

Nemzetközi trendek a szállodaiparban – I. rész

Szerző: Mester Tünde¹

A szállodaipar minden értelemben milliós ágazat: a szállodák világszerte dollár és euró milliókat termelnek. 2004-ben az USA szállodaipara január-október között 74,3 milliárd dollár, az EU 25 tagországában pedig az egész év során 24 milliárd euró bevételt ért el. A szállodákban – amelyek száma ugyancsak milliós nagyságrendű; megközelíti a 18 milliót a világon –, évente milliók szállnak meg hosszabb-rövidebb időre.

Tanulmányunk első része azt foglalja össze, hogy a szállodai kapacitások változása mellett hogyan alakult a hotelek teljesítménye, melyek a legnagyobb szállodaláncok és márkák, illetve megvizsgálja, hogyan alakul a szállodák vendégköre. Mindezt a világ és Európa, illetve az Európai Unió vonatkozásában, ahol lehetséges kitekintve a kelet-közép-európai régióra és Magyarországra is.

A cikk második részében, amely előreláthatólag a Turizmus Bulletin 2006/2. számában jelenik majd meg, megvizsgáljuk, hogy milyen trendek jellemzik a szállodai termékfejlesztést és diverzifikálást, illetve melyek a szállodaipari marketing legfontosabb kérdései.

Az elemzés elsősorban öt, a nemzetközi szállodaiparral foglalkozó Mintel kiadvány információit összegzi, azonban ahol lehetséges, frissíti és kiegészíti azokat.

Bevezetés

Jelen cikk célja, hogy öt, a nemzetközi szállodaiparral foglalkozó Mintel kiadvány információit összefoglalva, illetve azokat frissítve, kiegészítve röviden bemutassuk a nemzetközi szállodaiparra jellemző legfontosabb trendeket. A cikk a világ és Európa szállodái mellett kitér a régió és Magyarország ágazatának ismertetésére is. Az elemzést szigorúan marketing szempontok alapján végeztük, eltekintettünk az ágazat társadalmi és gazdasági, valamint szabályozási környezetének vizsgálatától. A cikk szerkezete jobbra a The International Hotel Industry című, 2003. októberi Mintel kiadvány struktúráját követi.

A fent említett kiadvány szerint a szállodaiparba a következő vállalatok sorolhatók:

- olyan vállalatok, amelyek szállodaépületeket fejlesztenek, építenek és tulajdonolnak;
- olyan vállalatok, amelyek szállodákat üzemeltetnek (akár résztulajdonosai is a hotelnek, akár nem);
- olyan franchise cégek, amelyek hotel márkákat fejlesztenek, anélkül, hogy tulajdonosai vagy üzemeltetői lennének a szállodáknak.

Az elemzés során a következő csoportokat vették figyelembe:

- tulajdonos-menedzserek;
- olyan hotel menedzsment vállalatok, amelyek saját márkanevük alatt irányítanak szállodákat, például a Marriott vagy a brit Hilton Group;

- olyan hotel menedzsment vállalatok, amelyek szállodákat irányítanak, azonban nincs önálló márkanevük, például az amerikai Interstate;
- szálloda franchise cégek, például a Cendant vagy a Choice;
- olyan szálloda tulajdonos vállalatok, amelyek nemzeti vagy nemzetközi hotel menedzsment vállalatok által irányított szállodákat fejlesztenek vagy vásárolnak, például a Host Marriott (egy REIT²);
- marketing konzorciumok vagy „önkéntes” láncok, amelynek legismertebb példája a Magyarországon is jelen levő Best Western.

1. A szállodai kapacitás alakulása

1.1. A VILÁGON

A Mintel szakértői a világ szállodáinak és hasonló létesítményeinek (hotels and similar establishments)³ számát 2002-ben 17,4 millióra becsülték, amely 1997-2002 között évente átlagosan 3,4%-kal növekedett (1. táblázat). A világ szállodai kapacitásának több mint kétharmada Európában és az amerikai kontinensen található. A leggyorsabb növekedési ütem a Közel-Keletet jellemezte a vizsgált öt év során, ami jórészt az egyiptomi és dubai fejlesztéseknek köszönhető. Az Ázsia-Csendes-óceáni térség növekedési ütemét némiképp

² A REIT a Real Estate Investment Trust (ingatlan befektetési tröszt) rövidítése, általában olyan vállalkozásokat értenek alatta, amelyek például szállodákat tulajdonolnak, illetve adómentességet élveznek, amennyiben alapvető üzleti tevékenységük a szálloda tulajdonlására szorítkozik, és adóköteles bevételeik 95%-át osztalékként kifizetik.

³ A Turisztikai Világszervezet (World Tourism Organization, WTO) besorolási rendszere szerint.

¹ A szerző okleveles közgazdász, a Magyar Turizmus Rt. Piac- és Termékelemzési Irodájának munkatársa.

1. táblázat

A világ szállodái és hasonló létesítményei szobaszámának alakulása, 1997-2002 (ezer szoba)

	1997	1998	1999	2000*	2001*	2002*	2002/1997** (%)	2002 meg- oszlás (%)
Amerika	4 899	5 164	5 450	5 750	6 010	6 161	4,7	35,5
Ázsia – Csendes-óceáni térség	3 326	3 487	3 680	3 865	4 004	4 124	4,4	23,8
Európa	5 850	5 935	6 050	6 150	6 240	6 300	1,5	36,3
Közel-Kelet	207	221	236	262	285	305	8,1	1,8
Afrika	421	425	435	445	455	465	2,0	2,7
Összesen	14 703	15 232	15 851	16 272	16 894	17 355	3,4	100,0

* Becslés. ** Éves átlagos növekedési ütem.

Forrás: Mintel

visszafogta az 1997-ben kezdődött ázsiai pénzügyi válság. A régió adatainak értelmezésekor nem szabad elfelejteni, hogy bár Kínában nagyon gyorsan növekszik a szállodai kapacitás, továbbra is a lassan növekvő Japán súlya a meghatározó. Az amerikai kontinensen az USA szállodakapacitásának bővülési üteme 2000-ig 4% fölötti volt, ám a latin-amerikai, különösen a brazil növekedés ennél sokkal gyorsabb volt.

1.2. EURÓPÁBAN

A Mintel becsült adatai szerint az európai szállodák és hasonló létesítmények kapacitása 2002-ben 6,3 millió szoba volt, amely a világ teljes kínálatának 36%-át tette ki. Bár Európát lassú növekedési ütem (1997-2002 között 1,5%-os éves átlagos bővülés) jellemzi, továbbra is a világ legnagyobb régiója. A kontinensen belül a kapacitás több mint 60%-a öt országban (Németország, Franciaország, Nagy-Britannia, Olaszország és Spanyolország) koncentrálódik.

Az Európai Unió statisztikai hivatala, az Eurostat adatai szerint (2. táblázat) az EU szállodáinak és hasonló létesítményeinek kapacitása 1999 és 2002 között meglehetősen keveset változott. 2002-ben az EU-tagországok férőhelyeinek száma megközelítette a tízmilliót, az euró-zóna országai pedig meghaladta a 8,5 milliót. A csatlakozó országok nagyságrendileg a 15 régi EU-tag kapacitásának 8%-ával növelték az uniós kapacitásokat.

1.1.1. Minősítési rendszerek Európában

Sem a jelen cikkben is szereplő ágazati adatok értelmezése, sem pedig a szállodai marketing szempontjából nem elhanyagolható a szállodák kategorizálásának kérdése Európában.

Az EU-ban jelenleg nem létezik egységes minősítési rendszer a szállodákra vonatkozóan. Európában jelenleg Ausztria, Belgium, Dánia, Észtország, Franciaország, Görögország, Hollandia, Írország, Nagy-Britannia, Németország, Magyarország, Málta, Olaszország, Portugália, Spanyolország, Svájc és Svédország rendelkezik hivatalos osztályba sorolási rendszerrel, Finnország és Norvégia azonban nem.

Ausztriában, Észtországban, Franciaországban, Németországban, Írországban, Svédországban a besorolási rendszer önkéntes alapon működik, Svájcban a Szálloda Szövetség tagjai számára kötelező, Nagy-Britanniában önkéntes, bár a kormányzat kérheti a minősítést; a többi országban pedig kötelező.

