



Tisztelt Polgármester Úr, Tisztelt Jegyző Úr, Tisztelt Képviselő-testület!

Kérem, szíveskedjenek áttekinteni átfogó pályázatomat a meghirdetett „Bátaszékért Marketing Kft. ügyvezető” pozíció betöltésére, melyhez az alábbiakban fűzök néhány szót a személyes bemutatkozás hiányában.

Pályámat Bátaszéken kezdtem, az általános iskolában óraadó oktatóként, valamint a „Cikádor Média Kht.”-nál megbízási jogviszonyban, mindemellett kénytelen voltam elhelyezkedni vállalkozóként Szekszárdon, irodában.

Tizenhat éve van felsővezetői asszisztenciában, irodavezetésben és kereskedelemben tapasztalatom. Munkakörömből kifolyólag állandó szerepem volt a cégek ügyvezetésével – így a fenntartással, munkaüggyel, üzemeltetéssel, építésüggyel és pályázatokkal – kapcsolatos mindennemű ügyintézésben. Rálátásom van a cégek működésére (dolgoztam is szervezeti tanácsadó cégnél), hiszen feladataim közt volt a könyvelés előkészítése, a könyvelőkkel és könyvvizsgálókkal, valamint jogi képviselőkkel való kapcsolattartás, jelentések és cash-flow készítése. Egyetemi szintű fizika szakos diplomával rendelkezem, a felsőoktatásban három félévet tanultam a közgazdaságtan tanszéken: A marketing alapjai, Bankrendszer, értékpapírok, tőzsde, ill. A közgazdaságtan alapjai kurzusokból vizsgáztam, melyeket hasznosítottam is munkában töltött éveim során. Középfokon használom az angolt, eddig mind üzleti levelezésben, mind rendezvények alkalmával, illetve partnerek, vendégek fogadásakor volt rá szükségem.

A megpályázott pozíciónál eddigi pályafutásomból hasznosítható főbb elemek a teljesség igénye nélkül:

- ügyvezetés közvetlen segítése
- pénzügyi-gazdasági kimutatások készítése
- cash-flow készítése
- üzleti jelentések fordítása
- szervezeti tanácsadó cégnél indoor / outdoor / vezetői tréningek szervezése és részvétel
- óceánjáró hajón fitnessterem vezetése



-
- tárgyalások cégtulajdonosokkal / első számú vezetőkkel
 - rendezvények szervezése, lebonyolítása (tervezés- és projekt szinten is)
 - marketing feladatok, úm. sajtó-, média-, és webes megjelenések tervezése, szervezése koordinálása, közösségi média használata marketing célokra
 - vendéglátás-idegenforgalom képzések szervezése
 - turisztikai rendezvényeken való részvétel szervezése és koordinálása borfesztiválok, borvacsorák, borkóstolók szervezése és vezetése
 - pályázatok készítésében való részvétel
 - részvétel a parlament gazdasági bizottsági ülésének turizmus-borturizmus, vendéglátás, idegenforgalom szakmai egyeztetésén
 - személyügyi koordináció (álláspályázatok kezelése) stb.

További előnynek tekintem helyismeretemet, kommunikatív személyiségemet. Vallom, hogy Bátaszék városának népszerűsítésére olyan személy alkalmas, aki nemcsak szakmailag tudja átfogóan irányítani a városmarketinget, hanem emberi hozzáállása a jelenlegi és leendő alkalmazottakhoz, partnerekhez előreviszi a társaság és a város ügyét. A szakmai megvalósításokon túl szükséges alkalmazkodni a város és a testület igényeihez, Bátaszék színvonalas képviselője is elvárt.

Céljaim a fentiekhez szorosan kapcsolódnak, és hosszú idő óta nem változnak: lehetőség szerint lakóhelyemen szeretnék elhelyezkedni, hosszútávon, hasznos, precíz, színvonalas munkát végezni, esetleges fejlődési lehetőséggel, tudásomat és tapasztalatomat szűkebb hazámban szeretném kamatoztatni.

Bízom a pozitív elbírálásban, és várom a szíves visszajelzést egy lehetséges személyes találkozó tekintetében.

