A képen szöveg, clipart látható

Automatikusan generált leírás

**HÉVÍZI TURISZTIKAI NONPROFIT KFT.**

**ÜZLETI TERVEZET**

**2023. ÉV**

Készítette:

Pálffy Tamás, ügyvezető igazgató

2023. január 3.

**Tartalomjegyzék**

[**Tartalomjegyzék** 2](#_Toc124426713)

[I. A TÁRSASÁG ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA 3](#_Toc124426714)

[I.1. A Társaság alapadatai 3](#_Toc124426715)

[I.2. A vállalkozás története, céljai 4](#_Toc124426716)

[II. MARKETING ÉS CSELEKVÉSI TERV 6](#_Toc124426717)

[II. 1. Turisztika adatok áttekintése 6](#_Toc124426718)

[II.1.1. Globális helyzetkép 6](#_Toc124426719)

[II.1.2. Magyarországi adatok - 2022 9](#_Toc124426720)

[II.1.3. Hévíz – Turisztikai adatok 2022 14](#_Toc124426721)

[II.1.4. Turisztikai trendek, jövőkép 16](#_Toc124426722)

[II. 2. Termékek, szolgáltatások pozícionálása, célcsoportok meghatározása 17](#_Toc124426723)

[II. 3. Rendezvények 18](#_Toc124426724)

[II.4. Tourinform iroda működtetése 20](#_Toc124426725)

[II.5. Marketingakciók 21](#_Toc124426726)

[III. VEZETŐSÉGI ÉS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS 24](#_Toc124426727)

[IV. PÉNZÜGYI TERV 27](#_Toc124426728)

# I. A TÁRSASÁG ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA

## I.1. A Társaság alapadatai

- Működési forma: Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság

- Tulajdonosok:

- Hévíz Város Önkormányzata, Székhely: 8380 Hévíz, Kossuth Lajos utca 1.

- Hévíz Turisztikai Egyesület, Székhely: 8380 Hévíz, Rákóczi u. 2.

- Hévízi Szobakiadók Szövetsége, Székhely: 8380 Hévíz, Attila utca 68.

- Danubius Zrt., Székhely: 1051 Budapest, Szent István tér 11.

- Hévinvest Spa-Golf Zrt., Székhely: 1119 Budapest, Tétényi út 84-86.

- Hotel Carbona Zrt., Székhely: 8380 Hévíz, Attila u. 1.

- Hotel Garden Kft., Székhely: 8380 Hévíz, Lótuszvirág u. 1.

- Hunguest Hotels Zrt., Székhely: 1056 Budapest, Váci u. 38.

- Gelencsér Dental Kft., Székhely: 8380 Hévíz, Vörösmarty u. 75.

- Törvényes képviselő: Pálffy Tamás Csaba, 9700 Szombathely, Fürdő utca 8.

- A Társaság pontos neve: Hévízi Turisztikai Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság

- A Társaság székhelye: 8380 Hévíz, Rákóczi utca 2.

- A Társaság fő tevékenysége: Reklámügynöki tevékenység

- A Társaság melléktevékenységei:

2013. január 1-től

Könyvkiadás

Folyóirat, időszaki kiadvány kiadása

Piac-, közvélemény-kutatás

Hangfelvétel készítése, kiadása

Üzletviteli, egyéb vezetési tanácsadás

Egyéb kiadói tevékenység

Médiareklám

Iparcikk jellegű bolti vegyes kiskereskedelem

Összetett adminisztratív szolgáltatás

Könyv-kiskereskedelem

Fénymásolás, egyéb irodai szolgáltatás

Újság-, papíráru-kiskereskedelem

Egyéb m.n.s. új áru kiskereskedelme

Utazásszervezés

Egyéb pénzügyi kiegészítő tevékenység

Múzeumi tevékenység

M.n.s. egyéb szórakoztatás, szabadidős tevékenység

2020. június 6-tól

Élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelem

Csomagküldő, internetes kiskereskedelem

Adatfeldolgozás, web-hoszting szolgáltatás

Saját tulajdonú, bérelt ingatlan bérbeadása, üzemeltetése

Szabadidős, sporteszköz kölcsönzése

Egyéb foglalás

Konferencia, kereskedelmi bemutató szervezése

Üzleti élet szabályozása, hatékonyságának ösztönzése

M.n.s. egyéb oktatás

Szakmai érdekképviselet

M.n.s. egyéb közösségi, társadalmi tevékenység

- Elérhetőségi adatok

Postacím: 8380 Hévíz, Rákóczi utca 2.

E-mail cím: [office@hevizmarketing.hu](mailto:office@hevizmarketing.hu)

Tel.: 00 36 83/540-070

- A Társaság könyvvezetését végző neve: Nettné Weininger Ilona egyéni vállalkozó (8360 Keszthely, Györök Gy. u. 7., adószám: 66049236-1-40),

- A Társaság jogi képviseletét ellátja: Dr. Gelencsér Anita ügyvéd (székhely: 8360 Keszthely, Kossuth Lajos utca 125., adószám: 27693827-1-20)

- A Társaság könyvvizsgálójának neve, címe: Vecsera Jánosné, 8360 Keszthely, Pipacs u. 4. „GM-AUDIT" Könyvvizsgáló és Tanácsadó Korlátolt Felelősségű Társaság

## I.2. A vállalkozás története, céljai

Hévíz Város Önkormányzata a turizmusban érdekelt helyi szereplőkkel 2011. január 1-én alapította meg a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft.-t, azzal a céllal, hogy hatékonyabb, koncentráltabb turizmusfejlesztés és városmarketing feladatellátás valósuljon meg. A társaságot 2011. február 2-án jegyezte be a Zala Megyei Bíróság. Tevékenységét a taggyűlés által elfogadott éves üzleti terv alapján folytatja.

A szervezet a belföldi és az alábbi célpiacok irányába végzi tevékenységét: Németországban, Ausztriában, Szlovákiában, Csehországban, Oroszországban folytatott aktivitásokat. Ezen területekről rendszeresen szervezett sajtó és utazási irodai study tour-okat, workshopokat a hévízi szolgáltatók bevonásával, valamint online és nyomtatott sajtó megjelenéseket koordinált.

A korábbi évek üzleti terveiben meghatározottak szerint a belföldi kommunikációban online, nyomtatott, televízió, rádió kampányok mellett kültéri megjelenés, PR tevékenység, közösségi marketing aktivitás, városi csomagajánlat kidolgozása, a heviz.hu honlap fejlesztése és működtetése lett a társaság feladata, mely 2020. évben kibővült.

A marketingaktivitások mellett a társaság aktívan együttműködik a Hévíz Turisztikai Egyesülettel, a Hévíz-Balaton Airport Kft.-vel, valamint a térségi és országos turisztikai szervezetekkel.

2020. 05. 01-vel a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. átvette a Hévíz Turisztikai Desztinációs Menedzsment Egyesülettől a Hévízi Tourinform iroda működtetését, továbbá 2020. év nyarától a Hévízen – beleértve a térség esetleges bevonását - megvalósuló turisztikai célú rendezvények megszervezési és megvalósítási feladatait is felvállalja.

A társaság jelentős szerepet vállal továbbá pályázati források megszerzésében Hévíz Város Önkormányzat, a Hévíz Turisztikai Egyesület és a szervezet számára, különös tekintettel a rendezvényekre vonatkozóan.

