**Üzleti terv (tervezet)**

**2021. év**

Készítette:

Pálffy Tamás, ügyvezető igazgató

2020. december 10.

**Tartalomjegyzék**

[**Tartalomjegyzék** 2](#_Toc62548524)

[I. A TÁRSASÁG ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA 3](#_Toc62548525)

[I.1. A Társaság alapadatai 3](#_Toc62548526)

[I.2. A vállalkozás története, céljai 4](#_Toc62548527)

[II. MARKETING ÉS CSELEKVÉSI TERV 6](#_Toc62548528)

[II. 1. Turisztika adatok áttekintése - A pandémiás helyzet hatásai és lehetőségei 6](#_Toc62548529)

[II.1.1. A pandémia világszintű hatásai a turizmusra - 2020. évi adatok 6](#_Toc62548530)

[II.1.2. Magyarországi adatok - 2020 8](#_Toc62548531)

[II.1.3. Hévíz – Turisztikai adatok 2020 11](#_Toc62548532)

[II.1.4. A pandémiás helyzet következményeként a turizmus változásának lehetőségei 12](#_Toc62548533)

[II. 2. Termékek, szolgáltatások pozícionálása, célcsoportok meghatározása 14](#_Toc62548534)

[II. 3. Rendezvények 16](#_Toc62548535)

[II.4. Tourinform iroda működtetése 17](#_Toc62548536)

[II.5. Marketing- akciók 19](#_Toc62548537)

[III. VEZETŐSÉGI ÉS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS 22](#_Toc62548538)

[IV. PÉNZÜGYI TERV 25](#_Toc62548539)

# 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 TDM Egyesület, Székhely: 8380 Hévíz, Rákóczi u. 2.

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

- Hévízgyógyfürdő és Szent András Reumakórház, Székhely: 8380 Hévíz, Dr. Schulhof V. sétány 1.

- 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: 1015 Budapest, Hattyú u. 14.

- 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 cég neve: Szám-Tan’77 Bt. (székhelye: 8360 Keszthely, Martinovics u. 2., Adószáma: 14010033-2-20)

- 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 végezte tevékenységét: Németországban, Ausztriában, Szlovákiában, Csehországban és Oroszországban folytatott aktivitásokat. Ezen területekről rendszeresen szervezett sajtó és utazási irodai study tour-okat, workshop--okat 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 TDM Egyesülettel, a Hévíz-Balaton Airport Kft.-vel, valamint a térségi és országos turisztikai szervezetekkel.

2020. 05. 01-vel a Hévízi Nonprofit Kft. átvette a Hévíz Turisztikai Desztinációs Menedzsment Egyesülettől a Hévízi Tourinform iroda működtetésével összefüggő feladatokat, továbbá 2020. év nyarától jelentős szerepet vállal a Hévízen – beleértve a térség esetleges bevonását - megvalósuló turisztikai célú rendezvények megszervezésében és megvalósításában.

Jelen üzleti terv azzal a céllal készült, hogy a korábbi években megkezdett aktív városmarketing tevékenységet tovább erősítse, a fent említett további feladatokat is magába foglalja, és az ehhez szükséges feladatokat meghatározza.

# II. MARKETING ÉS CSELEKVÉSI TERV

## II. 1. Turisztika adatok áttekintése - A pandémiás helyzet hatásai és lehetőségei

### II.1.1. A pandémia világszintű hatásai a turizmusra - 2020. évi adatok

A turizmus szektort az elmúlt évtizedekben több komoly regionális vagy akár világméretű válság sújtotta (2001. szeptember 11). A 2008-cal kezdődő globális gazdasági válság, természeti katasztrófák, mint például vulkánkitörés, egészségügy vészhelyzetek, mint a SARS, MERS, ebola stb.), amelyek, ha változó mértékben is, de érezhetően visszafogták az utazási kedvet. A COVID-19 járvány azonban olyan helyzetet teremtett a világ számára, amely sok szempontból példa nélküli a modern turizmus történetében. A világ lakosságának több mint 90%-át érintették a nemzetközi utazási korlátozások; a közösségi összejövetelek és a közösségi mobilitás csaknem teljes betiltásával a turizmus gyakorlatilag ellehetetlenült, leállt 2020 márciusában és csak hónapokkal később kezdett újjáéledni, majd októberben állt le ismét.

Fogyasztói magatartásokat alapvetően megváltoztatta a járvány, amely bizonyos magatartásbeli változásokra csak ráerősített, másokat újonnan gerjesztett. A megváltozott fogyasztói szokások egy része valószínűleg el fog tűnni, mint ahogyan a korábbi válságoknál is a turizmus ágazat igen gyorsan visszatért a „business as usual” állapotba, azonban, a COVID-19 pandémia okozta változások rendkívüliségének köszönhetően, vélhetően lesznek olyan változások, amelyek a helyzet normalizálódásával is fennmaradnak.

A turizmus már a globális gazdaság egyik meghatározó ágazatává, a világ országainak nagy részében az emberek életminőségét és boldogságát alapvetően befolyásoló tényezővé vált (egyes európai országokban részesedése a bruttó hazai termékből meghaladja, a 10, sőt 20%- át is)2 . Növekedési üteme rendszeresen meghaladja a világ GDP-jének növekedési ütemét és az eddigi tapasztalatok szerint még a korábbi válságok (terrortámadások, járványok, gazdasági válság) sem tudták megtörni, legfeljebb lassítani dinamikus növekedését.

