üzenet minden esetben a leggyorsabban és a leghatékonyabban eljusson a közönséghez.

10.4.4 Promóció (promotion)

Promóció az összes olyan eszköz használata, melyek által az információ, üzenet eljut a célközönséghez. Összeállított marketingkampányaink és kommunikációs eszközeink ennek a pontnak a legtökéletesebb elvégzésére irányulnak. Marketingkommunikációs stratégiánk kiemelt partnere a Fehérvár Médiacentrum. Kommunikációnk hatékonyságát a folyamatos jelenlétben látjuk. Ezért egyeztetve a helyi médiumok képviselőivel, segítjük munkájukat riport- és interjúalanyok biztosításával. Ezzel lehetőséget teremtünk magunk számára is, hogy adott rendezvénnyel kapcsolatos híreket a megfelelő időben és a megfelelő tartalmi információkkal juttathassuk el az érdeklődőkhöz. Nem csupán az eseményen résztvevő közreműködők bevonásával kommunikáljuk programjainkat és a vetítési menetrendet. Ebben jelentős szerepet vállalnak megjelenésünkkor az adott rendezvény cégen belüli programgazdái is, akik az interjúk alkalmával átfogó képet tudnak adni az esemény egészéről, tovább a filmvetítéseket végző kollégák, akik személyesen, minden alkalommal találkoznak a közönséggel.

10.5 A cég marketingkommunikációja

10.5.1 Célcsoport elérése, meghatározása

Marketingkommunikációs terveink összeállításánál figyelembe vettük, hogy melyek a Kft. célkitűzései a rendezvénypiacon, továbbá a mozis piacon. Ennek szellemében célunk, hogy a város és közvetve a régió minden korosztályának színvonalas, tartalmas programokat és filmeket kínáljunk. A marketingmix tervezésekor mindig figyelembe vesszük, hogy a lehető legkevesebb befektetés mellett a lehető legnagyobb eredményt hozza a tervezett tevékenység.

Az egyes rendezvények és filmek célcsoportjának meghatározásánál figyeljük az aktuális trendeket és a fogyasztói szokások változásait. A szekunder adatok mellett saját primer kutatásokra is hagyatkozunk, felméréseket végeztünk 2018-ban az alábbi rendezvényeken, a célcsoportnak megfelelő mintavételi eljárással (pl. kérdőív, szavazás):

- Fehérvári Halünnep
- Hetedhét Játékfesztivál
- Fehérvár Hangja
- Egészségügyi Szűrőnap
- Alba Regia Felsőoktatási Expo

Továbbá minden személyes véleményt összegyűjtünk a vetítések alkalmával. A közösségi oldalunkon reflektálunk a feltett kérdésekre és igényekre.

Kutatási adataink az országos, reprezentatív adatokkal egybecsengően azt mutatják, hogy az idősebb korosztály elérésénél a print megjelenések hatékonysága dominál (megyei lapok jelentősége), és a rádió (országos csatornák) is erős, de nő a digitális tartalom közönsége is. A 40 feletti városlakók ugyan online is elérhetők, a visszajelzések alapján azonban kétségtelen, hogy a helyi televízió- és sajtóreklámok nélkül nem lehet hatékony kampányokat szervezni. Tekintve, hogy rendezvényeink minden korosztályt lefednek, így minden egyes kampányt a célcsoportra szabottan állítunk össze. Ennek jegyében eltérő médiamix jellemzi pl. a legkisebbeknek önfedelt kikapcsolódást garantáló Hetedhét Játékfesztivált, vagy egy, az idősebbeket vonzó művészfilmet.

A fiatalok leghatékonyabb eléréséhez a közösségi oldalak markáns használata a kulcs. 2019-ben is a 14-22 éves korosztályt célzó eseményeket így egyedi, direkt kampányokkal menedzseljük.

10.5.2 Arculat

Az arculat sokkal több a választott színek, formák és megjelenési módok összességénél: filozófia, döntések összessége, melyek mind egy irányba terelik az adott célcsoportot. Az arculat tehát egy olyan összetett rendszer, melynek segítségével a Kft. indulása óta gyorsan azonosítható.

2018-ban elértük, hogy a városlakók végre azonosítani tudják a céget az általunk koordinált rendezvényekkel. Ehhez számos intézkedést eszközöltünk az elmúlt évben. A 2016. év végén elindult Programod magazin már túl van két évfolyamon, közvetve több mint tízezer háztartásba jut el, így elősegítve a cég imázskampányát. A saját, nyomtatott kiadványok mellett partnereink felületein is meg szoktunk jelenni általános hirdetéseinkkel, hogy a városlakók könnyedén összekapcsolják a Programszervező Kft.-t az általunk szervezett eseményekkel.

Kiemelt megjelenések, amelyek a cég ismertségét szolgálják:

- Székesfehérvári Tourinform éves kiadványa – hirdetés
- Helyi óriásplakát és citylight kampány (általános kampány)
- Emblémázott szórólaptartók a kiemelt belvárosi vendéglátóhelyeken
- Emblémázott ajándéktárgyak (pl. szemüvegtörlő)

Továbbra is visszaköszön a Kft. logója az egyes marketinganyagokról, amelyek segítik és biztosítják, hogy Kft. égisze alá tartozó rendezvények könnyedén azonosíthatók legyenek.

A cég arculata mellett kiemelt figyelmet fordítunk az egyes programok grafikájára is, hogy egyedi megjelenésükkel még vonzóbbá tegyük a rendezvényeket.