# II. MARKETING ÉS CSELEKVÉSI TERV

## II. 1. Turisztika adatok áttekintése

### II.1.1. Globális helyzetkép

A pandémia globális gazdasági hatását súlyos arányok mutatják: a turizmusból származó bevételek 2019-hez képest (9,2 billió USD) 2020-ben 49 százalékkal csökkentek, világszerte 62 millió munkahely szűnt meg a világjárvány hatására. Ugyan elhúzódó háborúról és energiaválságról akkor még szó sem volt, a 2022-es tavaszi előrejelzések arról szóltak, hogy az idei évben a 2019-es számokat sem a GDP, sem a munkaerőpiac tekintetében nem sikerül elérni. A munkaerőpiaci felépülés a pandémia után ugyanakkor gyorsabbnak tűnt, mint a 2008-2009-es gazdasági válságot követően.

Világszinten az utazók száma és a turisztikai kiadások az év első hét hónapjában mesze elmaradtak a 2019-es szinttől, de világszinten a 2023-as évtől emelkedő tendenciát várnak a szakemberek.

A szervezet (WTCC) 2022 januárjáig beérkezett adatok alapján készített, az alapvető digitalizációs statisztikákat bemutató globális felmérése szerint a közeljövőben a digitalizáció további térnyerésére számíthatunk: a Föld 7,9 milliárd lakója közül már 4, 95 milliárd internethasználó, közülük szinte mindannyian (4,62 milliárd fő) aktív közösségi médiafelhasználók is, utóbbiak aránya ráadásul gyors, egy év alatt 10 százalékos növekedést mutat.

Felmérés készült a WTTC megbízásából melyet 25 ország több mint 26 000 utazójának körében végeztél el. Az eredmények szerint a megkérdezettek 63%-a tervez szabadidős utazást a következő 12 hónapban.

A felmérésből kiderült, hogy az utazási kedv nem mutatja a lassulás jeleit: a fogyasztók több mint negyede (27%) három vagy több utazást tervez az elkövetkező egy év során.

A globális felmérés eredményei azt is mutatják, hogy a fogyasztók körében egyre fontosabbá válik a fenntartható utazás. A megkérdezettek csaknem kétharmada (61%) kijelentette, hogy a fenntarthatóbb utazási márkákat és úti célokat részesíti előnyben, míg majdnem fele (45%) azt mondta, hogy csak olyan márkáknál költi el nehezen megkeresett pénzét, amelyek társadalmilag és környezetvédelmi szempontból is felelősek

Összefoglalva a folyamatokat; világszinten az utazók száma és a turisztikai kiadások az év első hét hónapjában mesze elmaradtak a 2019-es szinttől, de a 2023-as évtől emelkedő tendenciát várnak a szakemberek, melyre természetesen komoly hatással lehet a geopolitikai állapot és az ezzel összefüggő energiaválság és egyéb gazdasági folyamatok.

**Európa**

Az Eurostat jelentése szerint 1,01 milliárd vendégéjszakát rögzítettek a szálláshelyek 2022-ben (2019-ben 1,8 milliárd). Az év első felében 149%-os növekedést észleltek a vendégéjszakák számában a 2021-es évvel összevetve; a legerősebb hónapnak az április bizonyult 177,6 millió vendégéjszakával, +302%-os növekedéssel 2021 áprilisához képest.

A 2022-es év első félévére vonatkozó adatok is azt mutatják, hogy a nemzetközi turizmus jelentősen fellendült: Ebben az időszakban 432,9 millió vendégéjszakát töltöttek el a külföldi turisták, ami 154%-kal több, mint 2020 azonos időszakában (170 millió), és 401%-kal több, mint 2021-ben (86,4 millió). A 2019-es év azonos időszakához képest még mindig 22%-os csökkenés tapasztalható, de úgy tűnik, hogy a fellendülés elindult.

A COVID-19 kitörési hónapjaihoz hasonlóan 2022 első 6 hónapjában a belföldi turizmus továbbra is jelentősebb mértékű.

Összességében 2022 első félévében 579,1 millió vendégéjszakát töltöttek el a belföldi turisták, ami az ebben az időszakban eltöltött összes vendégéjszaka 57%-át teszi ki. Ez az arány 2019 azonos időszakában 53% volt, míg 2020-ban 64%-ra, 2021-ben pedig 79%-ra emelkedett, ami a világjárvány idején a belföldi turizmusra való átállást, 2022-ben pedig a nemzetközi turizmus élénkülését tükrözi.

*Forrás: ec.europa.eu*

**Németország - január-október**

2022 augusztusára a vendégéjszakák száma végre újra elérte a pandémia előtti szintet. Megközelítőleg 58,2 millió vendégéjszakával, a turizmus szektor 0,6%-os növekedést észlelt a 2019 augusztus havi adatokkal összehasonlítva. Az év többi hónapjában még elmaradtak a számok a 2019. évhez képest. Január október között 336.600.000 belföldi és 54.100.000 külföldi vendégéjszaka valósult meg.

Jellemző, hogy a pandémia csak ráerősített a kempingek utáni keresletre. Emellett több mint kétszer annyi turista repült a németországi legfőbb repterekről más országokban lévő úti célok felé (kb. 55 millió).

*Forrás: destatis.de*

**Csehország**

Az első negyedévben 2,8 millió vendég, ennek 1/3-a külföldi. Vendégéjszakák száma: 7,9 millió (643,0%-os növekedés, hétszerese a 2021-es első negyedévi adatoknak). Jelentős belföldi forgalom, 10 éjszakából 7 éjszaka cseh vendégektől származik.

Másik negyedévben 5 millió vendég, 3,1 millió belföldi és 1.9 millió külföldi vendég, 12 millió vendégéj, 190%-os növekedés előző év azonos időszakával összehasonlítva. Vendégéjszakák 62%-a belföldi, külföldi vendégéjszakák jelentősen csökkentek 2019-hez képest.

Harmadik negyedévben előző évhez képest a vendégek száma 11,1%-kal növekedettió. Kétszeresére nőtt a külföldi vendégéjszakák száma, de 10,5%-kal csökkent 2021-hez képest a belföldi vendégéjszaka szám. Kempingek tekintetében jelentős visszaesés volt tapasztalható. Jelentős Izrael megjelenése 195 000 vendégéjszakaszámmal.

Mindhárom negyedéves időszakra igaz, hogy jelentős számban foglaltak még ukrán vendégek is a szállásokon, amiket saját maguk fizettek, de sok esetben nem lehet megállapítani, hogy turisták vagy menekültek voltak-e.

*Forrás: www.czso.cz*

**Szlovénia**

A 2022-es év első 11 hónapját tekintve megközelítőleg 5,6 millió turista látogatta meg Szlovéniát, ezzel 14,9 millió vendégéjszakát generálva, amely 42%-kal több a 2021-es periódushoz képest a belföldi turisták esetében. A 14,9 milliós számból megközelítőleg 5,2 millió belföldi, 9,6 millió pedig külföldi vendégéjszaka volt. Továbbra is a fő vonzóerőt Ljubljana jelenti, a vendégéjszakák többségét pedig hotelekben töltötték el az utazók. A főbb küldőországok: Ausztria, Olaszország, Horvátország, Szerbia és Németország.

