



## **Üzleti terv**

**2018**

Székesfehérvári Turisztikai  
Közhasznú Nonprofit Kft.

Kelt: Székesfehérvár, 2017. november 29.

Farkasné Szegő Krisztina  
ügyvezető



## Tartalomjegyzék

1. A SZÉKESFEHÉRVÁRI TURISZTIKAI KÖZHASZNÚ NONPROFIT KFT. CÉLJA ÉS TEVÉKENYSÉGEI.....	4
1.1 Közhasznú információszolgáltatás - Tourinform Iroda .....	5
1.2 Fehérvári Ajándékbolt és Jegyiroda .....	7
1.3 TDM Szervezet .....	8
1.4 Turisztikai fejlesztések .....	9
1.4.1. Integrált turisztikai tájékoztatási rendszer létrehozása .....	9
1.4.2. Turista busz kialakításának támogatása.....	10
1.4.3. Koronázó Bazilika makettje .....	10
1.5. Marketing tevékenység tervezése .....	10
1.6. Koronás Park menedzsment .....	11
1.7. Projekt menedzsment.....	12
2. HUMÁN ERŐFORRÁS .....	12
2.1. Dolgozói állomány.....	12
2.2. Bérköltségek.....	14
2.3. Béren kívüli juttatások .....	14
2.4. Egyéb javadalmazás .....	15
2.5. Képzési terv.....	15
3. IGÉNYBE VETT SZOLGÁLTATÁSOK, MŰKÖDÉSI KÖLTSÉGEK .....	16
4. A TÁRSASÁG MŰKÖDÉSÉNEK MARKETING TERVE .....	16
4.1. Alapfeladatokhoz kapcsolódó marketing .....	16
4.2. Alapfeladatok támogatását szolgáló marketing .....	18
4.3. Koronás Park marketing.....	19
4.4. Üzleti tevékenységet támogató marketing.....	20
4.5. Marketing mix .....	21
5. A TÁRSASÁG PIACI HELYZETE.....	23
6. KOCKÁZATOK, LEHETŐSÉGEK, SWOT ANALÍZIS.....	24
7. FEJLESZTÉSI TERVEK.....	25
8. A TÁRSASÁG MŰKÖDÉSÉNEK PÉNZÜGYI TERVE .....	26



8.1. A Társaság eredményterve .....	26
8.2. Bevételek tervezése .....	26
8.3. Kiadások tervezése.....	28
8.4. Összesítő költségábra.....	28
8.5. A Társaság mérlegterve.....	29
9. MELLÉKLETEK .....	29
9.1. Bevételek.....	30
9.2. Kiadások .....	31



## **1. A Székesfehérvári Turisztikai Közhasznú Nonprofit Kft. célja és tevékenységei**

A Társaság alapító okiratában rögzítettek szerint a Társaság célja, hogy Székesfehérvár Megyei Jogú Város Önkormányzata és a Székesfehérváron és térségében a turizmushoz kapcsolódó tevékenységet végző gazdálkodó és társadalmi szervezetek hatékonyabban tudják elősegíteni a térség turisztikai fejlődését, fejlesztési, információs és marketing tevékenységük összehangolásával javítsák a térség turizmusának versenyképességét és hatékonyan tudjanak pályázni az idegenforgalommal és turizmussal összefüggő központi forrásokra. A megfogalmazott célok között szerepel továbbá a turistaforgalom növelésével gazdasági fejlődés generálása, a lakosság életminőségének javítása, a város és térsége vonzerőinek és szolgáltatásainak összekapcsolása a turizmus fejlesztésében. A Társaság tagjain kívül szerződéses kapcsolatok révén segíti a fenti célokat felvállaló személyeket vagy szervezeteket is.

E megfogalmazott távlati célkitűzések megvalósítása során 2017-re már létrejött egy működő desztinációs partnerségi hálózat, piacra vihető kínálati egységekkel, melyet a Társaság összehangolt információs és marketing tevékenységgel fog össze. A 2018. év tervezésekor a Társaság rövidtávú célkitűzése, hogy a desztináció marketing tevékenységét tovább optimalizálja, annak hatékonyságát növelje, és biztosítsa az elmúlt években tapasztalható keresletnövekedés fenntartását. Mindennek érdekében továbbra is ellátja eddigi tevékenységeit, melyek közül elsődleges a közhasznú információs szolgáltatás, mint fő tevékenység, ezzel összefüggésben a Tourinform iroda üzemeltetése. A főtevékenységgel összefüggésben végezzük közvetítői tevékenységünket, mely során a helyi turisztikai kínálatot juttatjuk a piacra és lehetőleg ezeket összekapcsolva csomagban értékesítjük. Ezt a tevékenységet egészíti ki és támogatja a turisztikai marketing és a turisztikai fejlesztések megvalósítása. Társaságunk üzemelteti a Fehérvári Ajándékboltot, mely a turisztikai kínálatra épül, és felsorakoztatja a desztináció értékeit. Tevékenységi köreink tekintetében 2018-ban változást nem tervezünk.



A fókusz a fejlesztésekre irányul a következő üzleti évben. Prioritást élvez az integrált turisztikai információs rendszer létrehozása, amely egységbe foglalja a közeljövő fejlesztéseinek részegységeit és Székesfehérvár turisztikai vonzerőit, valamint újabb szolgáltatással egészíti ki a turisztikai kínálatot. A digitális fejlesztések között kiemelt figyelmet kap a mobil eszközökről elérhető korszerű tartalmak létrehozása, mint a versenyképesség kulcsa.

A Társaság működését Székesfehérvár MJV önkormányzata biztosítja, így túlmenően a kötelező információszolgáltatáson megteremti a fenti tevékenységek finanszírozási feltételeit. Az önkormányzat támogatja továbbá a marketing és fejlesztési tevékenységeket is a fent megfogalmazott hosszútávú célok érdekében. A Társaság üzleti bevételeivel hozzájárul a célok eléréséhez és a fejlesztésekhez egyaránt.

### **1.1 Közhasznú információszolgáltatás - Tourinform Iroda**

Társaságunk 2010 óta végzi a Tourinform Iroda üzemeltetését a Székesfehérvár MJV önkormányzatával megkötött Középtávú Együtműködési Megállapodásban foglaltak alapján, összefüggésben a céljaink között megfogalmazott turisztikai feladatokkal. A Tourinform névhasználatot a Magyar Turizmus Zrt-vel megkötött háromoldalú (Magyar Turizmus Zrt. – Székesfehérvár MJV Önkormányzata – Székesfehérvári Turisztikai Közhasznú Nonprofit Kft.) Névhasználati szerződés biztosítja és szabályozza. A 2016. évben bekövetkezett átalakítás után a Magyar Turizmus Zrt. jogutódjaként a Magyar Turisztikai Ügynökség vette át a Tourinform márkát. A Névhasználati szerződésben előírt arculati és tartalmi követelmények figyelembe vétele mellett alakítottuk át a turisztikai információs rendszert, amely tartalmazza a kötelező nyitva tartási időt, az információszolgáltatás minőségét, valamint a turisztikai vonzáskörzet (gyűjtőterület) adatainak gyűjtését és frissítését, ezek többnyelvű rögzítését a Nemzeti Turisztikai Adatbázisba (NETA). A névhasználati partner folyamatosan ellenőrzi partnereit, személyes, telefonos- és internetes mystery shopping-ok (inkognitó tesztek) keretében értékeli az irodák munkáját és minősíti azokat. A székesfehérvári Tourinform Iroda 2012 óta minden évben 100 %-os teljesítményt ért el, így a MT Zrt minőségi standardja alapján kiemelt (Minősített) irodaként szerepelt.



Az iroda nyitva tartásánál kiemelt szempont, hogy az elmúlt évek tapasztalatai alapján a látogatói igényekhez maximálisan alkalmazkodjunk. Ennek érdekében szezonálisan meghosszabbított nyitva tartással dolgozunk, ez májustól szeptemberig a teljes hétvégére vonatkozik, ezen belül pedig a nyári kelemelt időszakban még hosszabb ideig tart nyitva a Tourinform iroda. A hosszú hétvégék és ünnepek idején is alkalmazkodunk a rendezvényekhez, programokhoz és a látogatói igényekhez. Városi rendezvények idején a rendezvények időtartamához alkalmazkodik nyitva tartásunk, szükség esetén hosszabbított nyitva tartással, vagy külső információs ponttal működünk. A Tourinform Iroda folyamatos információszolgáltatást nyújt az iroda előtt felállított kültéri integrált információs pont (touch info) segítségével nyitva tartási idején túl is.