A Múzeumok Éjszakája, a Nemzeti Emlékhelyek Napja és a Mobilitási hét programjait leszámítva minden grafikai termék egy több hetes alkotó munka eredménye. Azon rendezvények esetében, amelyeknél meg van kötve a kezünk – kötelezően megjelenítendő arculati elemeket kell alkalmaznunk a tervezési folyamat során – is igyekszünk lokalizálni, Székesfehérvárhoz köthető elemmel megtölteni a kreatívokat.

A mozi saját logóval és arculattal rendelkezik, mely nem szorul magyarázatra a nézők körében, ám még a törzsközönség tagjai sincsenek tisztában, hogy milyen technikai körülmények veszik őket körül.

A Fehérvári Lecsófőző Vigasság, a Fehérvári Halünnep és a Székesfehérvári Királyi Napok programok esetében az arculati sztenderdek alapján indul a tervezési folyamat, míg a többi rendezvénynél a célcsoportra leginkább jellemző vizuális kommunikációs elemek alkalmazásával igyekszünk az érdeklődők figyelmét megragadni. A két évente megrendezett Fehérvár Hangja esetében pl. szakítva a korábbi arculattal, egy teljesen új, fiatalos, dinamikus és a Székesfehérvár jegyeit is magában hordozó arculat született, mely 2019-ben ismét aktuális lesz.

10.5.3 Időzítés, intenzitás

A megfelelő időzítés során figyelembe vesszük, hogy milyen specialitásai vannak a célközönségünknek (pl. mely napokon fogy a legtöbb az adott nyomtatott termékből). Mindezekon túl arra is tekintettel kell lennünk, hogy mi hogyan alakul a külvilágban (pl. hogyan esnek az ünnepnapok, azokat érdemes-e nekünk kihasználnunk; milyen más ingerek érhetik a fogyasztót a kampányidőszakunkban).

Egy-egy sikeres marketingkampány összetevője az időben való tervezés, ám ezt számos külső tényező befolyásolhatja, így pl. mikor nem állnak rendelkezésünkre időben a kommunikációs üzenetet hordozó programelemek, időpontok.

Az időben való tervezéssel pedig költséghatékonyabb működést is el tudnánk érni, hiszen partnereinktől kedvezőbb ajánlatot kapunk, ha nem határidős a megbízás.

Az időzítés mellett fontos a kampányok intenzitása is, amelyről kiemelt, bevételes rendezvényeink esetében beszélhetünk, amikor a kampány költségvetése ezt lehetővé teszi. A kampányok intenzitását minden esetben egyedileg tervezzük, melynek során eldől, hogy a helyi mellett igényel-e országos kiterjesztettséget is.

Az eddigi tapasztalatok azt mutatják, hogy egy kiemelt rendezvény eredményességéhez minimum 6-8 hetes intenzív kampány szükséges. Kisebb, ingyenes rendezvények esetében 3-4 hét indokolt a megfelelő tájékoztatás eléréséhez.

A mozi reklámozása folyamatos.

10.5.4 Reklám, PR

Kommunikációs üzeneteinket az aktuális trendeket figyelembe véve ATL, BTL és TTL marketingeszközök alkalmazásával juttatjuk célba. PR- és kommunikációs tevékenységünk során igénybe vesszük további helyi, regionális, és országos médiumok (online és offline) csatornáit.

Napjainkban az online kommunikáció leghatékonyabb kommunikációs eszköze a videó, így ezt médiamixünk tervezésénél szem előtt tartjuk. Elsősorban kiemelt rendezvényeinket támogattuk meg ezzel a platformmal, hiszen igen költséges eszköz. Tervezéskor kreativitásra törekszünk, hiszen egy-egy 20-30 másodperces kisfilm akár vírusvideóként terjedve a világhálón komoly promóciót jelenthet a rendezvénynek.

Marketingkommunikációs stratégiáink kiemelt partnere a Fehérvár Médiacentrum, mint a város első számú kommunikációs központja. 2015 óta minden évben stratégiai megállapodást kötünk a médiaközponttal városi kommunikációnk hatékony működése céljából. Hasonló megállapodást kötöttünk a Fejér Megyei Hírlappal is, amely a tarifaárhoz képest igen jelentős kedvezményt biztosított. 2017-ben és 2018-ban is jelentős támogatásnak bizonyultak a Fejér Megyei Hírlap – Fehérvár Plusz – mellékletében való megjelenések. A városi kiemelt intézményekkel (Szent István Király Múzeum, Tourinform iroda, Alba Regia Szimfonikus Zenekar) közösen meghatározott lapszámokban helyi, valamint több megyés megjelenést biztosít számunkra a Fehérvári Médiacentrum és a Fejér Megyei Hírlap kooperációja. Ezen a felületen szakítva a korábbi évek gyakorlatával kreatívok helyett igyekeztünk PR-cikkekkel megtölteni az oldalakat, így az aktuális megjelenés kevésbé keltette egy hirdetési oldal benyomását.

Amennyiben ezen eszköz a jövőben is rendelkezésünkre áll, úgy ezt a gyakorlatot folytatjuk. 2019-ben hasonló megállapodásokat tervezünk kötni.

2019-es marketingkampányok tervezése során igyekszünk kiemelt rendezvényeink országos ismertségét tovább növelni. Ezt vegyes médiamixszel kivitelezük, tévés kampányok mellett erősítjük a print megjelenéseket. 2018-ban beharangozóink többek között megjelentek a Nők Lapjában, a Pesti Estben és az Elle magazinban. A korábban már bevált televíziós és rádiós nyereményjátékokat is intenzívebben használjuk majd a kampányok során (RTL Klub, TV2, Petőfi Rádió, Rádió1).

