

**HÉVÍZI TURISZTIKAI NONPROFIT KFT.
ÜZLETI TERVEZET 2.
2022. ÉV**



Készítette:

Pálffy Tamás, ügyvezető igazgató
2022. február 7.

Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék	2
I. A TÁRSASÁG ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA.....	3
I.1. A Társaság alapadatai	3
I.2. A vállalkozás története, céljai.....	4
II. MARKETING ÉS CSELEKVÉSI TERV.....	6
II. 1. Turisztika adatok áttekintése – A pandémiás helyzet hatásai és lehetőségei	6
II.1.1. A pandémia világszintű hatásai a turizmusra - 2021. évi adatok	6
II.1.2. Magyarországi adatok - 2021	8
II.1.3. Hévíz – Turisztikai adatok 2021	12
II.1.4. Turisztikai trendek, jövőkép	13
II. 2. Termékek, szolgáltatások pozicionálása, célcsoportok meghatározása	15
II. 3. Rendezvények.....	16
II.4. Tourinform iroda működtetése.....	18
II.5. Marketingakciók.....	19
III. VEZETŐSÉGI ÉS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS.....	22
IV. PÉNZÜGYI TERV	25

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.
 - Hévízgyógyfürdő és Szent András Reumakórház, Székhely: 8380 Hévíz, Dr. Schulhof V. sétány 1. **változik 2022. folyamán:** Magyar Állam (tulajdonosi jogok gyakorlója: Országos Kórházi Főigazgatóság) Székhely: 1125 Budapest, Diós árok 3.
 - 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-hozszing 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 érdekképviselés
M.n.s. egyéb közösségi, társadalmi tevékenység

- Elérhetőségi adatok

Postacím: 8380 Hévíz, Rákóczi utca 2.

E-mail cím: 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

1.2. 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 – A pandémiás helyzet hatásai és lehetőségei

II.1.1. A pandémia világszintű hatásai a turizmusra - 2021. évi adatok

A koronavírus hatásai továbbra is sújtják a világ turizmusát, az UNWTO – ENSZ Turisztikai Világszervezete szerint **2019. évhez képest a nemzetközi utazások 80 százalékkal** csökkentek (január-július). 2021. év végéig 4 ezer milliár dolláros kiesést jelent mindez a világgazdaság számára.

Ázsiában a 2019-es adatokhoz képest még mindig 95 százalékos a visszaesés a turizmusban, a közel-keleti országokban ez 85 százalékos, míg Európa és Afrika egyaránt 77 százalékos gyengülést produkált, míg az amerikai kontinens „csak” 68 százalékos csökkenést ért el. Elmondható, hogy az adatok a 30 évvel ezelőtti szintnek felelnek meg nemzetközi szinten.

A július-szeptemberi adatokat tekintve az előző évhez képest 58%-kal nőtt a minimum 1 éjszakát eltöltő turisták száma világszinten, de ez is 64%-kal a 2019-es számoktól elmarad, míg a január-szeptemberi időszakot tekintve 2020-hoz képest is 20%-os elmaradás mutatkozik.

A harmadik negyedév (július-szeptember) az európai országok nagyjából -30% körüli eredményt ért el 2019-hez képest.

A világ számos részén az oltási programok pozitív hatást gyakoroltak a turisztikai szektorra, melyet a különböző mutánsok megjelenése sajnos újfent negatív irányba befolyásol.

A nemzetközi utazásokkal szemben a belföldi turizmus szinte minden régióban gyorsabban helyre tudott állni, számos nagy piacon (Kína, Oroszország) a belföldi légi utazás elérte a pandémia előtti szintet. A legjelentősebb eredményt az Egyesült Államok utazási piaca érte el, ahol 2020-hoz képest 35,6%-kal nőtt a belföldi utazások száma.

A világszervezet véleménye szerint a koronavírus elleni világszintű alacsony átoltottság miatt még évekbe telhet (legoptimistább várakozások 2024-et jelölik meg) a valódi turisztikai feltámadás, továbbá a turisták biztonságérzete lassan javul. Az oltásokkal jól haladó európai és amerikai országokban kezdett el leghamarabb újra éledezni a nemzetközi turizmus. Ezekben a régiókban bátrabban mernek útra kelni az emberek.

A szakértők általános várakozása az, hogy 2022. év második felében már robbanásszerű keresletre lehet számítani, de ehhez fontosnak tartják egységes egészségügyi protokoll kialakítását. Jelentős veszélyt a világ különböző, főleg alacsony átoltottságú részein kialakuló új mutánsokban látják a szakemberek.

Forrás: UNWTO, World Travel&Tourism Council, portfolio.hu

Európa

2021 első tíz hónapjában Európában a szállodák átlagos foglaltsága a tavalyinál 6,6 százalékponttal javulva 42,1% (71,9% volt 2019-ben), nettó átlag szobaára 103€ (b.index: 110,3%), nettó REVPAR mutatója 43,3€ (b.index: 130,8%) lett.

Kelet-Európában január és október között az átlag szobafoglaltság 42,3% (66,9% 2019.), a tavalyinál 12 százalékponttal magasabb, a nettó átlag szobaár 69,6€ (b.index: 110,4%), a nettó REVPAR 29,5€ (b.index: 153,9%) volt

Forrás: STR riport

Németország - január-október

A nyári szezon megfelelő volt a turizmuszektor szereplői számára, de az előző időszak veszteségeit természetesen nem tudták kárpótolni. 2021. év októberéig 6,2%-os csökkenést mutatnak a számok 268,6 millió vendégéjszakával, amit pozitív eredményként értékelnek, hiszen június elejéig zárva voltak az egységek.

Október hónapban az előző év októberéhez képest +34,8%-os forgalomművekedést értek el a szállodák, míg az éttermek +12%-ot.