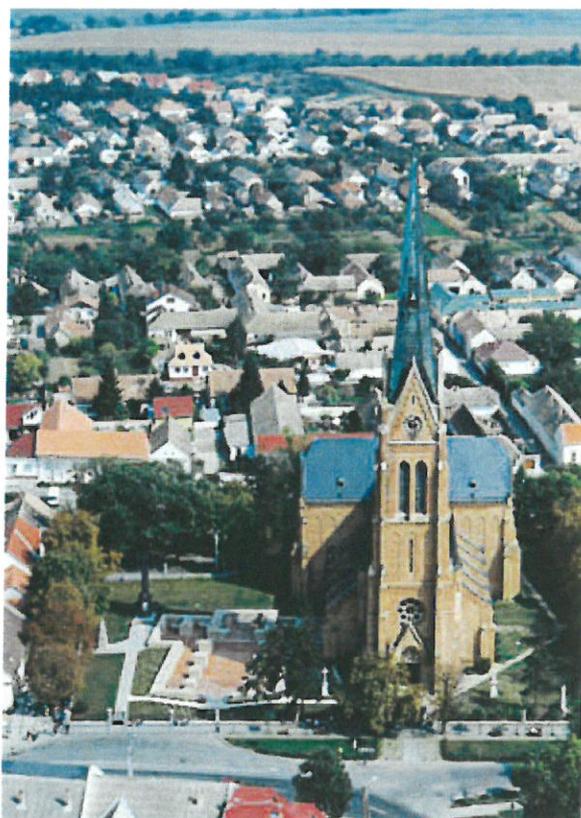
Tisztelettel

Bacher Erika



Bátaszékért Marketing Kft.

Bátaszék Város Középtávú Közösségi Művelődési Stratégiája 2015-2020 dokumentumra épülő szakmai program- tervezet





Tartalomjegyzék

1. Bevezető

2. Szakmai elképzelések

- 2.1. A gazdasági társaság felállása
- 2.2. A gazdasági társaság feladatai
- 2.3. A gazdasági társaság szervezete
- 2.4. Bátaszék város adottságainak kihasználása
 - 2.4.1. Épületek, természeti adottságok, fekvés – infrastruktúra
 - 2.4.2. Közművelődés
 - 2.4.3. Személyi kérdések
- 2.5. Együttműködési lehetőségek
 - 2.5.1. Helyi szervezetekkel, egyházzal
 - 2.5.2. Kistérségi, térségi társulásokkal, megyei szervezetekkel
 - 2.5.3. Regionális szinten
 - 2.5.4. Országos lehetőségek
 - 2.5.5. Nemzetközi kapcsolatok
- 2.6. Éves szintű rendezvények
- 2.7. Általános turisztikai vonzerő

3. Vezetési és városmarketing koncepció

- 3.1. Vezetői célok (szakmai, gazdasági, tulajdonossal kapcsolatos)
- 3.2. Humánpolitikai megfontolások („software”)
- 3.3. Eszközpark („hardware”)
- 3.4. Városmarketing

4. Üzleti terv / pénzügyi terv

- 4.1. Költségvetési terv
- 4.2. Pénzügyi mutatók

5. Záró gondolat



1. Bevezető

Jelen dokumentum kizárólag a Bátaszék Város Önkormányzata által 2016 áprilisában meghirdetett pályázathoz készült, vázlat jelleggel. A tervezet nem tekinthető teljes körűnek, nem tükrözi a minden részletre kiterjedő elképzeléseket, hiszen az előzetesen rendelkezésre álló információkra alapoz, melyek kiegészítésre, bővítésre szorulnak, ezért további igényfelmérés, valamint egyeztetés függvényében változtatandó.

A tervezet elkészítéséhez alapul szolgáló információk:

- Bátaszék Város Középtávú Közösségi Művelődési Stratégiája 2015-2020 dokumentumnak Bátaszék Város Önkormányzata Képviselő-testülete általi elfogadása
- Bátaszék Város Önkormányzata Képviselő-testületének 2015. szeptember 30-án, 16:00 órakor megtartott ülésén tárgyalt, a Könyvtár épületben lévő üzlet használatbavétele és „turisztikai információs pont” kialakításáról készült dokumentum
- Bátaszék Város Önkormányzata Képviselő-testületének 2015. november 09-én, 14:00 órakor megtartott ülésén tárgyalt, az Önkormányzati tulajdonú gazdasági társaság elnevezésének és tevékenységi körének módosítása, alapító okiratának jóváhagyása dokumentum
- A közművelődési intézmények beszámolója a 2015. évben végzett munkájukról, tájékoztató a 2016. évi elképzeléseikről, feladataikról
- Bátaszék Város Önkormányzata 2016. évi rendezvényterve és költségei
- Bátaszék Város Önkormányzatának Ifjúsági koncepció 2015-2020 munkaanyaga
- Bátaszék Város Önkormányzatának Településfejlesztési Koncepciója
- Helyi lakosként saját tapasztalat



2. Szakmai elképzelések

2.1. A gazdasági társaság felállása

Tekintettel arra a tényre, hogy a Bátaszékért Marketing Kft. a Bátaszéki Közös Víz- és Csatornamű Nonprofit Kft. tevékenységváltásából indult, tehát már létező cég, melynek tulajdonosa meghatározta a fő tevékenységi irányvonalakat, gazdaságilag és „hatóságilag” ugyan múlttal rendelkező, ám gyakorlatilag új, induló vállalkozásnak tekinthető, hiszen teljes profilváltáson esett át.