A hagyományos marketingkommunikációs eszköztárat (szórólapok, plakátok, óriásplakátok) 2018-ban egy egész éves együttműködés keretében bővítettük Székesfehérvár legforgalmasabb helyén, az Alba Plazánál kifeszített 12x3 méteres molinó kihelyezésével is. A megállapodást 2019-ben is tervezzük megkötni, hiszen a felület óriási reklámerővel bír.

Az outdoor megjelenést erősítve Székesfehérvár területén egész évre 18 óriásplakát helyet, illetve 5 darab citylight felületet kívánunk vásárolni, így a városnak nem lesz olyan pontja, ahol ne találkozhatnának plakátjainkkal a járókelők és az autósok.

Rendezvényeink egységes arculatának és a mozi műsorának népszerűsítéséhez hozzájárulnak infótornyaink, amelyek a programot megelőzően a Fő utca több pontján tájékoztatják a járókelőket a közelgő eseményekről, valamint a rendezvény napjain a helyszínen az aktuális programokról.

Kommunikációnk hatékonyságáról nemcsak a rendezvényre és a moziba látogatók adnak visszacsatolást, hanem azon sajtóorgánumok is, ahová közleményeinket eljuttatjuk. Kiemelt figyelmet szentelünk sajtófigyelésünkre, mely kiterjed arra, hogy a sajtóban milyen tartalmú kommunikáció jelenik meg a rendezvényeinkről. 2019-ben a sajtófigyelésben, a megjelenési adatokon túl még komplexebb információkra törekszünk, így pl. a médiaértékre, amely forintban számszerűsíti az adott felület értékét.

10.5.5 Online

Marketingkampányaink jelentős részét az online jelenlét adja, amelyek esetében kifinomult, precíz targetálással érjük el a legtöbb potenciális érdeklődőt. A Facebook kampányok esetében nem, érdeklődési kör, kor és lakhely alapján szoktuk célozni hirdetéseinket, kivétel nélkül minden rendezvényünket megtámogatjuk fizetett hirdetésekkel. Közösségi kommunikációban a Facebook mellett kiemelt figyelmet fordítunk Instagram oldalunkra és Youtube-csatornánkra is.

Igyekszünk kihasználni mindazokat a lehetőségeket, melyeket a közösségi média nyújt. Rendezvényeinkről vagy az azt megelőző sajtótájékoztatóról online, a mozi vetítéseiről úgynevezett élő stream formában azonnal beszámolunk követőinknek.

Felgyorsult világunkban az internet a legideálisabb eszköz a gyors és hatékony információ átadásra, így 2018-ban online banner kampányaink keretében megjelentünk a feol.hu, a pestiest.hu, a fidelio.hu és a szinhaz.hu oldalain is.

A már jól bevált és hatékony Google Adwords hirdetési platformot kiemelt, elsősorban bevételes rendezvényeink esetében alkalmaztuk.

A cég önálló weboldala a www.fehervariprogram.hu címen érhető el, mely magában foglalja az összes rendezvényt, illetve elirányít az önálló webes felületekkel rendelkező rendezvények oldalaira (Koronázási Ünnepi Játékok, Kortárs Művészeti Fesztivál, Fehérvár Hangja). A kommunikációért felelős kollégák folyamatosan naprakész és aktuális hírekkel látják el az oldalra érkezőket. Vannak olyan rendezvényeink, melyek külön domain névvel rendelkeznek: www.fehervarhangja.hu, www.diaknapok.hu, www.fehervartancosa.hu, a Barátság mozi önálló oldala pedig a www.baratsagmozi.hu oldalon érhető el.

A 2019. év honlapunk szempontjából a megújulás éve lesz, küllemében és kezelhetőségében is látványosabb, felhasználóbarátabb lesz. A korábbinál hangsúlyosabb szerepet kapnak híreink, előzeteseink, lapozható műsorfüzeteink és az eseményekről szóló képes beszámolóink, amelyeket a jelenleginél rendezettebb formában, hírportálszerűen jelenítünk meg.

10.6 Tapasztalatok és tervek

10.6.1 Marketing

A 2018-ban is igyekeztünk minden eddiginél komplexebb és változatosabb terveket összeállítani. Tekintve, hogy rendezvényeink elég széles célközönséget szolgálnak ki, így egy-egy kampányon belül is több célcsoportot próbálunk elérni az általuk leginkább használt eszközökkel.

A fókusz továbbra is az online jelenlétben lesz 2019-ben: erőteljesebb közösségi megjelenés, markánsabb Google Adwords kampány, már csak azért is, mert egy lehetséges törvényi szabályozás keretében szűkülhetnek a köztéri felületeink (molinó, óriásplakát, városi plakátfelületek). Amennyiben ezen eddig használt felületek száma tovább fogy, úgy erőforrásainkat print (sajtó, szórólap) megjelenések mellett promóciós aktivitásokra csoportosítanánk át.

Felméréseinkből kiderült, hogy a rendezvényre látogatók előszeretettel forgatják programfüzeteinket, így ezen a területen továbbra is arra törekszünk, hogy azokat már az eseményt megelőző 2 héttel kezükbe vehessék. A mozi műsorának megjelenése elégséges volt 2018-ban, így a példányszámon nem kívánunk változtatni.

2018-ban jelentős támogatásnak bizonyultak a Fejér Megyei Hírlap – Fehérvár Plusz – mellékletében való megjelenések. Amennyiben ez a lehetőség 2019-ben is fennáll, úgy megfelelő időzítés-tervezés esetén jelentős megtakarítást érhetünk el (ismerve az FMH magas hirdetési tarifáit). A Fehérvár Médiacentrum Kft.-vel való megállapodásunk értelmében a jövőben is hétről hétre megjelenünk programkínálatunkkal és filmkínálatunkkal rádiós, televíziós, internetes és újságfelületeiken.