Országoként eltérő az, hogy ki tervezte a besorolási rendszert (például szakmai szervezet vagy hatóság), ki végzi a minősítést (például szakmai szervezet, hatóság, független vállalkozás) és ki finanszírozza (hatóság, szakmai szervezet vagy a minősített szálloda).

2004-től az Európai Bizottság nagyobb hangsúlyt fektet az egységes európai szolgáltatási piac megteremtésére, amelynek egyik következménye, hogy egységes szolgáltatási standardokat kívánnak bevezetni.

A 35 szakmai és munkaadói szövetséget tömörítő HOTREC (Hotels, Restaurants & Cafés in Europe) élesen tiltakozik a standardizálás ellen, mivel úgy vélik, hogy a desztinációk, ezzel együtt a szolgáltatások sokfélesége fontos eleme az adott desztináció vonzerejének, mivel ez a sokszínűség a különböző helyek különféle kultúráit tükrözi. Véleményük szerint a turisták nem mindenhol ugyanazokat az egységes körülményeket keresik, hanem éppen ellenkezőleg, elvárásaik az úti céltól, utazásuk motivációjától és jellegétől függően változnak. A HOTREC álláspontja

2. táblázat

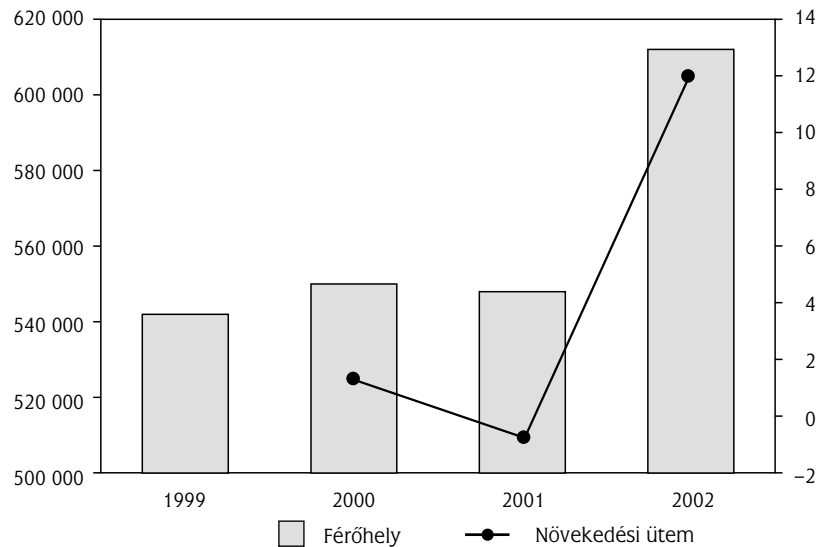
A férőhelyek számának alakulása az EU szállodáiban és hasonló létesítményeiben, 1999-2002

	Férőhelyek száma				Éves növekedési ütem (%)		
	1999	2000	2001	2002	2000	2001	2002
Európai Unió (15)	9 521 175	9 714 484	9 885 954	9 945 611	2,0	1,8	0,6
Euró-zóna	7 501 347	7 665 830	8 427 121	8 532 759	2,2	9,9	1,3
Új tagországok*	705 707	714 285	716 662	717 431	1,2	0,3	-

* 2002-re Lettország és Málta adatai nem álltak rendelkezésre.

Forrás: Eurostat

A közép-kelet-európai szállodák és hasonló létesítmények férőhelyeinek alakulása, 1999-2002 (férőhely és százalék)



Forrás: Eurostat

szerint a létező minősítési rendszerek harmonizálása elfogadhatatlan, helyette az egyes, létező (jól ismert és működő) rendszerek átláthatóságát kell javítani.

Az egységes minősítési rendszer mellett érvelők ugyanakkor úgy vélik, hogy a fogyasztók nem tudják összehasonlítani az egyes szálláshelyek szolgáltatásait, és ha a valóságos helyzet nincs összhangban elvárásaikkal, akkor csalódottá és elégedetlenné válhatnak.

Különösen fontosnak tartják a kategorizálás kérdését Európában, ahol a szállodaláncok aránya nagyon alacsony, sok a független szálloda.

További problémaként említik, hogy a létező minősítési rendszerek jórészt a szállodák fizikai jellemzőit veszik figyelembe, nem pedig a szolgáltatás jellemzőit, amelyek kétségkívül lényegesen nehezebben mérhetőek és nehezebb az objektivitás megteremtése is.

A cikk írásakor még nincs döntés az európai minősítési rendszerekre vonatkozóan, biztos azonban, hogy annak bevezetése nagymértékben befolyásolni fogja az ágazat és a fogyasztók helyzetét az EU-ban, illetve a fentiekben leírtakat figyelembe kell venni az ágazatra vonatkozó nemzetközi adatok értelmezése során.

1.3. KÖZÉP-KELET-EURÓPÁBAN ÉS MAGYARORSZÁGON

Az Eurostat adatai szerint (1. ábra) a kelet-közép-európai⁴ országok férőhelyeinek száma némi átmeneti csökkenés után 2002-ben ugrásszerűen, 11,6%-kal 610 ezer fölé emelkedett. Ez a növekedés jórészt a Csehországban regisztrált több mint 20%-os és a szlovákiai 10%-os növekedésnek köszönhető, ám a régió legalacsonyabb növekedési ütemét regisztráló Szlovénia is 1,9%-os bővülést ért el.

⁴ Csehország, Lengyelország, Magyarország, Szlovénia és Szlovákia.

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint (3. táblázat) 2002 és 2004 között a magyarországi szállodák kapacitása minden mutatót tekintve 2% körüli növekedési ütemet elérve kismértékben bővült. Az adatok azt mutatják, hogy 2004-ben a minőségi szállodafejlesztés kapott hangsúlyt: az átlagnál jóval dinamikusabb mértékben bővült a 4 és 5 csillagos szállodák, illetve a gyógyszállodák kapacitása. A szobák számát tekintve a négycsillagos szállodák 13,7%-kal, az ötcsillagos szállodák 13,3%-kal, a gyógyszállodák pedig 16,4%-kal növelték kapacitásukat. Ugyanezen időszakban a négycsillagos szállodák 13,7%-kal, az ötcsillagos házak 14,2%-kal, a gyógyszállodák pedig 18,9%-kal bővítették férőhelyeik számát.

2. A szállodai teljesítménymutatók alakulása

A fejezetben szereplő adatok elsődleges forrása a Horwath International The Worldwide Hotel Industry Study 2002 kutatása, amelyet mintegy 2500, teljes körű szolgáltatást nyújtó szálloda körében bonyolítottak le. A mintában szereplő hotelek világszerte összesen 700 000 szobával rendelkeznek, átlagosan 280 szobások, amely érték kismértékben meghaladja az ágazatban átlagosnak tartott méretet. Az eredményeket a Mintel publikálta, illetve kiegészítette a Hospitality Valuation Services International, a Jones Lang Lasalle Hotels, az Ernst & Young és a Deloitte Touche adataival. A szállodai piac egyik fő piacára, az Amerikai Egyesült Államokra vonatkozóan a Smith Travel Research (STR) legfrissebb adatait is közöljük. Az Európára vonatkozó részben felhasználtuk továbbá a párizsi MKG Conseil adatait, Magyarország esetében pedig a Központi Statisztikai Hivatal információt.

A magyarországi szállodák kapacitásának alakulása, július 31-én

Szállástípus	Egységek száma				Szobák száma				Férőhelyek száma			
	2002	2003	2004	2004/ 2003 (%)	2002	2003	2004	2004/ 2003 (%)	2002	2003	2004	2004/ 2003 (%)
Szállodák összesen	806	822	824	100,2	45 512	46 252	47 611	102,9	107 899	109 726	112 769	102,8
5 csillagos	12	14	16	114,3	2 840	3 275	3 709	113,3	5 979	6 859	7 834	114,2
4 csillagos	80	89	105	118,0	9 562	10 653	12 112	113,7	20 878	23 552	26 778	113,7
3 csillagos	411	414	428	103,4	21 696	21 449	21 977	102,5	50 999	50 263	51 835	103,1
2 csillagos	222	224	200	89,3	8 513	8 127	7 179	88,3	22 115	21 579	18 962	87,9
1 csillagos	81	81	75	92,6	2 901	2 748	2 634	95,9	7 928	7 473	7 360	98,5
Gyógyszálloda	44	48	56	116,7	5 426	5 819	6 774	116,4	11 690	12 502	14 868	118,9
Wellness-szálloda	15	1 080	2 634	..