Hatalmas problémát jelent a munkaerő elvándorlása a kereskedelembe, a kiszállító cégekbe, illetve az idősgondozás területére

Forrás: destatis.de

Csehország –április-augusztus

A 2021. év 2. negyedévében 50% feletti növekedés volt érzékelhető előző évhez képest, azonban a 2019. év hasonló időszaki eredmény harmadát közelíti csak meg ez az adat.

A július-szeptember időszakban 19,4 millió vendégéjszakát értek el, ami 11%-kal magasabb az előző évhez képest és 8%-kal alacsonyabb 2019. évhez hasonlítva. A legjobb eredményt a Prága érte el +41,7%-os növekedéssel. A legtöbb külföldi vendég Németországból, Szlovákiából és Lengyelországból érkezett.

A csehországi fürdőhelyek látogatottsága 10%-kal növekedett, míg a hozzájuk kapcsolódó vendégéjszakák 5,3%-kal.

Forrás: www.czso.cz

Szlovénia

Januártól májusig 197 ezer 600 turistát regisztráltak a szálláshelyek, 71 százalékkal kevesebbet, mint tavaly ugyanebben az időszakban, az ott töltött 684 ezer vendégéjszaka 64 százalékkal múlta alul a 2020-as hasonló időszak adatát. Az ötödik hónapban 317 ezer vendégéjszakát regisztráltak az országban, ennek kétharmadát belföldi turisták töltötték el. Az ezt megelőző években ez az arány a fordítottja volt, a külföldi turisták voltak többségben. A legtöbb külföldi turista Németországból érkezett májusban, 13 százalék, őket az osztrákok és az olaszok követték, kilenc, illetve nyolc százalékkal.

Január-november időszakban 10,5 millió vendégéjszaka valósult meg, ami 15%-os növekedést jelent 2020. évhez képest, legnagyobb növekedést Ljubljana ért el (48,4%)

Forrás: stat.si

Ausztria

A bécsi Wirtschaftsforschungsinstitut (Wifo) becslése szerint a május-októberi periódusban, vagyis a teljes nyári szezonban 65,7 millió lehet a vendégéjszakák száma, ami 22 százalékos növekedés a 2020-as bázishoz képest, de 17 százalékkal marad el a 2019-esétől. A teljes naptári évre viszont a turisztikai szempontból nagyobb súllyal latba eső január-áprilisi téli szezonban bekövetkezett nagymértékű visszaesés miatt 16,8 százalékos csökkenés várható a 2020-as, és 46,7 százalékos visszaesés a 2019-es bázishoz képest.

A nyári szezonban a tavalyihoz képest elért növekedés a külföldi utazók visszatérésének tulajdonítható. A külföldiek idei vendégéjszakái 25,8 százalékkal haladták meg a 2020-as bázist. Tavaly ugyanez 40,5 százalékos visszaesés volt a 2019-es bázishoz képest a vendégéjszakák esetében.

Forrás: turizmus.com, Tourmis.info

II.1.2. Magyarországi adatok - 2021

A koronavírus-járvány hatásai a 2020. évhez hasonlóan a 2021. évben is sújtották az ágazatot. A forgalomvisszaesést tovább súlyosbította a munkaerőpiaci helyzet, hiszen a korábban megszűnt több tízezer munkahelyre megfelelő számú és minőségű munkaerő nem tért vissza.

Az MSZÉSZ októberi trendriportjából az is kiderül, hogy idén október végéig a szállodai vendégéjszakák száma országos szinten 7,3%-kal, Budapesten 2,2%-kal kisebb volt a 2020. évinél, ugyanakkor 57,5%-kal, illetve 75,3%-kal elmaradtak a 2019 január-október között regisztráltaktól. Január és október között országos szinten 2.603 ezer, Budapesten 1.389 ezer külföldi vendégéjszakát regisztráltak. Ezek országos szinten 7,9%-kal, Budapesten 13%-kal alacsonyabbak a tavalyinál. A visszaesés 2019-hez képest országos szinten 76,1%,

Budapesten 80,2% volt. A Budapesten tapasztalt rendkívül nagy visszaesés ellenére idén október végéig a fővárosi szállodákban regisztráltak az összes külföldi vendégéjszaka 53,4%-át.

2021 októberében a hazai szállodákból csupán 772 üzemelt a 2019 októberi 982-vel szemben.

Idén október végéig a hazai szállodákban összesen 23.393,5 millió Ft (b.index: 96,1%), októberben 2.327,8 millió Ft (b.index: 104,2%) volumenű SZÉP kártyát váltottak be a vendégek. Az első tíz hónapban szállodákban felhasznált SZÉP kártya volumene a belföldi szállásdíjbevétel 34,3%-át tette ki.

Havi adatok ismertetése

Január – április

2021 január-április időszakban a koronavírus járvány terjedésének megakadályozására tett hazai intézkedések – a határok lezárása, kizárólag üzleti, gazdasági, oktatási célból utazók fogadásának engedélyezése a hotelekben – és a nemzetközi utazási korlátozások a múlt év utolsó hónapjaihoz hasonlóan, rendkívüli mértékben csökkentették a hazai szállodák iránti bel- és külföldi keresletet.

Emiatt **az év első hónapjában** a vendégéjszakák száma országos szinten 91,8%-kal, Budapesten 92,2%-kal, a Balatoni régióban 98%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 92%-kal maradt el a múlt évitől.

Az **év második hónapjában** a vendégéjszakák száma országos szinten 91,8%-kal, Budapesten 91,6%-kal, a Balatoni régióban 98,1%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 92%-kal maradt el a múlt évitől.

Márciusban a vendégéjszakák száma országos szinten 74,5%-kal, Budapesten 68,4%-kal, a Balatoni régióban 94,5%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 70,7%-kal elmaradt a válság kitörése által már sújtott 2020 márciusától.