Úgy érezzük, 2019-ben szükséges még markánsabban megjeleníteni a cég arculati elemeit, annak érdekében, hogy a kiemelt rendezvények sokkal jobban összeforranak a Fehérvári Programszervező Kft. névvel, a programok beazonosíthatók legyenek. A cég imázsának erősítését eddigi is segítette a 2016 decemberében útjára indult Programod negyedéves magazin

is, amelyet az eddigi tapasztalatok alapján előszeretettel forgatnak a székesfehérváriak. Ismertség növelésként érdemes lenne CSR-PR akciókat megvalósítani, így pl. faültetés, iskolai udvar felújítása, meseolvasás beteg gyerekeknek, de az ingyenes filmvetítések is ezt a célt szolgálják majd.

10.6.2 Kommunikáció

Az elmúlt négy évben a helyi sajtóval – nyomtatott és elektronikus – jó partneri kapcsolat alakult ki. Sikerült elérni, hogy rendezvényeinkről, programjainkról, filmjeinkről, tematikus vetítéseinkről az azokhoz kapcsolódó felhívásokról, pályázatokról a különböző médiumok rendszeresen hírt adjanak. A programgazdák személyesen is megszólaltak a helyi televízióban, a rádiókban szinte minden esemény előtt, a nagyobb rendezvényeken a Vörösmarty Rádió egész napos közvetítéssel volt jelen. A még hatékonyabb tájékoztatás érdekében az elképzeléseink között szerepel egy kétheti/havi rendszerességgel megjelenő műsor, amelynek segítségével nemcsak éppen aktuális programjainkról, hanem jövőbeni rendezvényeinkről, terveinkről is értesülhetnek a városban és a környéken élők. A helyi rádiók (Vörösmarty) mellett tavaly megjelent a Rádió1 is, amellyel szintén együttműködésre törekszünk. Érdemes lenne a sokak által hallgatott zenei adókat is megkeresni, és azokban is megjelenni a rendezvények hírével. A diákokat érintő programokról a kifejezetten nekik szóló Táská Rádióban is megjelentek híradásaink, kollégáink interjúi – ezt a kapcsolatot is szeretnénk tovább építeni.

Mivel egy-egy rendezvény kommunikációját tekintve kiemelt szempontként szerepel, hogy az adott programmal – tartalmát, jellegét ismerve – mely korosztályt célozzuk meg, így fontos tudnunk, hogy mely médiumon keresztül érhetjük el közönségünket a leghatékonyabban. Kommunikációnk hatékonyságának érdekében a jövőben fel kívánjuk használni például a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság átfogó hallgatottsági mérését.

Szándékaink szerint aktív kapcsolatot kívánunk kiépíteni a megyében és a régióban működő helyi sajtóorgánumokkal is, hisz ma már nincs infrastrukturális akadálya annak, hogy akár Veszprémből, Várpalotáról vagy Dunaújvárosból látogassanak el egy-egy székesfehérvári rendezvényre. Ennek érdekében érdemes volna az ott megjelenő programajánlóba is behúzni a magazinunkat.

A tavaszi és nyári rendezvényeink hírelésének támogatására szükséges és hasznos lenne kiépíteni olyan kapcsolatokat, amelyekkel a Balaton és a Velencei-tó mellett pihenő, nyaraló vendégeket is elérhetjük, a turisztikai szezonban a szabadidejüket itt töltő belföldi és külföldi turisták számára Székesfehérvár rendezvényei célpontként szolgálhatnak, hiszen a város könnyen és gyorsan elérhető mindkét irányból. A médiapiac átalakulásának köszönhetően a Balaton-parti elérés az országos megjelenés egyfajta előszobájaként is tekinthető, az új rádiós hálózat kialakulása országos lefedettséggel bír. Jelentősége továbbá abban rejlik, hogy médiapiaci szempontból – az internetet követően – még mindig ez a leggyorsabb hírforrás, mely munka, utazás, pihenés közben is elérhető az emberek számára, így az ebben a közegben való folyamatos megjelenés értéke igen kiemelkedő.

A nagyobb, országos érdeklődésre is számot tartó rendezvények (pl. Székesfehérvári Királyi Napok) minél szélesebb körben való megismertetése érdekében a Kossuth Rádióval, illetve a

Magyar Televízió kulturális csatornáival a 2019-es évben még szorosabb együttműködés kialakítására törekszünk.

Ezen irányú lehetőségek felmérése már megkezdődött. Tekintve, hogy a Fehérvár Tévé vidéki stúdióként bedolgozik a MTVA műsoraiba, illetve a Kossuth Rádióknak is van saját tudósítója a városban, már eddig is sikerült eljuttatni a híreket az országos csatornák műsoraiba, de folyamatosan törekszünk további kapcsolatok kiépítésére. A tapasztalat azonban azt mutatja, hogy a programok megismertetésére a különböző kereskedelmi csatornák is hajlandóak – ebben az esetben azonban sokkal inkább hirdetésekről beszélhetünk, bár ezek manapság igyekeznek a klasszikus tudósításokhoz, magazinműsorokhoz hasonlítani.