A turisztikai szempontok mellett a helyi lakosság kiszolgálása is egyre inkább meghatározza az iroda munkáját. Mára a Tourinform iroda a turisták tájékoztatásán túl a helyi lakosság információ ellátásának központi helyévé is vált, egyre többen kérnek itt tájékoztatást a helyi programokról, rendezvényekről. Ezért a hagyományos Tourinform feladatok mellett folyamatosan gyűjtjük az információkat a helyi programgazdáktól - a nonprofit és üzleti szektorból egyaránt -, hogy teljes körű tájékoztatást nyújthassunk. Heti-, havi- és éves programajánlókat készítünk, a programokról heti hírlevélben tájékoztatjuk adatbázisunk tagjait.

A Tourinform iroda tevékenységei:

- személyes, telefonos, online információszolgáltatás
- idegenvezető- és programközvetítés
- információk gyűjtése, rögzítése a Nemzeti Turisztikai Adatbázisban
- turisztikai információk frissítése, online felületek kezelése
- helyi programok gyűjtése és népszerűsítése heti hírlevél formájában

A tevékenységet az iroda 2 fővel látja el, így biztosított a tevékenység maradéktalan és magas színvonalú ellátása.



## 1.2 Fehérvári Ajándékbolt és Jegyiroda

A Fehérvári Ajándékbolt 2011. év végén került kialakításra azzal a céllal, hogy a helyi értékeket bemutassuk, erősítsük a helyiek kötődését a városhoz, az idelátogatók számára pedig kirakatot mutassunk értékeinkből.

Az Ajándékbolt megfelelő termékskálával képes betölteni a neki szánt szerepet. Éppen ezért fontos, hogy folyamatos termékfejlesztéssel gazdagítsuk és újítsuk meg kínálatunkat, és emeljük a termékek színvonalát évről-évre. A speciális tematikájú szuvenír termékek (pl. Koronázási Ünnepi Játékok) iránti kereslet is megmutatkozott az elmúlt években, ugyanakkor a kis darabszámban beszerzett, valamint a kézművesek által készített termékek ára meglehetősen magas. Az ajándékbolt átlagos árrése a 2017. évi adatok alapján 25% volt, ennek további növelése a cél 2018-ban. A forgalom és a nyereség mértéke ugyanakkor nem teszi lehetővé, hogy a Fehérvári Ajándékboltra üzleti befektetésként tekintsünk. Az üzlet ugyanakkor jól használható marketing felület, valamint küldetés a helyi értékek, helyi termékek bemutatására. 2017-ben az üzlet átalakítása és újra pozícionálása zajlott, mely során igényes szuvenír shop jött létre. Folyamatosan dolgozunk a termékpalletta frissítésén, elsősorban igényes, helyi alkotóktól származó design-nal készülő tárgyak kapnak helyet. A szuvenír kínálat brand-jei is tovább gyarapodnak művészi és kreatív vonallal egyaránt. Ezért továbbra is nagy figyelmet fordítunk a termékfejlesztésre.

2015-ben jegyirodai tevékenységgel bővítettük szolgáltatási körünket. A társaság üzemeltetésében álló Fehérvári Ajándékboltban kezdtük meg ezt a tevékenységet. A 2017. évi tervezéshez már egy egész év adatai állnak rendelkezésünkre, ezek birtokában már látjuk, hogy milyen lépéseket kell megtenni annak érdekében, hogy a jegyiroda a hatékonyabb városi kommunikációt szolgálja. Mivel egy belvárosi jegyiroda kizárólag ilyen tevékenységből rentábilisan nem tartható fenn, de még mindig rendkívül nagy az igény rá, ezért továbbra is fontosnak tartjuk ezt a tevékenységet. Optimálisan egészíti ki szolgáltatási palettánkat, jól illeszkedik céljaink sorába, és olyan megnövekedett forgalmat generál, amely a többi szolgáltatás ismertségét, népszerűsítését is emeli, valamint kiváló platformot teremthet városi rendezvények jegyértékesítési feladataihoz. Ezért célszerűnek tartjuk a tevékenység további erősítését.



Az Ajándékbolt és Jegyiroda működését a hétfégi és szezonálisan hosszított nyitva tartás miatt 2 fővel látjuk el. A forgalom és a haszon növelése érdekében a 2017-ben bevezetett jutalékos bérezést tovább folytatjuk, melynek alapja a megelőző év bevételének 10%-kal növelt mértéke negyedéves bontásban. A jutalék tervezését üzleti bevételeink terhére fedezzük.

### **1.3. TDM Szervezet működése**

A Székesfehérvári Turisztikai Közhasznú Nonprofit Kft. 2012-től a Nemzetgazdasági Minisztérium által regisztrált Turisztikai Desztinációs Menedzsment Szervezetként (röviden TDMSz) működik. A TDM Szervezet Székesfehérvár, mint egységes turisztikai desztináció (turisztikai célpont) összehangolt turizmusirányítási- és marketing feladatait látja el a helyi turizmusban érdekelt résztvevők összefogása révén.

A TDM Szervezet célja a helyi turizmus fellendítése, kommunikációs és marketing rendszer kiépítése, és ennek a résztvevők bevonása révén közös érdekeltég alapján való működtetése. Cél, hogy a turizmusra fordított erők hatékony összefogása által a város intenzívebben jelenjen meg a belföldi és külföldi turisztikai kínálatban, színesebb, vonzóbb képet mutasson magáról, ezáltal nőjön az érdeklődés Székesfehérvár iránt. A végső cél a turizmusra jellemző mutatók (éves vendégéjszaka szám, átlagos tartózkodási idő, fajlagos költség...) növekedése, az Önkormányzathoz befolyó idegenforgalmi adó (IFA) mértékének növelése és a városban lakók életminőségének javításához való hozzájárulás. A szervezet működése révén a helyi lakosság is naprakész információkhoz jut, s maga is haszonélvezője a vonzerőfejlesztésekből adódó színesebb kínálatnak.

Szakmai partnereink számára (MABEUSZ és MUISZ szervezetek, mint a hazai utazásszervezők és beutaztatók képviselői, valamint az OIC országos idegenvezető hálózat) 2017-ben is több szakmai programot és tanulmányutat szervezünk, hiszen ezek az események a legalkalmasabbak arra, hogy a piaci szereplőkkel megismertessük a turisztikai vonzerőinket és az új fejlesztéseket.

Széleskörű TDM tagszervezettel rendelkezünk, tagjaink között tudhatjuk a helyi szálláskapacitás 60 %-t, a múzeumok és kiállítóhelyek, valamint a turisztikai szolgáltatók jelentős részét. Célunk, hogy a TDM tagszervezet működését az előttünk álló évben tovább erősítsük, desztinációs





szerű termékfejlesztéseket hajtsunk végre. Továbbra is minden lehetőséget megragadunk, amely pályázati lehetőséget kínál országos, vagy nemzetközi megjelenésekre, vagy szakmai programok (pl. országos turizmus konferencia) helyszínére is.

## **1.4. Turisztikai fejlesztések tervezése**

A célok megvalósításának eszköze a turisztikai vonzerők feltárása után kínálati csomagok létrehozása, és azok piacra vitele, illetve új attrakciók létrehozása, és a szolgáltatásfejlesztés támogatása, ösztönzése. 2018-ban egyik fő célkitűzésünk az integrált turisztikai tájékoztatási rendszer létrehozása, mely digitális fejlesztésekkel is együtt jár.

### **1.4.1. Integrált turisztikai tájékoztatási rendszer létrehozása**

Olyan fizikai tájékoztatási rendszer megvalósítására teszünk javaslatot, amely egységes megjelenéssel, egységbe foglalt tartalommal tartalmaz többszintű tájékoztatási felületet.

Az első szint a turista érkezés ponton a közlekedést segítő információkat tartalmazzák: várostérkép buszjáratok és kerékpárutak, parkolási lehetőségek, fontos pontok jelölésével, melyhez külön elérési térképet készítünk, az egyes turisztikai objektumok gyalogos/kerékpáros/autós megközelítésének időtartamával.

A második szint a turisztikai kínálat megjelenítését tartalmazza. Konceptciónk lényege, hogy a helyi turisztikai kínálatot tematizáltan jelenítjük meg, sétautakba rendezve. A sétautak táblákon jelennek meg, amelyek térképet és magyarázó ikonokat tartalmaznak.

A harmadik szinten a turisztikai objektumok bővebb tartalmi érhetők el (leírások, adatok), ezek azonban a táblákon már nincsenek feltüntetve, csak a sétautakhoz tartozó vezetőfüzetben található, illetve a letölthető alkalmazások segítségével érhetők el mobil eszközök használatával.

Az alkalmazások tartalmazzák a negyedik szintet, amelyben már AR tartalmakhoz is juthatnak a látogatók (képek, videók, 3D animációk). Fontos, hogy a táblákon és a vezető füzetekben egyaránt feltüntetésre kerülnek a letölthető alkalmazások, így minden látogató találkozik a lehetőséggel és minden bizonnyal használni is fogják azt.