A tulajdonosnak, vagyis Bátaszék Város Önkormányzatának, és ezzel együtt Bátaszék Városának abban az esetben érdemes működtetni egy ilyen jellegű gazdasági társaságot, amennyiben a város számára hozott „profit” az elvárt: nem, vagy nem kizárólag a társaság pénzügyi eredményességével kimutatható profitot, hanem számos más szegmensben látszó profitot, pl.:

- a lakosság „lokálpatriotizmusának” növekedését
- a kevesebb elvándorlást, ezzel együtt növekvő és fiatalodó népességet
- a polgárok szélesebb körű részvételét, nagyobb érdeklődését városi rendezvények tekintetében
- Bátaszék „kulturális és turisztikai „vonzáskörzetének” növekedését
- összességében nagyobb ismertséget, „jó hírt” Bátaszéknek
- a fentiekből adódóan helyi vállalkozások, és a város vagyonának gyarapodását

Ez azonban egy közép-, de inkább hosszútávú eredmény lehet, melynek eléréséhez jelenleg elsősorban kisebb célok kitűzésével lehet fokozatosan haladni.

2.2. A gazdasági társaság feladatai

A Bátaszékért Marketing Kft. mindenképp a tulajdonossal szembeni elkötelezettség mellett, a Képviselő-testülettel való szoros és állandó kapcsolattartással szervezi és rendezi a bátaszéki rendezvényeket, fejleszti a turizmust, működteti a város közművelődésének kiszolgálására kijelölt épületeket, és gondoskodik azok optimális hasznosításáról és a lehetőségek szerinti leggazdaságosabb működtetéséről. A város népszerűsítése érdekében változatos marketing



eszközökkel végzi a helyi látnivalók és programok minél szélesebb körben való megismertetését, a helyi értékek, történelmi és egyéb nevezetességek propagálását.

2.3. A gazdasági társaság szervezete

Fenti célok és feladatok érdekében egy jól működtethető, rugalmas szervezeti felépítésre van szükség, minimális létszámú, ám jó minőségű szakembergárdára. Abban a szerencsés helyzetben lehet a cég, hogy önkormányzati tulajdon lévén, szakterületi segítséget kaphat a várostól, így tulajdonképpen vannak olyan területek, ahol takarékoskodhat a kiadásokkal (pl. könyvelés, pályázatok, stb.), nem beszélve a meglévő közművelődési szakember-állományról így a vezetés szorítkozhat egy viszonylag szűkebb munkaerő-állományra, koncentrálhat a gyakorlati megvalósításokra. Későbbiekben a társaság tevékenysége felfejlődhet olyan szintre – és ez is mutatója lenne az eredményességnek –, hogy bővíthet a szervezet, de elsődlegesen induljunk ki az alapoktól.

Tulajdonos

Felügyelő Bizottság

Ügyvezetés

Média

Pályázatok

Rendezvények,
turisztika

Delegált feladatok az egyes főbb területekre:

Média:

- a városi hírek frissítése az egyes médiacsatornákon, úm. közösségi média, web, sajtó, televízió, rádió
- kapcsolattartás az óvodákkal, iskolákkal, egyházzal, egyesületekkel a hírek „begyűjtésének” tekintetében

-
- kiadványszerkesztés, felhívások, hirdetések megjelentetése
 - egyéb (pl. adatbázisok gondozása, „ügyfélszolgálat”,...)

Pályázatok:

- pályázatfigyelés
- pályázatírás
- pályázatok utókövetése

Rendezvények, turisztika

- éves rendezvénynaptárban szereplő, valamint ezeken kívüli rendezvények tervezése, szervezése, lebonyolítása (ötlettől a kivitelezésig)
- kapcsolattartás a helyi civil szervezetekkel
- állandó rendezvények helyszínbeosztása
- Turisztikai Információs Pont működtetése (Bátaszéki ajándéktárgyak értékesítése, igényfelmérések, információs segítségnyújtás, ...)

2.4. Bátaszék város adottságainak kihasználása

2.4.1. Épületek, természeti adottságok, fekvés – infrastruktúra

A város Településfejlesztési Konceptiójának mellékleteiben, illetve a Középtávú Közösségi Művelődési Stratégiájában is ismertették Bátaszék műemlékeit, épületeit, természeti kincseit, stb. A Bátaszékért Marketing Kft.-nek ezen értékek megismertetése is célja, valamint ezen értékekre alapozva építheti fel a város marketingjét.