A programok megismertetésére nagy lehetőség az internet. Több különböző felmérésből is az derül ki, hogy manapság már nemcsak a fiatalok, hanem az idősebb (60+) korosztály egyre több tagja is hajlandó az interneten tájékozódni, sokan használják közülük a közösségi oldalakat. Már ebben az évben is aktívan kihasználtuk a közösségi média nyújtotta lehetőségeket. Programjainkat és a mozi műsorát folyamatosan kommunikáltuk az elmúlt esztendőben is, hirdetve az adott rendezvényt, majd az esemény ideje alatt fotókkal, rövid cikkekkel és újtásként élő online bejelentkezéssel színesítve azt. A program végeztével összefoglaló tájékoztatást is közreadunk, a számok azt bizonyítják, hogy ezeket a képes összefoglalókat is szívesen veszik a városlakók.

Mivel a fiatal korosztály teljesen a digitális világban szocializálódott, s összességében minden ember életében folyamatosan jelen van az online kommunikáció, így érdemesnek látnánk az ez irányba való hatékonyabb nyitást. A Facebook mellett Instagram oldalunkon is igyekszünk eljutni hozzájuk, és keressük az újabb lehetőségeket. Célszerűnek tartanánk egy újabb online csatorna megnyitását honlapunkon belül, melyen keresztül saját rendezvényeink folyamatos hirdetése biztosított lenne, reklámspot, interjú, stream formájában, nemcsak képben, hanem hangban is.

Annak érdekében, hogy pontosan megtudjuk, honnan is tájékozódnak a rendezvényeinken résztvevők, az elmúlt évben több eseményen is végeztünk kérdőíves felmérést. Ezek kiértékelését is figyelembe vesszük a további tervezésnél.

10.6.3 Szponzoráció

Az elmúlt év tapasztalata alapján megállapítható, hogy a Fehérvári Programszervező Kft. éves rendezvényeihez kapcsolt támogatói, partner köre, folyamatosan bővül.

Köszönhető ez elsősorban rendezvényeink sokszínűségének, amely kiváló fórumot nyújt a cégeknek, helyszíni vagy reklámfelületen történő megjelenés által. Visszajelzéseik alapján elmondható, hogy partnereink, tematikus eseményeink által hatékonyabban és közvetlen módon érhetik el célközönségüket.

Programjaink során cégünk elsősorban szponzorokat keres, másrészt a beérkező ajánlatkérésekre igyekszik reagálni. Egy adott esemény értékesítési folyamatára alapozva pedig – amely elsősorban egyedi csomagajánlatok kiküldését jelenti cégképviselők részére – fontosnak tartjuk, hogy üzleti partnereink számára vállalatuk profiljához és marketingtevékenységéhez igazodva alakítsuk ki az együttműködést. Ennek tükrében törekszünk arra, hogy a személyes megbeszélésekből minden esetben egy win-win megállapodás jöjjön létre.

Munkánk során egy olyan közösség kialakítása a cél, amely a fenti elvek tükrében, a támogatások biztosításán túl, egy közös célért, Székesfehérvárért dolgozik.

Terveink között szerepel, hogy a rendezvényeinken történő megjelenési lehetőségeken kívül, negyedéves Programod magazinunkban egyedi hirdetési lehetőséget biztosítsunk partnereinknek, vagy akár céges családi filmvetítés megszervezését is vállaljuk számukra, igény szerint.

11. Műszaki megvalósíthatóság

Mivel a cég rendezvényeihez szorosan összefüggő technikai eszközpark nem a Kft. tulajdonában van, hanem egy másik városi cégnél, ezért azzal kapcsolatban csak fejlesztési javaslattal élhetünk. Ez vonatkozik a színpad, a hang- és fénytechnikai megoldásokra, de ebben a témában jelentős fejlesztéseket eredményezett a 2018. év.

A Barátság mozi műszaki-technikai színvonala kiváló, de az ingóságokat átvizsgálva, elsősorban a moziszékeket illetően, cserére lesz szükség.

Sokkal nagyobb a mozgásterünk a látványtechnikában, de azok közül is csak némely rendezvényünkkel kapcsolatban, mint például a Székesfehérvári Királyi Napok és a Fehérvár Hangja. A város legnagyobb rendezvényének látványelemeivel kapcsolatban mi készítjük a tervet és a városi cég rendeli hozzá a meglévő eszközöket, vagy pótolja azt ki alvállalkozóval.

A cégünk raktárhelyiségében elsősorban installációs és dekorációs eszközöket találunk. Ezek jó részét az advent időszakában és a Székesfehérvári Királyi Napokon használjuk. A szabadtéri események marketingfelületei közül a közterületre kithető eszközöket tároljuk itt.

2019-ben a marketingeszközöinket kívánjuk fejleszteni és cserélni, hiszen ezek jelentős része az utcán van. Az időjárás változása hosszú távon nem tesz jót ezeknek az eszközöknek, így annak érdekében, hogy továbbra is igényesen nézzenek ki, cserére lesz szükségünk.

Irodai területen fejlesztendő eszközparkkal dolgozunk, ezért ott jelentős gépparkcserét kell beterveznünk, továbbá az új kollégák munkaaállomásait is ki kell alakítani és bútorokat kell vásárolni.

Az irodáink légkondicionáltak, így már csak a karbantartásukra kell forrást tervezni. Kollégáink június–augusztus hónapokban a igen leterheltek, amikor az épületben a legmelegebb van. A mozi vetítőtermében nyáron elviselhetetlen a hőség. Nemcsak a kinti hőmérséklet miatt van meleg, hanem a gép is bocsájt ki hőt. A megfelelő munkakörülmények kialakítása miatt szükséges a légkondicionáló beszerelése.

11.1 A fejlesztés működtetésének feltételei

A rendezvények látványtervezéséhez külső szakembert kérünk fel 2019-ben, ahogy ezt tettük korábban is. Sokkal nagyobb figyelmet fordítunk a technikai előkészítésre.

