

ПК по „Бюджет и финанси“
04.03.2025

ОП „МАРКЕТИНГ, ТУРИЗЪМ И ТУРИСТИЧЕСКИ ДЕЙНОСТИ“

ОБЩИНА САМОКОВ, обл. СОФИЙСКА

04. 03. 2025

Общински съвет - Самоков

Общинска администрация

Изм. №

108/25-13266-14

ФИНАНСОВ ОТЧЕТ

1336/04.03.2025

за 2024 г. на

ОП „Маркетинг, туризъм и туристически дейности“

Настоящият финансов отчет отразява приходите и разходите на Общинско предприятие „Маркетинг, туризъм и туристически дейности“ през изминалата 2024 година. Хотел „Арена“, Туристически информационен център и „Мадан“ са обектите, които реализират дейност в Общинското предприятие.

I. РЕАЛИЗИРАНИ НОЩУВКИ И БРОЙ ТУРИСТИ ЗА ОТЧЕТНИЯ ПЕРИОД

	2024	2023	2022	2021	2020
Брой нощувки	18126	17104	14561	13514	10481
Българи	12964	11339	10351	10339	7601
Чужденци	5162	5765	4210	3175	2880
Брой туристи	6243	5493	4984	4679	3677
Българи	4709	3916	3935	4036	2900
Чужденци	1534	1577	1049	643	777

През 2024 се отбелязва ръст на нощувките спрямо 2023 година от 6% или 1022 нощувки повече.

За разлика от 2023, виждаме обратна тенденция с увеличение на броя на нощувките от Българи с 20.7% и спад от чужденци с 2.7%. Като общ брой гости отчитаме ръст от 13.7% или 750 повече от 2023.

Туристи с индивидуални резервации са реализирали – 10123 нощувки, туристи посетили хотела през (ТА/ОТА/Корпоративни/ като Booking.com, Expedia, Sunny Tours, Си-Комерсиал,) са с 1590 нощувки, и реализирани нощувки от спортни федерации, както следва: Баскетбол – 2157 нощувки, Волейбол – 401 нощувки, спортни прояви – 2939 нощувки, борба – 916 нощувки.

Тук трябва да отбележим и факта, че има ръст в индивидуалните резервации, което е приоритетен сегмент за хотел Арена.

Както се вижда от посочените данни, до известна степен сме успели да го направим и за изминалата 2024 година процентът реализирани нощувки от спортни събития вече е 35% от всички реализирани нощувки, при 40% миналата години и 50% в предходни. Продължаваме да работим с идеята на това да намалим разходите за храна, тъй като голямата инфлация, най-вече при храните, ограничените бюджети на федерациите, както и по-високата себестойност поради изхранването на пълен пансион, води до по-ниски финансови резултати.

Средна заетост	2024	2023	2022	2021	2020	2019
Ползвани стаи	42%	40.45%	35.75%	33.16%	22.75%	36.80%

II. РЕАЛИЗИРАНИ ПРИХОДИ ЗА 2024 г.

Приходи от:	2024 г.
Нощувки	824 859.37 лв.
Ресторант	381 872.95 лв.
Лоби бар	64 637.47 лв.
СПА продажби	63 013.63 лв.
Други услуги	13 561.94 лв.
Община	00.00 лв.
ОБЩО РЕАЛИЗИРАНИ ПРИХОДИ	1 347 945.36 лв.

Реализирани(несъбрани) приходи: 17 744. 02 лв.

Остатък в касата от предходен период(+) 3 078.00лв.

Наличност в касата в края на периода(-) 2 838.00лв.

Приходи по параграфи	2024 г.
Параграф 24-04 (-) Храна и напитки	(-)311 812.41 лв.
Параграф 37-09 (-) Платен туристически данък	(-)9 039.31 лв.
Параграф 61-09 Вътр.трансфери	1 257 028.00 лв.
Параграф 61-09 Вътр.трансфери-реклама	43 645.00 лв.
Параграф 61-09 Вътр.трансфери-	117 651.00 лв

Получена субсидия §61-09 вътр.трансфери в системата на първостепенния разпоредител - 1 418 324.00лв. в това число 117 651.00лв съгласно решение на Общински съвет №531 проведено на 19.12.2024г.