Egyértelműen ikonikus épülete a városnak a neogótikus templom, mely annyira felismerhető és egyedi formájú, hogy célszerű megjelentetni Bátaszék brand-építésekor használatos mindennemű eszköz design-jába: logó, honlap, ajándéktárgyak, közösségi oldal, újság, televíziós magazinok, hírek, rendezvények, mely az elmúlt hónapokban már kialakításra került. Ezt a vonalat ajánlatos következetesen folytatni, hiszen amennyiben cél – és márpedig cél – szélesebb körben, nagyobb távolságokban



gondolkodni a város népszerűsítésének terén, így kialakítható az ún. „kép-helyszín kapcsolat”.

A templomhoz kapcsolódó romkert alapja lehet a turistaforgalomnak, ráadásul központi helyen fekszik, az átmenő forgalom „látóterében”. Ezzel kapcsolatos cél az átutazók érdeklődésének felkeltése, hogy esetleg megálljon, vagy érdemesnek találja a helyet a visszatérésre. Ehhez feltűnő turistainformációs táblák, figyelemfelkeltések szükségesek, továbbá a GPS alapján közlekedők keresési szokásait figyelembe véve lehetőleg megjelölni a nevezetességeket a térképeken.

Ide kapcsolódik a város fekvésének megemlítése is: tekintettel a főutak találkozására, illetőleg az M6 autópálya léte, Bátaszék megközelítése nem ütközik különösebb nehézségekbe, és a környező nagy települések nagy rendezvényeihez igazítva itt lehetne tartani egy-egy látogatásra a turistákat. Ehhez ki kell gyűjteni a főbb eseményeket, és pl. elé szervezni egy-egy nappal „turisztikai akciókat”. Természetesen nagyobb lenne a vonzereje, ha szálláslehetőség is adódna a városban – ez már egy következő feladatkör tagja.

Nem kapcsolhatunk azonban mindent a Nagyboldogasszony templomhoz és romkerthez, bár kétségtelenül a legfrekvenciáltabb helyen fekvő, és leglátványosabb részei a városnak, teret kell teremteni a többi nevezetességnek is, és színesíteni a programok lehetőségét: főbb eseményekre szükség van, emellett állandó látogathatóságú helyszínekre, rendszeres programokra kell még építkezni, így a helyi, térségi, regionális és országos, vagy nemzetközi vonzerőt is ki lehet építeni, pl.:

- Kulturális- és sportegyesületek programjainak helyszínteremtés (táncházak, kézműves foglalkozások, egészségnapok, ...)
- Molyhos-tölgy túrák, túravezetéssel, piknik-délutánok
- Helyi termék-kóstolók és vásárok (méz, bor, gyertya, kézműves termékek...)
- Tematikus / családi programok

További cél, hogy egy „Népliget-jellegű” parkja legyen Bátaszéknek, sétáknak, beszélgetéseknek, sportolásnak otthont adva „városi természet” megteremtése – amennyiben igény merül fel rá.



2.4.2 Közművelődés

A közművelődési feladatokat eddig teljes körűen a Művelődési Ház látta el, a Bátaszékért Marketing Kft. a tulajdonos által delegált feladatokat veszi át a Művelődési Háztól, logikusan a városmarketinggel kapcsolatos dolgokat, elsősorban a kommunikációt turizmussal összefüggő projekteket, és napi szintű munkákat, a már eddigiekben említettek közül is számos ezek közé tartozik (újságszerkesztés, televíziós magazinműsorok tervezése, stb.)

A kiállítások, előadások, foglalkozások terén sem lehet teljesen elhatárolódni, így azon feladatok elvégzésében is közreműködhet a kft.

2.4.3. Személyi kérdések

Szakembergárda összeállításához, és személyi kérdések eldöntéséhez mindenképp szükség van egy pontos működési helyszínre, annak fenntartásával kapcsolatos teendőkre, illetve a tulajdonos által jóváhagyott feladatkörre és elvárásokra, valamint a személyi átcsoportosítási szándékokra a Művelődési Házzal tekintve. A jelenlegi ismeretek szerint elengedhetetlen arra a három területre szakember, melyet a 2.3. pontban jelöltünk meg, bár természetesen átfedések lehetnek a területek között, és nyilvánvalóan az ügyvezető operatív résztvevő és irányító is az egyes területeken, tehát kiindulásként minimálisan három fővel elindulhatna a kft. (nem ideértve a könyvelést és könyvvizsgálatot, takarító és ügyelő személyzetet, technikai apparátust (hangosítás, operatóri munka...), valamint az esetlegesen a társaság felelősségi köréhez tartozó épület(ek) karbantartását).

2.5. Együttműködési lehetőségek

Mindig is így volt, de manapság egyre inkább értéke van a kapcsolati tőkének. A jelenlegi rendszerben működő Művelődési Ház kapcsolatait célszerű és szükségszerű kibővíteni – a kapcsolatok számát és mélységét tekintve, szintén a teljesség igénye nélkül, példaként és ötletként felsorolva néhány, tematikusan pontokba szedett egységet.



