

BESZÁMOLÓ

**MÉDIA EGER NONPROFIT KFT.
EVAT Zrt. CÉGCSOPORT TAGJA**

2011. I. negyedévről

Eger, 2011. április 29.

Bérczessy András
Ügyvezető igazgató

I. Vezetői összefoglaló

A vállalkozás rövid bemutatása

A vállalkozás 2009. december 31-vel jött létre, két jogelőd cég összeolvadásával. A társaság azért alakult, hogy a lehető leghatékonyabban kihasználja a tulajdonos médiafelületeit, optimalizálja az erőforrásokat, egységesüljön a városi kommunikáció.

Termékek és szolgáltatások rövid bemutatása

A TV Eger több mint két évtizedes múlttal rendelkező társaság, napi 4 óra szerkesztett műsort készít, kábelen és földfelszíni sugárzásban jut el az adás a nézőkhöz. A televízió kereskedelmi besorolású, ennek ellenére meghaladja a 80 százalékot a közszolgálati tartalmak aránya.

Az Egri Magazin a Városi Újság nyomdokain létrejött színes, 32 oldalas kiadvány, mely havonta jelenik meg, a város fontos eseményeinek beszámolóival, közéleti tartalmakkal, programelőzetesekkel, riportokkal, hírekkel.

A www.eger.hu oldal a város hivatalos portálja, ezen a felületen a hír és információs, valamint a reklámtartalmak elhelyezéséért felel a társaság.

Piaci helyzetkép, elemzés

Erősségek

- Brand: a város nevével azonosított televízió, társaság, magazin
- Földfelszíni sugárzás: a TV Eger frekvencia engedéllyel, műsorszolgáltatási jogosultsággal rendelkező kereskedelmi besorolású, az ORTT által bejegyzett helyi műsorszolgáltató, mely adását sugárzásban és kábelen is eljuttatja Eger város lakóihoz.
- Kábelrendszerben elfoglalt hely: a kábelszolgáltató törvényi kötelezettsége, hogy az alapsomagban egy helyi műsorszolgáltató adását közvetítse, ami a TV Eger
- Naprakész, friss hír- és információszolgáltatás: egy korábban készült felmérés szerint első számú hírforrás a televízió a városban.
- Internetes lehetőségek: a híradás szövege és képanyaga, a magazin jelen van a világhálón, letölthető formában.
- Bevezetett műsorok: a műsorok többsége stabil nézőtáborral rendelkezik
- Bevezetett lap: az Egri Magazin egyre komolyabb olvasótáborral rendelkezik
- Saját kezdeményezések: rendezvények – Kutvás nap, Gyermeknap, Donor nap. Jól azonosíthatóan a televízió saját „termékei”.
- Sikeres pályázatok: jó referenciaként szolgálnak a további pályázatokhoz (műsorkészítési pályázatok, projektkommunikációs pályázatok)
- Szakmai tapasztalat: két évtizedes múlttal, kitűnő helyismerettel, kapcsolatrendszerrel és technikai tudással rendelkező szakemberek
- Szervezeti kapcsolatrendszer: a korábban létrejött együttműködések nyomán.
- Archívum: egyedülálló, vagyoni értéket jelentő dokumentáció az elmúlt időszakról.
- A Líceum Televízióval kialakult szakmai és gazdasági kapcsolat a műsorok frissítése és bevétel szempontjából jelentős.
- A tagsági viszony a Helyi Televíziók Országos Egyesületében

Gyengeségek

- A munkatársak alacsony bére: létbizonytalanság, egzisztenciális problémák. Alacsony motiváltság.
- Finanszírozási nehézségek: magas költségek, csökkenő bevételek.
- Szakember-pótlás nehézségei: az alacsony bérek miatt kicsi a szervezet megtartóereje, a helyben „kiképzett” munkaerőt tökeerősebb cégek elszippantják.
- Fejlesztések hiánya: a technika csekély részletekben fejleszthető, egységes rendszer kialakítása nem lehetséges emiatt.
- Kapacitáshiány: a bevételek fokozása többletfeladatok vállalásával lehetséges, ami szervezési nehézségeket okoz.
- Nézetségi adatok hiánya: a piaci pozicionálást segítő konkrét helyi számok nem állnak rendelkezésre, így a reklámbevételek tervezése nehezebb.
- Új műsorelosztók megjelenése: pl. a DigiTV és a T-Home rendszereiben nincs **jelen a** televízió

A saját médiumok viszonyítása a piac szereplőihöz

TV Eger:

Monopolhelyzetben lévő médium, a földfelszíni sugárzás, a bevezetett név, struktúra okán.