Áprilisban a vendégéjszakák száma országos szinten 316,9%-kal, Budapesten 534,9%-kal, a Balatoni régióban 104,2%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 224%-kal meghaladta a válság kitörése által már sújtott 2020 áprilisiakat. Ugyanakkor a 2021 áprilisában országos szinten regisztrált 140 ezer vendégéjszaka 92,5%-kal, a budapesti hotelekben regisztrált 59 ezer vendégéjszaka 93% kisebb volt a 2019 áprilisinál.

Május

A vendégéjszakák száma országos szinten 310,3%-kal, Budapesten 563,6%-kal, a Balatoni régióban 243,3%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 275%-kal meghaladta a válság kitörése által már sújtott 2020 májusiakat. Ugyanakkor a 2021 májusában országos szinten regisztrált 472 ezer vendégéjszaka 76,2%-kal, a budapesti hotelekben regisztrált 97 ezer vendégéjszaka 88,6%-kal kevesebb volt a 2019 májusinál.

Június

A vendégéjszakák száma országos szinten 75%-kal, Budapesten 327,3%-kal, a Balatoni régióban 44,4%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 55,8%-kal meghaladta a válság kitörése által már sújtott 2020 júniusiakat. Ugyanakkor a 2021 júniusában országos szinten regisztrált 911 ezer vendégéjszaka 57,2%-kal, a budapesti hotelekben regisztrált 157 ezer vendégéjszaka 80,8%-kal kevesebb volt a 2019 június végéig elértnél.

Július

Az év hetedik hónapjában a vendégéjszakák száma országos szinten 12%-kal, Budapesten 84,6%-kal, a Balatoni régióban 4,6%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 5%-kal meghaladta a válság kitörése által már sújtott 2020 júliusiakat. Ugyanakkor a 2021 júliusában országos szinten regisztrált 1.727 ezer vendégéjszaka 35,9%-kal, a budapesti hotelekben regisztrált 249 ezer vendégéjszaka 71,8%-kal kevesebb volt a 2019 júliusában elértnél.

2021 júliusában a hazai szállodák teljes bruttó forgalma 38.039 millió Ft volt, ami 28,3%-kal nagyobb a tavalyinál. Arra is felhívjuk a figyelmet, hogy ez 26,5%-kal kevesebb a 2019 júliusi bevételnél. Az első hét hónapban országos szinten szállodáink bruttó összes forgalma 81.744 millió Ft volt, ami 69,4%-kal kisebb a 2019 hasonló időszakában elért 266.718 millió Ft-nál.

Júliusban a belföldi vendégéjszakák száma országos szinten 7,6%-kal, Budapesten 81,8%-kal, a Balatoni régióban 6,9%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 5%-kal, meghaladta a 2020 júliusit. Ugyanakkor az idei júliusi belföldi vendégéjszakák száma országos szinten 2,9%-kal, Budapesten 14,7%-kal, a Balatoni régióban 4,8%-kal elmaradt a 2019 júliusitól.

Augusztus

A vendégéjszakák száma országos szinten 12,2%-kal, Budapesten 97,5%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 1,8%-kal meghaladta a válság kitörése által már sújtott 2020 augusztusiakat, a Balatoni régióban 3,3%-kal elmaradtak attól. Ugyanakkor a 2021 augusztusában országos szinten regisztrált 2.126 ezer vendégéjszaka 27,7%-kal, a budapesti hotelekben regisztrált 410 ezer vendégéjszaka 57,9%-kal kevesebb volt a 2019 augusztusában elértnél.

Idén augusztus végéig a hazai szállodákban összesen 18.619 millió Ft (b.index: 97,4%), augusztusban 6.537 millió Ft (b.index: 103,5%) volumenű SZÉP-kártyát váltottak be a vendégek. Az első nyolc hónapban szállodákban felhasznált SZÉP-kártya volumene a belföldi szállásdíjbevételek 37,1%-át tette ki.

Átlag szobaárban Balaton (33.455 Ft), Észak-Magyarország (31.037 Ft) és Budapest-Közép-Dunavidék (27.194 Ft) és a Tisza-tó (29.192 Ft) szállodái érték el a legjobb eredményt. Ez a mutatószám a Balatoni régióban 44,1%-kal, az Észak-Magyarországi régióban 14,2%-kal, a Tisza-tónál 55,3%-kal haladta meg a 2019 augusztusit. A legalacsonyabb szobaárakat Dél-Dunántúlon (21.458 Ft), Dél-Alföldön (22.331 Ft) és Észak-Alföldön (21.976 Ft) lehetett

tapasztalni. A bruttó átlag szobaár ebben a 3 régióban 28,4%-kal, 21,2%-kal, illetve 33,5%-kal nagyobb volt a 2019 augusztusánál.

Augusztus végéig az európai országokból 44,2%-kal, az Európai Unióból 36,2%-kal, Amerikából 38%-kal, Ázsiából 57,9%-kal csökkent a szállodai vendégéjszakák száma 2020-hoz képest. A visszaesés Kínából 69,6%, a Koreai Köztársaságból 60,8%, Japánból 38,9%, Izraelből 56,6% volt a múlt évihez képest.

Szeptember

Az év kilencedik hónapjában a vendégéjszakák száma kiugróan, országos szinten 76%-kal, Budapesten 481,4%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 39,1%-kal, a Balatoni régióban 37%-kal meghaladta a válság kitörése által már sújtott 2020 szeptemberieket. Ugyanakkor a 2021 szeptemberében országos szinten regisztrált 1.352 ezer vendégéjszaka 32,5%-kal, a budapesti hotelekben regisztrált 373 ezer vendégéjszaka 56,1%-kal kevesebb volt a 2019 szeptemberében elértnél.