Az összeköttetések építésének, ápolásának jó alapja Bátaszék Város Önkormányzata kiépült kapcsolatrendszere, azonban a városmarketing és turizmus területén ezt a kapcsolatrendszert a Bátaszékért Marketing Kft. feladata elmélyíteni. Ehhez a kft. saját adatbázisának létrehozása az első lépés, mely folyamatosan fog létrejönni, bővülni, a már adott feladatok elvégzésével/átvételével.

2.5.1. Helyi szervezetekkel, egyházzal

Civil szervezetekkel való hatékony és követhető kapcsolattartás céljából javasolt egy teljesen elkülönülő regisztrációs rendszer felállítása – természetesen ez plusz adminisztrációval jár, azonban az önkormányzattal szinkronizált nyilvántartási rendszer megkönnyíti a programok, rendezvények követhetőségét, a programhelyszínek és időpontok nyilvántartását (állandó programoknál is fontos), a pályázatok követését, utókövetését, sikeresebb lehet pályázatkeresés. Hasonlóan a megyei szinten működő Civil Információs Centrum általi nyilvántartó rendszerhez (CIC-kód).

A helyi szervezetekkel való kapcsolatok kibővítése nem arra szorítkozik, hogy a szervezetek számát növeljük, de az olyan szintű együttműködésre is szükség lenne, mely a működési hely biztosításán kívül a szervezésben is segítséget nyújt a helyben működő szervezet számára.

Egyházak tekintetében szintén a lehető legszélesebb körű kapcsolattartásban kell gondolkodni. A mindenki számára szóló programokon kívül különös gondot kell fordítani a gyermekeknek szóló programok támogatottságára – itt is megemlíthető, hogy kiemelt együttműködés szükséges a Bátaszék Város Önkormányzata Közművelődési, Oktatási, Ifjúsági és Sportbizottságának a 2015-2020 közötti időszakra elkészített koncepcióját tekintve.

2.5.2. Kistérségi, térségi társulásokkal, megyei szervezetekkel

- TETT (Paks II. fejlesztése komoly demográfiai és infrastrukturális változásokat idéz elő a térségben, mely a „fizetőképes kereslet” növekedésével fog járni. A Paksra és



környékére költöző emberek nem kizárólag a szűk környezetükben fogják eltölteni szabadidejüket, különösen az első években fontos, hogy megismerjék a környék program- és kulturális lehetőségeit, így amilyen gyorsan csak lehet, be kell kapcsolódni a paksi fejlesztések „vérkeringésébe”, melyhez nagy segítséget jelenthet a TETT közreműködő támogatása. Ezen kívül, számos pályázati lehetőség rejlik a térségben, melyeket jó pályázatfigyelők segítségével érdemes maximálisan kihasználni (ld. a Duna-Mecsek Területfejlesztési Alapítvány által a térségben eddig is támogatott ügyeket.)

- A térség települései – Bátaszék vonzáskörzetét tekintve Báta, Dunaszekcső, Mórág, Bátaapáti, Várdomb, Alsónána, Alsónyék, Pörböly, ..., illetve ezen településeken működő helyi szervezetek (adatbázis szükséges).
- Tolna Megyei Önkormányzat (Amennyiben szoros kapcsolatot ápolunk a megyei önkormányzattal, értesülhetünk az olyan eseményekről, mely köré programokat lehet fűzni, vagy a már létező megyei szervezésű programokhoz lehet csatlakozni – szintén csak példaként megemlítve).
- Hegyközségek, borvidék – Egy-egy borverseny, díjátadó, fesztivál jó apropója lehet, természetesen kiegészítő programokkal, nagyobb volumenű kulturális események, vagy legalább városi hír érték. Az ilyen jellegű események sajátossága – ez tapasztalat -, hogy gyakran előfordul jeles vendég, zsűri, esetleg olyan esemény történik a rendezvényen, mely különleges hírértékkel szolgál, nagy nézettséget vonz a televíziós beszámolóknál, az írott sajtóban nagyobb példányszámot generál, stb. (mint borvidék, a regionális szintű kapcsolatok pontba sorolható).
- Ökológiai/természetvédelmi társaságokkal való kapcsolattartás természeti kincseink védelmére, ismertté tételére (Vízgazdálkodással összefüggő lehetőségek kiaknázása helyi egyesületek számára – ld. Ráros-projekt: „legyen a városnak vize”. Anno még halászat is volt Bátaszéken, ma is kihasználható lenne - szabadidős tevékenységekre -, hogy természetes vizek vesznek körül. A kövesdi bányató projekt is hasonló megfontolású, ám ott nem feltétlenül fog megvalósulni az a cél, hogy gazdaságosan, természetes környezetben horgászvizet biztosítson a város az egyesületnek. A tó fizikai adottságai esetlegesen problémát jelenthetnek, így előfordulhat, hogy csak folyamatos magas költségű beruházással (állandó növény- és haltelepítések) lehet



fenntartani az állományt, valamint a hirtelen mélyülő víz veszélyessége miatt a természetes mederben kialakult vizek nemcsak a halaknak, de a szabadidős tevékenységet választó emberek számára is vonzóbb lehet).