Egri Magazin:

Részleges önkormányzati finanszírozási háttérrel rendelkező lap, bevezetés alatt van, nincs periodikájában, küllemében hasonló orgánus.

www.eger.hu

Elavult struktúrájú, kevésbé tetszetős küllemű weblap, a város nevét tartalmazó domain-név miatt magas látogatottsággal.

Célpiacok

A társaság széles médiakínálata lehetővé teszi, hogy több területen biztosítson minőségi szolgáltatásokat. Ennek megfelelően a céges ügyfelek a képezik a legfőbb célcsoportot, de fontos a lakosság és az önkormányzati szegmens is.

Marketing stratégia

A Média Eger Nonprofit Kft. esetében komoly kihívást jelent az integrált marketing stratégia megalkotása, cég összetettsége, a korábbi beágyazódások, berögződések miatt. A két jogelőd szervezet felületeinek, lehetőségeinek összehangolása szakmai szempontból nem összetett feladat, ennek külső prezentációja kemény dió. Ennek több oka van: a vevői kör számára sokáig nem volt egyértelmű a szervezetek viszonya, mivel közel két éves döntési folyamat eredményeképpen jött létre a társaság. Ez idő alkalmas volt arra, hogy a piacon jelen lévő más szereplők, esetlegesen ellenérdekeltek felek a bizonytalanságot erősítsék, fokozzák.

A megoldást ezért úgy kereste a cég menedzsmentje, hogy egy teljesen újszerű, a korábbi pozitív berögződésekre alapozott kommunikációt indított. Ennek jegyében megmaradt a társaság szimbólumrendszere, emblémahasználata, mely a TV Eger 2009. tavaszán alkotott logotípiájára épül. Ezzel együtt az Egri Magazin és a www.eger.hu brandek arculata is igazodott a „fő vonalhoz”. A külső kommunikáció erősítésére még fokozódott a rendezvényeken való jelenlét, a médiatámogatói munka. Az egész folyamat indításaként egy széles körre kiterjedő partnertalálkozót tartott a társaság, ahová az elmúlt két évben kapcsolatba került partnerek kaptak meghívást. Ennek célja az volt, hogy a személyes

találkozás által nyomatékosabban tudja érzékelteni a társaság jelenlétét, másrészt az esemény kellő sajtófigyelmet kapott, így még szélesebb körben válhatott ismertté a változás.

Az új, kibővített kínálat ismertté, népszerűvé tételére olyan médiamixek létrehozása mellett döntött a menedzsment, melyek – szinte a partner profiljától függetlenül - a kínálat több elemét is alkalmazzák. A vásárlói kedv fokozására az árképzésben olyan politika érvényesül, amely elsősorban nem piaci, pénzügyi döntést igényel a megrendelő részéről.

A vállalkozás felépítése, működése

A Média Eger Nonprofit Kft. az Egri Vagyonkezelő és Távfűtő Zártkörűen működő Részvénytársaság célcsoportjának tagja.

A Média Eger Nonprofit Kft. 16 főállású dolgozóval és –igény szerint – 5-6 külsős munkatárssal dolgozik. A cégvezetői feladatokat ügyvezető igazgató látja el, a menedzsment dolgozói még: műszaki vezető, gyártásvezető, felelős szerkesztő, értékesítési vezető.

A legfontosabb tevékenységek: televíziós műsorszolgáltatás, lapkiadás, reklámtevékenység, kommunikációs szolgáltatás.

A társaság meghatározó ügyeiben taggyűlés dönt: az Egri Média Centrum Alapítvány kuratóriumának elnöke és az EVAT Zrt. igazgatóságának elnöke.

A közeljövőt érintő célkitűzések, intézkedések

A közeljövő fontos feladata a cég pozíciójának további erősítése, a reklámpiac minél aktívabb kihasználása, a társaság bevételeinek további növelése, a költségek optimalizálása.