A KSH adatai szerint 2021 szeptemberében a szállodák szobafoglaltsága országos szinten 54,4%, Budapesten 50,2%, a Balatoni régióban 58,5% volt. 2019 szeptemberében ugyanez országos szinten 65,8%, Budapesten 84%, a Balatoni régióban 57,4% volt, azaz az idei kilencedik havi szobafoglaltság országos szinten 11,4 százalékponttal, a budapesti 33,8 százalékponttal, a balatoni 1,1 százalékponttal alacsonyabb volt a 2019 szeptemberinél.

Október

Az év tizedik hónapjában a vendégéjszakák száma kiugróan, országos szinten 92,2%-kal, Budapesten 405,6%-kal, a fővároson kívüli szállodákban 45,1%-kal, a Balatoni régióban 72,5%-kal meghaladta a válság kitörése által már sújtott 2020 októberieket. Ugyanakkor a 2021 októberében országos szinten regisztrált 1.391 ezer vendégéjszaka 32,1%-kal, a budapesti hotelekben regisztrált 436 ezer vendégéjszaka 49,9%-kal kevesebb volt a 2019 októberében elértnél.

2021 októberében a hazai szállodák teljes bruttó forgalma 32.835 millió Ft volt, ami 121,3%-kal nagyobb a tavalyinál. A múlt évhez képest kiemelkedő növekedés ellenére ez még 28,5%-kal kevesebb a 2019 októberi bevételnél. Az első tíz hónapban országos szinten szállodáink bruttó összes forgalma 193.288 millió Ft volt, ami 3,7%-kal meghaladja a tavalyit, de 53,7%-kal kisebb a 2019 hasonló időszakában elért 417.128 millió Ft-nál.

November

November végéig a szállodai vendégéjszakák száma országos szinten 2,2%-kal, Budapesten 14,9%-kal több volt a 2020. évinél, ugyanakkor 56,1%-kal, illetve 72,6%-kal elmaradtak a 2019 január és november között regisztráltaktól.

Forrás: MSZÉSZ -Trendriport

II.1.3. Hévíz – Turisztikai adatok 2021

2022-2021	Vendég	Vendég-	Átlagos tartózkodási idő	Vendég	Vendégéjsza ka	Átlagos tartózkodás idő
		éjszaka				
	jan-november			Változás 2020-hoz képest		
Hévíz						
Külföld összesen	32 524	167 316	5,1	117,20%	116,76%	99,63%
Belföld összesen	92 803	290 391	3,1	98,65%	102,94%	104,35%
Mindösszesen	125 327	457 707	3,7	102,87%	107,60%	104,59%

Az év első négy hónapjában érdemi forgalomról nem beszélhetünk a járványügyi intézkedések okán, a vendégéjszakák száma 2.182 volt a KSH adatai alapján (2020-ban 173.421, 2019-ben 312.577 volt)

A korlátozások feloldásának hatására **májusban** 18.056 vendégéjszaka valósult meg (2020 2.219, 2019 105.108 vendégéjszaka), melynek csupán a 3%-a (587) volt külföldi. A 2019. évhez hasonlítva a belföldi vendégéjszakák 70%-át értük el, míg a külföldi vendégéjszakák 1%-át.

Június hónapban folytatódott a foglalások biztató emelkedési üteme 76%-os növekedéssel az előző évhez képest, ami elsősorban a belföldi foglalások volumenében jelent meg. A belföldi vendégéjszakák száma meghaladta a 2019. évi adatokat 4%-kal, de ez nem tudta pótolni a 2019. évben még 65.096 vendégéjszakát biztosító külföldi piacokat.

Július hónapban 38%-kal növekedett a belföldi, míg 16%-kal a külföldi vendégéjszakák száma, összesen 87.220 vendégéjszakát ért el Hévíz, ugyanakkor ez 29%-os csökkenés a 2019. évhez képest, amellyel, hogy a belföldi vendégéjszakák 6%-kal meghaladták a koronavírus által még nem sújtott évet. A külföldi vendégéjszakák csökkenése 70% 2019-hez képest.

Augusztus hónapban már érzékelhető volumene volt a külföldi vendégeknek 33.486 vendégéjszakával, mely 33%-kal növekedett 2020-hoz képest, de még mindig 52%-os csökkenés 2019-hez mérve. A belföldi vendégéjszakák 4%-kal növekedtek előző évhez képest és 13%-kal 2019-hez képest, így 12%-os növekedést ért el összesen 2020. évhez és 22%-os csökkenést 2019. évhez viszonyítva 105.375 vendégéjszakával.

Szeptember volt az év első hónapja, ahol a külföldi vendégéjszakák száma nagyobb volt, mint a belföldi vendégéjszakáké, 221%-os növekedést mutatott az összes vendégéjszaka az előző évhez, de 2019. év eredményétől 29%-kal továbbra is elmarad, annak ellenére, hogy a

belföldi vendégéjszakák 15%-kal növekedett, a külföldi vendégéjszakák azonban 46%-os csökkenést mutatott. Jelentős számban érkeztek német és orosz gyógykúrázó vendégek, melyeket kiegészített az osztrák, a cseh és a szlovák vendégek kedvező létszáma is. 75.701 vendégéjszaka valósult meg szeptember hónapban a kereskedelmi szálláshelyeken, melyből 42.390 éj származott külföldi vendégtől.

Október hónapban folytatódott a külföldi vendégarány kedvező tendenciája, annak ellenére, hogy a német piacon a korlátozások érintették már a csoportos kiutazásokat, azonban az orosz vendégek létszámának növekedése ezt segített ellensúlyozni. A belföldi vendégéjszakák 19%-os emelkedése pozitívum október hónapban, összesen 251%-ra nőtt a teljes vendégéjszaka előző év októberéhez képest, ugyanakkor 26%-os csökkenés jelentkezik 2019. évhez hasonlítva.