Az önkormányzati támogatással megvalósítandó fejlesztés tervezett költsége a jövő évben 10 m Ft.

#### **1.4.2. Turista busz kialakítása**

2018-ban egyik kiemelt fejlesztés egy turista busz kialakításának támogatása. A tervben egy régi régi Ikarusz busz átalakítása szerepel, mely illeszkedik a város adottságaihoz. Így nem egyszerűen egy közlekedési eszköz létrehozását támogatja a város, hanem egyúttal olyan turisztikai látványosság létrehozását is, amely szerves része a városi hagyományoknak, ipartörténeti jelentőséggel is bír. A járat alkalmas csoportok megrendeléseinek kiszolgálására, de garantált kirándulások lebonyolítására is. Alkalmas a város távolabbi látványosságainak bekapcsolására, és a környező látnivalók fizikai összekötésére is (Velencei-tó, kastélyok, stb.) Ugyanakkor dekorált küldő felülete jelentős marketing erővel is bír. Az önkormányzati forrásból történő támogatás mértéke legfeljebb 5 m Ft, mely az üzleti tervbe beépítésre került.

#### **1.4.3. Koronázó Bazilika makettje**

A Romkert turisztikai vonzerejét növeli a fejlesztés, mely akadálymentesített módon láttatja az egykori koronázó bazilikát. A makett a XII. századi rajz alapján kerül elkészítésre, hasonlóan a már meglévő városmaketthez. A fejlesztés finanszírozására a 2017. üzleti tervben szereplő összeg visszafizetésre került, mivel 2017-ben nem valósult meg, ezért a támogatást 2018-ban ismételten beterveztük 2,5 m Ft-tal.

### **1.5. Marketing tevékenység tervezése**

Társaságunk alapfeladatát támogatja a turisztikai marketing tevékenység. A desztináció vonzerejének növelése érdekében kiadványokat szerkesztünk, kezeljük a városi honlapon a Turizmus aloldalt, hírlevél rendszert üzemeltetünk, kiállításokon veszünk részt és study tour-okat (szakmai tanulmányutakat) szervezünk. Ezt a tevékenységet is önkormányzati támogatással végezzük. Saját tapasztalataink és kutatásaink/méréseink alapján célzott marketing tevékenységre készülünk 2018-ban, melynek egyik alappillére a határon túli



magyarság felé irányuló kommunikáció és megjelenés. 2017-ben feldekorálásra került egy mozdony a MÁV Starttal kötött megállapodás értelmében, mely 2018-ban is tovább fut, és lehetővé teszi, hogy különböző aktivitásokat, promóciót tervezzünk vele. Ezek egyike a Csíksomlyói búcsúhoz kapcsolódik, hiszen a zarándokvonatot a székesfehérvári mozdony szállítja majd, a másik aktivitás pedig az augusztus 20-án Fehérvárra érkező szerelvényhez kötődik. Facebook aktivitást, fotós feltöltős kampányt és nyereményjátékot szervezünk 2018-ban a Szent István mozdony köré. Ezen kívül színvonalas kiállítási- és turisztikai megjelenéseket tervezünk: imázs kiadvány, éves programfüzet, célzott turisztikai ajánlatok, idegen nyelvű leporellók, szórólapok. Az általunk menedzselt, vagy létrehozott marketing felületeken partnereink részére megjelenési lehetőséget kínálunk, felületeket értékesítünk. A 2018. évre tervezett marketing tevékenységünk részletezését az 5. fejezet tartalmazza.

## **1.6. Koronás Park menedzsment**

Társaságunk részt vesz a Koronás Park szakmai irányításában együttműködő partnerként az önkormányzattal, az üzemeltető Városgondnoksággal és A Szabadművelődés Házával. A Koronás Park működésében már több év tapasztalatai állnak a rendelkezésünkre, ezek birtokában tervezhető a 2018. év programjait támogató marketing tevékenység. Elemeztük a park látogató számát, látogatói elvárásokat, a szervezett programok látogatottságát és bevételeit. A tapasztalatok birtokában elmondható, hogy a lebonyolított programok közül azok voltak sikeresek és pénzügyileg is eredményesek, amelyek esetében a programokhoz megfelelő mennyiségű és színvonalú marketing-kommunikáció társult. Ezért a 2018-ra tervezett programok (garantált programok, tematikus napok, stb.) mellé szakmailag továbbra is szükségesnek látjuk a programokat támogató marketing keret betervezését, amely egyrészt nyomtatott médiában történő megjelenést tartalmaz, másrészt plakátok, szóróanyagok gyártásának költségeit, valamint célzott on-line marketinget foglal magában. A tervezett programok színes és sokrétű tematikára épülnek, a legkisebb korosztálytól (baba játszó) a kisiskolásokig (rendhagyó történelemóra) kidolgozásra kerültek a programok, amelyeket időszaki kiállításokkal tesz a park még színesebbé.



A Csónakázó tó felújítása kiegészíti a Koronás Park vonzerejét, ezért még nagyobb számban várunk osztálykiránduló csoportokat is.

## 1.7. Projekt menedzsment

2018 tavaszán a KDOP-2.2.1/A-2009-0007 jelű projekt 5 éves fenntartási idejének végéhez érkezünk. Más futó projektet nem bonyolítunk. Pályázataink menedzsmentjét saját állománnyal látjuk el.

## 2. Humán erőforrás tervezése

### 2.1. Dolgozói állomány, munkakörök

A tevékenységek ellátására a korábbi 6 fős dolgozói létszámot 2018-tól 1 fő adminisztrációs munkatárssal egészítjük ki.

#### **Dolgozói összetétel:**

Főállásban alkalmazottak száma: 6 fő alkalmazott

Megbízással: 1 fő ügyvezető

#### **Back-office munkatárs: 3 fő + 1 fő**

- ügyvezető  
legmagasabb végzettség: felsőfok (egyetem)
- Tourinform irodavezető  
legmagasabb végzettség: felsőfok (egyetem)
- Fehérvári Ajándékbolt és Jegyiroda vezetője és marketing menedzser  
legmagasabb végzettség: felsőfok (főiskola)
- Fejlesztés 2018-tól: 1 fő adminisztrációs munkatárs

Front office: Tourinform iroda és Fehérvári Ajándékbolt mindegyikében ügyfélforgalom zajlik, szezonálisan hétvégi nyitva tartással, melyet 2-2 fő munkatárs lát el.



### **Tourinform Iroda front-office munkatárs: 2 fő**

- 1 fő önkormányzati alkalmazásban kihelyezett munkavégzéssel
- 1 fő Tourinform ügyfélszolgálat (információs szolgáltatás, közvetítői tevékenység)  
képesítés: OKJ idegenvezető, középfokú angol nyelvtudás
- Időszaki munkavégzés: 2 fő gyakornok (főiskolai, egyetemi szakirányú képzés kötelező szakmai gyakorlatot végzők)
- **Fehérvári Ajándékbolt és Jegyiroda front-office munkatárs: 2 fő**
- 1 fő bolti eladó  
képesítés: OKJ idegenforgalmi szakmenedzser
- 1 fő bolti eladó  
képesítés: OKJ idegenvezető, középfokú angol nyelvtudás

Munkavégzés: havi munkaidőkeretben

Ügyvezető: Farkasné Szegő Krisztina

Az ügyvezető a szervezet irányításán túl ellátja a szakmai kapcsolattartást és szakértői feladatokat, valamint vezeti a szervezet marketing tevékenységét. Közvetlen irányítása alatt álló két kolléga egyike a Tourinform iroda szakmai munkájáért felel, mint irodavezető. Feladatai közé tartozik az ügyfélszolgálat irányításán túl az értékesítési és közvetítői feladatok koordinálása, szakmai ajánlatok készítése, programcsomagok összeállítása, a Nemzeti Turisztikai Adatbázis kezelésének folyamatos ellenőrzése, turisztikai partnerekkel való kapcsolattartás, valamint a gyakornoki és önkéntesi program koordinálása. A másik vezető kolléga az ügyvezető közvetlen irányítása alatt felel a pénzügyi-adminisztratív ügyekért, irányítja a Fehérvári Ajándékbolt értékesítési folyamatait beszerzéstől a készletfelügyeletig, marketing vezetőként szerkeszti a turisztikai kiadványokat, valamint szervezi a Társaság által bonyolított rendezvényeket, kiállítási megjelenéseket, egyéb programokat, és asszisztensként részt vesz az aktuális projektek menedzsmentjében. A további 1 fő alkalmazott ellátja a Tourinform iroda ügyfélszolgálati teendőit, közvetítői tevékenységet végez, valamint a heti programajánló hírlevél összeállítását és a Facebook-on történő kommunikációt végzi. 2 fő látja el az Ajándékbolt és Jegyiroda értékesítési feladatait, készletnyilvántartást, beszerzés koordinálását, Facebook profilok kezelését.