Forrás: KSH

2.1. A VILÁGON

A világ szállodáinak teljesítménye 1999 és 2002 között javult, bár az átlagos RevPAR⁵ 2002-ben kismértékben elmaradt az 1999-es adattól, mivel a gazdasági problémák és a terrorizmustól való félelem még világszerte befolyásolta a szálláshely-szolgáltatás helyzetét (4. táblázat). A 2002. évi, átlagosnál magasabb árak nem tudták ellensúlyozni az 1999-hez képest bekövetkezett, 3,3 százalékpontos foglaltság⁶ csökkenést.

4. táblázat

A világ szállodáinak teljesítménye 1999-ben és 2002-ben

	Foglaltság (%)		ADR ⁷ (USD)		RevPAR (USD)		
	2002	1999	2002	1999	2002	1999	2002/ 1999 (%)
Összes szálloda	63,5	66,8	91,6	88,99	58,18	59,45	-2,1

Forrás: Horwath International / Mintel

A Horwath International mintájában a *hotelláncok tagjainak teljesítménye messze meghaladta a független házakét*, a hotelláncok tagjainak RevPAR mutatója 21%-kal volt magasabb a függetlenekénél, magasabb áraknak és foglaltsági adataiknak köszönhetően (5. táblázat).

5. táblázat

A lánchoz tartozó és a független szállodák teljesítménye 2002-ben

	Foglaltság (%)	ADR (USD)	RevPAR (USD)
Lánc	64,10	92,96	59,92
Független	59,70	84,02	49,45

Forrás: Horwath International / Mintel

A különböző kategóriájú szállodák között a felmérési eredmények alapján csekély különbség tapasztalható, bár a felsőbb kategóriába tartozó házak szobaszámukat tekintve nagyobbak az átlagnál (6. táblázat). A 300 szobásnál nagyobb szállodák RevPAR mutatója 20%-kal magasabb az átlagosnál, amely a jobb foglaltságnak köszönhető.

6. táblázat

A világ szállodáinak teljesítménye kategória és méret szerint, 2002

	Összes	Árkatégória			Méret		
		Luxus	Első osztály	Közép/ economy kategória	100 szoba alatt	100-300 szoba	300 szobánál nagyobb
Szobák száma	263	330	247	225	66	188	502
Foglaltság (%)	63,5	64,9	64,5	61,8	59,5	63,1	66,0
ADR (USD)	91,62	142,22	92,08	56,03	84,21	85,98	106,16
RevPAR (USD)	58,18	92,30	59,39	34,63	50,10	54,25	70,07

Luxus: 100 USD-nél drágább, első osztály: 75-100 USD között, közép / economy: 75 USD alatt.

Forrás: Horwath International / Mintel

⁵ Revenue per available room, egy kiadható szobára jutó bevétel. A foglaltsági mutató és az ADR (ld. 7. l. megjegyzet) szorzatának felhasználásával számítják.

⁶ A foglalt szobák átlagos aránya, általában egy évre vonatkoztatva számítják.

⁷ Average daily rate, átlagos napi szobaár, általában egy évre vonatkoztatva számítják.

A szállodák teljesítményének alakulása régió szerint 2002-ben

	Összes szálloda	Afrika és Közel-Kelet	Ázsia	Óceánia	Európa	Észak-Amerika	Dél-Amerika
Szobák száma	263	242	353	197	190	281	243
Foglaltság (%)	63,5	54,7	65,2	67,2	64,2	62,8	50,6
ADR (USD)	91,62	88,07	69,76	74,69	91,86	104,47	80,21
RevPAR (USD)	58,18	48,17	45,48	50,19	58,97	65,61	40,59

Forrás: Horwath International / Mintel

Utóbbi viszont annak tudható be, hogy a nagy szállodák általában jobb, kiemelt turisztikai helyszíneken találhatóak.

A Horwath International adatai azt mutatják, hogy a szállodák átlagát tekintve a bevételek több mint fele (60,2%-a) a szállásdíjbevételekből származik, és a profitot tekintve is meghatározó a részesedése (56,9%). Az egyes részlegekhez köthető profit 73,8%-át a szobakiadás termeli.

Érdekes módon – a F&B⁸ átlagosnál nagyobb forgalmának köszönhetően – a nagyobb hotelek szállásdíjbevétele az átlagosnál alacsonyabb. Ez részben azt jelzi, hogy a banqueting tevékenység fontosabb szerephez jut a nagyobb szállodák esetében, amelyek gyakran konferencia szállodák is, másrészt pedig azt jelenti, hogy olyan resortról van szó, ahol biztosított az éttermi vendégkör.

A földrajzi régiókat tekintve (7. táblázat) 2002-ben Észak-Amerika érte el a legmagasabb RevPAR-t, jórészt az erős dollárnak köszönhetően, a második helyen Európa állt, ugyanakkor az euró erősödésének következtében azóta feltehetőleg megváltozott a sorrend.

A 2005. január-szeptemberre vonatkozó adatok alapján a foglaltság 2,7%-kal 64,5%-ra emelkedett, az átlagos szobaár pedig 5,1%-kal 90,65 dollárra nőtt. A RevPAR 58,49 dollár volt az év első kilenc hónapjában (8%-os növekedés). Az eredmények azért is tekinthetők kiemelkedően jónak, mert a 2004. évi bázis adatok is magasak voltak. A Smith Travel Research (Katrina hurrikán után módosított) előrejelzése szerint az ágazat az STR adatgyűjtése történetének legmagasabb RevPAR növekedését érheti el 2005-ben.

Az átlagos működési profit, a menedzsment díjak levonása után, a teljes forgalom 29%-át teszi ki a Horwath International mintájában (8. táblázat). Egyértelmű összefüggés van a szálloda kategóriája és a profitráta között: az átlagos profitráta a luxus szállodák körében a legmagasabb, őket az első osztályú hotelek követik. A nagy szállodák, amelyek átlagosan 500 szobások, szintén átlagon felüli mértékben nyereségesek.

Az adatok értelmezésekor ugyanakkor figyelembe kell venni, hogy azok a szállodai befektetések eseté-

A szállodák nyereségességének alakulása régió szerint 2002-ben, a forgalom százalékában

	Afrika és Közel-Kelet	Ázsia	Óceánia	Európa	Észak-Amerika	Dél-Amerika	Összes szálloda
GOP ⁹ a menedzsment díjak levonása előtt	37,5	30,1	30,2	38,4	29,7	26,4	31,6
Menedzsment díjak	4,0	1,7	2,0	1,3	3,3	3,0	2,6
Fix kiadások előtti bevétel ¹⁰	33,5	28,4	28,2	37,1	26,4	23,4	29,0

Forrás: Horwath International / Mintel

A Smith Travel Research legfrissebb adataiból kiderül, hogy az Amerikai Egyesült Államok szálláshely szolgáltató ágazata esetében a foglaltság 2004-ben 61,3%-ot ért el, szemben a 2003. évi 59,1%-kal (3,7%-os növekedés). Az átlagos szobaár 4%-kal 86,41 dollárra emelkedett a 2003. évi 83 dollárról. A RevPAR 7,8%-kal 52,93 dollárra növekedett 2004-ben.

⁸ Food and beverages, vendéglátás.

⁹ Gross Operating Profit, bruttó működési nyereség.

¹⁰ A fix kiadások előtti bevétel alatt azt a bevételt értik, amelyből még nem vonták le az olyan állandó tételeket, mint amortizáció, kamat, bérleti díj, tulajdon utáni adó, biztosítási díj és amely még nem veszi figyelembe egy szálloda értékesítése során keletkező nyereséget, illetve veszteséget.

ben nem a teljes nyereségességet tükrözik, mivel például az amortizáció összegét, a lízing díjakat vagy a kamatokat figyelmen kívül hagyja a számítás. Az alacsony árakkal dolgozó ún. budget hotelek esetében a befektetés megtérülése átlagon felüli, mivel az építési költségek alacsonyak a bevételekhez és a működési profit-hoz viszonyítva.

2.2. EURÓPÁBAN

A Horwath International és a Mintel adatai szerint az európai szállodák teljesítménye nagyjából megfelel a világtárlagnak, bár a szállodák kisebbek, főleg az első osztályú szegmensben (9. táblázat).