2.5.3. Regionális szinten

- Borvidék (ld. fent)
- Tolna-Baranya-Somogy-Bács-Kiskun megyék programjainak figyelése, kapcsolódási pontok keresése, illetve átutazó közönség „megállítása” Bátaszéken fő feladat a turizmus fellendítését, illetve az ismertség növelését tekintve. A regionális programokhoz tartozó kiadványokban való megjelenés is egy eszköze lehet a városmarketingnek.

2.5.4. Országos lehetőségek

- Országos szervezésű programokba való becsatlakozás helyi közösséggel, helyben (jó példa erre a Nemzeti Bormaraton, nagy sportágválasztó, kihívás napja, múzeumok éjszakája, ...)
- Országosan meghirdetett programba való csatlakozás, mely nem helyben zajlik, ám nagy ismertséget lehet vele szerezni a város számára, illetve olyan kapcsolatot kialakítani, hogy országos rendezvényeken meghívottal, zsűrivel, vendéggel részt venni, és ily módon promótálni a várost
- Ökológiai/természetvédelmi társaságokkal, erdészettel, stb. való kapcsolattartás természeti kincseink védelmére, ismertté tételére (2.5.2)

2.5.5. Nemzetközi kapcsolatok

- Testvérvárosok / testvérvárosok további nemzetközi kapcsolatai
- Európai Unió szervezetek
- Bátaszékről elszármazottak
- Betelepült családok kapcsolatai



-
- Helyi cégek, társaságok nemzetközi kapcsolatai
 - Paks II. által nemzetközi látogatók vonzása a városba
 - Külügyminisztériumi lehetőségek (!)

2.6. Éves szintű rendezvények

2016. évre kész tervvel rendelkezik a város. A programok egy részének a szervezését tulajdonosi döntés alapján át tudja venni a kft. A Bátaszékért Marketing Kft. a 2017-2020 időszakra tud proaktívan működni, a 2016-os rendezvényszervezések, valamint a napi teendők mellett előkészíteni a 2017-2020 évek programjainak és feladatainak tervezetét.

A jövőbeli zászlós rendezvények, valamint az évről-évre ugyanazon napokhoz kötött, állandó rendezvények a fenti, 2.5 pontban felsoroltak megvalósulásával kiegészülhetnek pl. évfordulós jellegű rendezvényekkel, egyszeri eseményekhez való bekapcsolódással, egy-egy kapcsolatból származó eseti programmal, stb. Ezek előkészítése is a 2016. év feladatai közé tartozik (illetve az adott évet megelőző év feladatai közé).

2.7. Általános turisztikai vonzerő

A 2.4.1. pontban példaként felsoroltak alapján, valamint a Bátaszék Településfejlesztési Konceptiójában is részletezettek szerint Bátaszék Városa rendelkezik olyan jellegű adottságokkal, melyek általános turisztikai vonzerőt kölcsönöznek.

Bátaszék rendelkezett pl. a XIX. századtól szállodával: Aranynap Szálloda néven.



Az alapítványi uradalom épülete volt. A XVIII–XIX. század fordulóján építették. A XIX. század első felében itt volt az Arany Nap szálloda (később nagykocsmá lett).

A természeti, építészeti adottságok ma is csak abban az esetben aknázhatók jól ki, amennyiben kiépül hozzájuk egy „infrastruktúra”, úm. vendégek fogadására alkalmas termek, terek, éttermek, szállodák, stb. Ennek megvalósításához többféle út is vezethet. Egyrészt a helyi vállalkozások számára kedvezményesen lehet önkormányzati tulajdonú épületet, helyszínt, stb. biztosítani, mintegy generálva a vállalkozói szféra bevétel-növekedését. Ennek előnyei, hogy egyszeri nagyobb befektetéssel és állandó kisebb költséggel, valamint a bérleti díjából származó, bár alacsonyabb rendszeres jövedelemmel bírhat a város. A másik eshetőség, hogy saját működtetésű ingatlanokat kell fenntartani, ld. termék, étterem, szálloda, ám ez egyrészt az egyszeri nagyobb beruházást követően nagy állandó költséget is jelent, és a megfelelő állandó bevételhez komoly szakembergárda foglalkoztatása is elkerülhetetlen. A városnak a jelenleg is már folyamatban lévő épületek (Kossuth utcai óvoda, Schindler-ház, Vasúti óvoda, stb.) közösségi- és rendezvényháznak való kialakítása mellett a „Casino” épületének hasznosítása is egy alternatíva lenne (szálloda, étterem, kávézó, könnyűzenei szórakozóhely...).