Forrás: Portfolio.hu

A turisztikai utazások száma 65 százalékot esett világszerte 2020. **év első hat hónapjában**, az ebből származó bevételek pedig mintegy 460 milliárd dollárral csökkentek a tavalyi évhez képest.

A Turisztikai Világszervezet (UNWTO) legfrissebb jelentése szerint a járványt leginkább az ázsiai és csendes-óceáni térség sínylette meg, az odalátogató turisták száma az első hat hónapban 72 százalékkal zuhant.

A második helyen Európa áll, ahová 66 százalékkal utaztak kevesebben, mint egy évvel korábban.

Az Afrikát, illetve a Közel-Keletet felkereső turisták száma egyaránt 57 százalékkal esett, Dél-Amerika esetében a visszaesés 55 százalék volt.

A Turisztikai Világszervezet szerint 2,5-4 év múlva éri el a turisták száma ismét a 2019. évi szintet.

Forrás: UNWTO, portfolio.hu

**Európa**

**2020 augusztus végéig** Európában a szállodák szobafoglaltsága (35,2%) a bázisnál 36,7%ponttal kisebb volt, a nettó átlag szobaár (95,6€) 14,9%-kal, a nettó REVPAR (33,7€) 58,3%-kal maradt el a tavalyitól.

- Kelet-Európában a szállodák kihasználtsága 36,9%ponttal csökkenve 30% lett. A nettó átlag szobaár (65,3€) 15,8%-kal, a nettó REVPAR mutató (19,6€) 62,3%-kal romlott.

- Az STR riport szerint augusztus végéig Európában a szállodák átlagos szobafoglaltsága 35,2%, a nettó átlag szobaára 95,6€, nettó REVPAR–ja 33,7€ volt. A szobafoglaltság a múlt évinél 36,7% ponttal, a nettó átlag szobaár 14,9%-kal, a nettó REVPAR 58,3%-kal romlott a múlt évhez képest.

Forrás: STR riport

**Németország - január-június**

A 2020. év **első hat hónapjának** hivatalos ágazati statisztikai jelentése alapján jutott erre a megállapításra. A jelentés szerint a németországi éttermek és szállodák első félévi forgalma 39,7%-kal volt alacsonyabb, mint az előző évben, ami a legnagyobb ágazati visszaesés, amióta méréseket végeznek. A tevékenység szüneteltetése óriási lyukakat ütött az éttermek és szállodák mérlegeiben, és bár májusról júniusra 63,6%-kal nőtt a forgalom, a normál működéstől még meglehetősen messze járnak. A távolságtartási és kapacitásszűkítési előírásoknak is köszönhetően az üzletek vesztesége júniusban is 42,7%-os volt. A kieső forgalom az ágazatban működők 60%-a számára jelent csődveszélyt. A szállók különösen rosszul állnak, ezekben a létesítményekben a hathavi visszaesés átlagosan 48,6%-os, szemben a vendéglátóhelyekkel, amelyeknél „csak” 34,7%

**Csehország – április-június**

A vendégéjszakák száma 2,6 millió volt, ami 81,7 százalékos csökkenés.

A legsúlyosabban érintett régió Prága volt, ahol az elszállásolt turisták száma a második negyedévben 93,6 százalékkal volt alacsonyabb, mint a tavalyi év hasonló időszakában. A csehországi fürdőhelyek látogatottsága a negyedére csökkent. A második negyedévben a fürdőhelyek szolgáltatásait 57 000 ember vette igénybe, közülük 51 ezer volt cseh állampolgár.

**Szlovénia – január-július**

Januártól júliusig 1,6 millió turista látogatott Szlovéniába, és összesen 4,6 millió vendégéjszakát töltött az országban. A turisták száma 54 százalékkal, a vendégéjszakáké 45 százalékkal csökkent a tavalyi év ugyanezen időszakához képest.

A hetedik hónapban ugyanakkor több mint 653 000 érkezést regisztráltak a szálláshelyek – ebből 407 000 belföldi és 249 300 külföldi –, ami 27,5 százalékos visszaesés az előző év ugyanezen időszakához képest, a vendégéjszakák száma pedig 18,5 százalékkal 2,07 millióra csökkent 2019 júliusához viszonyítva.

A szlovén turisták száma júliusban az előző év ugyanezen időszakához képest 176 százalékkal nőtt, a külföldi turisták száma pedig 67 százalékkal csökkent.

**Ausztria – január-szeptember (TourMIS.info)**

Az érkező vendégek számát tekintve 37,1%-os volt a csökkenés az év első 9 hónapjában, a vendégéjszakákat tekintve 27,6%

A bécsi Wirtschaftsforschungsinstitut (Wifo) számításai szerint májustól júliusig a turisztikai ágazat bevételei az egy évvel korábbihoz képest 44,1 százalékkal 3,95 milliárd euróra csökkentek. A különböző régiók eltérő mértékű forgalomcsökkenést regisztráltak. A legnagyobb visszaesés a bécsi turizmusban következett be, 85,7 százalékos, a legkisebb pedig, 24,6 százalékos Karintia tartományban.