Az európai szállodák teljesítménye kategória és méret szerint, 2002

	Összes	Árkatégória			Méret		
		Luxus	Első osztály	Közép/economy kategória	100 szoba alatt	100-300 szoba	300 szobánál nagyobb
Szobák száma	190	277	162	146	60	177	446
Foglaltság (%)	64,2	67,4	69,9	60,2	59,6	65,7	67,6
ADR (USD)	91,86	145,66	87,66	59,58	71,65	92,36	124,12
RevPAR (USD)	58,98	98,17	61,27	35,87	42,0	60,68	83,90

Luxus: 100 USD-nél drágább, első osztály: 75-100 USD között, közép / economy: 75 USD alatt.

Forrás: Horwath International / Mintel

Az európai szállodák a világ átlagánál jóval nyereségesebbek (10. táblázat), ez elsősorban annak köszönhető, hogy a működési költségek arányaikban jóval alacsonyabbak, mint más régiókban, mivel a részlegekhez köthető profitráták alig magasabbak az átlagnál. Más régiókkal összehasonlítva különösen az adminisztratív, a működési és a marketing költségek alacsonyak. A láncok által üzemeltetett szállodák főként vezető városi desztinációkban találhatók, ez biztosítja a folyamatos turistaforgalmat, így lehetővé teszi, hogy a hotelek alacsonyan tartsák marketing kommunikációs kiadásait. A működési költségek alacsony aránya a megbízható és hatékony városi infrastruktúrának

köszönhető. Fontos továbbá, hogy a franchise és menedzsment díjak arányukat tekintve a régióban a legalacsonyabbak. A nagy, magas kategóriájú szállodák a legnyereségesebbek, mivel esetükben a méretgazdaságosság elve érvényesül.

Az MKG Conseil EU-s szállodaláncokra vonatkozó adatai (11. táblázat) alapján megállapítható, hogy 2002-ben a számtalan negatív tényező (gazdasági problémák, csökkenő üzleti utazási kiadások, erősödő euró, tengerentúli vendégek távolmaradása, háborús készülődés) ellenére jó évet zártak. Az olcsó szállodák, amelyek elsősorban a belső és régió belüli turisták által keresettek, 2001-hez

Az európai szállodák nyereségessége kategória és méret szerint, 2002

	Összes	Árkatégória			Méret		
		Luxus	Első osztály	Közép/economy kategória	100 szoba alatt	100-300 szoba	300 szobánál nagyobb
GOP a menedzsment díjak levonása előtt	38,4	41,8	39,6	32,5	32,6	39,2	42,3
Menedzsment díjak	1,3	1,7	0,5	1,2	1,0	1,2	1,9
Fix kiadások előtti bevétel	37,1	40,1	39,1	31,3	31,6	38,0	40,4

Luxus: 100 USD-nél drágább, első osztály: 75-100 USD között, közép / economy: 75 USD alatt.

Forrás: Horwath International / Mintel

Hotelláncok teljesítménye az EU-ban, osztálybasorolás szerint, 2001-2002

Kategória	Foglaltság (%)		ADR (EUR) *		RevPAR (EUR) *		
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2002/2001 (%)
Besorolás nélkül	76,6	75,0	24,9	26,0	19,0	19,5	2,6
1 csillagos	75,3	72,8	33,2	34,9	25,0	25,4	1,6
2 csillagos	70,1	70,7	64,8	67,7	45,5	47,8	5,1
3 csillagos	66,6	64,4	86,3	88,3	57,5	56,9	-1,0
4 csillagos	68,1	66,0	134,4	134,9	91,6	89,1	-2,7
EU-átlag**	68,5	66,8	93,0	94,3	63,7	63,0	-1,1

* ÁFA-val együtt. ** EU-15.

Forrás: MKG Conseil / Mintel

Hotelláncok teljesítménye az EU-ban, osztálybasorolás szerint, 2003-2004

Kategória	Foglaltság (%)		ADR (EUR)*		RevPAR (EUR)*		
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2004/2003 (%)
Besorolás nélkül	72,2	71,8	28,1	29,6	20,3	21,2	4,6
1 csillagos	71,5	71,6	36,4	37,7	26,0	27,0	3,7
2 csillagos	68,8	69,3	62,6	65,0	42,9	45,0	4,9
3 csillagos	63,0	63,6	83,5	84,3	52,2	53,6	2,6
4 csillagos	64,3	65,2	125,9	128,9	80,4	84,1	4,6
EU-átlag**	65,2	65,9	91,8	93,7	59,6	61,8	3,7

* ÁFA-val együtt. ** EU-25.

Forrás: MKG Conseil, saját számítás

hasonlóan az átlagosnál lényegesen jobban teljesítettek. Az eredmény részben annak is köszönhető, hogy sok üzleti utazó a korábbinál alacsonyabb kategóriájú szállodát választott. Ugyanez a jelenség, illetve a költés általános visszafogása, továbbá a tengerentúli vendégek távolmaradása okozott problémát a magasabb kategóriájú, első sorban a négycsillagos szállodákban.

2004-re a gazdasági fellendülés éreztette a hatását: három évnyi folyamatos csökkenés után, 2003-hoz képest 3,7%-kal magasabb RevPAR-t értek el a 25-tagú EU szállodaláncai (12. táblázat). Az MKG számítása szerint az adózatlan bevételek 5%-kal növekedve 24 milliárd eurót értek el.

Az MKG Conseil legfrissebb, publikált adatai alapján az EU szállodaláncainak 2005. áprilisi teljesítménye rendkívül jó volt: a RevPAR 9,8%-kal növekedett, az ADR 4,5%-os és a foglaltság 3,3% pontos javulásának köszönhetően. Csökkenés csak az olcsóbb szállodák foglaltsági adatai esetében volt tapasztalható, amelyet azonban jelentős áremeléssel kompenzáltak, így az egy kiadható szobára jutó bevétel ott is növekedett.

Országok szerint vizsgálva az EU szállodaláncainak teljesítményét (13. táblázat) megállapítható, hogy 2004-ben átlagon felüli RevPAR növekedést Németország, Ausztria, az Egyesült Királyság, Svédország és Dánia értek el; csökkenést Csehország és Olaszország regisztrált.

A 2005. áprilisi, országos bontású adatok alapján megállapítható, hogy a legtöbb ország, így Magyarország eredményei jelentősen javultak az előző év azonos időszakához képest.

A Deloitte&Touche új kutatásának eredményei szerint a moszkvai szállodák közel háromszor jövedelmezőbbek, mint az átlagos kontinentális európai házak. Míg az átlagos európai szálloda 15 ezer eurós profitot ért el szobánként, a moszkvaiak 39 ezer eurós nyereséget regisztráltak.

Az elmúlt három év csökkenő trendje után 2004-ben mindenhol növekedett az egy szobára jutó nyereség, ám a moszkvai adatok minden rekordot megdöntöttek: 31%-kal voltak magasabbak a 2003. évi eredményénél, szemben az összeurópai 7%-os növekedéssel. Ráadásul a moszkvai szállodások voltak a legjobbak a bevétel nyereséggé

Hotelláncok teljesítménye az EU-ban, országok szerint, 2005. április

	Foglaltság (%)	Változás (százalékpont)	ADR (EUR)	Változás (%)	RevPAR (EUR)	Változás (%)
Ausztria	70,2	+0,1	84,1	+6,6	59,1	+6,7
Belgium	73,1	+4,1	96,1	+12,8	70,2	+18,6
Csehország	72,8	-5,5	133,3	-0,5	97,0	-7,5
Dánia	65,0	+12,8	153,7	+24,6	99,9	+55,1
Egyesült Királyság	74,6	+3,7	118,2	+7,4	88,1	+13,0
Franciaország	67,5	=	70,0	+4,3	47,3	+4,3
Hollandia	79,1	+0,5	97,3	+4,9	77,0	+5,5
Lengyelország	54,8	+6,2	50,2	-6,5	27,5	+5,5
Magyarország	75,4	+3,1	78,5	+1,7	59,2	+6,1
Németország	65,0	+8,1	86,5	+7,4	56,2	+22,7
Olaszország	65,8	-1,5	139,2	+1,7	91,5	-0,6
Spanyolország	68,5	+2,9	889,7	+61,4	61,4	+4,5
Svédország	62,5	+10,8	118,9	+16,8	74,3	+41,2

Forrás: MKG Conseil

történi átalakításában is: a bevétel 53%-át érte el a nyereség, szemben például a brüsszeli 22%-kal.