*Forrás: stat.si*

**Ausztria**

2022 júliusa és augusztusa összesen 38.62 millió vendégéjszakát hozott, amely csak 0,8%-kal kevesebb a 2019-es számoknál. 2022. január és augusztus között +100,6%-os növekedést mutatott az előző évhez képest, de a 2019-es adatokhoz képest még mindig 12,2%-kal kevesebb vendégéjszakát jelent (115.30 millió vendégéjszaka).

Az év első felét tekintve a rögzített adatok még mindig a 2019-es adatok alatt vannak, de a tavalyi évhez képest javulás mutatható ki. Januártól júniusig összesen 62,51 millió vendégéjszakát regisztráltak, ami 18,1%-kal kevesebb a 2019-es időszakhoz képest (76,35 millió).

*Forrás: statistik.at*

### II.1.2. Magyarországi adatok - 2022

A koronavírus-járvány és a geopolitikai helyzetet követő gazdasági válság továbbra is negatív hatással van hazánk turizmusára. 2022-ben a járványügyi korlátozások feloldásával úgy a belföldi, mint a nemzetközi turizmus dinamikus növekedésnek indult, s ez megmutatkozik a hazai szállodák hónapról-hónapra javuló eredményeiben is. Ugyanakkor a II. féléves teljesítményekre negatív hatással lehet az orosz-ukrán háború, valamint az infláció erősödése Magyarországon és az Európai Unióban. Ez abból látszik, hogy a szállodák iránti belföldi kereslet augusztus és szeptember után októberben is elmaradt a tavalyitól.

Októberben a múlt évhez képest a vendégéjszakák száma országos szinten 3,8%-kal, Budapesten 23,5%-kal nőtt, a fővároson kívüli szállodákban 5,3%-kal, a Balatoni régióban 8,8%-kal csökkent, azaz a hazai szállodák tizedik havi teljesítményét, augusztus és szeptember után ismét a fővárosi hotelek iránti kereslet kiugró növekedése határozta meg.

Idén január és október között a szállodai vendégéjszakák száma 2021 hasonló időszakához képest országos szinten +74,6%-kal nőtt, de 2019-hez hasonlítva 16%-kal kevesebb lett.

Idén október végéig szállodáinkban országos szinten 16.767 ezer vendégéjszaka realizálódott, köztük 9.015 ezer belföldi, 7.753 ezer külföldi. Az összes vendégéjszaka 74,3%-kal több volt a tavalyinál, de 16,2%-kal kevesebb a 2019 hasonló időszakában elértnél. A belföldi vendégéjszakák száma 2019-hez képest 33%-kal, a külföldiek 72,9%-kal nőttek, ugyanakkor a belföldi 2019-hez hasonlítva 0,8%-kal, a külföldi 29%-kal kevesebb lett.

Az idei első tíz hónapban szállodáink szobafoglaltsága 48,2%, bruttó átlag szobaára 26.956 Ft, bruttó REVPAR mutatója 12.224 Ft volt. A szobafoglaltság 19,4%ponttal meghaladta a 2021 évit, de 14,4%ponttal kisebb a 2019 évinél. A bruttó átlag szobaár 48,3%-kal nagyobb volt a tavalyinál, illetve 20,2%-kal a 2019 első tíz havinál, a bruttó REVPAR 67,8%-kal felülmúlta a múlt évit, de 12,9%-kal kisebb a 2019 évinél. Szállodáink országos szinten idén január és október között 405,8 milliárd Ft árbevételt értek el. Ez 83,6%-kal több volt, mint a tavalyi, de 2,7%-kal elmaradt a 2019 hasonló időszakának forgalmától.

Idén október végéig a hazai szállodákban összesen 256,67 milliárd Ft értékű SZÉP kártyát váltottak be a vendégek. Ez 6,2%-kal kevesebb a tavalyinál, de 16%-kal több a 2019 hasonló időszakában felhasználtnál. Idén január és október között a szállodákban beváltott SZÉP kártyák értéke a belföldi bruttó szállásdíjbevétel 23,2%-át tette ki.

**Havi adatok ismertetése**

**Január – március**

2021-től eltérően 2022 már járványügyi korlátozásoktól mentesen indult a hazai szállodaiparban. A légijáratok sűrűsödésével és az átoltottság emelkedésével a beutazó turizmus egyre meghatározóbbá kezdett válni a szállodaiparban, viszont az orosz-ukrán háború és az infláció következtében lelassult a kereslet.

A szállodai vendégéjszakák számát tekintve 2021 hasonló időszakához képest országos szinten +569%, Budapesten +486%, a fővároson kívüli szállodákban +636%, a Balatoni régióban +2.448% volt a növekedés mértéke

Az év első három hónapban a 10 legnagyobb beutazó piacunk közül az orosz invázió miatt Ukrajna került az első helyre 160 ezer vendégéjszakával. Ukrajnát követi Németország (110 ezer), Csehország (96 ezer), Ausztria (89 ezer), Románia (88 ezer), Oroszország (87 ezer), Egyesült Királyság (84 ezer), Szlovákia (70 ezer), Franciaország (57 ezer) és Izrael (51 ezer). **2022 márciusában** a hazai szállodák teljes bruttó forgalma 28,4 milliárd Ft volt, ami 602%-kal nagyobb a tavalyinál, 113%-kal a 2020 évinél, viszont 11%-kal kevesebb a 2019 márciusi bevételnél.

**Áprilisban** a belföldi kereslet, köszönhetően az országon belüli utazási korlátozások 2021 évi eltörlésének – szemben a beutazó turizmust érintő szabályozással – gyorsabb ütemben indult újra, mint a külföldi, de még így is 18%-kal a 2019 áprilisi forgalom alatt maradt. A szállodák szobafoglaltsága országos szinten 51,9%, volt. Ez 38% ponttal nagyobb a 2021 áprilisinál, de 9,5% ponttal elmarad a 2019 negyedik havitól. Január és április között az orosz-ukrán háború miatt bevezetett nemzetközi szankciók következtében az orosz szállodai vendégéjszakák száma országos szinten csupán 91 ezer lett, ami 58%-kal kevesebb a 2019 első négy hónapjában regisztrált 216 ezernél. Ugyanakkor idén, április végéig, szállodáinkban összesen 212 ezer ukrán vendégéjszakát regisztráltak, ami 133%-kal több a 2019 hasonló időszakban regisztráltnál.

**Május**

A KSH adatai szerint májusban a szállodák szobafoglaltsága országos szinten 53,1%, volt. Ez 29 %ponttal nagyobb a 2021. májusinál, de 11 %ponttal elmarad a 2019 ötödik havitól. 2022. májusi bruttó átlag szobaár 2019-hez képest országos szinten 22%-kal, Budapesten 13%-kal, a Balatoni régióban 28%-kal magasabb volt.

**Június**

2021-hez képest a belföldi vendégéjszakák száma 15,6%-kal, 2019-hez hasonlítva 2,3%-kal nőtt. A külföldi vendégéjszakák száma 2021-hez képest 288,1%-kal nagyobb, 2019-hez hasonlítva 37,2%-kal kisebb volt. A vendégéjszakák száma országos szinten +64,8%-kal, Budapesten +200%-kal, a Balatoni régióban +49,2%-kal, a fővároson kívüli szállodákban +39%-kal nőtt.

a szállodák szobafoglaltsága országos szinten 52,6%, volt. Ez 21,1 %ponttal nagyobb a 2021. júniusinál, de 13 %ponttal elmarad a 2019 hatodik havitól. A júniusi szállodai szobafoglaltság Budapesten 61,7%, a Balaton régióban 53,8% volt. Az előbbi 39,4 %ponttal nagyobb a tavalyinál, de 21,2 %ponttal elmarad a 2019 júniusitól.