A társaság pénzügyi helyzete

A társaság a mellékelt dokumentumban foglalt mértékben negatív eredménnyel zárta az időszakot. Ennek egyik legfőbb oka a költségek emelkedése volt.

II. A VÁLLALKOZÁS ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA

1.) A vállalkozás alapadatai

- működési forma: nonprofit Kft.
- tulajdonosok: EVAT Zrt., Egri Média Centrum Alapítvány
- törvényes képviselő: Bérczessy András 3300 Eger, Attila utca 27/a
- a vállalkozás pontos neve: MÉDIA EGER Nonprofit Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság
- a vállalkozás székhelye: 3300 Eger, Törvényszék u. 15.
- a vállalkozás mikor lett bejegyezve: 2009. 12. 31.
- a vállalkozás fő tevékenysége:

Televízióműsor összeállítása, szolgáltatása, Közhasznú tevékenység

- a vállalkozás melléktevékenységei:

Film-, video-, televízióműsor-gyártás,
Folyóirat, időszaki kiadvány kiadása
Világháló-portál szolgáltatás
Reklámügynöki tevékenység
Médiareklám

- elérhetőségi adatok: Média Eger Nonprofit Kft, 3300 Eger, Törvényház u. 15., 36/419-999, tveger@tveger.hu, www.tveger.hu, www.mediaeger.hu
- a vállalkozás könyvvizetését végző cég neve: VVA Könyvszakértő és Tanácsadó Kft. Verpelét, Rákóczi út 2/7.
- a vállalkozás jogi képviselőjét ellátó cég neve: Dr. Turcsányi Dániel egyéni ügyvéd

2.) A vállalkozás története

Egerben 1988-ban hozta létre a Városi Tanács a Városi Televíziót, azzal a céllal, hogy a helyi kommunikációnak egy modern fórumot teremtsenek.

A kezdeti időszakban a szerkesztőség heti egy napon adott műsort, a többi helyi televízióhoz hasonlóan hétfőnként, amikor is a Magyar Televízió adása szünetelt. A televízió fokozatosan fejlődött, bővült az adások száma, a munkatársak létszáma, s így a technika fejlesztése, az új technológiák alkalmazása szükségessé vált. A Városi Televízió szerepe felerősödött, a piacgazdaság megjelenésével – noha akkoriban a költségvetés nem szűkölködött – megjelentek az első reklámok, kereskedelmi ajánlatok.

A helyi televíziózás aranykora 1997-ig, az országos kereskedelmi televíziók megjelenéséig tartott. Az új jogi szabályozás, az 1996. évi I. törvény – „népi” nevén a médiatörvény – hatályba lépése átértelmezte a televíziók szerepét. Kezdetben az új kötelezettségek vállalása mellett a finanszírozás kérdésében könnyebbséget jelentett a Műsorszolgáltatási Alap által működtetett pályázati rendszer, mely egy-egy nyertes projekt révén hosszabb időre megoldotta a pénzügyi nehézségeket. Jellemzően a tulajdonos önkormányzatok ettől az időszaktól új társasági formába kényszerítették a televíziókat, a korábbi intézményes formából gazdasági társaságokká (Kft., Kht.).

Eger Megyei Jogú Város Önkormányzata 2007-ben hozott döntést arról, hogy létrehozza az Egri Média Centrum Alapítványt, amely a város egyes kommunikációs feladatait hivatott ellátni. 2008-tól állt fel a kuratórium, a munkaszervezet. A város kommunikációra fordított költségvetését megbontotta a két szervezet között. Ez egyrészt takarékosagra készítette a két szervezet menedzsmentjét, másrészt szakmai, emberi ellentéteket generált.

Az Egri Média Centrum lapkiadással, internetes tartalomszolgáltatással és televíziós műsorok készítésével kapcsolatos feladatokat kapott. A profilban számos átfedés volt a Városi Televízió feladatkörével.

2008. végén a Városi Televízió Kht. vezetőjének menesztésével egy perszonálúnió jött létre azáltal, hogy az Egri Média Centrum Nonprofit Kft. főszerkesztője kapott megbízást az ügyvezető igazgatói feladatok ellátására. A két szervezet szakmai együttműködése ezt követően nagymértékben javult, azonban számos jogi, adózási kérdés vetődött fel. A helyzet megoldására az az igény merült fel, hogy a két szervezetet integrálni kell valamilyen formában.