Mint a Deloitte&Touche rámutat, az orosz fővárosban aránytalanul sok a magas kategóriájú szálloda, amelyek ráadásul magas árakat is alkalmazhatnak, mivel a városban minden egyéb szolgáltatás és árucikk relatíve olcsó. További előnyt jelent számukra, hogy a bevételeik „kemény” valutában, kiadásai viszont rubelben keletkeznek.

A legnagyobb profitnövekedést Düsseldorf érte el: 2004-ben 76%-kal, 14 ezer euróra nőtt az egy szobára jutó nyereség. Más német városok is jól teljesítettek a szakmai vásárok két éves periódusának köszönhetően: például a stuttgarti szállodák egy szobára jutó nyeresége 17%-kal növekedett.

Tovább folytatódik a kelet-európai boom is: Prága 20%-os, Budapest 19%-os szobánkénti nyereségnövekedést könyvelt el. Varsó esetében, ahol a magas kategóriájú szegmens évek óta piaci túlkínálattal küzd, 6%-os csökkenést regisztráltak.

Madridban, ahol a túlkínálat szintén problémát okoz 12%-os szobánkénti nyereségcsökkenést regisztráltak, amely csak egy százalékponttal jobb eredmény Milánó, a kontinens legrosszabbul teljesítő városának adatánál.

A Business Travel International 2005. első féléves szobaárakra vonatkozó felmérése is Moszkvát jelölte meg a világ három legdrágább városa egyikeként (14. táblázat). A felmérés szerint a világ átlagos szobaára 107,7 GBP (159,4 EUR¹¹) volt az év első felében, amely 6%-kal magasabb 2004 azonos időszakának adatánál.

2.3. MAGYARORSZÁGON

A Központi Statisztikai Hivatal adatai (15. táblázat) szerint a magyar szállodák teljesítménymutatói a 2001 óta tartó

14. táblázat

A világ legmagasabb szobaárai, 2005. első félév

	2004. első félév (GBP)	2005. első félév (GBP)	Változás (%)
Moszkva	128,26	165,21	+29
Róma	139,30	157,65	+13
Bangalore	103,93	147,83	+42
Párizs	138,17	146,10	+6
New York	136,44	145,83	+7
Milánó	144,28	141,69	-2
London	128,55	136,66	+6
Genf	123,95	135,97	+10
Athén	132,20	134,23	+2
Stockholm	129,60	134,23	+3

Forrás: Business Travel International / Mintel

kedvezőtlen időszak után 2004-ben javultak. A szállodák szobafoglaltsága 2,7 százalékponttal 46,4%-ra növekedett. A szobák bruttó átlagára 5,7%-kal 11 875 forintra nőtt, az egy kiadható szobára jutó bevétel pedig 12,1%-kal 5507 forintra emelkedett.

Árnyaltabb képet kapunk, ha kategóriák szerint vizsgáljuk a mutatók alakulását (16. táblázat). Látható, hogy a foglaltsági mutató növekedése nagyrészt az ötcillagos szállodáknak köszönhető (+10%), míg a kétcillagos házak jelentős, 7%-os csökkenést szenvedtek el. Ennek ellenére körükben is növekedett a RevPAR (tehát a szobaárak emelésével kompenzálták a kiesést), viszont 5,7%-os csökkenés volt tapasztalható az egycillagos szállodák körében. A RevPAR esetében is az ötcillagos szállodák regisztrálták a legnagyobb növekedést, 10,8%-ot.

15. táblázat

A magyar szállodák teljesítményének alakulása, 2002-2004

	Foglaltság (%)	Változás (százalékpont)	Bruttó átlagár (HUF)	Változás (%)	RevPAR* (HUF)	Változás (%)
2002	45,1	-1,5	11 420	+4,3	na	na
2003	43,7	-1,4	11 239	-1,6	4 769	na
2004	46,4	+2,7	11 875	+5,7	5 507	+12,1

* Bruttó.

Forrás: KSH

16. táblázat

A magyar szállodák teljesítménye kategória szerint, 2003-2004

Kategória	Foglaltság (%)		ADR (HUF)*		RevPAR (HUF)*		
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2004/2003 (%)
5 csillagos	55,1	60,5	na	29 627	na	17 911	+10,8
4 csillagos	54,9	58,2	na	13 127	na	7 640	+6,3
3 csillagos	41,0	42,6	na	7 660	na	3 267	+6,7
2 csillagos	31,1	28,8	na	6 662	na	1 920	+1,9
1 csillagos	30,8	31,6	na	4 624	na	1 461	-5,7

* Bruttó.

Forrás: KSH

¹¹ 1 GBP = 1,48 EUR, <http://x-rates.com>

A magyarországi szállodák bevételeinek alakulása kategória szerint, 2004

	Szállásdíjbevétel		Vendéglátás bevétele		Egyéb szolgáltatásokból és reggeliből származó bevétel		Bevétel összesen	
	millió forint	2004/2003 (%)	millió forint	2004/2003 (%)	millió forint	2004/2003 (%)	millió forint	2004/2003 (%)
Szállodák összesen	84 558	114,2	42 236	120,3	37 420	116,8	164 213	116,3
5 csillagos	23 396	121,1	10 827	137,6	6 820	126,7	41 043	126,0
4 csillagos	33 120	119,1	16 204	123,2	18 053	128,4	67 378	122,4
3 csillagos	23 433	108,6	12 803	111,2	11 314	104,1	47 550	108,2
2 csillagos	3 741	86,3	2 210	93,7	1 100	74,2	7 051	86,2
1 csillagos	867	86,0	192	87,5	133	56,8	1 192	81,6

Forrás: KSH

2004-ben a magyar szállodák bevételei 16,3%-kal nőttek 2003-hoz képest (17. táblázat). A legnagyobb mértékben az ötcsillagos (+26%) szállodák bevételei növekedtek, az egy- és kétszillagos szállodák bevételei pedig 18,1%-kal, illetve 13,8%-kal csökkentek. A magyar szállodák esetében a szobakiadás generálta az összes bevétel 51,5%-át 2004-ben. A szállásdíjbevételek részesedése az ötcsillagos (57%), a kétszillagos (53,1%) és az egyszillagos (72,7%) szállodák esetében az összes bevételből magasabb az átlagosnál. A vendéglátás bevételeinek átlagos aránya 25,7%. A vendéglátás a bevételek átlagosnál nagyobb arányt generálja az ötcsillagos (26,4%), a háromcsillagos (26,9%) és a kétszillagos (31,3%) szállodák esetében.

A nemzetközileg érvényesülő trendnek megfelelően a külföldi vendégek generálják a magyarországi szállásdíjbevételek meghatározó, 75%-os hányadát (18. táblázat). Egyértelmű összefüggés van a szálloda kategóriája és a külföldiek által generált szállásdíjbevételek aránya között: a külföldiek részesedése az ötcsillagos szállodák esetében a legmagasabb (93%), míg az egyszillagos szállodák esetében a legalacsonyabb (22%). Ugyanakkor 2004-ben a belföldi vendégek által generált szállásdíjbevételek növekedési üteme rendre meghaladta az átlagot (illetve a csökkenés mértéke elmaradt az átlagos csökkenési ütemtől).

3. Az ágazat szerkezete: függetlenek vs. láncok

Bár a világ szállodáinak többsége független, tulajdonos által menedzselte ház, a szállodaláncok kapacitása gyorsabban bővül: részben az új építéseknek, részben pedig a meglévő házak csatlakozásának köszönhetően. A szállodaláncoknak természetüknél fogva számtalan előnyük van, a méretgazdaságosság elve érvényesül a marketing, az elosztás, a működési és pénzügyi költségek esetében egyaránt. Sokszor több, egymáshoz közeli házat menedzsel egy-egy személy (például vezérigazgató, marketingigazgató vagy pénzügyi igazgató). Mint az 5. táblázat adatai alapján már láthatjuk: ezek az előnyök a szállodaláncok teljesítménymutatóiban is jelentkeznek.

A legtöbb szállodalánchoz tartozó ház a legnagyobb városi desztinációk központjában található és elsősorban a rendszeresen üzleti ügyekben utazókat célozzák meg. Ugyanakkor az olyan spanyol láncok mint a Sol Melia, a Barcelo vagy az Occidental a szabadidős célú turizmusra koncentrálnak. A repülőtéri szállodák is kedvelt elemei a szállodaláncok kínálatának. A vidéki szállodák, üdülőhelyek, amelyek távol esnek a forgalmas utaktól, autópályáktól, nem tartoznak a szállodaláncok által keresett házak közé.