2019-ben a meglévő marketingkommunikációs eszközeink állagmegóvására koncentrálnak, karbantartjuk azokat.

Olyan alumínium szerkezetekkel rendelkezünk, melyből 15 db háromoldalú tornyot tudunk összeállítani, amelyek mindegyik oldalára egy 2x1 m-es molinót lehet kifeszíteni. Ezeket a

belvárosban helyezzük el, és a rendezvény részleteit jelenítjük meg rajtuk. A 2019. évi újítások közé tartozik, hogy ezeken a felületeken angol nyelven is kommunikálni fogunk, de csak a kiemelt turisztikai időszakban. A láthatóság a méreteiből adódóan garantált, de az esti időszakra gondolva a tetején felülről lefelé mutató világítást is tervezünk felszerelni.

12. Pénzügyi terv

Az önkormányzat által megrendelt rendezvényszervezési feladatokat a társaság úgy hajtja végre, hogy az önkormányzattal szolgáltatási szerződést köt. A szolgáltatási szerződés szerint az önkormányzat megrendeli a társaságtól bizonyos rendezvények megszervezését és lebonyolítását. A szerződés mellékletét képezi a lebonyolítandó rendezvények listája, amelyhez a várható időpontot és a főbb feltételeket a megrendelő hozzárendeli.

A Kft. pénzügyi tervének elkészítésekor figyelembe vettük az elmúlt évek tényadatait és a 2018. évi várható teljesítési adatát, valamint a jövőbeni tervezett rendezvényszervezési feladatokat. 2019-ben 28 önkormányzati rendezvény lebonyolítására készül a társaság, viszont az előző évhez képest nőni fog a rendezvények időtartama és lebonyolítási időszaka. Ennek megfelelően a többletköltségünk is nő, azonban a rendezvények kapcsán elvégzendő beruházások egy részét a korábbi évek eredménytartalmából kívánjuk kigazdálkodni.

Az Alapdíj tekintetében is kimutatható a várható többletköltség, amelynek egy részét azonban a korábbi évek eredménytartalmából kívánjuk kigazdálkodni.

12.1. Barátság mozi

A Barátság mozi működtetése – a 80/2018 sz. közgyűlési határozattal – 2018.01.08. napjától a Kft. feladata lett. A működtetés során a mozi bevételeiből finanszírozni tudjuk a kiadásokat, és 2018. év végére pozitív eredménnyel zártuk a mozi fenntartását.

Ennek kapcsán elkészítettük a 2019. évi költségtervet, amely a mozi várható bevételeit és kiadásait mutatja be. A várható összes bevétel 15 505 eFt, amely a jegyértékesítések bevételeiből áll, valamint a Székesfehérvár Megyei Jogú Város Önkormányzatának azon támogatása, amely a Magyarország 2015. évi központi költségvetéséről szóló 2014. évi C. törvény 3. melléklet II.6. pontja alapján az emberi erőforrások minisztere által az „art” mozihálózat digitális fejlesztésének 2015. évi pályázati támogatása kapcsán fenntartási kötelezettséggént áll fenn. Ez a mozi éves költségvetésének 10 %-a, amely 1 550 eFt.

Ezt az összeget 2019-ben új moziszékek vásárlására és beszerelésére kívánjuk fordítani. A mozi bevételei fedezik a mozi üzemeltetésének személyi költségeit, valamint a működtetéssel felmerülő összes kiadást, pl. filmkölcsönzések díja, jogdíjak, postaköltség, marketing-kommunikációs költségek, és ezen felül nyereséggel is számolunk.

12.2 Kiadások

Az önkormányzat által biztosítandó szolgáltatási díj két részből áll:

- Alapdíj
- Egyéb díj

Az Alapdíj különösen a béreket, azok járulékait, működési és infrastrukturális költségeket foglalja magába. Az Egyéb díj különösen az egyes rendezvények, programok megvalósításához, lebonyolításához szükséges egyedileg jelentkező költségeket – vásárolt szolgáltatásokat, alvállalkozói díjakat stb. – foglalja magába.

2019-ben a felsorolt 28 rendezvényre fordítandó Egyéb díj és a kapcsolódó Alapdíj az alábbi megoszlásban mutatkozik meg:

adatok eFt-ban

Megnevezés	Nettó	Áfa	Bruttó
Alapdíj szükséglet	138 394	37 366	175 760
A korábbi évek eredménytartalékából beruházásokra igénybe veendő rész	- 2 500	- 675	- 3 175
Igényelt Alapdíj	135 894	36 691	172 585
Egyéb díj szükséglet	254 970	68 842	323 812
A korábbi évek eredménytartalékából beruházásokra igénybe veendő rész	- 6 500	- 1 755	- 8 255
Igényelt Egyéb díj	248 470	67 087	315 557
<i>ebből: marketingkommunikációs ktg</i>	<i>54 399</i>	<i>14 688</i>	<i>69 087</i>
<i>ebből: programktg</i>	<i>194 071</i>	<i>52 399</i>	<i>246 470</i>
Összesen (Alapdíj + Egyéb díj)	384 364	103 778	488 142

A Kft. az elmúlt éveket pozitív eredménnyel zárta. Az adózott eredmény minden esetben az eredménytartalékba került. 2019-ben azonban további fejlesztéseket szeretnénk végrehajtani, amelyet az eredménytartalékból kívánunk finanszírozni. A cég likviditása ehhez megfelelő, így az eredménytartalékból az alábbi összegeket kívánjuk vállalkozásfejlesztésre – beruházásokra – fordítani:

Az Alapdíjból nettó 2 500 eFt-ot berendezésekre és irodai számítástechnikai felszerelésekre, az Egyéb díjból pedig egy új elem, az Óriássakk elkészítését szeretnénk finanszírozni. Az Óriássakk táblát és jelmezeket a későbbiek folyamán nemcsak egy rendezvényhez tudnánk felhasználni.