A hosszas egyeztetés nyomán végül a technikailag körülményes, de kétségkívül konszenzusos megoldás mellett született döntés: az összeolvadásról, vagyis mindkét társaság megszűnt, s jogutódukként jött létre a Média Eger Nonprofit Kft. 2009. december 31-én.

A társaság hatáskörébe és feladatkörébe tartozik a TV Eger, a vonzástérzet egyetlen sugárzó televíziója. (A sugárzott adást több mint 120 ezer ember láthatja Egerben és 50 km-es vonzástérzetében. Ezen kívül a városi kábelhálózaton az alsó, szociális programcsomagban a műsor 22 ezer családhoz jut el, s jelen van több környéki település csatornakiosztásában. Eger és vonzástérzete így módon teljesen lefedett. A TV Eger műsora az interneten is látható, élőben, a HírAdás pedig letölthető formában van jelen a világhálón, a www.tveger.hu oldalon.)

A céghez tartozik még az Egri Magazin című ingyenes, 30 ezer példányban megjelenő havilap, mely minden háztartásba eljut a városban, illetve néhány szomszédos településen.

2010. decemberében jelent meg a Heves Megyei PénzVilág című megyei gazdasági magazin első száma. Ez a lap 10 ezer példányban jelenik meg, a térség társas vállalkozásaihoz jut el.

A Média Eger Nonprofit Kft. feladata még a városi portál, a www.eger.hu oldal információinak frissítése.

Ezzel együtt olyan „járulékos” feladatok, elvárások is vannak a tulajdonos önkormányzat részéről, mint a városmarketing cseppet sem egyszerű feladata. Ezt teljeskörűen nem tudja megvalósítani a társaság, egyes projektek révén csatlakozik nagyobb feladatok elvégzésére a programgazdákhoz. Ezen kívül tervezett módon országos sajtómegjelenések generálásában, kivitelezésében közreműködő a Média Eger Nonprofit Kft.

A társaságnál folyamatosan szükség van eszközfejlesztésre, tekintve, hogy a technika rohamos léptekkel fejlődik. Az eszközök kihasználtsága nagyon nagy a cégnél, s hamarosan szükség lesz arra, hogy teljes körű HD munkafolyamatok valósuljanak meg a Média Eger Nonprofit Kft.-nél.

III. MARKETING TERV

1.) Ágazati áttekintés

A média egyik fontos feladata, hogy bemutassa a társadalmi folyamatokat, kontrollt gyakoroljon és „tükröt mutasson”. Ezzel együtt természetesen a társadalmi hatások érvényesülnek a média világában is, egyre nagyobb az információ iránti éhség, ez időről-időre új feladatokat jelent a médiafelületek kezelőinek. A hírek, információk „tálalási módja”, elérési lehetőségei mind érintettek ebben.

A technológia folyamatosan fejlődik, a televíziózásban a digitális átállás mellett a HD technológia bevezetése egyre inkább időszerű a kisebb műhelyeknél is, főként azért, hogy ezáltal meg tudják őrizni beszállítói szerepüket a nagyobb társaságok felé, s minőségi hátrány miatt ne essenek el megrendelésektől.

A Média Eger Nonprofit Kft.-t közvetlen politikai hatások nem érik, a felületeken a politikai eseményekről közül a cég beszámolókat, elemzéseket. Ezen kívül nincs hatása a politikai környezetnek (nem is lehet!). A jogszabályi keretek drasztikus változáson mentek át az elmúlt időszakban, a médiatörvény, a reklámtörvény változásai mind-mind hatással vannak a sajtóban tevékenykedő társaságokra.

A demográfiai hatások tekintetében elmondható, hogy az „öregedő társadalom” egy meghatározó része még mindig a hagyományos médiafogyasztási szokásokat gyakorolja: televíziót néz, nyomtatott sajtót olvas. Ennek ellenére a felnövekvő generáció is komoly figyelmet érdemel, igényeiket szem előtt tartva kell alakítani a felületeket, a műsorpolitikát, a cikkeket.