A magyarországi szállodák szállásdíjbevételeinek alakulása kategória és küldőpiac szerint, 2004

	Belföldi szállásdíjbevétel		Külföldi szállásdíjbevétel		Szállásdíjbevétel összesen	
	millió forint	2004/2003 (%)	millió forint	2004/2003 (%)	millió forint	2004/2003 (%)
Szállodák összesen	21 127	120,5	63 430	112,2	84 558	114,2
5 csillagos	1 748	159,3	21 648	118,8	23 396	121,1
4 csillagos	7 222	139,6	25 898	114,4	33 120	119,1
3 csillagos	9 061	116,9	14 372	103,9	23 433	108,6
2 csillagos	2 422	86,1	1 319	86,6	3 741	86,3
1 csillagos	674	96,6	193	62,2	867	86,0

Forrás: KSH

A világ legnagyobb szállodaláncai 2003-ban (2004. január 1-jei állapot)

Helyezés	Csoport	Ország	Szállodák száma		Szobák száma		2004/2003 (%)
			2003	2004	2003	2004	
1.	InterContinental Hotels Group	UK	3 325	3 520	515 525	536 318	+4,0
2.	Cendant	USA	6 513	6 399	536 097	518 435	-3,3
3.	Marriott International	USA	2 493	2 655	453 851	479 882	+5,7
4.	Accor	FRA	3 829	3 894	440 807	453 403	+2,9
5.	Choice	USA	4 664	4 810	373 722	388 618	+4,0
6.	Hilton Corp.	USA	2 078	2 142	336 493	344 618	+2,4
7.	Best Western	USA	4 064	4 110	308 911	310 245	+0,4
8.	Starwood	USA	748	774	226 970	237 934	+4,8
9.	Carlson Hospitality Worldwide	USA	847	879	141 923	147 478	+3,9
10.	Hilton International	UK	399	409	99 945	102 602	+2,7

Forrás: MKG Conseil

Ugyanakkor ezen a téren is van kivétel: a mecklenburgi tövidék közelmúltban létrehozott resortja (a Fleesensee) új trendet indíthat. 1 600 szobája három hotelhez tartozik: Dorfhotel, SAS/Radisson és Robinson Club.

A tour operátorok is megjelentek a szállodaiiparban, például a német TUI 2002-ben 15 különböző szálláshely márkát birtokolt és tartott fenn.

3.1. A VILÁG

2003-ban a világ 100 legnagyobb szállodacsoportja 1555-tel növelte szállodáinak számát, ezzel az MKG Conseil adatai szerint összesítve elérték a 166 120 szobát. A tíz listavezető között három európai lánc törte meg az amerikai hegemoniát: a brit InterContinental Hotels Group, a francia Accor és a brit Hilton International (19. táblázat). Az ágazat erőteljesen koncentrált: a tíz legnagyobb csoport birtokolta a 100 legnagyobb szálloda több mint háromnegyedét.

A nehéz körülmények ellenére a szállodaláncok terjeszkedése jónak mondható, a 100 legnagyobb szálloda összesen 110 745 szobával rendelkezik: a növekedés 166 120 szoba volt, a csökkenés pedig 55 375.

2004-ben a brit InterContinental Hotels Group megőrizte vezető szerepét az American és a Candlewood Suites akvizíciójával, bár a Cendant szobaszámának növelése révén csökkentette a két vállalat közti távolságot. A tíz legnagyobb csoport fele a szobaszámának csökkenését jelentette, főként azért, mert a minőségbiztosítási politikájuknak megfelelően kizárták azokat a szállodákat, amelyek nem feleltek meg a normáknak. A legnagyobb változás a Hyatt megjelenése a rangsor 10. helyén – az AmeriSuites lánc megvásárlása és az új működési struktúrába, a Global Hyatt-be történő integrálása révén.

A szobaszám alapján a világ tíz vezető márkája a következő volt 2005. január 1-jén: Best Western, Holiday Inn, Comfort Inns & Suites, Marriott Hotels Resorts, Days

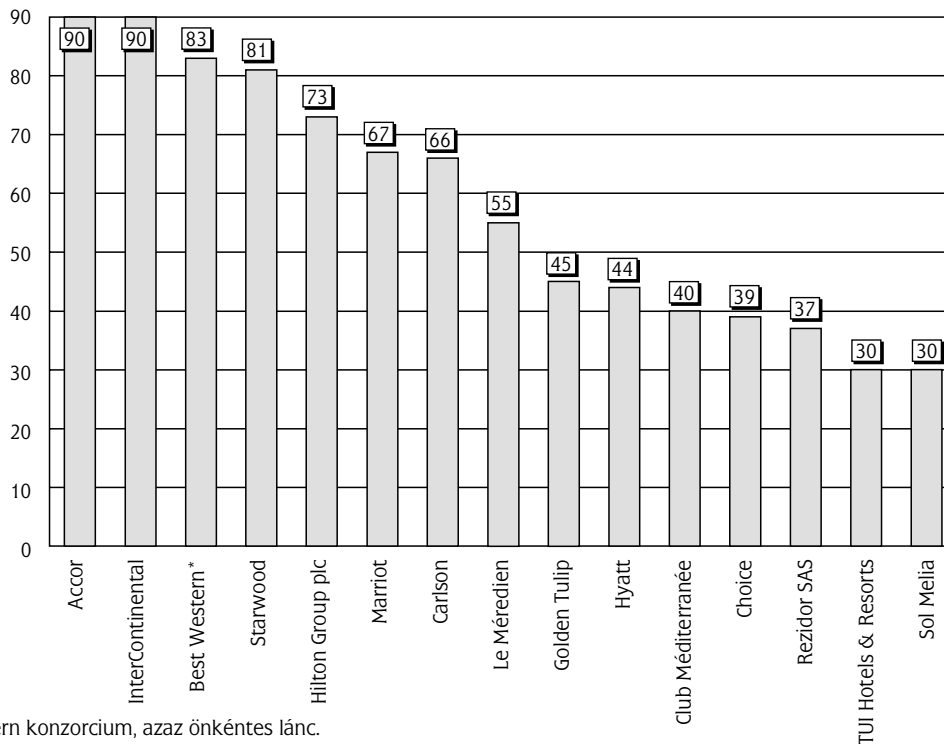
A világ legnagyobb szállodaláncai 2004-ben (2005. január 1-jei állapot)

Helyezés	Csoport	Ország	Szállodák száma		Szobák száma		2005/2004 (%)
			2004	2005	2004	2005	
1.	InterContinental Hotels Group	UK	3 520	3 540	536 318	534 202	-0,4
2.	Cendant	USA	6 399	6 396	518 435	520 860	+0,5
3.	Marriott International	USA	2 655	2 600	479 882	478 000	-0,4
4.	Accor	FRA	3 894	3 973	453 403	463 427	+2,2
5.	Choice	USA	4 810	4 977	388 618	403 806	+3,9
6.	Hilton Corp.	USA	2 142	2 259	344 618	358 408	+4,0
7.	Best Western	USA	4 110	4 114	310 245	309 236	-0,3
8.	Starwood	USA	774	7 33	237 934	230 667	-3,1
9.	Carlson Hospitality Worldwide	USA	879	890	147 478	147 093	-0,3
10.	Global Hyatt	USA	210	356	89 542	111 474	+24,5

Forrás: MKG Conseil előzetes adat

2. ábra

A legnagyobb szállodacsoportok nemzetközi jelenléte, 2002 (országok száma)



* A Best Western konzorcium, azaz önkéntes lánc.

Forrás: Mintel

Inn of America, Inc., Sheraton Hotels & Resorts, Hampton Inn, Super Motel 8, Ramada Franchise Systems. Az első húsz márka között még megtalálhatók az Accor Motel 6, Mercure, Ibis és Novotel márkái is (20. táblázat).

Az ágazat legfrissebb híre, hogy az 1964 óta külön üzemelő amerikai Hilton Hotels Corporation és a brit Hilton Group újra egyesülhet. Amennyiben a tárgyalások sikeresen zárulnak, a Hilton Hotels Corporation megvásárolja a 395 Hilton International szállodát. Ezzel a hatodikról az ötödik helyre kerülhet az amerikai Hilton Hotels Corporation.