**Július**

Az év hetedik hónapjában a múlt évhez képest a vendégéjszakák száma országos szinten +19,5%-kal, Budapesten +133,5%-kal, a Balatoni régióban +7%-kal, a fővároson kívüli szállodákban +2,5%-kal nőtt. 2021-hez képest a belföldi vendégéjszakák száma 8,7%-kal, 2019-hez hasonlítva 1,2%-kal csökkent. A külföldi vendégéjszakák száma 2021-hez képest 135,5%-kal nagyobb, 2019-hez hasonlítva 33%-kal kisebb volt.

2022. júliusában a hazai szállodák teljes bruttó forgalma 50,4 milliárd Ft volt, ami 32%-kal nagyobb a tavalyinál, de 2,6%-kal kevesebb a 2019. júliusi bevételnél. Budapesten a szállodák július havi összes árbevétele 14,4 milliárd Ft volt. Ez 178%-kal meghaladja a tavalyit, de 34%-kal elmarad a 2019 évitől. A Balatoni régió szállodáinak hetedik havi árbevétele 14,6 milliárd Ft volt, ami 6%-kal felülmúlta a múlt évit, illetve 37%-kal a 2019 júliusit.

Országos szinten a 10 legnagyobb beutazó piacról a következők szerint alakult a szállodai vendégéjszakák száma: Németország 102 ezer (b.index: 148%), Csehország 75 ezer (b.index: 181%), Szlovákia 73 ezer (b.index: 227%), Egyesült Királyság 57 ezer (b.index: 550%), Románia 54 ezer (b.index: 173%), Lengyelország 46 ezer (b.index: 226%), Amerikai Egyesült Államok 44 ezer (b.index: 542%), Izrael 41 ezer (b.index: 1.354%), Ausztria 40 ezer (b.index: 161%), Ukrajna 28 ezer (b.index: 611%).

Januártól-július végéig a szállodai vendégéjszakák száma 2021 hasonló időszakához képest országos szinten +136%-kal nőtt, de 2019-hez hasonlítva 27%-kal kevesebb lett.

**Augusztus**

Az év nyolcadik hónapjában a múlt évhez képest a vendégéjszakák száma országos szinten 7,5%-kal, Budapesten 63,2%-kal, a Balatoni régióban 0,6%-kal nőtt. A fővároson kívüli szállodákban 4,7%-kal csökkent, azaz a hazai szállodák augusztusi teljesítményét a fővárosi hotelek iránti kereslet kiugró növekedése határozta meg.

2021-hez képest a belföldi vendégéjszakák száma 13,8%-kal, 2019-hez hasonlítva 3,7%-kal csökkent. A külföldi vendégéjszakák száma 2021-hez képest 66,5%-kal nagyobb, 2019-hez hasonlítva 31,6%-kal kisebb volt.

Az NTAK adatai szerint augusztusban országos szinten a szállodák szobafoglaltsága 64,5%, bruttó átlag szobaára 33.905 Ft, bruttó REVPAR mutatója 21.873 Ft volt. A szobafoglaltság 6,1 százalékponttal nagyobb volt a tavalyinál, de 12 százalékponttal elmaradt a 2019 augusztusitól. A bruttó átlag szobaár 17,1%-kal felülmúlta a 2021 évit, illetve 36,9%-kal a 2019 augusztusit. A bruttó REVPAR 29,4%-kal meghaladta a tavaly augusztusit és 15,6%-kal a 2019 évit.

Augusztusban a Balatoni régióban a szállodák szobafoglaltsága 72,3% volt, ami 1,4 százalékponttal kisebb volt a tavalyinál és 7 százalékponttal elmaradt a 2019 évitől. A bruttó átlag szobaár 38.730 Ft volt, ami 15,9%-kal felülmúlta a tavalyit, illetve 66,9%-kal a 2019 augusztusit. A bruttó REVPAR 27.992 Ft volt. Ez 13,7%-kal meghaladta a tavalyit és 52,2%-kal a 2019 augusztusit.

*A bruttó átlag szobaárak és REVPAR mutató fentiek szerinti növekedésével kapcsolatban arra hívjuk fel a figyelmet, hogy ebben jelentős szerepe volt annak is, hogy 2022. augusztusában, az MNB adatai alapján a 402,3 HUF/EUR átlag árfolyam 14,3%-kal gyengébb volt a 2021 augusztusi 352,0 HUF/EUR árfolyamnál, illetve 23,1%-kal gyengébb volt a 2019 augusztusi 326,9 Ft-nál.*

Augusztus végéig a szállodai vendégéjszakák száma 2021 hasonló időszakához képest országos szinten +95,1%-kal nőtt, de 2019-hez hasonlítva 20,8%-kal kevesebb lett.

**Országos szinten 2022. augusztusban** a 10 legnagyobb beutazó piacról a következők szerint alakult a szállodai vendégéjszakák száma: Németország 143 ezer (b.index: 114%), Szlovákia 87 ezer (b.index: 213%), Csehország 75 ezer (b.index: 131%), Románia 70 ezer (b.index: 146%), Egyesült Királyság 57 ezer (b.index: 366%), Lengyelország 56 ezer (b.index: 151%), Ausztria 54 ezer (b.index: 139%), Olaszország 48 ezer (b.index: 235%), Izrael 43 ezer (b.index: 265%), Amerikai Egyesült Államok 42 ezer (b.index: 247%).

**2022. augusztusban a Balatoni régióban** a 10 legnagyobb beutazó piacról a következők szerint alakult augusztusban a szállodai vendégéjszakák száma: Németország 50 ezer (b.index:125%), Szlovákia 29 ezer (b.index: 227%), Csehország 20 ezer (b.index: 184%), Ausztria 16 ezer (b.index: 166%), Lengyelország 7 ezer (b.index: 161%), Románia 5 ezer (b.index:171%), Izrael 4 ezer (b.index: 829%), Egyesült Királyság 3 ezer (b.index: 305%), Olaszország 2 ezer (b.index: 191%), Ukrajna 2 ezer (b.index: 194%),

**Szeptember**

Szeptemberben a múlt évhez képest a vendégéjszakák száma országos szinten 3%-kal, Budapesten 26,6%-kal nőtt, a Balatoni régióban 3,9%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 5,9%-kal csökkent, azaz a hazai szállodák kilencedik havi teljesítményét, augusztus után ismét a fővárosi hotelek iránti kereslet kiugró növekedése határozta meg.

2021-hez képest a belföldi vendégéjszakák száma 12,6%-kal csökkent, 2019-hez hasonlítva +6,4%-kal több lett. A külföldi vendégéjszakák száma 2021-hez képest 26,4%-kal nagyobb, 2019-hez hasonlítva 37,4%-kal kevesebb volt.

Szeptemberben a Balatoni régióban a szállodák szobafoglaltsága 47,5% volt, ami 2,5 százalékponttal kevesebb a tavalyinál és 9,9 százalékponttal elmarad a 2019 évi eredménytől. A bruttó átlag szobaár 21.005 Ft volt. Ez 23,1%-kal felülmúlta a tavalyit, illetve 36,4%-kal a 2019 szeptemberit. A bruttó REVPAR 12.235 Ft volt. Ez 18,5%-kal meghaladta a tavalyit és 38,5%-kal a 2019 szeptemberit.