Miként a gazdaság egészére, így a társaságra is nagymértékben hatott a gazdasági válság. A céges partnerek szinte mindegyike erősen redukálta a marketing költségeket, a lakossági fogyasztás is visszaesett. Ezzel együtt a költségek növekedése is jellemző, mely igen nehéz helyzetet teremtett. A felhasznált nyersanyagok, a technológia jelentős részének beszerzésekor a kedvezőtlen árfolyamok is többletköltséggel jártak.

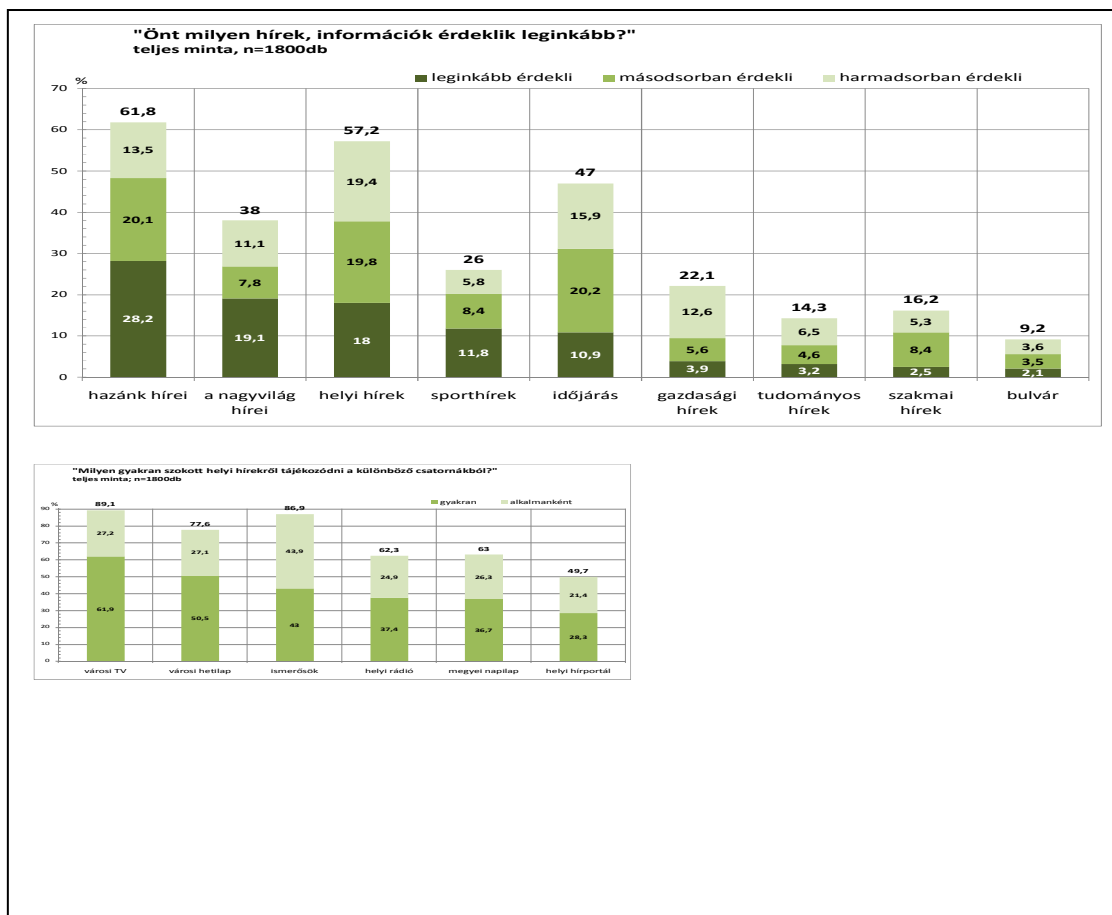
A televíziós műsorkészítésben sok esetben irányadónak tekintik az országos kereskedelmi televíziók tevékenységét, amely önmagában is komoly értékválságot okoz. Ez a hatás azért is káros, mert alapjaiban változtatta meg a televízióval szembeni elvárásokat, a nézői szokásokat.

2.) Termékek

A Média Eger Nonprofit Kft. szolgáltatásainak legnagyobb része az alapfeladatokhoz kötődik: televíziós műsorkészítés, lapkiadás, reklámszolgáltatás. Emellett erősödő szegmens a pályázati kommunikáció, ami ez elkövetkező egy-két évben fontos bevételi forrás lehet.