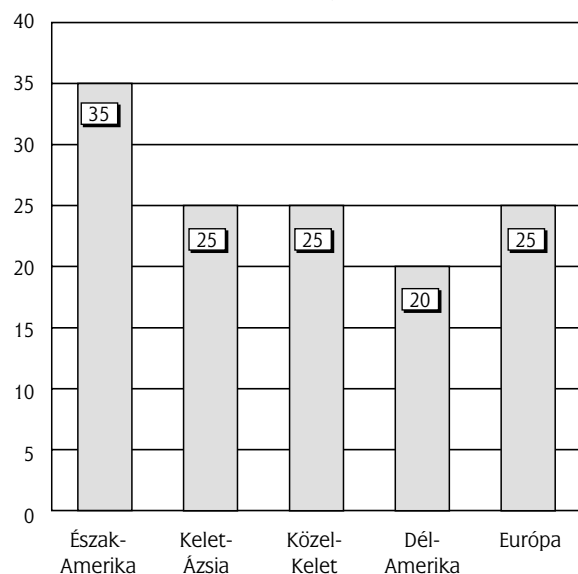
Bár az említett szállodanevek és márkák nemcsak a szállodaiipari dolgozóknak csengenek ismerősen, valójában nagyon kevés ténylegesen nemzetközinek tekinthető szállodacsoport van. Az Accor 90 országban van jelen, bár kapacitásának több mint fele Európában, további egyharmada pedig az USA-ban koncentrálódik. Az InterContinental még inkább Észak-Amerikára (72%) és Európára (20%) koncentrál. A Le Méridien ugyan csak 55 országban van jelen, de talán ezt a csoportot tekinthetjük a leginkább földrajzilag diverzifikáltnak, mivel kapacitásának 44%-a található Észak-Amerikán és Európán kívül (2. ábra).

A láncok jelenléte nagymértékben eltérő az egyes régiókban (3. ábra). Az észak-amerikai szállodák többsége viszonylag új, kifejezetten egy-egy szállodamárka számára építették, míg Európában a legtöbb egység régi és az átlagnál kisebb méretű. A Mintel becslése szerint 2002-re 25%-ra nőtt a láncok aránya, a 2000. évi 15%-ról. Ezt

döntően a közép-kelet-európai szállodakapacitás növekedésének tulajdonítják, amelyet nagyrészt a szállodaláncok indukáltak, köztük olyan regionális csoportok mint a lengyel Orbis vagy a magyar Danubius.

3. ábra

A szállodaláncokhoz tartozó szobák aránya régiók szerint, 2002



Forrás: Mintel

3.2. EURÓPA

Az MKG Conseil adatai szerint a 25 tagú Európai Unió legnagyobb szállodacsoportja az Accor, amely közel 9000 új szobával bővítette kapacitását 2004-ben¹² (21. táblázat). Az év jelentősebb változásai között említendő, hogy a Marriott a Ramada International franchise értékesítése után a kilencedik helyre csúszott vissza, valamint az, hogy a Travel Inn és a Premier Lodge összeolvadása révén új, olcsó szállodaóriás jött létre Nagy-Britanniában.

3.3. KELET-KÖZÉP-EURÓPA ÉS MAGYARORSZÁG

A Mintel 2002-es adatai szerint Lengyelországban az Accor és helyi partnere, az Orbis (amelyben 30%-os részesedéssel bír az Accor) uralja a piacot. A lánc 27 városban 55 házat birtokolt, amely összesen 10 500 három-, négy- és ötcsillagos szobát foglalt magában. 2003-ban az Orbis számottevően növelte méretét a Hekon Hotele Ekonomiczne Accor leányvállalat megvásárlásával.

A Magyar Szálloda Szövetség hét magyarországi szállodaláncot tart nyilván honlapján: Accor-Pannonia Hotels Rt., Cívis Hotels Rt., Danubius Szállodaüzemeltető és

Szolgáltató Zrt., Hegyvidék Szövetkezi Üdülőszálloda-lánc, Humán-Jövő 2000 Egészségmegőrző és Oktatási Kht., Hunguest Hotels Rt. és Taverna Holding Rt. A piacot a Danubius, a Hunguest (23 magyarországi, két Szerbia-montenegrói és egy romániai szálloda) és az Accor (17 magyarországi szálloda) uralja¹³.

A Danubius csoporthoz (a Béta lánchoz tartozó 15 szállodával együtt) 39 magyarországi, 9 csehországi, 1 londoni, 3 romániai és 18 szlovákiai szálloda tartozik. A jellemzően gyógyszállókat üzemeltető csoport szobáinak száma a 22. táblázatban látható módon alakul.

4. A szállodai vendégkör összetétele

4.1. A VILÁG ÉS EURÓPA

Bár a nemzetközi utazók általában szívesebben választják a szállodákat, a világ szállodavendégeinek csaknem 60%-át a belföldi utazók tették ki a Horwath International 2002-es felmérése szerint (23. táblázat). Az eredmény még meglepőbb, ha figyelembe vesszük, hogy a mintában tényleges súlyuknál nagyobb arányban szerepeltek a nagyobb, felsőbb kategóriába tartozó, széles szolgáltatási kört kínáló,

21. táblázat

Európa vezető szálloda csoportjai és márkái 2004-ben (2005. január 1-jei állapot)

Helyezés	Csoport (Ország)	Szállodák száma		Szobák száma		2005/2004 (%)
		2004	2005	2004	2005	
1.	Accor (Fr)	2 098	2 159	226 272	235 205	+3,9
2.	Best Western (US)	1 106	1 126	71 497	73 455	+2,7
3.	InterContinental (GB)	462	469	72 882	72 273	-0,8
4.	Louvre Hotels (Fr)	858	861	60 529	60 730	+0,3
5.	Hilton International (GB)	245	252	52 827	53 154	+0,6
6.	Sol Melia (ES)	207	205	42 240	43 083	+2,0
7.	TUI (D)	168	170	40 661	40 377	-0,7
8.	Choice (US)	433	404	35 681	34 794	-2,5
9.	Marriott International (US)	280	144	45 801	29 722	-35,15
10.	NH Hoteles (ES)	195	200	27 288	28 037	+3,0

Helyezés	Márka (Vállalat)	Szállodák száma		Szobák száma		2005/2004 (%)
		2004	2005	2004	2005	
1.	Best Western (BW)	1 106	1 126	71 497	73 455	+2,7
2.	Ibis (Accor)	568	5998	57 968	61 993	+6,9
3.	Mercure (Accor)	548	543	62 014	61 7212	-0,5
4.	Novotel (Accor)	270	279	42 060	44 084	+4,8
5.	Holiday Inn (ICHG)	275	266	41 930	40 873	-2,5
6.	Hilton (Hilton Int'l)	128	131	31 828	32 453	+2,0
7.	NH (NH)	195	200	27 228	28 037	+3,0
8.	Premier Travel Inn*	-	443	-	27 678	-
9.	Etap Hotel (Accor)	284	307	22 403	24 426	+9,0
10.	Formule 1 (Accor)	327	326	24 112	224 067	-0,2

* A Whitebread által birtokolt Premier Travel In budget szállodaláncok összeolvadásából jött létre 2004-ben.

Forrás: MKG Conseil / Mintel

¹² Az MKG Conseil csak az EU-ra vonatkozóan végzi az adatgyűjtést, így – mivel az EU-bővítés következtében az adatok nem hasonlíthatók össze teljes körűen – a korábbi adatok közlésétől eltekintünk.

¹³ A Hunguest Hotels és az Accor szállodaláncok összesített adatai nem álltak rendelkezésre.

A Danubius szállodai szobáinak száma

	Ötcsillagos	Négycsillagos	Háromcsillagos	Egyéb	Összesen
Budapesten	322	2 448	502	-	3 272
Vidéken	-	955	1 343	-	2 298
Béta lánc	-	106	723	84	913
Belföldön összesen	322	3 509	2 568	84	6 483
Csehország	98	345	445	23	911
Egyesült Királyság	-	376	-	-	376
Románia	-	-	168	232	400
Szlovákia	-	401	552	491	1 444
Külföldön összesen	98	1 122	1 165	746	3 131
Mindösszesen	420	4 631	3 733	830	9 614

Forrás: Danubius Szállodaüzemeltető és Szolgáltató Zrt.

láncokhoz tartozó házak. Ezek az átlagos szállodáknál nagyobb mértékben függnek a nemzetközi utazóktól.