Получена субсидия §61-05 трансфери от МТСП по програми на заетост- 2 135.00лв

Параграф 24-04 (-) Храна и напитки(неразплатени) към 31.12.2024г. - 74 441.52 лв

Получен и внесен по сметката на Община Самоков приход за 30.12.2024г и 31.12.2024г. в размер на 90 917.00лв.

По изисквания на Министерство на финансите - Указания ДДС №20 от 14.12.2004 г., относно прилагането на националните счетоводни стандарти от бюджетните предприятия, разходът за храна е отнесен в параграф 24-04, в размер на 311 812.41 лв., който е в приходната част на отчета за изпълнението на бюджета със знак минус, както и туристическият данък в параграф 37-09 в размер на 9 039.31 лв.

III. ИЗВЪРШЕНИ РАЗХОДИ

Разходи по параграфи	2024 г.
Параграф 01-00,02-00,05-00, - ФРЗ	767 561.62 лв.
Параграф 10-00 - Издръжка в т.ч.:	329 670.58 лв.
Параграф 10-12 - Медикаменти	386.66 лв.
Параграф 10-13 - Постелен инвентар и облекло	4847.40 лв.
Параграф 10-15 - Материали за дейността	61 123.17 лв.
Параграф 10-15 - Материали за реклама	32 249.95 лв.
Параграф 10-16 - Вода, горива и енергия	119 675.52 лв.
Параграф 10-20 - Външни услуги за дейността	79 271.34 лв.
Параграф 10-20 - Външни услуги за реклама	5 061.12 лв.
Параграф 10-30 - Текущ ремонт	1 960.00 лв.
Параграф 19-81 - Платени данъци, такси	14 123.47 лв.
Параграф 10-51 - Командировки в страната в т. ч. за рекламна дейност	109.05 лв.
Параграф 10-52 - Командировки в чужбина - реклама	4 793.72 лв.
Параграф 10-62 - Разходи за застраховки	249.00 лв.
Параграф 10-69 – Други фин. услуги (кр. карти)	2 929.93 лв.
Параграф 10-92 - Неустойки, лихви	518 49 лв.
Параграф 29-91 – Други разходи за лихви мес.лица	2 830,86 лв.
ОБЩО	1 097 232.20 лв

Разходът за заплати представлява 54.5% от общия разход.

§10-15 – Материали включва - консумативи, почистващи материали, канцеларски материали, резервни части джакузи, инвентар кухня и лоби бар, препарати, знамена, материали за поддръжка на асансьори, пералня, пожарогасители и др.

§10-12- Медикаменти - закупени медикаменти, при необходимост за ползване от гостите на хотела.

§10-13 Постелен инвентар и облекло – кърпи и бельо за хотелско домакинство.

§10-16 – Вода, горива, ел.енергия- включващи газ, ел.енергия, вода.

§10-20 – Външни услуги – включва такси, абонаментни обслужвания по договори, електронен подпис, кабелна телевизия, интернет, асансьори, ДДД, пожароизвестителна система и обслужване на газова инсталация, софтуерна поддръжка, изхвърляне на хранителни отпадъци, комисионна Booking.com и TravelLine, такси категоризации, куриерски услуги и др.

§10-30 –Текущ ремонт - тук са отнесени направените ремонти на хотелски стаи и апартаменти, кухня (съдомиялна машина, газова инсталация), асансьори и др.

§10-62- Разходи за застраховки - включва платена туристическа застраховка.

§19-81- Платени данъци, наказателни лихви и административни санкции - са отнесени Данък недвижими имоти и Такса битови отпадъци

§10-69 – Други финансови услуги – включва банкови такси за обслужване на клиенти с кредитни карти.

§29-91-Други разходи за лихви към мести лица- лихви по дело.

Общият разход на Туристическият информационен център за 2024 година възлиза на 1 328.22 лв. в т.ч:

- Външни услуги: хостинг – 45.99 лв.
- Данъци и застраховки – 1 174.55 лв.