A kialakított szervezeti struktúra alkalmas a rugalmas és sokrétű feladat ellátásra, de a szezonális követelményeit figyelembe véve az állandó stáb mindenképpen kiegészítése szorul. Ezért került betervezésre a gyakornoki és az időszakos munkavégzés az üzleti terv üzemeltetési költségei között. Ezek a tevékenységek a feladatok maradéktalan ellátásához szükségesek, illetve annak hatékonyságát fokozzák.

## 2.2. Bérköltség

Tervezett éves bérkeret: 27 656 100 Ft

7 fő munkabér (ügyvezető + 6 fő alkalmazott): 22 950 000 Ft

7 fő bérjárulék (ügyvezető + 6 fő alkalmazott): 4 706 100 Ft

Növekedés 2017. évhez képest: 5% a személyi jellegű kifizetések tekintetében

A növekedés összetevői:

- 1 fő adminisztrációs munkatárs beállítása szakképzett bérminimummal tervezve
- 5% bérkeret növekmény, melyet részben a szakképzett bérminimum növekedése eredményez. A növekedés a Társaság 2 munkavállalójának bérét érinti, ez a többi munkavállaló bérének növekedését is maga után vonja. Így - az általánosan magas fluktuáció és kvalifikált munkaerőhiány mellett - biztosítható a jelen piaci helyzetben a jelenlegi tapasztalt alkalmazottak megtartása és a magas színvonalú feladatellátás.

## 2.3. Béren kívüli dolgozói juttatások

Az alkalmazottak egyenlően részesülnek béren kívüli juttatásban, az önkormányzati köztisztviselők számára adható mértékben. (Erzsébet utalvány, SZÉP kártya)

6 fő alkalmazott részére: 1 200 000 Ft (200 000 Ft/fő)



## 2.4. Egyéb javadalmazás

A Társaság 3 tagú Felügyelő Bizottságának tagjai a Társaság 9/2015(12.21.) határozata szerint megállapított javadalmazásban részesülnek, melynek összege éves 2 698 500 Ft. Az összeget a személyi költségek között beterveztük.

## 2.5. Képzési terv

A dolgozói képzésekre 2018-ra nem állítottunk be költségkeret, a szakmai továbbképzések a működési keretből finanszírozhatók, a továbbiakhoz külső forrást keresünk.

- Nyelvi képzés (kiemelt nyelvek: német, orosz nyelveken, nyelvi szinten tartás)  
Irodánk évente közel 15.000-20.000 fő átlagos látogatói forgalmat bonyolít, mely közel fele részben külföldiekből tevődik össze. A betérők között elsősorban német, holland, lengyel és egyre növekvő számban orosz nyelvű turisták szerepelnek. A német és orosz vendégeink többsége az idősebb korosztályhoz tartozik, így ők angol nyelven szinte egyáltalán nem beszélnek, ezért az angol nyelvtudás mellett szükségessé válik a nyelvi továbbképzés.  
Finanszírozás: pályázati forrás
- NETA oktatás (Nemzeti Turisztikai adatbázis)  
Magyarország turisztikai adatbázisának, a NETA-nak (Nemzeti Turisztikai Adatbázis) a folyamatos frissítése, naprakész információkkal való feltöltése a Tourinform iroda egyik kiemelt feladata. Irodánk gyűjtőterületébe Székesfehérvár teljes turisztikai adatbázisa és a megyei Tourinform iroda megszűnése óta további 23 település tartozik. Az adatfeltöltések 3 nyelven történnek, a magyar mellett angol és német nyelven. A feladat fontossága miatt a Magyar Turizmus Zrt. a korábbi években képzéseket tartott a Tourinform hálózat munkatársainak a rendszer minél pontosabb használatához, erre a továbbiakban is számítunk, sőt a Magyar Turisztikai Ügynökséggel folytatott egyeztetések alapján további képzések bevezetésére is látunk esélyt.
- Kommunikációs és értékesítési tréning



Az ügyfélszolgálat és az értékesítést végző munkatársak részére elengedhetetlen a képzés, amelyet első körben házon belül kívánunk megoldani, de ha lehetőséget látunk külső tréning igénybe vételére, élünk a lehetőséggel.

### **3. Igénybe vett szolgáltatások, működési költségek**

A működési költségek között az alapfeladatok ellátásához rendelt külön sorban feltüntetett költségkeret (4 m Ft) garantálja, hogy a Tourinform iroda elláthassa az információs kiadványok ingyenes terjesztését és az alapvető turisztikai adatbázisokban való megjelenést. Ez előfeltétele a desztináció megtalálhatóságának, népszerűsítésének és a turista igények kiszolgálásának. A kiadványok összeállítását a Társaság személyi állománya végzi.

A Társaság működéséhez szolgáltatásokat vesz igénybe. A könyvelési- és pénzügyi szakértői feladatokat külső szakértővel látjuk el, csakúgy, mint a könyvvizsgálói és jogi szakértői feladatokat. A könyvelési tételek magas száma a könyvelési szolgáltatás és a könyvvizsgálati díj növekedését vonja maga után, ami havi 60 e Ft többletkiadást eredményez a tervezésben. Ezen kívül a napi működés biztosításához elengedhetetlen informatikai felügyeletet és grafikai tervezői feladatokat is szolgáltatásként vesszük igénybe.

A működési költségek között legnagyobb tételként a Hiemer-házban használt helyiségek rezszi költségeivel kell számolni. A költségterv alapját az előző éves felhasználás és díjfizetés képezi. Az üzleti terv kiadási táblázat (ld. 2. sz. Melléklet) a működési költségeket és szolgáltatásokat sorokra bontva tartalmazza.

## **4. A Társaság marketing terve**

### **4.1. Alapfeladatokhoz kapcsolódó marketing**

Az elmúlt években Székesfehérvárnak, mint turisztikai célpontnak sokat nőtt a vonzereje a belföldi piacon, köszönhetően az új fejlesztéseknek (Fő utca, Hiemer-ház, Játékmúzeum, Koronás Park..), az aktívabb kommunikációnak, és a Székesfehérvári Királyi Napok rendezvénynek. A Koronázási Ünnepi Játékok rendezvény elősegíti a város turisztikai





pozicionálását, egyedi és attraktív látványt és üzenetet hordoz. Az elmúlt években a nyári hónapok látogató- és vendégéjszaka száma jelentős mértékben megnőtt, de a növekedés az év egészére igaz. A kulcs itt is a megfelelő és tervezett marketing tevékenység és a tudatos termékfejlesztés. Társaságunk 2018-ban is tavasztól őszig tervezi a garantált programok indítását. A nyári hónapokban a város nyáresti kulturális programjaihoz kapcsolódva kínálunk városfelfedező programokat a legváltozatosabb tematikával, melyeken a turisták mellett a helyi lakosok is szép számban részt vesznek. Az elmúlt években az utazási szokások és trendek jelentősen átalakultak. A döntési idő lerövidült, csakúgy, mint az utazások hossza. A belföldi utazások esetében a hosszú nyaralást felváltották a rövidebb időtartamú belföldre irányuló hosszú hétvégés kikapcsolódások. Itt a preferencia még mindig a wellness szolgáltatások felé billen, de elindult egyfajta országfelfedező „mozgalom” is. A döntést nagymértékben befolyásolják a vonzó kulturális rendezvények, valamint a különleges, egyedi kínálat. A belföldi utazások többnyire egyéniak, a turisták és a szolgáltatók közvetlen kapcsolatban állnak. A csoportok jellemzően átutazók, túlnyomórészt diák és nyugdíjas csoportok érkeznek, de egyre több az utazásszervezők által hozott kulturális körutazáson részt vevő külföldi csoport is. Célunk, hogy a városba érkező turisták minél nagyobb számban vegyék igénybe a Tourinform iroda szolgáltatásait, ezáltal lehetőségünk nyílik a várost, mint menedzselt attrakciót kiajánlani, elősegítve a tartózkodási idő meghosszabbítását és a fajlagos költség növelését. Ennek előfeltétele a jobb megtalálhatóság on-line és fizikai értelemben is.