Júliusban Karintiában, Stájerországban és Burgenlandban már a belföldi turizmusnak köszönhetően emelkedett a vendégéjszakák száma az egy évvel korábbihoz képest. Bécsben azonban még júliusban is 73 százalékkal maradt el a vendégéjszakák száma a tavaly júliusitól.

A koronavírus-válságot a magánüdülők és panziók vészelték át a legkisebb sérülésekkel. Júliusban a vendégéjszakák száma már csak elenyésző mértékben maradt el az egy évvel korábbitól. A panzióknál 2 százalékkal, a magánszállásokon 3,1 százalékkal.

Forrás: turizmus.com, MTI, Tourmis.info

### II.1.2. Magyarországi adatok - 2020

A koronavírus-járvány okozta gazdasági válságot minden bizonnyal a turizmus-vendéglátás szektor sínylette meg leginkább. Becslések szerint a két iparágban összesen több tízezer munkahely szűnt meg az elmúlt hónapokban.

Az MSZÉSZ októberben közzétett trendriportjából az is kiderül, hogy augusztusban a hazai szállodákból még mindig csupán 892 üzemelt a múlt évi 1051-gyel szemben. Ugyanebben a hónapban Budapesten – a külföldi kereslet drámai visszaesése miatt – a tavalyi 210-zel szemben csupán 163 hotel működött, a többit ideiglenesen bezárták.

**Havi adatok ismertetése**

**Január**A külföldi vendégéjszakák száma 15%-kal, a belföldi vendégéjszakáké 3,9%-kal nőtt, a kereskedelmi szálláshelyek árbevétele 18%-kal emelkedett januárban Magyarországon

*2020. január 31-én az előző év azonos időpontjához képest héttel több, összesen 2589 kereskedelmi szálláshely közel 80 ezer szobával és 218 ezer férőhellyel működött.*

**Február**

Csaknem tíz százalékkal nőtt a vendégéjszakák száma februárban A vendégéjszakák száma 9,8 százalékkal, az árbevétel 21,3 százalékkal nőtt.

**Március**

Márciusban a koronavírus-járvány hatására a külföldi vendégek által a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött éjszakák száma 68,1 százalékkal, a belföldi vendégek által eltöltöttek 61,0 százalékkal esett vissza az előző év azonos időszakához képest, együttesen 64,6 százalékkal csökkent a forgalom. A kereskedelmi szálláshelyek folyó áron számolt összes bruttó árbevétele 59,7 százalékkal kevesebb volt, 14,2 milliárd forintot tett ki.

**Április**

Áprilisban a koronavírus-járvány hatására a külföldi vendégek által a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött éjszakák száma 99, a belföldi vendégek által eltöltötteké 95%-kal esett vissza az előző év azonos időszakához képest.

**Május**

Májusban a koronavírus-járvány hatására a külföldi vendégek által a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött éjszakák száma 98,4 százalékkal, a belföldi vendégek által eltöltötteké 85,9 százalékkal esett vissza az előző év azonos időszakához képest. A szálláshelyek forgalma 92,7 százalékkal csökkent. Budapesten és a Balaton régióban az előző év májusi értékének 1 százalékát sem érte el.

**Június**

Júniusban a koronavírus-járvány hatására a külföldi vendégek által a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött éjszakák száma 93,2 százalékkal, a belföldi vendégek által eltöltötteké 59,2 százalékkal esett vissza az előző év azonos időszakához képest. A szálláshelyek vendégéjszakában mért forgalma 75,2 százalékkal csökkent

A legnagyobb mértékű, 98 százalékos csökkenést Budapesten mérték, a Balatonnál a 2019. júniusi forgalom kevesebb mint tizede realizálódott.

**Első félév**

Az év első hat hónapjában a kereskedelmi szálláshelyek 61 százalékkal kevesebb, összesen 5,2 millió vendégéjszakát regisztráltak. A külföldi vendégek 66 százalékkal, a belföldi vendégek 54 százalékkal kevesebb (2,3 millió, illetve 2,9 millió) vendégéjszakát töltöttek a kereskedelmi szálláshelyeken.

A kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó árbevétele folyó áron 58,7 százalékkal csökkent, és 99,2 milliárd forintot tett ki az első fél évben. A szállásdíjbevételek 61,6 százalékkal 52,8 milliárd forintra estek vissza, a vendéglátásból származó bevételek pedig 54,4 százalékkal 28 milliárd forintra idén az első hat hónapban.

**Július**

A belföldi vendégéjszakák száma 18,1 százalékkal, a külföldieké 74,9 százalékkal esett vissza júliusban. Az összes vendégéjszaka-szám 42,3 százalékkal volt alacsonyabb, mint tavaly ilyenkor.

Júniushoz viszonyítva a belföldi vendégéjszaka-szám a háromszorosára, 672 ezerről 2,108 millióra nőtt. Az összes vendégéjszaka 82 százalékát belföldi vendégek töltötték el.

Tízből hat vendégéjszakát szállodákban regisztráltak, amelyekben 8,6 százalékos volt a csökkenés mértéke előző évhez képest. A panziókban a szállodákkal ellentétben 2,5 százalékkal több éjszakát töltöttek el a vendégek.

A kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó árbevétele 40,6 százalékkal csökkent, 37,503 milliárd forintot tett ki. Ezen belül a szállásdíj-bevétel 42,4 százalékkal 23,247 milliárdra, a vendéglátásból származó bevétel 40,1 százalékkal 8,135 milliárd forintra esett vissza.

**Augusztus**

Augusztusban a nyaralási főszezon második hónapjában, a belföldi kereslet előző hónapokhoz képest jelentős élénkülésének ellenére tovább folytatódott a koronavírus járvány miatti, korábban soha nem tapasztalt visszaesés a hazai szállodák teljesítményében. Ebben a hónapban a vendégéjszakák száma országos szinten 35,9%-kal, Budapesten 78,4%-kal, a Balatoni régióban 15,5%-kal(belföldi 0,6%-kal nőtt, külföldi 59,4%-kal csökkent), a fővároson kívüli szállodákban 14,8%-kal maradt el a múlt évitől. Az augusztusi 6,32 milliárd Ft SZÉP kártya forgalom 41,3%-kal nagyobb volt a tavalyinál, a szállodákban realizálódó belföldi szállásdíjbevétel több mint 37%-át tette ki.

**Szeptember**

2020 szeptemberében a külföldi vendégek által a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött éjszakák száma 91 százalékkal visszaesett, a belföldi vendégéjszakák száma pedig 16 százalékkal csökkent az előző év azonos időszakához képest. A vendégéjszakák 88 százalékát a belföldi vendégek töltötték el.

A Budapesten eltöltött vendégéjszakák száma szeptemberben 92 százalékkal volt alacsonyabb, mint tavaly ilyenkor, de a romló járványhelyzet miatt a belföldi turizmust jobban kihasználó vidéki szálláshelyek is 35 százalékot meghaladó forgalomkiesést szenvedtek e

Az ősz első hónapjában a budapesti kereskedelmi szálláshelyek közel 40 százaléka ki sem nyitott, miközben vidéken is zárva maradt a szállások több mint egynegyede.

*Szeptemberben 2390 kereskedelmi szálláshely, köztük 803 szálloda és 899 panzió volt nyitva a hónap egy részében vagy egészében.*

**Január-szeptember**

Az év első kilenc hónapjában az előző év azonos időszakához képest a kereskedelmi szálláshelyek 52 százalékkal kevesebb, 12 millió vendégéjszakát regisztráltak. Ez idő alatt a külföldi vendégek 72 százalékkal, a belföldiek 33 százalékkal százalékkal kevesebb vendégéjszakát töltöttek a kereskedelmi szálláshelyeken

Az STR globális szállodaipari adatszolgáltató statisztikái alapján a magyarországi szállodák átlagos szobakapacitás-kihasználtsága idén eddig mindössze 26,4 százalék volt, annak ellenére, hogy az átlagárak csak 7,7 százalékkal estek vissza. A csökkenés mértéke egyébként európai szinten alacsonynak számít, ennél kisebb arányban csak Ausztriában, Szlovákiában, Svájcban és Bulgáriában estek a szobaárak.

Forrás: KSH, Turizmus.com

### II.1.3. Hévíz – Turisztikai adatok 2020



Az év első két hónapjában a vendégéjszakaszámok 2,3%-kal nőttek a külföldi vendégéjszakák 1%-os csökkenése és a belföldi 6%-os növekedése mellett. Március hónapban a foglalások 40%-ra estek vissza az előző évhez képest, míg április folyamán a korlátozások okán lényegében 0-ra esett vissza a vendégek forgalma, ami májusban is alig érte el a 2019-es év 2%-át. A korlátozások feloldásának hatására – több hotel továbbra is zárva maradt Hévízen - júniusban a belföldi kereslet a bázishoz képest 60%-ra nőtt a belföldi vendégéjszakákat figyelembe véve, összesen 22,33%-át érte el a külföldi vendégéjszakák 95%-os csökkenése mellett. Júliusban ezek a számok -csökkentett szálláshelykapacitás mellett 53%-át érték el a 2019. évi számoknak 74%-os külföldi vendégéjszaka-csökkenés és 23% belföldi csökkenés mellett, a hotelekben jellemzően 60% feletti foglaltság volt. Augusztus hónapban nőtt a belföldi forgalom 8%-kal és így 64%-os külföldi vendégéjszakaszám-mérséklődés mellett 30%-kal csökkent a vendégéjszakák száma, jellemzően 80-90% közötti kapacitás-kihasználtságot felmutatva. Szeptemberben sikerült elérni a tavalyi évi vendégéjszakaszámot, de a külföldi piacok a határzárások okán, a biztató foglalási mutatók ellenére 7%-kár érték el a bázisévnek, azaz 32%-át értük el az előző évi szeptember hónapnak, 30-40% közötti foglaltsági mutató mellett. Október hónapban a 2019. évi vendégéjszakaszámok 29%-át értük el, 74%-os belföldi és 1,4%-os külföldi adatokkal. November hónapban az újabb korlátozások hatására a külföldi vendégéjszakaszámok 0,64%-át értük el, míg a belföldi 13,93%-át így összesen 6,33%-át az előző évnek.