Разходът за туристически обект „Мадан” за 2024 година е в размер на 1 561.13 лв. (включва: охрана, ел. енергия, данъци).

За периодът 01.01.2024 г. - 31.12.2024 г. стойността на туристическия данък в приход на общинския бюджет за 2024 год., на база реализирани нощувки, е в размер на 9 039,31 лв.

Изминалата 2024 година отново ни изправи пред редица предизвикателства, като този път основният проблем беше инфлацията, довела до значително увеличен разход за хранителни продукти.

при създаването на предприятието и занаяпред не позволява генерирането на приходи спрямо потенциалните, които може да достигне.

Поради тази причина сме мислили върху няколко конкретни варианта, които вече са предлагани на Общински съвет, където не срещна подкрепа към момента на предлагане. Вариантите са:

1. Наложително е да се промени Наредба 12 за определяне на размера на общинските такси и цени на услуги. Предвид всички кризи от последните години, както и волатилният пазар и инфлация е крайно наложително да се премахнат ограниченията породени от наредбата относно цените. Използвайки метода на динамично ценообразуване спрямо пазара, ще можем да генерираме повече приходи спрямо сезонността и пазара.
2. Частично или цялостно реновиране на хотелска част, ресторанти и общи части, което ще даде възможност за по висока средна цена на нощувката и общия приход.

В заключение, тези две мерки са спешно необходими за да може хотела да се самоиздържа или да генерира печалби.

Като допълнителни стратегии за увеличаване на приходите сме заложили и следните стратегии:

1. Управление на дистрибуционни канали

- **Оптимизация на каналите:** Балансиране между директните резервации чрез уебсайта на хотела и трети страни като онлайн туристически агенции (OTAs). Директните резервации са по-печеливши, така че стимулирането им чрез бонуси или отстъпки може да бъде полезно.
- **Микс от канали:** Диверсификация на стратегията за дистрибуция, като включите множество OTAs, глобални дистрибуционни системи (GDS) и метатърсачки, като същевременно управлявате комисионните и видимостта на хотела.
- **Ценова паритетност:** Осигуряване на консистентни цени във всички канали, за да избегнете подбиване на собствените директни резервации.

2. Допълнителни приходи

- **Up-selling и cross-selling:** Предлагане и надграждане на стаи, ранно настаняване/късно освобождаване или премиум услуги като СПА пакети, гурме вечери или екскурзии при резервация и настаняване.
- **Събития и конференции:** Използване на наличните пространства в хотела за организиране на събития, конференции и срещи, предлагайки цялостни пакети.

3. Дигитален маркетинг и директни резервации

- **SEO и SEM:** Оптимизация на уебсайта на хотела за търсачките, за да привлечете органичен трафик. Инвестиране в кампании за маркетинг в търсачките (SEM), с цел увеличение на трафик с високо намерение за резервация.

В таблицата по-долу са всички показатели, които са от изключителна важност за финансовото състояние на хотела и дава реална представа за неговата работа.

Сравнение на показатели в два периода

Показател	01.01.2024 - 31.12.2024	01.01.2023 - 31.12.2023	Растеж	% Промяна
ФИНАНСОВИ ПОСТЪПЛЕНИЯ	1281969.84	1107273.46	174696.38	15.8
РЕАЛИЗИРАН (начислен) ОБОРОТ	1282214.17	1107961.24	174252.93	15.7
- Нощувки	840470.8	612503.01	227967.79	37.2
- От българи	601379.65	405197.11	196182.54	48.4
- От чужденци	239091.15	207305.90	31785.25	15.3
РЕАЛИЗИРАНИ НОЩУВКИ	18126	17104	1022	6
- Българи	12964	11339	1625	14.3
- Чужденци	5162	5765	-603	-14.35
НОВОПРИСТИГНАЛИ ГОСТИ	6243	5493	750	13.7
- Българи	4709	3916	793	20.3
- Чужденци	1534	1577	-43	-2.7
СРЕДНОДНЕВЕН ПРЕСТОЙ	2.87	3.06	-0.19	-6.2
- Българи	2.71	2.83	-0.12	-4.2
- Чужденци	3.36	3.65	-0.29	-7.9
НАЛИЧНИ СТАИ	23424	23360	0	0,0
- Свободни	13252	13855	-603	-4.4
- Заети	9831	9412	419	4.5
ЗАЕТИ СТАИ [% НА ЗАЕТОСТ]	9831 [42%]	9412 [40%]	419	4.5
СР.ПРИХОД (наеми) ОТ ЗАЕТА СТАЯ	85.49	65.08	20.41	31.4
ПРИХОД (наеми) НА НАЛИЧНА СТАЯ	35.88	26.22	9.66	36.8