Előző év **november** első felében a legtöbb szálloda bezárt, így a 2020. év adatai nem relevánsak. 2019. évi belföldi vendégéjszaka 68%-át, míg a külföldi 57%-át tudták hozni a Hévízi kereskedelmi szálláshelyek. Saját adataink alapján a szállodák foglaltsága november hónapban meghaladta az 50%-ot, míg decemberben az ünnepi időszakban a 75%-ot. A külföldi forgalom csökkenést mutat az év utolsó két hónapjában az országok járványügyi korlátozásainak hatására, de még relevánsnak mondható az orosz, német és osztrák vendégek száma.

Fontos kiemelni, hogy június-szeptember időszakban minden hónapban meghaladta a belföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma a pandémia előtti utolsó „rekordév”, 2019. adatait.

Hivatalos decemberi adatokkal még nem rendelkezünk.

Forrás: KSH

II.1.4. Turisztikai trendek, jövőkép

A turizmus helyzete 2022. évben is egyértelműen a járványhelyzettől függ, így a belföldi és külföldi vendégforgalom eltérő változása is meg fog maradni.

A turizmus fejlődése az utóbbi évtizedben egyértelműen a mennyiségi és részben minőségi fejlődés, a kereslet és a kínálat növekedésének irányába mutatott, azonban a várakozások szerint a mennyiségi növekedés helyett a fenntarthatóság kerül előtérbe a kereslet és a kínálat oldaláról egyaránt.

Az alábbi trendek látszanak kibontakozni már rövidtávon:

- Országimázs meghatározójává vált az egészségügyi protokollok és azok átláthatósága, valamint az egészségügyi ellátás minősége.
- Digitális megoldások további elterjedése a személyes kapcsolatok elkerülésének céljából. Ennek ellentmond, hogy a pandémia következtében nőtt az emberek igénye a személyes/emberi kapcsolatok fenntartására, erősítésére.
- AR/VR technológiák további térnyerése a desztinációk és élménypontok megismerése céljából.
- A veszélyeztetett korosztály utazásai jelentősen lecsökkentek, egyrészt a betegségektől való félelem, másrészt a közlekedési lehetőségek korlátozottsága kapcsán (különösen a német piac esetében).
- Utazók tudatosabbakká válnak, az információk iránti igény erősödik.
- Növekszik a kereslet az ökotudatos szolgáltatások iránt. A környezetbarát szolgáltatásokért hajlandóak magasabb árat fizetni. (Fejlett piacokról érkező vendégek.)
- Tömegturizmus helyett egyéni élmények, megszokottól eltérő szolgáltatások.
- A passzív pihenést felváltja az aktív élmények keresése, különösen zöldkörnyezetben. Trendi az ökotudatos lét „posztolása” a közösségi felületeken.
- Lakóhelyhez közeli kikapcsolódási formák kihasználása az 1-2 éjszakás kiruccanások helyett
- A belföldi turizmus és a közeli külföldi piacok felerősödése - STAYCATION
- „Last Minute” tervezés és foglalás
- *Helyi termékek erősödése, szolgáltatók közötti együttműködések hangsúlyosabbá válása.*
- *Az áruk és szolgáltatások eladása átalakult az élmények értékesítésére, ez továbbfejlődik az utazni vágyók inspirálására a legendákon, illetve a többi utazó személyes benyomásain keresztül.*