Szeptember végéig a szállodai vendégéjszakák száma 2021 hasonló időszakához képest országos szinten +77,4%-kal nőtt, de 2019-hez hasonlítva 20,8%-kal kevesebb lett.

**Október**

Októberben Budapesten a szállodák szobafoglaltsága 64,7% volt, ami 16,2 százalékponttal nagyobb volt a tavalyinál, de 16,6 százalékponttal kisebb a 2019 októberinél. A bruttó átlag szobaár 35.625 Ft lett, ami 27,8%-kal felülmúlta a tavalyit, illetve 12,8%-kal a 2019 októberit. A bruttó REVPAR 25.035 Ft volt. Ez 78,4%-kal meghaladta a tavalyit, de 2,8%-kal kisebb volt a 2019 évinél.

Októberben a Balatoni régióban a szállodák szobafoglaltsága 38% volt, ami 2,9 százalékponttal kevesebb a tavalyinál és 17,3 százalékponttal elmarad a 2019 évi eredménytől. A bruttó átlag szobaár 22.929 Ft volt. Ez 17,3%-kal felülmúlta a tavalyit, illetve 45,4%-kal a 2019 októberit. A bruttó REVPAR 10.131 Ft volt. Ez 10,5%-kal meghaladta a tavalyit és 16,1%-kal a 2019 októberit.

*Forrás: MSZÉSZ -Trendriport*

### II.1.3. Hévíz – Turisztikai adatok 2022

A 2022-es volt 2019 óta az első olyan év, amiben lényegi korlátozás nem érintette a turizmust. Bár az országok eltérő módon szabályozták, de valójában 2022-ben újra lehetőség volt a turisták számára Magyarországra látogatni turisztikai céllal. A pozitív változás mindjárt az év első két hónapjában megmutatkozott. Ha nem is volt érezhető az első Covid-sokk utáni berobbanás megismétlődése, egy sokkal kiszámíthatóbb időszak kezdődött, melyben újra megjelentek a régóta elmaradt német, osztrák, ukrán és orosz, főleg egészségturisztikai vendégek. A turisztikai forgalmat ezt követően február végétől az orosz-ukrán háború és az emiatt kialakult gazdasági és energiaválság változtatta meg.

A háború kitörését követően a márciusra jellemző előfoglalások szinte teljesen lecsökkentek, mind a belföldi, mind a külföldi vendégek esetében. Áprilistól ugyan újra megnövekedett a foglalások száma, de az orosz és ukrán vendégek szinte teljes kiesését, valamint a német-osztrák vendégek csökkenését sem az idén már sokkal inkább a külföldi utakat választó, így egyértelműen arányaiban csökkenő belföldi, sem a cseh és szlovák növekvő vendégforgalom nem tudta azonnal pótolni.

Pozitív hatással volt a hévízi és a térségi vendégforgalomra a Dortmund-Hévíz WizzAir járat elindulása, mely egy fiatalabb nyaralási céllal érkező vendégkört is megszólított.

A nyári időszakban újra megtelt Hévíz, mind a bel- mind a külföldi vendégek számra egyre növekvő tendenciát mutatott, és az idei évben is jellemzőbb volt a last minute foglalás. Az ősz és az ünnepi időszak további pozitív eredményeket hozott, ami főleg a német, osztrák és cseh vendégek növekedésének volt köszönhető. Az év utolsó két hetében a belföldi vendégek számára is jelentősen nőtt

A vendég és vendégéjszakaszám adatok nyomon-követése ugyanakkor az idei évtől a KSH adatközlésének májusi megszűnésével a korábbi évek gyakorlatától eltérő. Több évre visszamenően az Hévíz Város Önkormányzatának IFA befizetéseit tudjuk részben alapul venni a vendégéjszaka szám számításához, részben a helyi kereskedelmi szálláshelyek nemzetiségi adataiból tudunk következtetéseket levonni.

2021. évhez képest a vendégéjszakák száma több mint 80%-kal tudott növekedni, azonban több mint 20%-kal elmarad a 2019-es év adataihoz képest.

**Nemzetiségi adatok**

A belföldi vendégek a korábbi tendenciákkal megegyezően idén is a nyári hónapokban érkeztek Hévízre a legnagyobb számban és töltötték itt a legtöbb vendégéjszakát. A többi hónapban is kiegyensúlyozott volt a belföldi vendégéjszakák száma, az összes vendéghez képest az arányuk 3 hónapban haladta meg az 50, 7 hónapban a 60%-ot. A belföldi vendégek száma szeptemberben volt a legkevesebb, a legkevesebb vendégéjszakát pedig januárban töltötték Hévízen.

A belföldi vendégek egyértelműen a nyári időszakot, valamint a hosszabb ünnepi időszakokat részesítik előnyben. Míg nyáron fiatalosabb, családos vendégkör látogat Hévízre, addig a többi évszakban jellemzőbb az idősebb, párban érkező vendég, egészségmegőrzés, pihenés, wellness üdülés céllal. Az év utolsó két hetében is sokan választották Hévízt úticélul.

A Németországból érkező vendégek augusztus-szeptemberben töltötték a legtöbb vendégéjszakát Hévízen, de jelentős számban szálltak meg nálunk május-június és október hónapokban is, ellentétben az év első két hónapjával, valamint a decemberi időszakkal.

A németek által nálunk töltött vendégéjszakák száma 2021-hez viszonyítva 207%-ot nőt, és az utolsó 7 hónapot tekintve is 150%-os a növekedés a tavalyi évhez viszonyítva.

*A német utazók száma lassú, de folyamatos csökkenést mutat az elmúlt 10 év adatai alapján. Ez a csökkenés leginkább a korábbi nagy számban érkező csoportosan utazó, egészségturisztikai vendégek elmaradása miatt tapasztalható. A német piac nagysága miatt újabb célcsoportok megszólítása csak területi fókusszal lehetséges és elengedhetetlen hozzá a hévízi mellett a magyarországi márkaépítés, valamint a térség unikalitásainak bemutatása és a magas minőségű szolgáltatásfejlesztés.*

A szomszédos Ausztriából jellemzően az év utolsó negyedévében érkeztek a legtöbben, ezen belül is kiemelkedően magas számban látogattak Hévízre novemberben. A többi hónapban kevesebben, de kiegyensúlyozottan voltak jelen a városban. Az osztrák vendégkör részben az idősebb törzsvendégekből másrészt viszont a 40+, akár rövidebb időre is átlátogató wellness vendégekből adódik össze, akik aktív/fitt programokat és medical-wellness szolgáltatásokat is igénybe vesznek.

Az osztrákok által Hévízen töltött vendégéjszakák száma 2021-hez képest éves szinten 273%, az utolsó 7 hónapot összevetve is 178%-os az eltérés. Előszeretettel választották a hévízi szállodákat az év végi ünnepi időszakban.

A cseh és a szlovák ill. szlovákiai magyar vendégek számra évről-évre nő, sőt a legjelentősebb növekedést mutatja a többi nemzetiséghez képest mind vendég, mind vendégéjszakaszámban.