A nemzetiségi összetételt figyelve az elmúlt években Hévíz, Bük és Sárvár tekintetében értékesítési szempontból elmondható, hogy ideális a célpiacok elosztása, a több piacon való hangsúlyos jelenlét. Zalakaroson és Hajdúszoboszlón eltolódott a belföldi vendégek aránya, ami a 2020. évben előnyt jelentett, de hosszútávon komoly veszélyeket hordoz magában.

Az előző évek belföldi piacon végzett imázserősítő tevékenység folytatása, fokozása prioritás 2021. évben, melyet meglapozóan elkészült egy új belföldi marketingstratégia, új arculati elemekkel kiegészítve, 2020. év folyamán

### II.1.4. A pandémiás helyzet következményeként a turizmus változásának lehetőségei

A fogyasztói társadalom közép- és felsőosztályában az élet fontos részévé vált, melyről nehezen tudnak lemondani így várhatóan a vakcinák megjelenésével és az országok nyitásával a turisztikai célú utazások iránti érdeklődés újra meg fog ugrani. A tőzsdei előrejelzések és piaci találgatások ezt az időszakot 2021 tavasz végére várják, de ez az időpont folyamatosan változhat az aktuális járványügyi helyzettől.

A különböző felmérések szerint az oltási folyamattal párhuzamosan az aktív- szabadidős vendégszegmens és az egyéni üzleti utazók forgalma kezd majd el növekedni, ezt követően pedig az általánosnak mondható szabadidős turizmus, melybe beleérthető az egészségturizmus is, melyet befolyásolhat a célcsoport korából adódó óvatosság. Legkésőbb a nagy céges rendezvények visszatérése várható, de a kisebb vállalati téringek iránti igény hamar visszatérhet.

A turizmus fejlődése az utóbbi évtizedben egyértelműen a mennyiségi és részben minőségi fejlődés, a kereslet és a kínálat növekedésének irányába mutatott.

A járvány okozta helyzet láthatóan visszavetette világszinten a turisztikai célú befektetéseket a megtérülési bizonytalanság miatt, melyet ugyan ellensúlyozhatnak az állami dotációk. A 2020. év egyértelműen vízválasztó a turizmus fejlődésének szempontjából következményeként korábbi változási folyamatok gyorsulhatnak fel, melyek a következők:

* Biztonság, higiénés követelmények, egészségügyi jelentések prioritása
* Utazók tudatosabbakká válnak, az információk iránti igény erősödni fog
* Kommunikáció a turista és a szolgáltató között intenzívebbé válik az utazási folyamat teljes időszakában (desztináció/szolgáltató kiválasztása, utazás időszaka, utazást követően)
* Csoportos utak helyett tovább folytatódik az egyéni utak térnyerése
* Egyéni közlekedés választása a tömegközlekedés helyett
* Fenntartható és „slow” turizmus fejlődése
* Közeli desztinációk felértékelődése 400-500 km, belföldi turizmus erősödése
* Egyedi attrakciók kibővülnek a20-40 km-en belüli turisztikai desztinációval, azaz a tömegturizmus „elosztása” történhet meg, egészséges életmódhoz kapcsolódó szolgáltatások és termékek becsatornázásával.
* Helyi termékek erősödése, szolgáltatók közötti együttműködések hangsúlyosabbá válása.
* Digitális megoldások további fejlődése
* Az áruk és szolgáltatások eladása átalakult az élmények értékesítésére, ez tovább- fejlődik az utazni valók inspirálására a legendákon, illetve a többi utazó személyes benyomásain keresztül.

Forrás: TPBO- How Can Destinations Resume Tourism After the Pandemic, While Ensuring Sustainability?, Polgári Szemle, 16. évf. 1–3. szám- A fenntarthatóság a turizmusban a koronavírusjárvány után

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

A korábbi években megjelölt célcsoportok hosszú távon is Hévíz pozícionálásának felelnek meg, azonban a demográfiai változások következtében a célcsoportok „új belépőinek” szokásai, utazási igényei, megszólíthatóságuk, azaz a teljes életvitelük komoly változásokon ment át rövid időn belül. Ehhez alkalmazkodni szükséges a szolgáltatások és a marketingmunka tekintetében is.

*2020 folyamán elkészült belföldi marketingstratégia tartalmazza a belföldi célcsoportok buyer personá-it.*

## 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 minőségi szórakoztatása, kiszolgálása a cél, a régió értékeinek teret adva.

Az újragondolt programstruktúrában, a korlátozó intézkedések mellett, az alábbi rendezvények lebonyolítására nyílt lehetőség; az I. Hévízi Bor- és Gasztrokorzó, Variációk ABORRA, Shooping Night (társzervezőként), valamint utcazenei programok, gyermekprogramok, s köztéri (koncert-)filmvetítés.