II. 2. Termékek, szolgáltatások pozicionálása, célcsoportok meghatározása

Jövőkép									
Európa/Közép-Európa legmagasabban pozicionált gyógyhelyeinek egyike, a magyar egészségturizmus (és a Pannon Termál Klaszter) kiemelt vezérterméke									
A Nyugat-Balaton térség nemzetközi vonzerőt jelentő attrakciója, amely a kialakított tematikus termékeken keresztül hozzájárul a térség további attrakcióinak fenntartható hasznosításához									
Élményígérek	A vonzerő hatóköre	Célcsoport			Vonzerő és egyediség	Célcsoport-orientáció	Turisztikai motivációs trendek	Helyettesítő alternatívák/versenytráksak	Kiegészítő feltételek
		bemutató	méret	fizetőképesség					
1. Életminőség-javítás a mozgásszervi megbetegedésben szenvedőknek - "a minőségi élet forrása"	nemzetközi	mozgásszervi megbetegedésben szenvedők és preventív kezelést igénylők, a természet és a kultúra iránt fogékony személyek	széles kör, a demográfiai trendek alapján egyre bővülő	magas (és közepes)	- világszinten egyedülálló komplex gyógyhatású ökoszisztéma; - jelentős hagyományokkal bíró, magas minőségű, komplex gyógykezelések; - a Feszty-család és a polgári idők fürdője	Biztos életminőség-javulás, barátságos és vendégszerető közegben. Gyógyulás polgári fürdőjelet ideje közegben, változatos kulturális programokkal.	- az időseddel járó megbetegedések ellenére magas életminőség iránti igény; - kulturális igényesség, változatos programkínálat iránti igény; - egészségudatosság erősödése	Kizárólag a magasan pozicionált komplex és hatásos kúrát kínáló, Monarchia-beli fürdővárosok és kiemelt gyógyhelyek	- a gyógyhatású ökoszisztéma, - komplex gyógykezelések, - magas minőségű szállás és egyéb szolgáltatások, - változatos kulturális programok, - egyedi fürdővárosi közeg stb.
2. Komplex fizikai és mentális rekreáció - "még az idő is megáll ... az élet forrásánál"	hazai, szomszédos országok	egészségtudatos, elsősorban szellemileg leterhelt felső- és középszintűk	közepesen széles kör, a gazdaság fejlődésével és az egészségudatosság erősödésével bővülő	magas	- rekreációra kiválóan alkalmas, elzárt természeti környezetben magas minőségű, komplex szolgáltatások; - az egri "grinzing"; - a Hévíz név	Egyedi hangulatú desztinációban, ahol a tökéletes nyugalom mellett adott a változatos kulturális programkínálat és a természet közelsége.	- fokozódó mentális terhelés a munkában és a hétköznapiakban; - egészségudatosság erősödése; - individualizmus és minőségvárások növekedése	A hazai és a szomszédos országokban található, magas minőségű és komplex wellness-szolgáltatást nyújtó egységek/desztinációk	- magas minőségű wellness-szolgáltatások, - minőségi szállás és kapcsolódó szolgáltatások, - gasztronómia, - hangulatos nyugodt közeg stb.
3. Élményorientált szabadidő fiataloknak és fiatalosoknak - "a mozgás élménye ... az élet forrásánál"	hazai, szomszédos országok	párok és családok gyermekekkel, aktív középkorúak és idősebbek, sportolók és sportosak	széles kör	közepes és magas	- változatos természeti, kulturális, épített, szakrális és népi értékek egymást kölcsönösen kiegészítő rendszere, aktív lehetőségekkel; - az egri "grinzing"	Változatos természeti és kulturális örökségekkel, helyi értékekkel rendelkező térség, ahol az értékek bemutatását minőségi programkínálat és komplex tematikus utak szolgálják.	- aktivitás és egészségudatosság; - minőségorientáció és kulturális igény; - értékorientáltság; - a térség-specifikus adottságok felértékelődése	Változatos természeti környezettel és helyi kultúrával rendelkező térségek, ahol az adottságokra minőségi tematikus (program)kínálat épült	- komplex programkínálat, - aktív tematikus útvonalak, tematikus térképek, - infrastruktúra, - sporteszköz kölcsönzők, - szervezett túrák és események, - helyi termékek és termelők stb.
Élményígérek közötti összhang									
Az élményígérek mindegyike alapvetően az egészségudatosság köré épül. A desztináció természeti és kulturális közegének összhangja nyújtja mindezt, az egyes élményígérek ezen adottságokra építve más-más szegmens igényeire igazodó, egymással összhangban lévő tematikus terméket kínálnak.									
Célcsoportok közötti összhang									
Az egészségudatosságot középpontba állító termékek nagyrészt egymásra épülnek. A termék és a szegmens tekintetében azonban szezonális eltérés figyelhető meg. Az aktívabb szegmens pedig fizikailag elkülöníthető az idősek, az infrastruktúra és a tematikus utak irányításával.									

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 aktív turisztikai 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 szervezésének feladatát 2 programszervezővel. A programok tekintetében a turisták minőségi szórakoztatása, kiszolgálása a cél, a régió értékeinek teret adva.

2022. évre vonatkozóan több programterv is kialakításra került. A 2019. évi és korábbi évek rendezvényvolumenére vonatkozóan is készült tervezet, melyhez a szükséges rendezvényszervezési költségvetés 95.600.000 Ft továbbá összeállításra került 40.700.00 Ft és 20.000.000,-Ft értékben programtervezet. Utóbbi került beépítésre jelen üzleti tervben.

Az alább leírt rendezvényeken kívül is tervezünk programokat megvalósítani, azonban ezek a külső források megszerzésének függvényében megvalósíthatók. 2021. december hónapban irodánk 4 komplex, több elemből és több alkalomra szóló kulturális program pályázati ötlettervet ad be az Veszprém-Balaton Európa Kulturális Fővárosa program keretében, melyek összértéke a 2022-2023-as évekre vonatkozóan 106.058.492 forint. Továbbá számos egyéb pályázati forrást tervezünk kihasználni.

A rendezvények megvalósítása minden esetben az aktuális járványügyi helyzetnek megfelelően valósulhat meg.

A 2022. évben a Kft. rendezvénynaptárába az alábbi turisztikai célú programok tartoznak, melyet kiegészíthetnek a pályázati források bevonásával szervezett rendezvények:

- Március 12-14. Hévízi Tavasz
- Április 15-18. Húsvéti Forгатag
- Április 30- május 1. Boldog Békeidők
- Július 14-17. A SÖR hete
- Augusztus 18-21 Bor- és Gasztrokorzó
- Szeptember 23-24. Népdal- és Néptánc-találkozó
- November 5. – HévíziBivaly Duatlon

A rendezvények megvalósításához szükséges a GAMESZ illetve a HÉVÜZ Kft. szakembereinek és eszközeinek bevonása.

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

II.4. Tourinform iroda működtetése

A Tourinform iroda működtetési feladatai 2020.06.01-óta tartozik a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft-hez. Az iroda alapműködtetéséhez 3 fő szükséges; 1 fő irodavezető (összevontan más pozícióval) és 2 fő informátor látja el, a főszezoni időszakban gyakornokokkal, diákmunkásokkal szükséges a létszám kiegészítése.

Az iroda nyitvatartása egész éves, mellékszezonban a hét minden napján 9 és 17 óra között tart nyitva, míg főszezonban a napi nyitva tartás 19 óráig bővül ki (május 15-október 1.), annak érdekében, 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 Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft a hévízi Tourinform irodát a Magyar Turisztikai Ügynökséggel kötött Tourinform névhasználati szerződés alapján üzemelteti.

A Kisfaludy2030 Turisztikai fejlesztő Nonprofit Zrt. által kiírt pályázat támogatásával beszerzett kerékpárok segítségével jelentősen növekedett az iroda bevételszerző képessége. A kerékpárok kölcsönzési áraiban minimum 10%-os emelést kívánunk végrehajtani, a bevétel maximalizálásának érdekében. 2021. évben bruttó 7M Ft feletti összeget eredményezett a kerékpárkölcsönzési tevékenység, míg a termékértékesítés bevétele 1M Ft felett volt.