A külföldi és a belföldi turisták megoszlása régióként változó. Bár az USA turisztikai bevételei alapján vezet a világrangsor, az észak-amerikai szállodákban a legalacsonyabb a külföldi vendégek aránya – jórészt a belföldi piac nagyságának köszönhetően. Ott, ahol az országokon belüli távolságok nagyok (például Dél-Amerika országai, vagy Óceániában), szintén átlagon felüli a belföldi vendégek aránya. Az ázsiai és afrikai, illetve közel-keleti adatok esetében a belső piac viszonylagos fejletlensége indokolhatja a külföldi vendégek magas arányát. Európa esetében a belföldi vendégek 56,9%-os aránya nagyjából megfelel a világot jellemző átlagos adatnak.

A szakmai okokból utazók (a találkozók résztvevői, a kormányzati utazók, a légitársaságok személyzete és az üzleti utazók összesen) a világ szállodai vendégeinek több mint felét teszik ki. Ezen mutató alapján a dél-amerikai szállodákban a legjelentősebb az üzleti turizmus aránya.

Ugyanakkor az üzleti utazók, akik általában a corporate rate-et fizetik, a teljes forgalom több mint felét adják. Az észak-amerikai és európai adatok jórészt az erős MICE piacnak köszönhetőek, Európa esetében ez a szegmens a teljes forgalom 17%-át generálja.

Az egyéni és csoportos utazókat összevonva a külföldi vendégek aránya Ázsiában, Afrikában és a Közel-Keleten a legmagasabb, őket szorosan követi Európa.

A visszatérő vendégek aránya Európában némiképp elmarad az észak-amerikai adattól, amely feltehetőleg az üzleti utazók magas arányának köszönhető, hiszen a szegmens tagjainak egy része rendszeresen ugyanazt az útvonalat járja be üzleti útjai során.

4.2. MAGYARORSZÁG

Az általánosan érvényesülő nemzetközi trendnek megfelelően alakulnak a magyar adatok: a külföldi vendégek aránya meghaladja a belföldiekét és a szállodák a kereskedelmi szálláshelyek átlagánál is magasabb arányban

A szállodák vendégforgalmának megoszlása, 2002 (%)

	Összes szálloda	Afrika és Közel-Kelet	Ázsia	Óceánia	Európa	Észak-Amerika	Dél-Amerika
Belföldi	59,4	44,9	41,4	65,6	56,9	77,2	65,1
Külföldi	40,6	55,1	58,6	34,4	43,1	22,8	34,9
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Visszatérő vendégek aránya	33,4	33,4	38,0	28,7	30,9	40,8	42,5
Üzleti utazó	33,5	40,2	35,9	30,2	32,5	34,6	50,9
Belföldi turista	17,3	14,0	9,7	25,8	15,1	21,4	17,3
Külföldi turista	13,0	12,7	19,1	10,4	12,0	7,9	5,9
Turistacsoport	5,0	4,0	3,6	3,9	4,8	7,6	6,8
Külföldi turistacsoport	9,6	14,6	11,6	8,5	13,2	2,3	3,1
Meeting	11,3	5,6	7,3	8,2	17,1	13,6	7,7
Kormányzat	3,2	3,5	2,6	4,2	1,1	6,0	2,4
Légitársaságok személyzete	2,7	1,4	2,7	3,1	1,1	4,0	5,2
Egyéb	4,4	4,0	7,5	5,7	3,1	2,6	0,7
Összes szakmai okokból utazó	50,7	50,7	48,5	45,7	51,8	58,2	66,2
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Forrás: Horwath International, Mintel

A kereskedelmi szálláshelyek és a szállodák vendégforgalmának megoszlása küldő piac szerint, 2001–2004 (%)

	Kereskedelmi szálláshelyek			Szállodák		
	Külföldi	Belföldi	Összesen	Külföldi	Belföldi	Összesen
2001	50,6	49,4	100,0	61,0	39,0	100,0
2002	48,8	51,2	100,0	59,8	40,2	100,0
2003	46,7	53,3	100,0	58,0	42,0	100,0
2004	49,4	50,6	100,0	60,1	39,9	100,0

Forrás: KSH

vonzák a külföldi vendégeket. A 2002-es adatok szerint a külföldi szállodai vendégek aránya (59,8%) meghaladja az európai átlagot (43,1%) (24. táblázat).

Ez a jelenség annak ellenére tapasztalható, hogy a szabadidős turisták aránya (59%) meghaladta az európai átlagot (48,2%).

2003 és 2004 között (amikortól a KSH éves adatai a módszertani változtatás után összehasonlíthatók) kismértékben növekedett a gyógy- és termáلتurizmus vendégeinek aránya a szabadidős turisztikai céllal érkező szállodai vendégek körében (25. táblázat).

További információ: Magyar Turizmus Rt. Piac- és Termékelemzési Iroda, 1012 Budapest, Vérmező út 4., telefon: (1) 488-8710, fax: (1) 488-8711, e-mail: kutatas@itthon.hu, honlap: www.itthon.hu > Szakmai oldalak > Piackutatások és Turizmus Bulletin.

Felhasznált irodalom

Danubius Hotels szállodák adatai http://www.danubiushotels.com/hu/ceginformacio/a_szallodak
 SCHMIDT, HW.: Tourism in the European Union in 2003, Statistics in Focus 2004/12, Eurostat, 2004
 Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv 2001; Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv 2002; Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv 2003, Központi Statisztikai Hivatal, Budapest
 Live from Brussels, No. 32., 22 February 2005; Live from Brussels, No. 33., 18 August 2005, HOTREC, <http://www.hotrec.org>
 Magyar Szálloda Szövetség, <http://www.hah.hu>
 MARVEL, M.: European Hotel Chain Expansion, Travel & Tourism Analyst, May 2004, Mintel International Group Ltd.
 MARVEL, M.: Hotel Grading Schemes – Europe, Travel & Tourism Analyst, April 2004, Mintel International Group Ltd.

MARVEL, M.: The International Hotel Industry, Travel & Tourism Intelligence, October 2003, Mintel International Group Ltd.
 MKG Conseil: Preliminary results for 2004 for the hotel industry in Europe, Press Release, Paris, 12 January 2005, <http://www.mkg-consulting.com>
 MKG Conseil: April results for the European hotel industry, Press Release, Paris, 27 May 2005, <http://www.mkg-consulting.com>
 MKG Conseil: Exclusive: The definitive 2004 ranking of the hotel groups, Press Release, Paris, 4 June 2004, <http://www.mkg-consulting.com>
 MKG Conseil: Exclusive: MKG's 2005 world ranking of the hotel groups, Press Release, Paris, 30 March 2005, <http://www.mkg-consulting.com>
 MKG Conseil: Exclusive: The 2005 ranking of hotel groups in the 25 European Union member states, Press Release, Paris, 27 January 2005, <http://www.mkg-consulting.com>
 MKG Conseil: Hilton Talks Impact on Global Hotel Chain Ranking, Press Release, Paris, 21 October 2005, <http://www.mkg-consulting.com/http://www.ih-ra.com>
 Smith Travel Research: 2004 US Lodging Industry Results, <http://www.ih-ra.com> / <http://www.smithtravelresearch.com>
 Smith Travel Research: Third Quarter and September YTD 2005 Results for The U.S. Lodging Industry, <http://www.ih-ra.com> / <http://www.smithtravelresearch.com>
 Smith Travel Research: US Lodging Industry Overview October YTD 2004, <http://www.ih-ra.com> / <http://www.smithtravelresearch.com>
 Turizmus 2004, Központi Statisztikai Hivatal, Budapest, 2005
 Turizmus Magyarországon 2003, Magyar Turizmus Rt.
 Turizmus Magyarországon 2004, Magyar Turizmus Rt.
 Travel Industry Monitor, August 2005; February 2005; June 2005; March 2005; October 2005, Mintel International Group Ltd.
 Trade Currency, <http://www.x-rates.com>

A szállodák vendégforgalmának megoszlása motiváció szerint, 2001–2004 (%)

	szabadidő	kongresszus, konferencia	hivatalos (üzleti) utazás	gyógy-, termáلتurizmus	egyéb	összesen
2001	60	14	26	n.a.	n.a.	100
2002	59	16	25	n.a.	n.a.	100
2003	53	15	26	6	n.a.	100
2004	52	15	22	7	4	100

Forrás: KSH