A 2021. évben önkormányzati határozatban elfogadva bruttó 31.510.000,-Ft értékben tervez megvalósítani a Kft. turisztikai célú programokat. Kiemelten a főbb programelemek:

* 2021.04.02-05. Húsvéti forgatag
* 2021.04.28. Hévíz Város Bora választás
* 2021. 05. hónap folyamán: Hévízi Barangoló Napok, tematikus vezetett túrák erdőn, vizen, levegőben (Térség lehetőségeinek bevonásával)
* 2021.05.21-24. Pünkösdi Piknik
* 2020.05.30. Gyermeknap
* 2020.07.12-18. A SÖR hete és Food Truck-találkozó
* 2020.08.19-22. Bor- és Gasztrokorzó
* 2020.08.28. Off road kóstoló
* 2020.09.11-12. Veteránautó találkozó retro nappal
* 2020. október hónapban - Shopping Night (társszervezőként)
* 2020.11.10-14. Márton-napi Libanapok
* adventi hétvégék, szilveszter

A 2020. évben elkészült belföldi marketingstratégia tartalmazza a középtávon tervezendő rendezvényekre vonatkozó elképzeléseket is.

Továbbá szerepet kívánunk vállalni a Hévízi Futófesztivál és az Országos Nyitott Porták Napja elnevezésű rendezvények és a térség programjainak népszerűsítésében.

Célunk középtávon a Hévíz és a Festetics-örökség szorosabb összekapcsolása és megjelenítése is a Festetics-kastély, Helikon Kastélymúzeummal közös megvalósításban

A fenti rendezvények megvalósítását befolyásolhatja az aktuális járványhelyzet, illet pályázati és egyéb források megszerzésével, átcsoportosításával a programok lehetőségei bővíthetőek.

A rendezvények lebonyolítási munkálatainak támogatásában munkaerővel és eszközökkel a Festetics György Művelődési Központ és a GAMESZ a szervezet rendelkezésére áll.

## II.4. Tourinform iroda működtetése

A Tourinform iroda működtetési feladatai 2020.06.01-óta tartozik a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft-hez. Az iroda működtetéséhez 3 fő szükséges, melyet a kialakult helyzetben 2 főre csökkentettünk; 1 fő irodavezető (összevontan más pozícióval) és 1 fő informátor.

Az iroda fejlesztésére a Kisfaludy2030 Turisztikai fejlesztő Nonprofit Zrt. által kiírt pályázaton (nettó) 24.897.225,-Ft nyert el a Nonprofit Kft., mely pályázat megvalósítására részben a 2021. évben kerül sor. Az irodai bútorok megújításán kívül a projekt segítségével bővítjük a szervezet bevételszerzési lehetőségeit, saját tulajdonban lévő kerékpárpark és e-rollerek kölcsönzési tevékenységével.

Az iroda a megújult arculat elnyerésével, megjelenésével alkalmassá válik Magyarország és Hévíz imázsát a megfelelő minőségben képviselni. Láthatósága egyértelműen fejlődik, az egységes Tourinform márkát hordozó iroda „érzékelhetővé” válik a turisták számára, környezetben a minőségérzete is javul.

Fejlesztés során vállalt új szolgáltatások:

- elektromos roller kölcsönzés

- gyermeksarok

- olvasópont és ingyenes könyvcserepont

- fogyasztható élelmiszer (csomagolt, tartós árú) helyi termék értékesítése

- csomagmegőrzés

Az iroda nyitvatartása egész éves, szezontól függetlenül a hét minden napján 9 és 17 óra között tart nyitva. A fejlesztést követően az iroda nyitvatartása szezonban 19 óráig nyitva tart (heti 70 óra nyitvatartási idő), hogy a nyaraló turisták esti forgalmát is ki tudja szolgálni, valamint, hogy példát mutasson azon kereskedő egységeknek, akik a nyári szezonban sem tartanak nyitva az esti órákra.

A látogatószám növekedését több módszerrel is mérni fogjuk, egyrészt a hagyományos kézi számlással és statisztikavezetéssel, másrész a projekt fejlesztési elemként falra szerelhető látogatószámláló eszközt szerzünk be.

Támogatja az iroda a tudatos fogyasztói magatartást:

Több speciális célcsoportot is megcélzunk, így az eddig nehezebben megszólítható gyermekes korosztály motiváljuk az iroda szolgáltatásainak szélesebb körű igénybevételére, az irodában eltöltött idő mennyiségének növelésével, azáltal, hogy külön gyermeksarkot alakítunk ki.

A fiatalabb korosztály számára a város megismerésének lehetőségére a fejlesztés hatására elektromos rollert tudunk biztosítani.

Az idősebb korosztály számára fejlesztjük a számukra érdekes programok, események jegyértékesítési lehetőségeit, a keresztpromóció lehetőségeit is kihasználva. Ebike-kölcsönzés esetén a 10-20 km-es körzeten belül a kulturális lehetőségek megismerése elérhetővé válik.

A középkorúak számára a kerékpárkölcsönzés igénybevétele esetén a térség számukra érdekes pontjait és szolgáltatásait tudjuk javasolni.

Tervezzük olvasópont és ingyenes könyvpont kialakítását az iroda ezáltal is a barátságosabb hangulatúvá tud válni.

Az iroda szolgáltatásainak fejlesztése esetében az akadálymentesség mindenhol előtérbe kerül. Az érthető és egyben a digitális turizmust segíti egyrészt a Tourinform iroda letisztult arculata, illetve a beszerzett digitális eszközökön a többnyelvű és könnyen értelmezhető információ, melyet kiegészít a személyzet felkészültsége is.