Az iroda 2022-es céljai között szerepel az ajándéktárgyi kínálat bővítése és megújítása, illetve az előző évben nagy kihasználtságnak örvendő túra- és elektromoskerékpár kölcsönzési rendszer fejlesztése foglalási lehetőségek kialakításával, valamint további kölcsönözhető kerékpáros eszközök beszerzésével (kerékpárra felszerelhető kosarak, oldaltáskák stb.). Természetesen 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 és digitális látogatószámláló eszközzel. 2021. évben 10.499 vendéget szolgáltunk ki személyesen, melyből 6702 belföldi, 2358 német/osztrák, 559 orosz, 464 cseh és 416 egyéb nemzetiségű volt.

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.

II.5. Marketingakciók

2022. évben a marketingmunkát továbbra is az aktuális, piacokon akár eltérő járványügyi helyzet és kapcsolódó szabályozók határozzák meg.

Hévíz imázs erősítő kampány egész éves, folytonos menedzselése szükséges a fentiekkel ellentétben a főbb célpiacokon. Direkt forgalomélénkítő kampányok megvalósítása rugalmasan fog történni a költséghatékonyság és az eredményorientáltság elveit szem előtt tartva.

Annak érdekében, hogy a marketingtevékenység optimális legyen, fontos a hévízi szakemberek bevonása a tervezésbe, a megvalósításba és az eredmények elemzésébe egyaránt, így továbbra is tervezzük rendszeresen a marketinges és értékesítő munkatársakkal közös egyeztetéseket

A I. negyedévben folytatódik a Hévíz Slow/Spa kampányok, melyekben kiemelt figyelmet kap a megelőzés, egészségmegőrzés, valamint a Post Covid Care, elsősorban online felületeken keresztül. A kiemelt, hosszú hétvégék kapcsán forgalomélénkítő kampányok fognak megvalósulni. A tavaszi időszakra pedig Hévíz egyediségével és az aktív turisztikai lehetőségeken keresztül kívánjuk elérni a 35-60 éves korosztályt, tudatosítva a fenttartható szolgáltatások iránti elköteleződésünket. Ehhez fontos Hévíz, mint márka újrapozicionálása, és elköteleződést erősítő edukáció és aktivitásösztönzés.

A II. negyedévben, valamint az őszi időszakban a külpiazi lehetőségeket figyelembe véve az osztrák, **német és orosz, ukrán piacokon (konfliktushelyzettől függően az orosz és ukrán piacokon csak az őszi időszakban)** imázs erősítő, egészségturisztikai – (Hévízi Tradicionális ajánlatok) megjelenéseket fogunk generálni. Ezek a piacokon szintén 2 célcsoportot, korosztályt külön-külön eltérő üzentekkel kívánunk elérni.

A nyári időszakra vonatkozó kampányokban előtérbe kerül ismét a komplex, azaz a helyi szolgáltatásokat térségi lehetőségekkel, élményígérettel kiegészített lehetőségek bemutatása, célcsoportokra lebontva, egyedi igények kielégítésének lehetőségével.

Egyes rendezvények, így a „HévíziBivaly Duatlon” egyértelműen marketingeszközként értelmezhető, hiszen segíti Hévíz újrapozicionálását.

A marketingterv költségbontását az alábbi táblázat tartalmazza, mely esetében ismét ki kell emelni, hogy a járványhelyzet okán az egyes sorok közötti rugalmasság szükséges, annak érdekében, hogy kellően gyorsan tudjunk reagálni a piaci változásokra.

Marketintgköltség-terv	Bruttó költség
Hévíz Slow / Spa-Wellness, rekreáció (évszaknak megfelelő lebontásban) - január 1 - június 10.	
Nyár - családi kampányok - május 1 - augusztus 10.	
Hévízi Tradicionális Kúra, rekreáció, prevenció - augusztus 20 - november 10.	
Téli kampány - wellness, egyedi programok - november 1-	
Belföld összesen - célcsoport: 35-59 év közötti egészségtudatos felnőttek és 60+ TB finanszírozott gyógykúrázók	13 900 000 Ft
Online - aktuális kampányhoz igazítva	12 900 000 Ft
Social media (FB és Instagram), Google AdWords, influencer (blogger, youtuber)	8 852 000 Ft
Print media megjelenések	1 000 000 Ft
Online oldalakon való éves partnerszerződés	3 048 000 Ft
Televíziós megjelenések összesen:	1 000 000 Ft
Magazinműsor megjelenés	1 000 000 Ft
Külföld összesen:	15 500 000 Ft
Német piac - célcsoport: középkorú párok 35-59, gyógyvendégek 60+	4 500 000 Ft
Google AdWords és FB kampány	4 500 000 Ft
Osztrák piac összesen - középkorú párok 35-59, gyógyvendégek 60+	4 500 000 Ft
Google AdWords és FB kampány, Blogger/újságíró study	4 500 000 Ft
Szlovák piac összesen - célcsoport: 35-65 év közötti egészségtudatos felnőttek	2 000 000 Ft
Print kampány	500 000 Ft
Google AdWords és FB kampány	1 500 000 Ft
Cseh piac összesen - célcsoport: 35-65 év közötti egészségtudatos felnőttek	2 500 000 Ft