A fentiek megfontolására mindenképpen fontos állandóan követni a regionális, nemzeti, és uniós pályázatokat, hiszen, mint ahogyan elhangzott a parlament gazdasági bizottságában a bor- és gasztronómiai albizottsági ülésén Tiffán Zsolt véleménye a beérkező uniós támogatásokat tekintve, pénz jön, de szakmailag jól megfontoltan, okosan kell elkölteni.



Ehhez szükséges az ország vezetőinek tájékozottsága szakmai berkekből, ezért fontos a szakbizottságok jó kapcsolata a szakmákkal – értve ez alatt a vidéket is. A fejlesztések megvalósulása érdekében a konkrét pályázatfigyeléseken kívül érdemes állandó kapcsolatot ápolni az említett albizottságokkal. Kohut Balázs közigazgatási államtitkár úr tette hozzá, hogy marketing nélkül hiába van jó „termékünk”, ha senki nem tud róla. A promóció ténylegesen nemcsak a pénzen múlik, hanem az ötleteken, a benne dolgozó emberek lelkesedésén, hogy érje el azt az ingerküszöböt, amivel megállíthatatlan folyamattá váljon a munka gyümölcse. A következő pontban megfogalmazottakban is megjelenik ez a megfontolás.

3. Vezetési és városmarketing koncepció

3.1. Vezetői célok (szakmai, gazdasági, tulajdonossal kapcsolatos)

- a város kulturális vérkeringésében meghatározó szereppel közreműködni
- hatékonyan „beépülni” a helyi szervezetek programszervezéseibe, működéséhez szükséges feltételek megteremtésébe
- Bátaszéken tartani, vagy Bátaszéken letelepedési lehetőséghez juttatni, vagy vonzóvá tenni a letelepedést olyan művészek, pedagógusok, szakemberek számára, akik a közművelődést / művészeteket / sportot / közösségi eseményeket szívügyüknek tekintik, azonosulni tudnak a város céljaival, és szorosan együttműködni kívánnak a gyermekek és felnőttek képzésében / oktatásában / közösségépítésében; művészeti képző-, önképző, és hobbi körök működtetése a megfelelő szakemberek közreműködésével
- színházi előadások szervezése (jelenleg Szekszárdra, Bajára, sőt Bátára (!) járnak Bátaszékről az érdeklődők színházba ☺)
- a helybeliek városszintű programokban való részvételi arányának növelése
- a város ismertebbé tétele területi, regionális, országos, és nemzetközi szinten
- körültekintő vezetéssel, átfogó irányítással, gyakorlatiasan működtetni a társaságot



-
- a társaság célja inkább megfelelne egy nonprofit szervezet profiljának, ennek ellenére, és a lehetőségekhez mérten törekedni a gazdaságilag minél önállóbb működésre (többlépcsős folyamat)
 - minden esetben megfelelni a város, és ezáltal a tulajdonos érdekeinek

3.2. Humánpolitikai megfontolások („software”)

- a személyi igény összehangolása a jelenlegi közművelődési „rendszer” működésével
- helyi szakemberek alkalmazása
- kollégák motiválása, szakmai fejlődésük segítése, a csapatmunka gördülékennyé tétele (jó hangulatú, emellett maximális hatékonyságú csapat kiépítése), a munkavégzés értékelése (visszacsatolás)
- érzékenyen reagálni a kollégák jelzéseire, a munkáltatói célok folyamatosan szem előtt tartása mellett
- kontrollált munkaerőköltség / megfelelő bérszint egyensúlyban tartása
- törekvés az alacsony szintű fluktuációra és hiányzásra
- oly módon menedzselni a változást, hogy az egyének, a társaság, és a tágabb közösség számára kölcsönösen előnyös legyen
- a munkavégzés minőségét oly módon fenntartani és fejleszteni, hogy az vonzóvá tegye a szervezetten belüli létet
- változatos, sajátos megoldások alkalmazása a közösség céljainak elérésében

3.3. Eszközpark („hardware”)

A kft. tevékenységi köréből adódóan általános irodai eszközökre, telekommunikációs eszközökre, fotó és mozgókép rögzítésére alkalmas eszközökre, valamint nyilvánvalóan hang, fény- és színpadtechnikai eszközökre van szükség. Annak meghatározása, hogy mire kell ráfordítani, akkor lehetséges, ha ismerjük a jelenleg rendelkezésre álló eszközök mennyiségét és minőségét, és a tulajdonos által meghatározott a jelenlegi eszközök használati jogköre.