Szolgáltatói kapcsolattartás fórumok segítségével már elindult, továbbá folyamatos a személyes és az elektronikus kapcsolattartás az adatgyűjtőterület szolgáltatóival. Vállaljuk főszezoni időszak előtt, illetve főszezoni időszak után fórum összehívását minimum 30 fővel a Tourinform iroda pozíciójának erősítése, az adatszolgáltatási és kapcsolattartási készség javítása érdekében.

## II.5. Marketing- akciók

A 2021. évben, hasonlóan a 2020. évhez szükséges a marketingtevékenység kapcsán a maximális rugalmasság mellett dolgozni, mivel a pillanatnyi állapotnak és szabályozóknak megfelelően határozhatóak meg a célpiacok és célcsoportok. **Ennek következtében 2021 év folyamán szükséges a tagok és marketing-munkatársaiknak a részvételével számos munkatalálkozó szervezése a marketingfolyamatok támogatása érdekében.**

A belföldi piacra vonatkozóan vélhetően február végétől kell végezni az érdemleges kampányokat, míg a külpiacok esetében május hónaptól tervezhetőek az imázserősítő és értékesítést támogató aktivitásaink, a megújult arculat alkalmazásával.

A törzsvendégeket megszólító social média és esetleges adwords-tevékenységet folyamatosan végezzük a vendégkör megtartásának, és utazási motivációjának maximálizálása érdekében.

Belföldön az elkészült marketingstratégia alapján végezzük a munkánkat, melyet a későbbiekben kiterjesztünk, értelemszerűen a piacok egyediségének figyelembevételével, kiegészítünk a külföldi célpiacokra is

A várható piaci trendeket, a 2020. év folyamán tartott munkatalálkozók eredményeit és a gazdasági folyamatokat figyelembe véve, de a rugalmasságot szem előtt tartva, a Társaság a következő marketing költségvetést, kampányterveket és célpiacokat határozza meg a 2021-es évre.

|  |  |
| --- | --- |
| **Célpiac** | **Bruttó költség** |
| **Hévíz Slow / Spa - ősz és tavasz - február 20 - június 10., augusztus 20- október 20.** |  |
| **Nyár - családi kampányok - május 1 - augusztus 10.** |  |
| **Hévízi Tradicionális Kúra - augusztus 20 - október 20.** |  |
| **Téli kampány - wellness, multi-kúra, egyedi programok - november 10 -** |  |
| **Belföld összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos felnőttek (kb. 300.000 fő) és 60+ TB finanszírozott gyógykúrázók (kb. 200.000 fő)** | **24 859 000 Ft** |
| Online - aktuális kampányhoz igazítva | 19 589 000 Ft |
| Social media (FB és Instagram), Google AdWords, influencer (blogger, youtuber) | 9 183 000 Ft |
| Natív kampány 4 hónap | 3 048 000 Ft |
| Print media megjelenések 4 alkalmommal legalább 1/2 oldalon minimum 10.000 példányszámban értékesített női hetilapban, 2 alkalommal legalább 100.000 példányszámban értékesített hetilapban | 3 810 000 Ft |
| Egész éves online megjelenés = havonta 2 db pr-cikk, havonta 4 db FB-poszt, havi 10 db ajánló) balatoni régióval foglalkozó turisztikai portálon | 3 048 000 Ft |
| Programajánló kiemelések - programturizmus.hu, termalfurdo.hu Megjelenés módja: éves programajánló publikálása, min. 5 rendezvény | 500 000 Ft |
| Televíziós megjelenések összesen: | 2 320 000 Ft |
| TV2 Poggyász 2\*5’+ programajánlók | 660 000 Ft |
| Időjárás szponzoráció M1 Híradó környezetben 3x2 hét | 1 660 000 Ft |
| Rádió megjelenések összesen: | 2 000 000 Ft |
| Kereskedelmi rádió spot-kampány | 2 000 000 Ft |
| Kórházi plakátok – B/2-es méretben reumatológiai és ortopédiai osztályokon elhelyezve, 2 hónapos időtartamra | 950 000 Ft |
| **Külföld összesen:** | **42 226 000 Ft** |
| **Német piac - célcsoport: gyógyvendégek 40+ (46,7 millió fő) az 5. fő üdülési forma a gyógyászat** | **10 890 000 Ft** |
| Google AdWords kampány | 3 000 000 Ft |
| Online -PR ügynökség -hír generálás, tartalom szolgáltatás, regionális média elérése, nyeremény játékok, celeblátogatás,gerilla, natív | 7 890 000 Ft |
| **Osztrák piac összesen - célcsoport: 30-65 év közötti egészségtudatos felnőttek - kb. 800.000 fő tervez külföldi gyógy és wellness üdülést és 50+** | **7 588 000 Ft** |
| Google AdWords kampány | 2 635 000 Ft |
| Online -PR ügynökség -hír generálás, tartalom szolgáltatás, regionális média elérése, nyeremény játékok, celeblátogatás,gerilla, natív | 4 953 000 Ft |
| **Szlovák piac összesen - célcsoport: 30-65 év közötti egészségtudatos felnőttek Prága és Brno térségében és 50+ kb. 400.000 fő** | **3 048 000 Ft** |
| PR ügynökség - hír generálás, study tour fogadás, nyereményjáték | 3 048 000 Ft |
| **Cseh piac összesen - célcsoport: 30-65 év közötti egészségtudatos felnőttek Prága és Brno térségében és 50+ kb. 400.000 fő** | **5 080 000 Ft** |
| PR ügynökség - hír generálás, study tour fogadás, nyereményjáték | 5 080 000 Ft |
| **Hosszú távú imázs építés célpiacai** | **15 620 000 Ft** |
| **Oroszország** | **10 540 000 Ft** |
| PR ügynökség - hír generálás, study tour fogadás, nyereményjáték | 4 000 000 Ft |
| Online -PR ügynökség: Natív és google adwords kampány | 6 540 000 Ft |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ukrajna** | **5 080 000 Ft** |
| Online -PR ügynökség: Natív és google adwords kampány | 5 080 000 Ft |
| **Egyéb marketingtevékenység** | **8 115 000 Ft** |
| Piac specifikus kiadványok, magyar, angol, német, orosz, cseh és szlovák nyelveken | 1 400 000 Ft |
| Egyéb kiadványok | 1 000 000 Ft |
| Fotózás – min. 100 db 300 dpi felbontású fotó , 5 db 30 mp drónos légifelvétel | 2 286 000 Ft |
| Imázs kisfilm 5 db készítése 4K minőségben | 1 905 000 Ft |
| Grafikai tervezés összesen | 1 524 000 Ft |
| **Marketing költségek mindösszesen** | **75 200 000 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.