Google AdWords és FB kampány, Blogger/újságíró study	2 500 000 Ft
Hosszútávú imázsépítés célpiacai	2 000 000 Ft
Oroszország	1 500 000 Ft
Blogger study	0 Ft
Google adwords/Yandex kampány	1 500 000 Ft
Ukrajna	500 000 Ft
Google adwords kampány	500 000 Ft
Egyéb marketingtevékenység	6 000 000 Ft
Kiállítás, workshop	1 000 000 Ft
Kiadványok	2 400 000 Ft
Imázskepek, imázsvideók	500 000 Ft
Honlapfejlesztés, fordítás	500 000 Ft
Grafikai tervezés összesen	1 600 000 Ft
Marketing költségek mindösszesen	35 400 000 Ft
<i>Az aktuális gazdasági környezetnek megfelelően a tervezet módosulhat. Pirossal jelölve az orosz-ukrán konfliktus okozta módosításokkal érintett tételek.</i>	

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 törzstőkéen 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 és irodavezető – az ügyvezető igazgató és munkaszervezet-vezető-helyettes utasításai 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

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

Belső tanácsadó testület

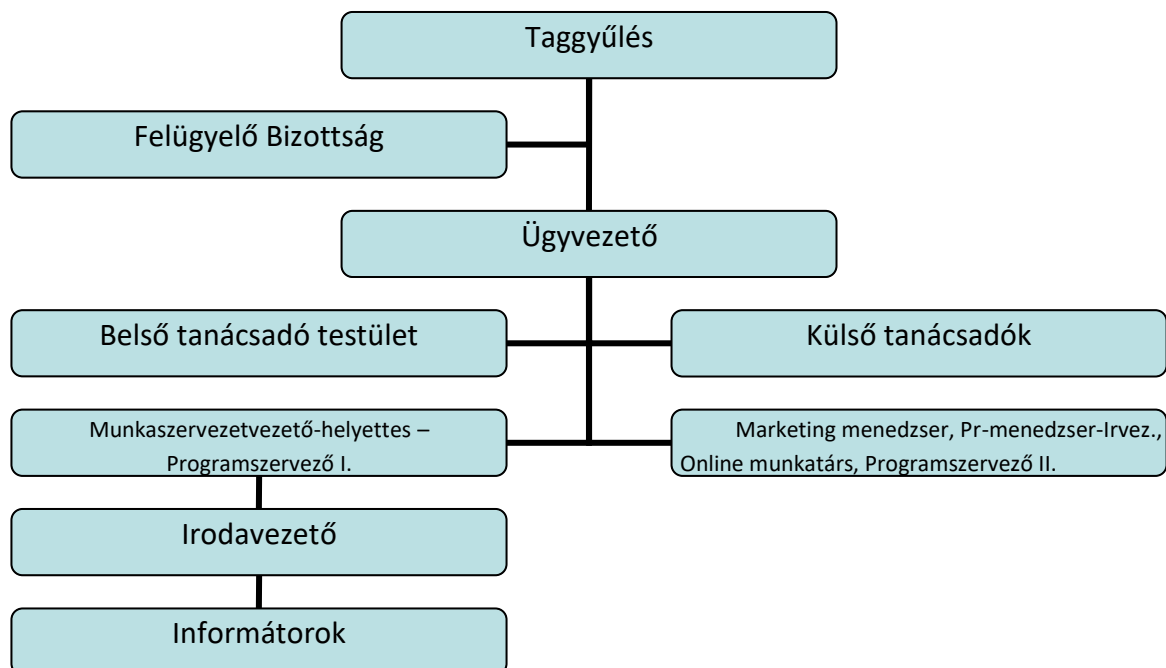
A Társaságnál 5 tagú felügyelő bizottság működik. A felügyelő bizottság határozatait egyszerű szótöbbséggel hozza.

A felügyelő bizottság feladatai:

- a Társaság ügyvezetésének ellenőrzése,
- 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


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. tervezett költségei 2022.	Bruttó összeg Ft
Irodaszerek, egyéb anyag, üzemanyag	1 500 000 Ft
Irodabérlés, rezsiköltség, telefon, internet, postaköltség, karbantartás	2 500 000 Ft
Berendezések, eszközök	500 000 Ft
Könyvviteli és könyvvizsgáló szolgáltatás összesen	2 300 000 Ft
Egyéb szolgáltatások (hatósági díj, ügyvédi díj, szakértői díj, bankköltség, lízingdíj) összesen	5 000 000 Ft
Béreköltség, járulékokkal	34 700 000 Ft
Egyéb személyi költség (napidíj, szállás, gépjárműhasználat, béren kívüli juttatások)	3 100 000 Ft
Működési és karbantartási költségek összesen	49 600 000 Ft
Rendezvény szervezés	20 000 000 Ft
Marketingköltségek mindösszesen	35 400 000 Ft
Hungarikum Alprogram	5 000 000 Ft
Mindösszesen marketing és működési költségek	110 000 000 Ft

Az alábbi táblázat tartalmazza a Társaság 2022. évi tervezett bevételeinek részletezését.

Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. tervezett bevételei 2022	Bruttó összeg forintban
Pályázati forrás	25 000 000 Ft
Önkormányzati támogatás	55 000 000 Ft
Szolgáltatók imázs kampány hozzájárulás, együttműködések	15 000 000 Ft
Vállalkozói bevétel	15 000 000 Ft
Mindösszesen	110 000 000 Ft

Az alábbi táblázat tartalmazza a Társaság 2022. évi bevételeinek és kiadásainak **tervezett** ütemezését.

Negyedév	Kiadások bruttó összeg forintban	Bevételek bruttó összeg forintban
2021. 1. negyedév	15 000 000 Ft	40 000 000 Ft
2021. 2. negyedév	32 000 000 Ft	38 000 000 Ft
2021. 3. negyedév	42 000 000 Ft	30 000 000 Ft
2021. 4. negyedév	21 000 000 Ft	2 000 000 Ft
Összesen	110 000 000 Ft	110 000 000 Ft