A cseh vendégek számra minden hónapban nőtt a korábbi évek azonos időszakához képest, idén a júliustól-novemberig tartó időszakban mutatták a legjelentősebb vendégéjszakaszám növekedést. Jellemzően fiatalosabbak vendégkör, jó költési mutatókkal, érdeklődők és nyitottak. A térség komplexitása, Hévíz központi elhelyezkedése, valamint a Hévízi-tó unikalitása vonzza őket. Mivel inkább kirándulnak és felfedezik a térséget, ezért inkább az őszi hónapokat részesítik előnyben. Nyáron jellemzően átutazóban állnak itt meg, miközben nyaralási céllal délebbre, tengerpartra utaznak.

2021-hez képest 2022-ben az általuk eltöltött vendégéjszakaszám 226%-ra nőtt, az utolsó 7 hónapot tekintve 167,8%-os a növekedés. A Szlovákiából érkező vendégek ezzel szemben legnagyobb mértékben a nyári hónapokban utaznak Hévízre, itt töltve nyaralásukat. Kevésbé a város egészségturisztikai vonzereje, sokkal inkább a térség jó adottságai miatt választják Hévízt úticélul. A tavalyi évhez képest az itt töltött éjszakák száma 292%-ot nőtt és az utolsó 7 hónapban is több mint 200%-os (208%) növekedést ér el ez a szám.

*Forrás: Önkormányzati és belső/gyűjtött adatok. A nemzetiségi (gyűjtött) adatok nem fedik le a teljes kereskedelmi szálláshelykínálatot Hévízen, de tendenciák következtetésére megfelelő alappal szolgál.*

### II.1.4. Turisztikai trendek, jövőkép

A turisztikai trendek minimálisan változtak az előző évhez képest. Tovább nőtt a fenntartható szolgáltatások, desztinációk előnye keresleti szempontból. Jelentős változás, hogy a pandémia alatt a jellemző volt a munka és a pihenés keveredése, hiszen a „home office” helyszíne megegyezhetett a nyaraláséval. A járványhelyzetet követően azonban nyilvánvalóvá vált, hogy az utazók számára a teljesértékű pihenés a fontos, így ez a szegmens lényegében megszűnt a turisztikai piacon. *A II.1.1. pontban bizonyos folyamatok már kifejtésre kerültek.*

A booking.com 24.000 utazót kérdezett meg a várható turisztikai trendekről és a preferenciák változásáról, amik a turisztikáról kialakított képet módosíthatják. Ez az alábbi eredményt hozta:

* a válaszadók 60%-a olyan területeket keres, ami teljes mértékben kiszakítja a valóságból, a városi környezetből. Nő az igény a kempingek, ezen belül is a luxus-glampingek iránt. Továbbá olyan tanulási élményeket keresnek, mellyel közelebb juthatnak a természethez (pl. tűzrakás, növényfelismerés/gyűjtés)
* új kultúrák megismerése az egyik legfőbb trend a 2023-as évben. Az amerikai utazók 1/3-a nem vágyik luxusresort-okba, hanem eddig alulértékelt desztinációkat kíván felkeresni, kiszakadva a komfortzónájából
* a válaszadók 90%-a érdeklődik a retroélmények iránt, illetve a gyermekkorban felkeresett desztinációkat szeretné újra felfedezni, akár család több generációjával.
* a wellness egyre inkább a spirituális irányba mozdul el – mindfulness. A testi és a lelki egészség közös javítása a cél.
* pandémiát követően egyre többen valósítják meg a „bakancslistájukat”, mely az emberi elmúlás megtapasztalásával magyarázható
* tudatos fogyasztás – kedvezményes utak foglalása, hűségprogramokban való részvétel, mellékszezoni pihenés erősödése
* „Virtuális Utazás”- Metaverse. Erősödik a virtuális utazás, hiszen most alakul ki, de az utazók jelentős többsége (60%) nem gondolja, hogy ez pótolni tudja bármilyen mértékben a valós élményt.

## PozícionálásII. 2. Termékek, szolgáltatások pozícionálása, célcsoportok meghatározása

A korábbi években megjelölt célcsoportok hosszú távon is Hévíz pozícionálásának felelnek meg. Szükséges azonban figyelembe venni a célcsoportok generációváltását, azaz az „új seniorok” eltérő igényeit. A gyógyászati szolgáltatások esetében a prevencióra, rehabilitációra kell helyezni a hangsúlyt, míg a 35-59-es korosztály esetében az egyedi, trendi szolgáltatások köré kell tudni beépíteni a hagyományos hévízi kúra lehetőségeit, kiegészítve a régió aktívturisztikai lehetőségeivel.

*2020 folyamán elkészült belföldi marketingstratégia tartalmazza a belföldi célcsoportok buyer personá-it, melyek továbbra is relevánsak.*

## II. 3. Rendezvények

A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. 2020. nyarától ellátja Hévízen a turisztikai célú rendezvények szervezesének feladatát 2 programszervezővel. A programok tekintetében a turisták és a lakosság minőségi szórakoztatása, kiszolgálása a cél, a régió értékeinek teret adva.

2023. évre vonatkozóan a programterv a forrásuk szűkösségéhez lett igazítva, azonban folyamatosan figyeljük a pályázati lehetőségeket, és lehetőség szerint bővítjük a programokat.

A Veszprém-Balaton Európa Kulturális Fővárosa program keretében a 2023-as évre vonatkozóan is nyertünk forrást, így a Véderdőben és egyéb helyszíneken is folytatódik az EKF-programsorozat megvalósítása.

A 2023. évben a Kft. rendezvénynaptárába az alábbi turisztikai célú programok tartoznak, melyet kiegészíthetnek a pályázati források bevonásával szervezett rendezvények:

* Április 7-10. Húsvéti Forgatag
* Április 29. Boldog Békeidők
* Július 13-16. SÖRsétány
* Augusztus 4-6. EKF – Ökofesztivál (Pokrócfesztivál)
* Augusztus 18-21 Bor- és Gasztrokorzó

A fenti rendezvényeket, ahogy márt írtuk kiegészítik a véderdei minikoncertek és bábszínházak. A rendezvények megvalósításhoz szükséges a GAMESZ illetve a HÉVÜZ Kft. szakembereinek és eszközeinek bevonása.

Partnerkapcsolatban vagyunk Festetics György Művelődési Központtal és a Hévízi Vállalkozók Egyesületével. Programjainkat egyeztetjük és a lehetőségek szerint a rendezvények megvalósításában segítjük egymást.

## II.4. Tourinform iroda működtetése

A Tourinform iroda működtetési feladatai 2020.06.01-óta tartozik a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft-hez. Az iroda alapműködtetését 2 fő látja el; 1 fő irodavezető és 1 fő informátor. A főszezoni időszakban gyakornokokkal, diákmunkásokkal szükséges a létszám kiegészítése.

A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft a hévízi Tourinform irodát a Magyar Turisztikai Ügynökséggel kötött Tourinform névhasználati szerződés alapján üzemelteti. Irodánk az idei évben is folyamatosan frissíti a Nemzeti Turisztikai Adatbázis (NETA) rendszerét, melyben az idei évtől már nemcsak attrakciók, de események is feltöltésre kerülnek, mely elősegíti az országos adatbázis további fejlődését.