Tourinform irodai tapasztalataink azt mutatják, hogy mindenképpen szükséges nyomtatott anyagokkal felkészülni a látogatók érdeklődésére. Az egyéni utazók jellemzően tudatosan keresik az értékeket, igényt tartanak helyben olyan kiadványokra, amelyek kalauzolják őket. Így bármennyire is áttolódott az információszerzés az on-line felületekre, még mindig erős igény mutatkozik a nyomtatott információs anyagok iránt. Ezek megfelelő minőségű és tartalmú elkészítése nélkülözhetetlen az iroda működéséhez:

- Ingyenes turisztikai térkép kiadása (3 nyelvű)
- Hotelmaps együttműködésben (beépített kiterjesztett valóság alkalmazással)
- Székesfehérvári programfüzet kiadása (2 kiadás: február és április)



- Városbemutató kiadvány kiadása (imázskiadvány 3 nyelven, turisztikai magazin 2 nyelven)
- Egyéb rövid tematikus szóróanyagok elkészítése (célcsoportokra, vagy rendezvényekre irányuló anyagok)

A külföldi egyéni látogatók kiszolgálásának kulcsa az idegen nyelvű információszolgáltatás, ezért is tervezzük többnyelvű alapinformációkat tartalmazó kiadványunk utánnomását. A hagyományos küldő országok (Ausztria, Németország, Hollandia) mellett egyre nagyobb számban érkeznek látogatók a Közép-Kelet európai országokból (lengyel, cseh, szlovák, orosz, stb.), ezt az elérhető nyomtatott anyagokkal is követni kell.

- Ingyenes városismertető idegen nyelvű szórólapok (magyar, angol, német, orosz, horvát, olasz, lengyel nyelven)

Az idegen nyelvű tájékoztatás területén igen nagy feladat hárul a Tourinform irodára, mivel a múzeumok is korlátozottan készülnek fel ezen igény kiszolgálására, a rendezvények/programok pedig egyáltalán nem rendelkeznek idegen nyelvű információs anyagokkal. A statikus információk fordítása egyszeri költség, de a napi aktuális fordítások tekintetében mindenképpen szükséges fordítói – lektorálási szolgáltatás rendszeres igénybe vétele.

A város népszerűsítése érdekében fontos a jelenlét a kiemelt turisztikai portálokon (programturizmus.hu, utazitthon.hu, stb.) és kiadványokban, valamint a turisztikai kiállításokon való megjelenés biztosítása.

## 4.2. Alapfeladatok támogatását szolgáló marketing

2018-ban is célunk a város jelentős programjaihoz kötődő speciális utak összeállítása és kiajánlása az utazásszervező partnerek felé, az ajánlatokat study tour-ral megtámogatva. 2018-ban folytatjuk a határon túli magyarság irányába indított aktivitást, kiemelt fókusszal a Csíksomlyói búcsúra, mely mozdony dekorációval és promócióval is együtt jár (katalógusban, vonaton, helyszínen).

A legnagyobb hazai szakkiállításon, az Utazás kiállításon Székesfehérvár megjelenésére 2018-ban a tavalyihoz hasonló méretű standdal készülünk, a fő szempont a látványos megjelenés és a



turisztikai újdonságok előtérbe állítása. 2018-ban középpontban többek között a Sóstó fejlesztése áll. Kiemelt megjelenést tervezünk a Művészetek Völgyén, Pozsonyban és a Kolozsvári Magyar Napokon. Fehérvár kiállítási megjelenésének teljes körű megtervezését, szervezését, lebonyolítását Társaságunk végzi. A látványos és hatékony kiállítási megjelenések érdekében tavaly elkészültek az „utazó” óriásbábok (Szent István és Gizella) figurája, mivel a KÜJ rendezvényhez készített bábok szállítása rendkívül költséges és nagy amortizációval jár.

Ezen kívül Társaságunk Székesfehérvárt, mint egységes turisztikai desztinációt további belföldi és külföldi szakmai fórumokon, kiállításokon, konferenciákon, workshopokon is képviseli.

A legtöbb esetben társkiállítói- ill. képviseleti lehetőséget biztosítunk a helyi turisztikai szolgáltatók (TDM partnerek) részére. További kiállítási megjelenéseket elsősorban a Magyar Turisztikai Ügynökséggel való szakmai partnerségben tervezünk. 2018-ban régiós szinten is tovább erősítjük a marketing aktivitást, többek között közös blog indításával és menedzselésével, és további online aktivitásokkal, eseti kampányokkal.

A csoportos utazások kapcsán a két legnagyobb célcsoportot továbbra is az osztálykirándulók és a nyugdíjas csoportok jelentik, mindkét csoport számára speciális ajánlati csomagokat dolgoztunk ki, amelyeket évről évre tovább fejlesztünk. Az osztálykiránduló csoportok érdeklődése irodánknál az elmúlt években megduplázódott, ennek további növekedésére számítunk az ajánlati csomagok bővítése, összekapcsolása és célzott kommunikációja révén.

Marketing területen elsődleges feladatunk továbbra is az on-line kommunikáció erősítése. Ennek érdekében folytatjuk a turizmus alportál fejlesztését, idegen nyelvű tartalmak elérhetőségét, a hírlevél adatbázis bővítését és a keresőoptimalizálás elvégzését. Aktív honlap- és Facebook menedzsment indításával javítunk az elektronikus tartalmaink elérésén.

### **4.3. Koronás Park marketing**

A Koronás Park látogatószáma messze meghaladja a várakozásokat és a projekt tervszámait, de gondoskodni kell a bevételek biztosításáról is. A létrehozott turisztikai attrakciók elsődleges célcsoportja az osztálykirándulók, az ő elérésük az iroda kiadványaival, on-line és print megjelenéseivel jelentős részben biztosított, de a célzott megjelenések is rendkívül fontosak. A Turisztikai Kft. osztálykirándulók számára programcsomagokat kínál, a Koronás Park



szolgáltatásait összekapcsolva a többi attrakcióval, amelyek a városban ennek a célcsoportnak elérhetők. Ezeket az osztálykirándulásokra szakosodott online felületeken és print kiadványokban is népszerűsítjük, adwords kampánnyal és kiállítási aktivitással is kiegészítjük. A bevételek másik lábát a Park helyi lakosságnak kínált programjai adják, amelyek ismertségét szintén meg kell támogatni marketinggel. A tematikus napok, a tervezett időszaki kiállítások, táborok és garantált programok helyben jól tervezhető, néhány médiumra szűkíthető (Fehérvár Médiacentrum, Fejér Megyei Hírlap, Liftreklám) kommunikációval optimálisan biztosítható, ezen kívül a rendezvényekhez kötődő plakát és szórólap nyomtatási és terjesztési költségeivel számolunk.

#### **4.4. Üzleti marketing / Fehérvári Ajándékbolt és Jegyiroda, közvetítői tevékenység, Jegyiroda**

A Fehérvári Ajándékbolt és Jegyiroda iránti kereslet fenntartáshoz a kínálat optimalizálása mellett marketing tevékenységre is szükség van. Az önkormányzati kommunikációt kihasználva jelentős PR felületekhez juthatunk, ám ezen túlmenően nem kerülhetjük el hirdetési felületek vásárlását sem. A programok/vásárok/kiállítások/tematikus hetek kapcsán különösen fontos a megfelelő beharangozás. A nagyrendezvényeken való megjelenés szintén erős PR lehetőséget és ingyenes média felületeket hozhatnak, ezt mindenképpen szeretnénk aktívan kihasználni a jövő évben is. Ezen a téren is erősítjük az online megjelenéseket és partnerségi kapcsolat kiaknázását. Több turisztikai is programportállal működünk együtt, akik viszonteladóként értékesítik programjainkat és programcsomagjainkat.

Az ajándékboltot érintő 2017-ben történt tervezett fejlesztést követően a bolt belső átalakítása mellett a külső installáció is erősítésre is figyelmet kell fordítanunk. Az értékesítést támogató marketing keret az üzleti bevételek terhére került betervezésre.



## 4.5. Marketing mix

### **On-line marketing:**

*Honlap tartalom menedzsment*

[www.turizmus.szekesfehervar.hu](http://www.turizmus.szekesfehervar.hu)

*Bannercserék*

TDM szervezetek, helyi partnerek, utazitthon.hu oldalakkal

*Turisztikai portálokon megjelenés*

itthonotthonvan.hu, programturizmus.hu, utazitthon.hu, szallas.hu

*Hírlevél*

heti programajánló hírlevél, havi turisztikai ajánló, Jegyiroda heti ajánló

*Közösségi oldalak*

Facebook (Tourinform Székesfehérvár, Fehérvári Ajándékbolt, Fehérvári Jegyiroda, Szeretlek Székesfehérvár), Pinterest, Youtube megosztások

*Mobil applikációk*

2GO Székesfehérvár, Pocket Guide

*Tartalom marketing*

blog írás és online menedzsment

*Adwords kampányok*

### **Nyomtatott (print) megjelenések:**

*Helyi média*

Fehérvár Médiacentrum

Fejér Megyei Hírlap

Liftreklám

*Országos sajtó*

Nők Lapja

Blikk

Fesztiválkalauz, Fesztiválok magazinok

*Plakát, szórólap*

Székesfehérvár turisztikai várostérkép



tematikus plakátok, szórólapok

*Turisztikai média*

Itthon otthon van

Go Utazás magazin

Turizmus Panoráma magazin

*Egyéb média célcsoportokhoz igazítva*

Panorama Világklub

Nyugdíjas- és osztálykirándulás tematikus magazinok

Utazási irodák katalógusa (Kárpáteurópa, Fehérvár Travel)