Pr menedzser –az ügyvezető utasításai szerint látja el a munkáját.

Programszervező - az ügyvezető utasításai szerint látja el a munkáját

Irodavezető - az ügyvezető igazgató és munkaszervezet-vezető-helyettes utasításai szerint látja el a munkáját

Informátorok - ügyvezető igazgató, a munkaszervezetvezető-helyettes és az irodavezető utasításai szerint látják el munkájukat

**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,
* megvizsgálni minden fontosabb jelentést és mérleget, e vizsgálat eredményét a felügyelő bizottság elnöke a taggyűléssel ismerteti,
* írásbeli jelentés készítése a számvitelről szóló 2000. évi C. törvény szerinti beszámolóról és az adózott eredmény felhasználásáról a taggyűlés részére,
* jelzés a taggyűlésnek, ha a közhasznú tevékenység folytatásának feltételeiről kötött szerződés megszegését észleli,
* 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, továbbá ha a közhasznú tevékenység folytatásának feltételeiről kötött szerződés megszegését észleli, vagy a Társaság érdeke azt megkívánja,
* a felügyelő bizottság az ügyrendjét maga állapítja meg és azt a taggyűlés hagyja jóvá.

**Külső tanácsadók:**

- Marketingszakmai tanácsadás – Hévíz TDM Egyesület elnöksége

- A Társaság könyvvizsgálójának neve: Vecsera Jánosné

**Szervezeti felépítés**



# 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 | 1 066 800 Ft |
| Irodabérlet, rezsi, telefon, internet, postaktg., karbantartás | 2 524 000 Ft |
| Könyvviteli és könyvvizsgálati szolgáltatás összesen | 2 400 000 Ft |
| Egyéb szolgáltatások (hatósági díj, ügyvédi díj, szakértői díj, bankktg., lízingdíj) összesen | 6 466 800 Ft |
| Bérköltség, járulékokkal 6 (főszezontól 7) főre | 27 444 480 Ft |
| Egyéb személyi költség (napidíj, szállás, gk.haszn, béren kívüli juttatások) | 2 622 180 Ft |
| **Működési és karbantartási költségek összesen** | **42 524 260 Ft** |
| **Tourinform projektmegvalósítás** | **20 817 000 Ft** |
| **Rendezvényszervezés** | **31 510 000 Ft** |
| **Marketing költségek mindösszesen** | **75 200 000 Ft** |
| **Hungarikum Alprogram** | **5 000 000 Ft** |
| **Mindösszesen marketing és működési költségek** | **175 051 260 Ft** |

Az alábbi táblázat tartalmazza a Társaság 2021. évi tervezett bevételeinek részletezését.

|  |  |
| --- | --- |
| **Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. tervezett bevételei** | **Bruttó összeg forintban** |
| Pályázati támogatás arányos része | 15 000 000 Ft |
| Önkormányzati támogatás | 128 851 260 Ft |
| Szolgáltatók imázs kampány hozzájárulás, együttműködések | 15 000 000 Ft |
| Vállalkozói bevétel | 16 200 000 Ft |
| **Mindösszesen** | 175 051 260 Ft |

Az alábbi táblázat tartalmazza a Társaság 2021. évi bevételeinek és kiadásainak **tervezett** ütemezését.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Negyedév** | **Kiadások** | **Bevételek** |
| **bruttó összeg forintban** | **bruttó összeg forintban** |
| 2021. 1. negyedév | 35 000 000 Ft | 40 000 000 Ft |
| 2021. 2. negyedév | 50 000 000 Ft | 55 000 000 Ft |
| 2021. 3. negyedév | 60 051 260 Ft | 65 051 260 Ft |
| 2021. 4. negyedév | 30 000 000 Ft | 15 000 000 Ft |
| **Összesen** | **175 051 260 Ft** | **175 051 260 Ft** |