A társaság legfőbb ereje a helyi információ, a helyi hír, amit máshonnan nem, vagy nem ilyen formában kap meg a néző/olvasó/internetező. Ez jelenti valójában a legnagyobb vonzerőt és egyediséget.

Ezt egy 2010-ben készült felmérés is jól mutatja:



A piacon a versenytársakéhoz képest a magasabb minőség és kedvezőbb ár politikáját választotta a Média Eger Nonprofit Kft. Ez markáns különbséget eredményez, bármely szegmenst nézzük. Több területen egyedüli szereplő a társaság: napi híradó, földfelszíni sugárzás, tekintélyes havilap, stb. Emellett 2010. év végén megyei gazdasági lap is indult a Média Eger Nonprofit Kft. gondozásában, mely szintén versenytárs nélküli.

3. Versenytársak vizsgálata

A főbb piaci szereplők

Televíziók

Egerben jelenleg a Média Eger Kft. mellett további két televízió működik:

- Líceum Televízió, az Eszterházy Károly Főiskola oktató televíziója. A szerkesztőséggel jó a kapcsolat, a szakmai munka erősítésére kooperációs együttműködések jöttek létre.

- Agria Televízió, magántőkéből létrejött, kizárólag kábelén sugárzó adó. Műsorok szempontjából nem versenytárs, a problémát az jelenti, hogy „zavart keltett” a piacon, egyes hirdető partnerek számára megnehezítette a társaság beazonosítását.

Print média

- Szuperinfó, hirdetési hetilap, minimális olvasmányos tartalommal, árképzésében jóval magasabb az Egri Magazin árainál. A brand ismert, 20 éve jelen van a piacon. Számos területen van érdekellentét.
- Heves Megyei Hírlap, a megyei napilap, egyeduralkodó a piacon, egyes területeken érdekütközéssel lehet számolni

On-line média

- www.heol.hu, a Heves Megyei Hírlap digitális, bővített mutációja, piacvezető médium
- www.egriszin.hu, a hetilap internetes változata, friss, naprakész, ám kevés hirdetési felületet tartalmazó oldal
- www.agria.hu, egy korábban jól működő, mára elhalófélben lévő portál

4.) Marketing Mix

Társaságunknál komoly teret kap a „reklám reklámja”. Ez azt jelenti, hogy a számunkra elérhető összes médiafelületen kínáljuk szolgáltatásainkat.

- **TV Eger:** saját imázs-szpot, nyomtatott média (EgriEst, Egri Magazin, Pénzvilág, Hevesi Apró), web: tveger.hu, mediaeger.hu
- **Egri Magazin:** saját felületen, TV Eger imázs-szpot, nyomtatott média (EgriEst, Pénzvilág, Hevesi Apró), web: tveger.hu, mediaeger.hu, www.eger.hu.
- **www.eger.hu:** nyomtatott média (EgriEst, Egri Magazin, Pénzvilág, Hevesi Apró), web: tveger.hu, mediaeger.hu
- Marketing tevékenységet fejtünk ki **saját rendezvényeinken:** Családi Donor Nap,
- Kutyas Találkozó és jótékonyági nap, Adventi véradás.
- **Médiatámogatói** szerep: Gárdonyi Géza Színház, EKMK, Művészetek Háza, stb.
- Kimondottan reklámcélzattal, a kínálat bemutatásának érdekében szervezünk minden évben **partnertalálkozót**.
- **Saját kiadványt** szerkesztettünk a kínálat bemutatására
- 2-3 havonta **akciókat** hirdetünk, hogy időről-időre felkereshessük üzleti partnereinket, illetve reménybeli hirdetőinket
- **DM levelekkel** keresünk meg egy-egy célcsoportot

Árképzés:

Az árképzésnél fontos szempont, hogy figyelembe vegyünk a versenytársak, a többi piaci szereplő árait. Emellett természetesen a költségek és a kereslet is meghatározó.

Az elmúlt 3 évben nem volt lehetőség az árak emelésére, nem tolerálta volna a piac. A rendelkezésre álló médiafelületek lehetőséget adnak arra, hogy csomagokat kínáljunk a partnereknek, így ösztönözzük őket a szolgáltatások igénybevételére.