Az Alapdíj tervezett felhasználása:

adatok eFt-ban

Megnevezés	2019. évi terv
BERUHÁZÁSI KIADÁSOK	5 050
Mobiltelefonok (okos) vásárlása	500
Notebookok szoftverekkel	1 000
Bútorok, egyéb berendezések	1 500
Barátság moziba új székek vásárlása (mozi költségvetésének 10 %-a ide tervezve)	1 550
Egyéb kis értékű eszközbeszerzések	500
ANYAGKÖLTSÉGEK	2 680
Nyomtatványok, irodaszerek	400
Üzemanyag, kenőanyag	1 000
Védőital	80
Cégautó beszerzései	200
Egyéb anyagköltség (tisztítószer, stb.)	1 000
IGÉNYBE VETT SZOLGÁLTATÁSOK KÖLTSÉGEI	24 470
Irodák bérleti díjai	1 800
Eszközök bérleti díjai (nyomtató)	520
Egyéb bérleti díjak	800
Raktárbérlet díja 12 hó	1 700
Meglévő tárgyi eszközök, és iroda karbantartása	700
Cégautó javítás, mosatás	650
Hirdetés, reklám, propaganda költségei	10 000
Oktatás és továbbképzés költségei	600
Munkavállalók bel-és külföldi kiküldetési költsége (tanulmányi célú fesztiválok látogatása, rendezvények kapcsán felmerülő)	100
Telefon- és internet költségei (5271, 552)	600
Postaköltség	650
Tiszteletdíjak (ügyvéd, könyvvizsgáló, külső szolgáltatók, tanácsadók)	4 000
Fizetett nevezési és tagsági díjak	150
Folyóirat, könyv előfizetési költségei	100
Szállítási költségek	40

Egyéb igénybe vett szolgáltatások költségei (számítógépes hálózat üzemeltetése, nyomtatás, stb.)	2 000
Cégautó parkolási ktg., ap. matrica	60
EGYÉB SZOLGÁLTATÁSOK KÖLTSÉGEI	2 785
Illetékek, közzétételi díjak (5311, 539)	60
Fizetett jogdíjak	1 135
Bankköltség	1 500
Cégautó biztosítási díjai	90
BÉRKÖLTSÉG	76 830
Dolgozók bérköltsége (54, 553, 556)	76 830
SZEMÉLYI JELLEGŰ EGYÉB KIFIZETÉSEK	4 313
Munkavállalók számára személyi jellegű kifizetések (Cafeteria)	2 627
Cafeteria utáni szja (15%)	394
Munkavállalóknak fizetett egyéb személyi jell. kif. (védőszemüveg, üzemorvos)	400
Telefon magáncélú használati utáni szja	21
Reprezentáció	400
Reprezentáció utáni szja	71
Munkába járással kapcsolatos költségek	400
BÉRJÁRULÉKOK	16 156
Szociális hozzájárulási adó, szakképzési hj, kifizetői ekho	15 508
Cafeteria utáni szocho (19,5%)	512
Telefon magánhasználat utáni szocho	31
Reprezentáció utáni járulék	104
EGYÉB RÁFORDÍTÁSOK	6 110
Cégautóadó, gépjárműadó	110
Iparüzési adó éves kötelezettség	6 000
Nettó összesen	138 394
Korábbi évek eredménytartalékából igénybe veendő rész beruházásra	- 2 500
Korrigált nettó Alapdíj	135 894
27 % áfa	36 691
Igényelt bruttó Alapdíj	172 585

12.3 Bevételek

A rendezvények költségeinek biztosítására az önkormányzat előlegeket biztosít. A szolgáltatási szerződés értelmében pedig a meghatározott ütemezés szerint az addig megvalósított programokkal történik az elszámolás, amely alapján az önkormányzat a következő időszak szolgáltatási díját utalja. Az előlegekkel való elszámolás szeptemberben történik meg. Az előleg igénylésénél elválasztódik a programköltségre és a marketingkommunikációs költségre igényelt előleg kifizetésének üteme és mértéke is.

Az önkormányzat által biztosított szolgáltatási díj bevételen felül a társaság mindent megtesz annak érdekében, hogy szponzori támogatókat szerezzen, illetve az egyes rendezvényekhez készített kiadványunkban hirdetések helyezzünk el, amelynek bevétele szintén a saját bevételünket növeli. Több rendezvénynél pedig jegybevételből, részvételi díjból is fog saját bevétel keletkezni.

2019-re így az alábbi saját bevételeket irányozzuk elő:

adatok eFt-ban

Saját bevételek	Nettó összeg	Áfa	Bruttó összeg
Hirdetési bevételek, szponzori támogatások	1 949	526	2 475
Jegybevétel / részvételi díj	8 031	2 169	10 200
Tervezett pályázati támogatások	3 500		3 500
Egyéb rendezvényszervezések bevételei	23 889	6 450	30 339
Összesen:	37 369	9 145	46 514

12.4 Mérlegelemzés

A forgóeszközök között követelésként mutatjuk ki a 2018. évi Egyéb díj utolsó ütemében történő elszámolása kapcsán igényelt díjat, amely a következő évben érkezik meg a bankszámlánkra.