3.4. Városmarketing

Városon belüli / Térségi / Regionális / Országos szintű / Nemzetközi

- a helyi lakosok számára színvonalas kommunikáció folytatása, mely a város felé elköteleződést, lokálpatriotizmust, és az eseményeken való szélesebb körű részvételt eredményez
- állandó rendezvények promótálása offline, PR, és online eszközökkel
- eseti rendezvények reklámkampány-szerű szervezése: jól felépített, stratégia szerinti, következetes marketing-lánc
- városkép kialakításában marketing eszközök felhasználása: vendégek érkezésekor, rendezvényeken molinók, roll-upok használata, kültéri hirdetőtáblák és épületeken lévő hirdető és logó felületek
- a város szórólapokkal, prospektusokkal, kiadványokkal (könyvek, információs füzetek) ajándéktárgyakkal való népszerűsítése

4. Üzleti terv / pénzügyi terv

Előző 1-3. pontok tartalmazzák az üzleti terv azon részeit, melyek a vállalkozás bemutatásáról, marketing és működési tervéről, valamint a szervezeti felépítéséről szólnak. Swot-analízis készült Bátaszék Város Középtávú Közösségi Művelődési Stratégiája 2015-2020 dokumentum elkészítésekor. Az üzleti terv további része a pénzügyi előkészítés a rendelkezésre álló adatokkal.

4.1. Költségvetési terv

A társaság működéséhez szükséges alapvető költségek:

- Anyagköltség
- Iroda, (technikusi szoba) bérleti díja(!)
- Energia költség / közüzemi díjak (víz, villany, gáz)
- Kommunikáció költsége (telefon, fax, internet)



- Irodaszer költség
- Szállítási költség, kitelepülés
- Marketing költség (pl.: promóció, piackutatás, adatbázisok létrehozása, táblák,...)
- Értékesítés költségei (bemutatóterem, turisztikai ügyfélszolgálat, utazás, kiállítás,...)
- Munkabér és járulékai
- Képzési költségek
- Stb.

A Művelődési Ház programjaira 2016. évben tervezett költségek ismertek (Dömény Boglárka mb. igazgató tervezetében).

A működtetési költségek is szükségesek.

Várhatóan a feladatkörök átszervezésével átfedések lesznek a Művelődési Ház, és a Bátaszékért Marketing Kft. költségvetésében, ezért a 2017. évtől számítva lehetne nagyságrendi, önálló költségvetés-tervezetet készíteni. Felelős költségvetés a társaság alapos ismerete, és a tulajdonossal való körültekintő egyeztetéssel lehetséges.

Időszak	Program	Költség (Ft)
I. negyedév	Városi farsang Filmklubok, kézműves foglalkozások Táncházak Tavaszi városdekoráció Nemzeti ünnep	250 000
II. negyedév	Húsvétvárás Költészet napja Majális Triatlon verseny Pünkösdi fesztivál Szt. Orbán nap Gyermeknap Pedagógusnap Nyári városdekoráció	2 000 000
III. negyedév	Népcsoportok utcafesztiválja Nemzeti ünnep Bornapok Nyári foglalkozások gyermekeknek Őszi városdekoráció	4 000 000



IV. negyedév	Nemzeti ünnep Zene világnapja Kézműves foglalkozások Téli városdekoráció Városi karácsonyváró ünnep	1 250 000
		7 500 000

4.2. Pénzügyi mutatók

Források, hitelek, pályázatok

A rendezvények, programok költségeinek, valamint az általános működési költségek forrásai egyrészt pályázatok útján szerezhető, másrészt bevétel várható belépőjegyekből, esetleg tagdíjakból, bérleti díjakból. Cél az önálló működtetés, azonban hitelintézeti forrás sem zárható ki. Az előzőekhez hasonlóan, felelős pénzügyi terv a társaság alapos ismerete, és a tulajdonossal való körültekintő egyeztetéssel lehetséges (Cash-flow, mérleg, eredménykimutatás.)

5. Záró gondolat

„Élsz egy városban, azt hiszed, ismered. Ó, dehogyis ismered! Ha azt akarod, hogy egy város a tied legyen, nyiss be a kapukon, fordulj be az udvarokba, sétálj föl a lépcsőkön, lebbentsd meg a függönyöket az ablakok mögött... Köszönts szíves szóval a házak lakóit és hallgasd meg a történetüket. Ha így teszel, lassan tied lesz a város, ahol élsz.”

Schäffer Erzsébet: Hol nem volt – életek, mesék, pillanatok (részlet)

Bátaszék, 2016.04.18.