Termékek / szolgáltatások:

A kínált termékek, szolgáltatások a médiafelületekhez kapcsolódva: műsorszámok, sajtómegjelenések, reklámok. Ezek folyamatos fenntartása, fejlesztése állandó feladat,

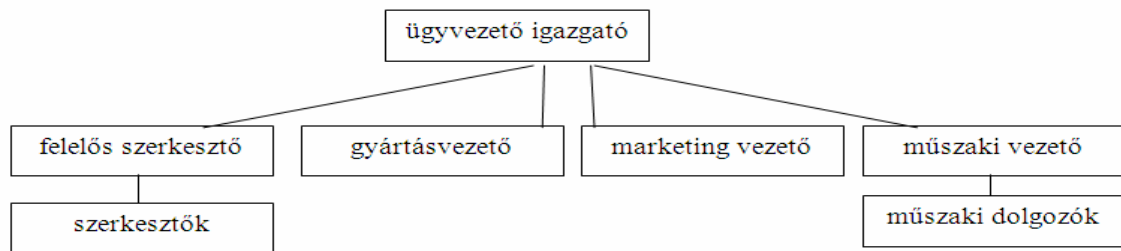
nem értelmezhetőek ezek a klasszikus termékéletgörbe szerint. A fejlesztés kapcsán fontos megemlíteni, hogy törekvés van arra, hogy a műsorok mind tartalmukban, mind küllemükben időről-időre megújuljanak.

A termékek, szolgáltatások kiegészítik egymást, akár a reklámfelületekből létrehozott csomagokra, kedvezményrendszerekre gondolunk, akár a hírek, információk kezelésére.

IV. VEZETŐSÉGI ÉS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS

1.) Vezetőség, tisztségviselők

ábra a szervezeti sémáról:



A vállalkozásnak 3 tagú felügyelőbizottsága van, működését ellenőrzi, szabályozza az EVAT Zrt. igazgatósága, az Egri Média Centrum Alapítvány kuratórима és a társaság taggyűlése.

2.) Személyzeti politika és stratégia

Az alkalmazottak esetleges felvételénél a szakmai kompetencia a legfőbb kritérium, ennek mérésére próbaidőt szánunk, külső szakértő cég nem vesz részt a kiválasztásban.

A javadalmazás tekintetében a munkavállaló belépésekor kialakult bér, illetve a vonatkozó jogszabályok irányadóak. A kollégák a szakmai ismeretek frissítése érdekében rendszeresen részt vesznek belső képzésen.

A 2011. I. negyedéves beszámoló szöveges indoklása

A Média Eger Nonprofit Kft. 2011. első negyedéves beszámolója összesítetten tartalmazza az adott időszakra vonatkozó eredmény alakulását, összehasonlítva a 2010. évi terv, tény és a 2011 évi tervadatokkal.

Bevételek alakulása

A bevételek összességében 25 százalékbán teljesültek, A **bevételek összege 24.269 ezer Ft-ban** realizálódott, a mellékletben szereplő részletezés szerint.

Egyéb bevételek összege: 13.949 ezer Ft, teljesítési százaléka 29 %.

Az egyéb bevételek között Eger Megyei Jogú Város Önkormányzatával megkötött Közhasznú Megállapodás értelmében a 2011. évre kapott működési támogatás terhére kiutalt összeg került kimutatásra. A közhasznú támogatás teljesítése időarányosan 25 százalékot tesz ki.

A Műsorkészítéshez pályázati támogatást 2010. évben nem kapott a társaság, a pályázati döntések a támogató hatóság szervezeti átalakulása miatt késlekedtek. 2011. évre februári döntés értelmében a HírAdás pályázatunkkal 6.129 ezer Ft támogatásra pályáztunk eredményesen.

Az egyéb támogatásként tervezett nulla Ft értékű összeg, melyre az első negyedév során a teljesítés 600 ezer Ft.

Pénzügyi műveletek bevétele az első negyedéves időszak alatt elért kamatbevételt tartalmazza. Teljesítése az csupán 7 %-os, **2 ezer Ft.**

Anyagjellegű ráfordítások:

Anyagköltség: a szakmai működéshez szükséges anyagok, az üzemanyag, karbantartási anyagok, a központi irányítás költségénél a vásárolt energia, az irodaszer, nyomtatvány és az egyéb anyagok beszerzésének tényleges összege: 932 ezer Ft, teljesítése 16 %-os.