A Kisfaludy2030 Turisztikai fejlesztő Nonprofit Zrt. által kiírt pályázat támogatásával beszerzett kerékpárok segítségével jelentősen növekedett az iroda bevételszerző képessége. A kerékpárok kölcsönzési áraiban 2023. évben is emelést kívánunk végrehajtani, a bevétel maximalizálásának érdekében. 2021. évben bruttó 7M Ft feletti összeget eredményezett a kerékpárkölcsönzési tevékenység, míg 2022. évben ez a szám már 11M Ft felett volt.

Az iroda az előző évekhez hasonlóan továbbra is törekszik a pontos információadásra, helyi és környékbeli programok propagálására, illetve kiadványok terjesztésére.

A látogatószám növekedését több módszerrel is mérjük, hagyományos kézi számlálással és statisztikavezetéssel, valamint digitális látogatószámláló eszközzel. 2022-es évben az irodában összesen 13.545 (ebből 6.160 magyar, 4.815 német és osztrák, 1028 cseh, 373 orosz) személyes ügyfélmegkeresés történt. Telefonon 2.333, E-mail-ben 406 alkalommal válaszoltunk a megkeresésekre.

E-learning képzés keretein belül munkatársaink számot adnak a Tourinform hálózattal kapcsolatos tudásukról is. A képzés nemcsak az új kollégák felzárkóztatását könnyíti meg, de a régi kollégák tudásának szinten tartását is elősegítik. Irodánk az előző évekhez hasonlóan idén is részt vett a Virágos Magyarország verseny zsűrizésében, illetve folyamatosan hozzájárulunk hévízi rendezvények szervezésének előkészítésében és lebonyolításában.

A 2021. július 1. és 2022. június 30. között mért időszakban, a Tourinform Minőségbiztosítási Rendszer-ben irodánk 92%-ot ért el. Külön öröm számunkra, hogy országos összesítésben a próbavásárlások alkalmával irodánk az országos átlagnál jobban teljesített.

## II.5. Marketingakciók

Hévíz város turisztikai marketing-tevékenysége alkalmazkodott az állandóan változó környezethez; célpiacokra és azon belül is konkrét célcsoportokra vonatkozóan alakította ki kampányait, elsősorban online eszközökkel.

Cél a marketingmunkában Hévíz város imázsának frissítése, valamint a térségi élménypontok bevonása a hévízi turisztikai kínálatba, megfelelve az utazni vágyók megváltozott igényeinek. A marketingakciók jelentősebb része a helyi turisztikai szolgáltatók (szálláshelyek, vendéglátóhelyek, kereskedelmi egységek) konkrét bevételgenerálásáról szól, azonban a forgalomélénkítő kampányokban is fontos szerepet játszik a hosszútávú célok megjelentetése a Hévíz brand alakítása és népszerűsítése. A 2021-ben elfogadott belföldi marketingstratégia összefoglalja mindazokat a marketingcélokat, melyeket az utóbbi évek változásai megköveteltek a turizmusban. Illeszkedik a folyamatosan változó vendégigényekhez, az új turisztikai trendekhez, miközben figyelembe veszi, hogy a helyi adottságok milyen módon és milyen piaci szegmensekben teszik lehetővé a bővítést. A stratégiában nem csak fiatalabb és tudatosabb célcsoportokat (egészségtudatos, fitt, sportos, aktív, ökotudatos, városias, túlterhelt, minőségi időre vágyó) határoztunk meg, hanem a Hévízről kialkotott képet is átformáltuk.

Az új városmarketing stratégia egy fontos szemléletbeli különbségen is alapul. Felismerve, hogy az egymáshoz közeli attrakciók egymást erősítve tesznek egy térséget vonzóbbá, és segítik elő a hosszabb tartózkodási időt, így az üzenet középpontjában ma már nem csak a méltán híres hévízi-tó és a tradicionális egészségturimzus áll, Hévízt nem egy elkülönült célpontként pozícionálja. A megújult szemlélet szerint Hévíz és környéke, mint egy egység válik utazási célponttá. Hévíz egyik új hívószava az élménygarancia lett a megfelelő storytelling párosításával.

A cél, hogy az idősebb, gyógyászatot priorizáló vendégkört egy egészségtudatosabb, természetközeli élményekre vágyó fiatalosabb de nagyon is tudatos vendégkörrel egészítsük ki, a turisztikai szolgáltatáskínálat térbeli bővítése mindenképp kedveztek ezeknek a változásoknak, bizonyos mértékben meggyorsították a Hévízről alkotott kép változását. A már a pandémia előtt is hangsúlyozott aktív élmények, zöld környezet, tisztaság, slow tourism, zsúfoltságmentesség, melyek a stratégiában is fontos üzenetekként lettek megfogalmazva.

Hévíz imázserősítő kampány egész éves, folytonos menedzselése szükséges a főbb célpiacokon. Direkt forgalomélénkítő kampányok megvalósítása rugalmasan fog történni a költséghatékonyság és az eredményorientáltság elveit szem előtt tartva, hasonlóan az előző évekhez.



A marketingterv költséglebontását az alábbi táblázat tartalmazza. Fontos megemlíteni, hogy a háborús konfliktus vagy negatív gazdasági folyamat okozta változások esetén gyorsan kell reagálni a piaci változásokra, így szükséges az egyes sorok közötti rugalmasság.

|  |  |
| --- | --- |
| **Marketintgköltség-terv** | **Bruttó költség** |
| **Hévíz Slow / Spa-Wellness, rekreáció (évszaknak megfelelő lebontásban) - december 19 - június 10.** |  |
| **Nyár - családi kampányok -június 9 - augusztus 11.** |  |
| **Hévízi Tradicionális Kúra, rekreáció, prevenció - augusztus 04 - november 10.** |  |
| **Téli kampány - wellness, egyedi programok - november 1-** |  |
| **Belföld összesen - célcsoport: 35-59 év közötti egészségtudatos felnőttek és 60+ TB finanszírozott gyógykúrázók** | **8 900 000 Ft** |
| Online - aktuális kampányhoz igazítva | 8 500 000 Ft |
| Social media (FB és Instagram), Google AdWords, influencer (blogger, youtuber) | 4 500 000 Ft |
| Print media megjelenések | 500 000 Ft |
| Online oldalakon való éves partnerszerződés | 3 500 000 Ft |
| Televíziós megjelenések összesen: | 400 000 Ft |
| Magazinműsor megjelenés | 400 000 Ft |
| **Külpiacok összesen:** | **6 500 000 Ft** |
| **Német piac - célcsoport: középkorú párok 35-59, gyógyvendégek 60+** | **2 000 000 Ft** |
| Google AdWords és FB kampány | 2 000 000 Ft |
| **Osztrák piac összesen - középkorú párok 35-59, gyógyvendégek 60+** | **2 000 000 Ft** |
| Google AdWords és FB kampány, Blogger/újságíró study | 2 000 000 Ft |
| **Szlovák piac összesen - célcsoport: 35-65 év közötti egészségtudatos felnőttek** | **1 000 000 Ft** |
| Google AdWords és FB kampány | 1 000 000 Ft |
| **Cseh piac összesen - célcsoport: 35-65 év közötti egészségtudatos felnőttek** | **1 500 000 Ft** |
| Google AdWords és FB kampány, Blogger/újságíró study | 1 500 000 Ft |
| **Egyéb marketingtevékenység** | **4 600 000 Ft** |
| Kiállítás, workshop | 500 000 Ft |
| Kiadványok | 1 500 000 Ft |
| Imázsképek, imázsvideók | 500 000 Ft |
| Honlapfejlesztés, fordítás | 500 000 Ft |
| Grafikai tervezés összesen | 1 600 000 Ft |
| **Marketing költségek mindösszesen** | **20 000 000 Ft** |



# III. VEZETŐSÉGI ÉS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS

A Társaság legfőbb szerve a **taggyűlés**, amely dönthet más szerv hatáskörébe tartozó kérdésekben is. A taggyűlést legalább évente két alkalommal össze kell hívni.