Aktív időbeli elhatárolások között olyan költségek szerepelnek, amelynek fedezetére várhatóan a következő év januárjában érkezik meg a bevétel Egyéb díj formájában, valamint olyan költségek, amelyek 2019-ben fel fognak merülni, de a tárgyévet követő évet terhelik. A rövid lejáratú kötelezettségek között a december utolsó napjaiban lebonyolítandó rendezvények kapcsán felmerülő szállítói tartozások, tervezett áfa befizetés, előírt járulék befizetési kötelezettségek szerepelnek. Passzív időbeli elhatárolások között szerepelnek azok a tételek, amelyekre 2020-ban érkezik meg a számla, de az tárgyévet terhelő költség.

A 2018. év végi várható adatokból kiindulva terveztük meg a 2019. év végi mérleg adatait is.

Az eredménykimutatásban az értékesítés nettó árbevétele az önkormányzat felé szolgáltatási díjként leszámítható tételek nettó összegéből, valamint a saját bevételekből áll. Egyéb bevételként a rendezvények lebonyolítását segítő remélt pályázati támogatást mutatjuk ki. Társaságunk folyamatosan figyeli az aktuális pályázati lehetőségeket, és az elmúlt évek tapasztalatai alapján azokon támogatást is nyertünk el. Az üzleti terv készítésekor már bizonyosan tudjuk azt is, hogy a 2019. évi Fejér Megyei Diáknapi rendezvényre a Nemzeti Kulturális Alaptól támogatásban fogunk részesülni.

Anyagijellegű ráfordításként az egyéb működéshez szükséges költségek nettó értékével, a programok költségének nettó értékével számoltunk. Személyi jellegű ráfordításnál a bér- és személyi jellegű költségek, valamint bérjárulékok szerepelnek. Értékcsökkenési leírásnál az elszámolt értékcsökkenéseket mutattuk ki.

Számításaink alapján a 2019-re kimutatott adózott eredményt az egyéb marketingkommunikációs bevételeinkből, illetve a befolyt jegybevételekből, hirdetési bevételekből realizáljuk. Az Egyéb díjból – amely a rendezvényekre nyújt fedezetet – maradvánnyal nem számolunk. Az adózott eredményt eredménytartalékba javasoljuk helyezni, amely a jövőbeni, előre nem látható kiadásokra nyújtana fedezetet.

12.5 Mérlegterv

adatok eFt-ban

		Fehérvári Programszervező Kft.		
Sorszám	Tétel megnevezése	Tény 2017	Várható 2018	Terv 2019
1	A. Befektetett eszközök	11 501	12 240	21 500
2	I. IMMATERIÁLIS JAVAK	462	340	200
3	II. TÁRGYI ESZKÖZÖK	11 039	11 900	21 300
4	III. BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK		0	0
5	B. Forgóeszközök	47 506	37 961	30 095
6	I. KÉSZLETEK		0	0
7	II. KÖVETELÉSEK	37 180	6 500	2 965
8	III. ÉRTÉKPAPÍROK			
9	IV. PÉNZESZKÖZÖK	10 326	31 461	27 130
10	C. Aktív időbeli elhatárolások	12 932	16 500	32 000
11	ESZKÖZÖK (AKTÍVÁK) ÖSSZESEN	71 939	66 701	83 595
12	D. Saját tőke	30 063	36 927	46 440
13	I. JEGYZETT TŐKE	3 000	3 000	3 000
14	II. JEGYZETT, DE MÉG BE NEM FIZETETT TŐKE (-)			
15	III. TŐKETARTALÉK			
16	IV. EREDMÉNYTARTALÉK	9 672	22 781	29 645
17	V. LEKÖTÖTT TARTALÉK	4 282	4 282	4 282
18	VI. ÉRTÉKELESI TARTALÉK			
19	VII. ADÓZOTT EREDMÉNY	13 109	6 864	9 513
20	E. Céltartalékok		0	0
21	F. Kötelezettségek	40 587	28 574	35 955
22	I. HÁTRASOROLT KÖTELEZETTSÉGEK			
23	II. HOSSZÚ LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK			
24	III. RÖVID LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	40 587	28 574	35 955
25	G. Passzív időbeli elhatárolások	1 289	1 200	1 200
26	FORRÁSOK (PASSZÍVÁK) ÖSSZESEN	71 939	66 701	83 595

12.6 Eredményterv

adatok eFt-ban

Fehérvári Programszervező Kft.				
Sorszám	Tétel megnevezése	Tény 2017	Várható 2018	Terv 2019
1	I. ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	376 938	416 676	433 738
2	II. AKTIVÁLT SAJÁT TELJESÍTMÉNYEK ÉRTÉKE			
3	III. EGYÉB BEVÉTELEK	996	2 040	3 973
4	IV. ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	255 957	299 071	302 635
5	V. SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	93 540	98 628	111 016
6	VI. ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS	7 735	6 345	7 345
7	VII. EGYÉB RÁFORDÍTÁSOK	6 756	7 664	6 810
8	A. ÜZEMI (ÜZLETI) TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE	13 946	7 008	9 905
9	VIII. PÉNZÜGYI MŰVELETEK BEVÉTELEI	23	6	8
10	IX. PÉNZÜGYI MŰVELETEK RÁFORDÍTÁSAI			
11	B. PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE	23	6	8
12	C. ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	13 969	7 014	9 913
13	X. Adófizetési kötelezettség	860	150	400
14	D. ADÓZOTT EREDMÉNY	13 109	6 864	9 513

Székesfehérvár, 2019. január 30.

Juhász Zsófia
ügyvezető

Fehérvári Programszervező
Korlátolt Felelősségű Társaság
8000 Székesfehérvár, Városház tér 1.
Adószám: 25131370-2-07
Bank: 12001008-01495087-00100003
(Raiffeisen Bank)