Igénybe vett szolgáltatások: bérleti díjak, karbantartási és kiküldetési költségek, telefonköltség és a más vállalkozóval végzett szakmai (műsorkészítés) és nem szakmai jellegű egyéb szolgáltatásokat tartalmazza. Az igénybevett szolgáltatások teljesítése tekintetében 32 %-os a teljesítési százalék. Az igénybevett szolgáltatásokon belül időarányosan jelentős a túllépés, a hírlap előfizetés, szakkönyv beszerzése és a kiadványszerkesztés költségeinél. A szakmai (24 %) és nem szakmai szolgáltatásoknál (26 %) a tervhez képes túllépés nem következett be.

Egyéb szolgáltatások: a szakmai jellegű, jogszabályon alapuló hatósági díjak, egyéb biztosítási díjak, pénzügyi szolgáltatási díjak, az illetékek teszik ki az összegét. A teljesített negyedéves összeg: 596 ezer Ft, teljesítési százaléka 15 %. A hatósági díjak tekintetében van lényegesen alacsonyabb összeg a teljesítésnél, míg a biztosítás és a pénzügyi szolgáltatások költségei minimálisan túlhaladták a negyedéves időarányos mértéket.

Bérköltség: A bérköltségek összege: 7.618 ezer Ft, százalékos teljesítése 27 %.

Személyi jellegű kifizetések: A személyi jellegű kifizetések összege: 761 ezer Ft. Teljesítési százaléka 14%.

Bérijárlékok: összege a bérköltség függvényében alakul, teljesítése a személyi jellegű ráfordításokhoz kapcsolódik. Összege: 2.032 ezer Ft.

Értékcsökkenési leírás: A használatba vételkor egy összegben elszámolt tárgyi eszközök beszerzési értéke: 0 e Ft. Tervezett összege az előző évek tényszámai alapján történt 500 e Ft-os átlagos értékben. Az első negyedéves tényadatok szerint a tervszerinti értékcsökkenés 1.046 ezer Ft az időarányosan tervezett összeg 16 %-a.

Egyéb ráfordítások: a cégautó adó, gépjármű adó, iparüzési adó, a le nem vonható áfa tételeinek összege alkotja 1.396 ezer Ft. Teljesítése 23%.

Mérlegadatok értékelése

A követelések tekintetében a vevői kintlévőség állománya továbbra is magas, annak ellenére, hogy a behajtás érdekében ügyvédi felszólítások kerültek kiküldésre, felszólítások esetleges eredménytelenségét követően az egyszerűsített végrehajtás szabályait alkalmazva fogjuk a kintlévőség összegét jelentősen csökkenteni. Az egyszerűsített végrehajtást megindítottuk a fennálló követelések tekintetében.

Összegzés:

A 2011. év adózás előtti eredménye -166 ezer Ft negatív eredmény. A jelenleg kimutatott eredmény nem számottevő veszteség.

Az elmúlt év számadatainak tükrében azonban jól látható, hogy a jelen támogatási, piaci körülmények között igen nehéz a társaság helyzete. Az egyes költségek emelkedésére nincs befolyással a cég (üzemanyag ár, a beszerzések kapcsán az árfolyam emelkedés hatásai, stb.) A meg növekedett feladatok, elvárások pedig többletköltségekkel járnak (pl. személyi költségek). 2011. május 31-ig elkészül az a racionalizálási terv, amely a jövő lehetséges útjait foglalja össze, pénzügyi és szakmai értelemben. A tulajdonos részéről ezt követően döntés szükséges arról, hogy a cég és a cégcsoport szempontjából melyik megoldás optimális.

A társaság 2011. I. negyedévi gazdálkodásának adatait a mellékletben szereplő táblázatok tartalmazzák.

Melléklet: 1. sz. melléklet 2011. évi eredménykimutatás terv és tény adatokkal
 2. sz. melléklet 2011. évi bevételek és ráfordítások terv és tény adatai

Eger, 2011. április 29.

Bérczessy András
ügyvezető igazgató