A taggyűlés egyhangú döntése szükséges az alábbi kérdésekben:

* a tagok társasági szerződésben foglalt kötelezettségeinek növelése,
* új kötelezettségek megállapítása, illetve
* az egyes tagok külön jogainak csorbítása.

A taggyűlés háromnegyedes szótöbbsége szükséges:

* a társasági szerződés módosításához,
* a felügyelő bizottsági tag, ügyvezető és a könyvvizsgáló kinevezéséhez, visszahívásához,
* a tag kizárásának kezdeményezéséhez,
* a Társaság megszűnésének, átalakulásának, egyesülésének, szétválásának elhatározásához,
* ha a Társaság törzstőkén felüli vagyonából saját üzletrészt vásárol,
* ha a 2013. évi V. törvény, vagy a társasági szerződés másként rendelkezik
* részvételhez más vállalkozásokban, társaságokban, bárminemű és bármilyen mértékű hitelfelvételhez,
* a Társaság éves üzleti tervének elfogadásához.

**Alkalmazottak**

Ügyvezető

A Társaság ügyeinek intézését és képviseletét az ügyvezető látja el. Az ügyvezető egyedül és önállóan képviseli a Társaságot.

Az ügyvezető feladatai:

* a Társaság munkaszervezetének a taggyűlés döntésének megfelelő kialakítása és irányítása,
* a munkáltatói jogok gyakorlása a Társaság munkavállalói felett,
* a Társaság képviselete hatóságok előtt és harmadik személyekkel szemben,
* a mérleg és a vagyonkimutatás, továbbá a tevékenységi körök szerint készített ügyviteli és bizonylati rend taggyűlés számára történő előterjesztése,
* a Határozatok Könyvének, a Társaság üzleti könyveinek szabályszerű vezetése,
* a Társaság éves munkaprogramjának elkészítése,
* az elfogadott éves munkatervből eredő munkafeladatok meghatározása,
* az alapító okiratban, a 2013. évi V. törvényben és a munkaszerződésben meghatározott egyéb feladatok.

Munkaszervezetvezető-helyettes (egyben programszervező) - az ügyvezető utasításai szerint látja el a munkáját

Marketing menedzser - az ügyvezető utasításai szerint látja el a munkáját.

Irodavezető – az ügyvezető igazgató és munkaszervezet-vezető-helyettesutasításai szerint látja el a munkáját

Online marketing menedzser – az ügyvezető utasításai szerint látja el a munkáját.

Programszervező - az ügyvezető utasításai szerint látja el a munkáját

Informátor - ügyvezető igazgató, a munkaszervezetvezető-helyettes és az irodavezető utasításai szerint látja el munkáját

**Belső tanácsadó testület**

A Társaságnál 5 tagú felügyelő bizottság működik. A felügyelő bizottság határozatait egyszerű szótöbbséggel hozza.

A felügyelő bizottság feladatai:

* a Társaság ügyvezetésének ellenőrzése,
* minden fontosabb jelentést, mérleget, illetve a Taggyűlés elé kerülő előterjesztést megvizsgálni és álláspontját a taggyűléssel ismertetni,
* a kijelölt tag képviseli a Társaságot az ügyvezetővel kötendő szerződések esetén, valamint az ügyvezető ellen indítandó perekben,
* a felügyelő bizottság köteles a taggyűlést összehívni, a döntést kezdeményezni, ha azt az ügyvezető elmulasztja,
* a felügyelő bizottság az ügyrendjét maga állapítja meg és azt a taggyűlés hagyja jóvá.

**Külső tanácsadók:**

- Marketingszakmai tanácsadás – Hévíz Turisztikai Egyesület elnöksége

- A Társaság könyvvizsgálójának neve: Vecsera Jánosné

**Szervezeti felépítés**

Taggyűlés

Ügyvezető

Felügyelő Bizottság

Munkaszervezetvezető

-

helyettes

–

Programszervező

I.

Marketing menedzser,

Online marketingmenedzser, Programszervező II.

Irodavezet

ő

Informátor

Belső tanácsadó testület

Külső tanácsadók



# IV. PÉNZÜGYI TERV

Az alábbi táblázat tartalmazza részletesen a működési költségeket, valamint összefoglalóan a marketing célú kiadások összegét a II. 5. pontban részletesen bemutatottak alapján.

|  |  |
| --- | --- |
| **Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. költségei** | **Bruttó összeg Ft** |
| Irodaszerek, egyéb anyag, üzemanyag | 1 900 000 Ft |
| Irodabérlet, rezsi, telefon, internet, postaktg., karbantartás | 3 000 000 Ft |
| Berendezések, eszközök | 1 500 000 Ft |
| Könyvviteli és könyvvizsgálati szolgáltatás összesen | 2 800 000 Ft |
| Egyéb szolgáltatások (hatósági díj, ügyvédi díj, szakértői díj, bankktg., lízingdíj) összesen | 5 000 000 Ft |
| Bérköltség, járulékokkal (továbbá egyszerüsített fogl.) | 37 000 000 Ft |
| Egyéb személyi költség (napidíj, szállás, gk.haszn, béren kívüli juttatások) | 3 600 000 Ft |
| ÁFA, iparűzési adó, egyéb adók | 4 500 000 Ft |
| **Működési és karbantartási költségek összesen** | **59 300 000 Ft** |
| **EKF pályázat** | **15 000 000 Ft** |
| **Rendezvényszervezés** | **14 700 000 Ft** |
| **Marketingköltségek mindösszesen** | **20 000 000 Ft** |
| **Hungarikum Alprogram** | **5 000 000 Ft** |
| **Mindösszesen marketing és működési költségek** | **114 000 000 Ft** |

Az alábbi táblázat tartalmazza a Társaság 2023. évi tervezett bevételeinek részletezését.

|  |  |
| --- | --- |
| **Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. tervezett bevételei** | **Bruttó összeg forintban** |
| EKF pályázati forrás | 15 000 000 Ft |
| Önkormányzati támogatás | 63 000 000 Ft |
| Szolgáltatók imázs kampány hozzájárulás, együttműködések | 16 500 000 Ft |
| Rendezvénybevétel | 7 500 000 Ft |
| Egyéb váll. tev bevétel | 12 000 000 Ft |
| **Mindösszesen** | 114 000 000 Ft |



Az alábbi táblázat tartalmazza a Társaság 2023. évi bevételeinek és kiadásainak **tervezett** ütemezését.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Negyedév** | **Kiadások** | **Bevételek** |
| **bruttó összeg forintban** | **bruttó összeg forintban** |
| 2023. 1. negyedév | 16 000 000 Ft | 48 000 000 Ft |
| 2023. 2. negyedév | 32 000 000 Ft | 32 000 000 Ft |
| 2023. 3. negyedév | 42 000 000 Ft | 31 000 000 Ft |
| 2023. 4. negyedév | 24 000 000 Ft | 3 000 000 Ft |
| **Összesen** | **114 000 000 Ft** | **114 000 000 Ft** |