**Kültéri megjelenések:**

Táblázás városon belül (útbaigazító táblák, Tourinform irodát jelző táblák)

Turista busz felülete

Mozdonydekoráció

**Elektronikus média megjelenések:**

Vörösmarty Rádió

Fehérvár Televízió

Magazin műsorok országos médiában (pl. Duna, M1, TV2, RTL) szponzorált, ill. vásárolt felületek

**Saját kiadványok:**

Városbemutató kiadvány

Turisztikai kiadvány (újság)

Programfüzet (éves, szezonális)

Turisztikai térképek és szórólapok

Idegen nyelvű leporellók

Élménykatalógus/Kedvezményfüzet

**Eseménymarketing:**

*Turisztikai szakkiállítások*

Utazás kiállítás 2017

Belföldi kiállítások

*Óriásbábos promóció:*



Minőségi nagyrendezvényeken való megjelenések (pl. Kapolcs)

Pozsony Koronázási Fesztivál

Kolozsvári Magyar Napok

*Study tour/ tanulmányutak regionális együttműködésben (Velencei-tó)*

#### **Direkt marketing**

Kapcsolattartás a turisztikai szakmai szervezetekkel

Kapcsolatfelvétel határon túli turisztikai szereplőkkel

B2B ajánlatok készítése, workshopok szervezése

#### **Értékesítés ösztönző promóció a Fehérvári Ajándékboltban**

Évközi és adventi nyeremény játékok, akciók

Fehérvári Ajándékbolt – kiállítások, pályázatok, vásárok

Fehérvári Jegyiroda – nyereményjátékok

## **5. A Társaság piaci helyzete**

A Társaság fő tevékenységét (turisztikai információszolgáltatás) tekintve desztináció szinten versenytárs nélkül áll. Egyedülisége azonban nagy felelősséget ró a szervezetre. A naprakész információk beszerzése, azok rögzítése és megjelenítése folyamatos feladatot ró a Tourinform iroda dolgozóira. A kiszolgálás minőségének magas szinten tartásához elengedhetetlen az információs anyagok előkészítése és gyártása. Feladatunk, hogy a látogatói igények- és célcsoportok figyelembe vételével optimális egyensúlyt teremtsünk a hagyományos információs felületek és a legmodernebb technikai fejlesztések révén létrejövő felületek között. A mobil applikációk esetében ugyanis már korántsem mondható el a versenytárs nélkülség. A gyorsan szaporodó integrált információs felületek mind teljeskörű információs adatbázis létrehozására törekszenek. Egyedülálló lehetőség és eszköz a kezünkben tehát az az információs adatbázis, amely a helyi vonzerők tekintetében (látnivalók, szállások, vendéglátás, program) rendelkezésünkre áll. Kiemelt feladatunk ezek naprakész frissítése. 2018-ban a digitális termékfejlesztés folytatása: meglévő mobil platformok fejlesztésével, kiterjesztett valóság alkalmazásával tervezzük a látogatói élményt fokozni és a garantált programlehetőségek sorát növelni.



A Társaság üzemeltetésében álló Fehérvári Ajándékbolt tevékenysége, az ajándéktárgy és szuvenir értékesítés városi szinten számos versenytárral bír. Előnye versenytársaival szemben pozicionálásában rejlik. Termékpalettájának egyediségét a válogatott minőségű ajándéktárgyak és az a szellemiség adja, miszerint a bolt kapocs a város és lakói között. A betérő érdeklődő egy helyen találkozhat a város értékeivel, megízlelheti a város sokszínűségét. Válogathat a népi világ termékei vagy akár a sportváros relikviái közül is. Azonban a válogatott termékek árfekvése általánosan magasabb (egyedileg készített termékek), mint a versenytársak palettáján fellelhető termékeké (tömegcikkek). Az árkülönbség leküzdése a legtöbb esetben nem lehetséges. Fontos tehát az értékbeli különbség hangsúlyozása. Ennek érdekében történt 2017-ben az üzlet és a termékpaletta átalakítása, amelyhez önkormányzati támogatást kértünk. A kézműves galériát minimál berendezésű shop váltotta fel, amely egységes keretet teremt a termékfejlesztéssel létrejövő új termékpalettának és a meglévő termékeknek.

## 6. Kockázatok, lehetőségek, SWOT analízis

<b>Erősségek</b>	<b>Gyengeségek</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- munkatársi összetétel</li><li>- kompetenciák és szakmai tapasztalatok</li><li>- menedzsment szemléletű munkaszervezés és munkavégzés</li><li>- széles kiépített partnerhálózat</li><li>- szervezeti dinamizmus</li><li>- szakmai kapcsolattartás</li><li>- Tourinform névhasználat</li><li>- turisztikai adatbázis birtoklása, annak naprakészen tartása</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- információs iroda és ajándékbolt elhelyezkedése, megtalálhatósága</li><li>- turisztikai tagszervezet alacsony aktivitása</li><li>- átutazó turizmus: könnyű elérni és könnyű elhagyni</li><li>- turisztikai kínálat szétaprózottsága</li><li>- idegen nyelvű attrakció hiánya</li><li>- látogatói élmény korlátozott</li><li>- kevés és gyenge állandóan elérhető, beárazott turisztikai termék</li></ul>
<b>Lehetőségek</b>	<b>Veszélyek</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- turisztikai fejlesztések, kínálatnövelés</li><li>- új látogatói csoportok felkutatása, megszólítása</li><li>- régiós kapcsolatok bővítése</li><li>- külföldi szakmai kapcsolatok kiépítése pályázati lehetőségek</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- munkatársi továbbképzések hiánya</li><li>- partneri bizalmatlanság</li><li>- turisztikai trendek gyors változása</li><li>- desztináció vonzerejének és látogatottságának változékonysága</li><li>- turista igények, trendek figyelmen kívül hagyása a szolgáltatói szektorban</li></ul>





- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>kihasználása</li><li>- országos szintű projektekben való szerepvállalás</li><li>- hosszú távra tervezett desztináció szintű marketing akciók megvalósítása</li><li>- aktívabb tagszervezet</li><li>- tőkeerős szolgáltatók partneri körbe történő bevonása</li><li>- szervezeti szolgáltatásfejlesztés</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- turisztikai szolgáltatások színvonala</li><li>- szolgáltatói/szolgáltatási kapacitáshiány</li><li>- szolgáltatói/szolgáltatási túlfejlesztés</li><li>- szervezeti kapacitáshiány</li></ul> |
|--|--|

## 7. Fejlesztési tervek

Társaságunk az elmúlt években kialakította üzleti szolgáltatásait és turisztikai termékeiket a desztináció turisztikai pozíciójának javítása szolgálatában. Megszerveztük a helyi idegenvezető hálózatot, szállásközvetítést, szolgáltatói csomagok és programok értékesítését, a látogatószámok folyamatos növekedése ezek eredményességét visszaigazolja.

Társaságunk 2018. évre nem tervez lényegi fejlesztést sem a tevékenységi köreivel, sem azok ellátásával kapcsolatban. A kiszámítható és hatékony működés költségeit és humán erőforrás igényét a 2018. évi üzleti tervünkbe beépítettük.



## 8. A Társaság működésének pénzügyi terve

### 8.1. A Társaság eredményterve

adatok eFt-ban

Sorszám	Tétel megnevezése	Székesfehérvári Turisztikai Nkft.		
		Tény 2016	Várható 2017	Terv 2018
1	I. ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	23 916	62 383	17 000
2	II. AKTIVÁLT SAJÁT TELJESÍTMÉNYEK ÉRTÉKE	0	0	0
3	III. EGYÉB BEVÉTELEK	54 895	72 352	87 855
4	IV. ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	47 819	99 700	67 886
5	V. SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	28 374	32 192	34 266
6	VI. ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS	2 421	2 600	2 553
7	VII. EGYÉB RÁFORDÍTÁSOK	137	150	150
8	<b>A. ÜZEMI (ÜZLETI) TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE</b>	<b>60</b>	<b>93</b>	<b>0</b>
9	VIII. PÉNZÜGYI MŰVELETEK BEVÉTELEI	1	0	0
10	IX. PÉNZÜGYI MŰVELETEK RÁFORDÍTÁSAI	1	0	0
11	<b>B. PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
12	<b>C. ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY</b>	<b>60</b>	<b>93</b>	<b>0</b>
13	X. Adófizetési kötelezettség	4	5	0
14	<b>D. ADÓZOTT EREDMÉNY</b>	<b>56</b>	<b>88</b>	<b>0</b>

Egyszerűsített éves beszámoló "A" EREDMÉNYKIMUTATÁSA (összköltség eljárással)  
Az üzleti év mérlegfordulónapja: 2018.12.31.