За да можем да увеличим броя и нощувките на индивидуалните туристи, е крайно необходимо да се направят инвестиции за подмяна в оборудването на стаите, лоби бара, и ресторанта. Както вече споменато във Финансов Отчет 2024, амортизацията на хотелските помещения и оборудване е съвсем към края си като родност и живот.

Освен изброените фактори, не е без значение и регистрацията на хотела като Общинско предприятие, което води до абсолютна невъзможност за кандидатстване по каквито и да било проекти и програми.

При щатно разписание от 44 човека, отговарящо на изискванията по нормативни актове, към края на 2024 година заеманите реално длъжности са от 37 човека, в това число двама служители - оператор на водогрейни системи. Реално ангажираните служители за функционирането на хотела без ограничения са 35.

Непрекъснато наблюдаваме и цените на хранителните продукти и напитки, които са от съществено значение за разходната част. При тях инфлацията за 2024 година е между 10,4% при хляб и зърнени храни до 17,8% при месо и месни продукти.

Всички анализи за последните години водят до извода, че функционирането на хотела при така направената регистрация и по правилника за дейността му утвърден

- **Социални медии:** Взаимодействие с потенциалните гости чрез социални медии с таргетирана реклама, контент маркетинг и партньорства с инфлуенсъри.
- **Мобилна оптимизация:** Проверка дали уебсайтът на хотела и процесът за резервация са удобни за мобилни устройства.
- **Ретаргетиране:** Използване на ретаргетинг реклами, за да привлечете посетители, които са проявили интерес, но не са завършили резервацията.

4. Подобряване на опита и управление на репутацията

- **Опит на гостите:** Фокусиране върху предлагането на изключителен клиентски опит, който ще насърчи положителни отзиви, препоръки от уста на уста и повторни посещения.
- **Управление на репутацията:** Следене и отговаряне на онлайн отзиви в платформи като TripAdvisor, Google и OTAs, с цел управляване репутацията на хотела.

5. Интеграция на технологии

- **PMS и CRM системи:** Използване на системи за управление на хотели(PMS) и системи за управление на взаимоотношения с клиенти (CRM), за да се събере и анализират данни за клиентите, оптимизиране на операциите и персонализиране на маркетинговите усилия.
- **Изкуствен интелект и чатботове:** Въвеждане на инструменти, базирани на AI, като чатботове, които предлагат 24/7 взаимодействие и поддръжка за гостите.

6. Устойчивост

- **Еко практики:** Внедряването на устойчиви практики може да привлече екосъзнателни туристи и да оправдае премиум ценообразуването.
- **Зелени сертификати:** Придобиване на зелени сертификати (като LEED или Green Key), за да се привлече категория екологично осъзнати гости.

7. Партньорства и колаборации

- **Локални партньорства:** Сътрудничество с местни бизнеси (ресторанти, туроператори, атракции), за да предложат пакети или отстъпки, които подобряват преживяването на гостите.
- **Корпоративни договори:** Установяване на корпоративни тарифи с компании, които често резервират престои за служителите си, осигурявайки постоянен поток от приходи.

Тези стратегии ще помогнат на хотела да увеличи приходите си, като същевременно подобрява опита на гостите и използва новите технологии и пазарни тенденции.

Изготвил:


/Св.Манов/
/Р.Ярловска/