### 8.2. Bevételek tervezése (1.sz. Melléklet - Bevételek 2018)

Alapvető célkitűzés a kötelező és vállalt feladatok leghatékonyabb elvégzése mellett a pozitív mérleg megtartása. Nonprofit szervezet lévén eredményünk nem osztható fel, eredménytartalékba kerül.

A TDM rendszerben a piaci szereplők anyagilag is hozzájárulnak a város népszerűsítése-, és vendégkomfortjának növelése érdekében végzett tevékenységhez. A bevételek részben közvetlen hozzájárulásukból (szolgáltatói szerződések), részben közvetett módon közvetítői megállapodásukból, részben pedig további marketing megállapodásukból származnak. Ezért is fontos a minőségi marketing felületek létrehozása és menedzselése (kiadványok, kedvezményrendszer kidolgozása, a honlap frissítése, hírlevél rendszer)



A vendégéjszaka szám és a beszedett idegenforgalmi adó mértéke az elmúlt években jelentősen nőtt, cél ennek a trendnek a megőrzése, kedvező gazdasági helyzet mellett a további növelése, hiszen a beszedett idegenforgalmi adó turizmusba visszaforgatva fedezheti Társaságunk működésével összefüggésben jelentkező költségeket. Elsődleges célunk 2018-ban is az átlagos tartózkodási idő és a turisták fajlagos költségének növelése, de természetesen a látogatói komfort fokozása is kiemelt fontosságú.

Üzleti tevékenységünkben legfontosabb üzletág a közvetítői tevékenység, ezen belül is az idegenvezető közvetítés és a különböző programcsomagok közvetítése. A növekedési trend (évente min. 10 %) fenntartása mellett a tevékenységből befolyt bevétel az ebből származó haszon 2018-ban várhatóan továbbra is jelentősen meghaladja a korábbi éves szintet. A jegyirodai tevékenység a jelentős árbevétel mellett szerényebb nyereséget eredményez, de hasznos funkcióval optimálisan egészíti ki a Társaság szolgáltatásait. A Jegyirodai bevételeknél látható nagymértékű visszaesést egy partnerrel történő szerződés módosítás okozza, mely szerint a bevétel bizományosi díj nem jelenik meg a Társaság könyvelésében, kizárólag a jutalék összege.

Összességében elmondható, hogy a kiadvány-, és ajándéktárgy értékesítésből, valamint a közvetítői jutalékokból származó bevételek nagyságrendje a legjobb működés mellett is erősen limitált, működésünk elképzelhetetlen önkormányzati támogatás nélkül. Az önkormányzati támogatás mértéke az előző évhez képest nagyságrendileg nem változik, bár a személyi állomány növelése és a tervezett fejlesztések költségessége miatt növekszik. Az üzemeltetés költségei a személyi költségekkel nőnek átlagosan 10%-kal. A kötelező feladatellátással összefüggő támogatás és az alapfeladatot támogató tevékenységek önkormányzati támogatásának mértéke nagyságrendileg változatlan. Az utóbbi soron egy 2017-ről áthúzódó feladat (Koronázó Bazilika makettje) esetében sor kerül az önkormányzati támogatás visszafizetésére a 2017. évi üzleti terv módosításával, majd ez a költség ismételtelen megjelenik a 2018. év támogatásai között.



### 8.3. Kiadások tervezése (2. számú Melléklet - Kiadások 2018)

A Társaság kiadásaiban jelentősebb változást nem tervezünk 2018-ban, hiszen az előző évi költségvetésünk a tervezett forrásokkal biztonságos, és kiszámítható, hatékony működést tett lehetővé. A tervezésnél legfőbb szempont, hogy a pozitív mérleg megtartása mellett az alapfeladatok elvégzése után a keletkezett üzleti nyereség a Társaság alapcéljai érdekében kerüljön felhasználásra a kitűzött növekedési célok szolgálatában (Székesfehérvár turisztikai mutatóinak javítása).

Kiadásaink három fejezete közül az első az alapfeladatok ellátását tartalmazza, amelyben a működési költségek és a kötelező információszolgáltatás költségvonzata szerepel.

A második fejezetben az alapfeladatot támogató marketing tevékenység költségei jelennek meg. Ezt a két költségoszt önkormányzati támogatásból fedezzük, mely támogatás mértéke nagyságrendileg megegyezik a beszedett idegenforgalmi adó mértékével, így az teljes egészében a turizmusra visszafordítódik.

A költségtábla 3. fejezete az üzleti bevételekhez rendelt kiadásokat tartalmazza, ezek között terveztünk 2018-ban jutalmazást (dolgozónként 1 havi munkabér erejéig), működési költségeket kiegészítő sort és üzleti tevékenységet támogató marketing aktivitást.

### 8.4. Összesítő költségtábla

Kiadás	2017 évi üzleti terv (e Ft)	2017 évi várható (e Ft)	2018 évi üzleti terv (e Ft)
<b>Feladatellátással összefüggő költségek</b> (Alapfeladatok, Egyéb marketing feladatok)	72 702	72 352	87 855
<b>Üzleti kiadás</b>	23 200	62 383	17 000
<b>Összesen</b>	<b>95 902</b>	<b>134 735</b>	<b>104 855</b>
Bevétel	2017 évi üzleti terv (eFt)	2017 évi várható (eFt)	2018 évi üzleti terv (eFt)
<b>Önkormányzati támogatás</b>	72 702	72 352	87 855
<b>Üzleti bevételek</b>	23 200	62 383	17 000
<b>Összesen</b>	<b>95 902</b>	<b>134 735</b>	<b>104 855</b>



## 8.5. A Társaság mérlegterve

adatok eFt-ban

Sorszám	Tétel megnevezése	Székesfehérvári Turisztikai Nkft.		
		Tény 2016	Várható 2017	Terv 2018
<b>1</b>	<b>A. Befektetett eszközök</b>	<b>7 488</b>	<b>13 228</b>	<b>10 675</b>
2	I. IMMATERIÁLIS JAVAK	2 036	7 115	5 567
3	II. TÁRGYI ESZKÖZÖK	4 811	6 113	5 108
4	III. BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK	641	0	0
<b>5</b>	<b>B. Forgóeszközök</b>	<b>11 758</b>	<b>12 650</b>	<b>12 845</b>
6	I. KÉSZLETEK	4 937	4 900	4 900
7	II. KÖVETELÉSEK	982	1 750	1 500
8	III. ÉRTÉKPAPÍROK	0	0	0
9	IV. PÉNZESZKÖZÖK	5 839	6 000	6 445
<b>10</b>	<b>C. Aktív időbeli elhatárolások</b>	<b>126</b>	<b>242</b>	<b>130</b>
<b>11</b>	<b>ESZKÖZÖK (AKTÍVÁK) ÖSSZESEN</b>	<b>19 372</b>	<b>26 120</b>	<b>23 650</b>
<b>12</b>	<b>D. Saját tőke</b>	<b>9 726</b>	<b>9 814</b>	<b>9 814</b>
13	I. JEGYZETT TŐKE	3 000	3 000	3 000
14	II. JEGYZETT, DE MÉG BE NEM FIZETETT TŐKE (-)	0	0	0
15	III. TŐKETARTALÉK	0	0	0
16	IV. EREDMÉNYTARTALÉK	6 670	6 726	6 814
17	V. LEKÖTÖTT TARTALÉK	0	0	0
18	VI. ÉRTÉKELÉSI TARTALÉK	0	0	0
19	VII. ADÓZOTT EREDMÉNY	56	88	0
<b>20</b>	<b>E. Céltartalékok</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>21</b>	<b>F. Kötelezettségek</b>	<b>3 150</b>	<b>2 670</b>	<b>2 500</b>
22	I. HÁTRASOROLT KÖTELEZETTSÉGEK	0	0	0
23	II. HOSSZÚ LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	0	0	0
24	III. RÖVID LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	3 150	2 670	2 500
<b>25</b>	<b>G. Passzív időbeli elhatárolások</b>	<b>6 496</b>	<b>13 636</b>	<b>11 336</b>
<b>26</b>	<b>FORRÁSOK (PASSZÍVÁK) ÖSSZESEN</b>	<b>19 372</b>	<b>26 120</b>	<b>23 650</b>

A mérlegben a passzív időbeli elhatárolások között kerülnek kimutatásra a korábbi években kapott támogatások számviteli szabályok szerint elhatárolt összegei.

## 9. Mellékletek

- **1. sz. Melléklet: Bevételek 2018**
- **2. sz. Melléklet: Kiadások 2018**



## 9.1. 1. számú Melléklet – Bevételek 2018

BEVÉTEL			HUF/év
<b>I.</b>		<b>Alapfeladatok önkormányzati támogatása</b>	<b>50 052 200</b>
	<b>I./1.</b>	<b>Szervezet működésének támogatása</b>	<b>46 052 200</b>
		I./1.1. Személyi költségek	31 554 600
		I./1.2. Szakértői díjazás	4 995 600
		I./1.3. Igénybe vett szolgáltatások	6 362 000
		I./1.4. Egyéb költségek	2 540 000
		I./1.5. Időszaki foglalkoztatás	600 000
	<b>I./2.</b>	<b>Ingyenes kiadványok és turisztikai megjelenések</b>	<b>4 000 000</b>
<b>II.</b>		<b>Alapfeladatot támogató tevékenység önkormányzati támogatása</b>	<b>35 500 000</b>
		II./1. Közterületi és turisztikai reklámfelületek	15 500 000
		II./2. Szakmai és utazási kiállítások, rendezvények	6 000 000
		II./3. Határon túli promóció	3 500 000
		II./4. Regionális kampányok támogatása	1 000 000
		II./5. Turisztikai fejlesztések támogatása	8 500 000
		II./6. Kornás Park marketing tevékenység	1 000 000
<b>III.</b>		<b>Üzleti tevékenységekhez kapcsolódó kiadásokhoz rendelt bevételek</b>	<b>17 000 000</b>
	<b>III./1.</b>	<b>Közvetítői tevékenység</b>	<b>11 500 000</b>
		III./1.1. Idegenvezetés	6 500 000
		III./1.2. Jegyértékesítés, forgalmi jutalék	5 000 000
	<b>III./3.</b>	<b>Fehérvári Ajándékbolt értékesítő tevékenység</b>	<b>5 000 000</b>
	<b>III./2.</b>	<b>Egyéb szolgáltatói tevékenységekből származó bevétel</b>	<b>500 000</b>
<b>Összesen</b>			<b>102 552 200</b>
		Halasztott bevétel- (támogatásra kapott)- feloldása :	2 303 000
		<b>Összes bevétel:</b>	<b>104 855 200</b>



## 9.2. 2. számú Melléklet – Kiadások 2018

KIADÁS		HUF/év
<b>I.</b>	<b>Alapfeladatokhoz kapcsolódó kiadások</b>	<b>50 052 200</b>
<b>I./1.</b>	<b>Működési kiadások</b>	<b>46 052 200</b>
<b>I./1./1.</b>	<b>Személyi költségek</b>	<b>31 554 600</b>
	I./1./1.1 Ügyvezető munkabér	5 400 000
	I./1./1.2 Ügyvezető bér járulék	1 020 600
	I./1./1.3 Alkalmazott munkabér (6 fő alkalmazott)	17 550 000
	I./1./1.4 Alkalmazott járulék (6 fő alkalmazott)	3 685 500
	I./1./1.5 Béren kívüli juttatás 6 fő alkalmazott (br. 200.000/fő)	1 200 000
	I./1./1.6 FB díjazás	2 698 500
<b>I./1./2.</b>	<b>Külső szakértő díjazás</b>	<b>4 995 600</b>
	I./1./2.1 Könyvelő (külső szakértő) 150.000.-/hó (AM) 12hó+1hó mérlegkészítés	1 950 000
	I./1./2.2 Könyvvizsgáló (külső szakértő) 90.000.-/hó +Áfa	1 371 600
	I./1./2.3 Jogi tanácsadás (külső szakértő) 100.000.-/hó +Áfa	1 524 000
	I./1./2.4 Jogi tanácsadás (közbeszerzési tanácsadás)	150 000
<b>I./1./3.</b>	<b>Igénybe vett szolgáltatások</b>	<b>6 362 000</b>
	I./1./3.1 Helyiség üzemeltetési költségek - Székesfehérvár Városfejlesztési Kft.	3 900 000
	I./1./3.2 Fűtésdíj - Széphő Kft.	700 000
	I./1./3.3 Informatikai rendszerfelügyelet, karbantartás - Önkormányzati Informatikai Kft.	762 000
	I./1./3.4 Grafikai tervezői feladatok ellátása, fordítási költségek	1 000 000
	I./1./3.5 Foglalkozásegészségügyi szolgáltatás	40 000
	I./1./3.6 Szőnyegbérlet, takarítás - Lindström Kft.	100 000
	I./1./3.7 Mobil telefon használat támogatás - Vodafone	150 000
<b>I./1./4.</b>	<b>Egyéb költségek</b>	<b>2 540 000</b>
	I./1./4.1 Irodaszer	360 000
	I./1./4.2 Bankköltség	600 000
	I./1./4.3 Postaköltség	100 000
	I./1./4.4 Egyéb anyag költség, pótlás, karbantartás	480 000
	I./1./4.5 Kiküldetés, reprezentációs költség	700 000
	I./1./4.6 Egyéb (pl. Telefonkönyv, mobil app, hírlevélküldő szoftver, domain név foglalás...)	300 000
<b>I./1./5.</b>	<b>Időszaki foglalkoztatás (Egyszerűsített foglalkoztatás, gyakornok)</b>	<b>600 000</b>
<b>I./2.</b>	<b>Ingyenes kiadványok és turisztikai megjelenések</b>	<b>4 000 000</b>
	imázskiadvány kiadása magyar, angol, német nyelven éves programfüzet 2 kiadás, programajánló leporelló idegen nyelveken turisztikai csomagok kiadvány, tematikus szórólapok kiadása megjelenés online turisztikai felületeken, adwords kampányok megjelenés turisztikai kiadványokban	
<b>II.</b>	<b>Alapfeladatot támogató tevékenység</b>	<b>35 500 000</b>
<b>II./1.</b>	<b>Közterületi és turisztikai felületek</b>	<b>15 500 000</b>
	II./1.1. Integrált turisztikai információs rendszer létrehozása	10 000 000



	II./1.2.	Digitális fejlesztések	3 000 000
	II./1.3.	Óriás térbetűs installáció elkészítése	2 500 000
<b>II./2.</b>	<b>Szakmai és utazási kiállítások, rendezvények</b>		<b>6 000 000</b>
	II./2.1.	Utazás 2018 Hungexpo	4 500 000
	II./2.2.	Belföldi kiállítások óriásbábokkal: pl.Tata, Kapolcs	1 500 000
<b>II/3.</b>	<b>Határon túli promóció</b>		<b>3 500 000</b>
	II./3.1.	Székesfehérvár mozdonyhoz kapcsolódó promóciók (Csíksomlyó Expressz, Augusztus 20.)	2 000 000
	II./3.2.	Egyéb megjelenés (pl. Pozsony koronázás, Kolozsvári Magyar Napok)	1 500 000
<b>II./4.</b>	<b>Regionális kampányok</b>		<b>1 000 000</b>
		Térségi eseti kampányokhoz való csatlakozás	
<b>II./5.</b>	<b>Turisztikai fejlesztés</b>		<b>8 500 000</b>
	II./5.1.	Turista busz kialakításának támogatása, teljes felület promóciós hasznosítása	5 000 000
	II./5.2.	Koronázó Bazilika makettje (2017-ben meg nem valósult, áthúzódo költség, 2017-ben visszafizetésre került 2.5 m Ft)	3 500 000
<b>II./6.</b>	<b>Koronás Park üzleti marketing tevékenység</b>		<b>1 000 000</b>
<b>III.</b>	<b>Üzleti tevékenységekhez kapcsolódó kiadások</b>		<b>17 000 000</b>
<b>III./1.</b>	<b>Közvetítő tevékenység</b>		<b>9 000 000</b>
	III./1.1.	Idegenvezetés- és programközvetítés	5 000 000
	III./1.2.	Jegyértékesítés	4 000 000
<b>III./2.</b>	<b>Fehérvári Ajándékbolt értékesítő tevékenység - árubeszerzés</b>		<b>3 500 000</b>
<b>III./3.</b>	<b>Értékesítést támogató üzleti marketing tevékenység</b>		<b>4 100 000</b>
	III./3.1.	kommunikációs feladatok (szövegírás, ügynöki tevékenység, honlap és fb menedzsment)	900 000
	III./3.2.	Ajándékbolt marketing	500 000
	III./3.3.	Közvetítői tevékenységet támogató marketing	588 539
	III./3.4.	Éves jutalom tervezése (5 fő 1 havi mbér)	1 674 651
	III./3.5.	Üzleti forgalomhoz kapcsolódó prémium (2 fő)	436 810
<b>III./5.</b>	<b>Egyéb kiadások (TDMSZ tagdíj, adók, készletprogram..)</b>		<b>400 000</b>
<b>Összesen</b>			<b>102 552 200</b>
		Halasztott bevétellel szemben elszámolt értékcsökkenés	2 303 000
		<b>Összes kiadás:</b>	<b>104 855 200</b>