

BDO - MSZÉSZ JÖVEDELMEZŐSÉGI TERVEZÉS FELMÉRÉS 2013

MSZÉSZ XL. KÖZGYŰLÉS

2013. November 21., Danubius Hotel Gellért



Hegedűs Attila MRICS

Partner, Ügyvezető

BDO Magyarország Hotel és Ingatlan Szolgáltató Kft.

Takács Márton

Tanácsadó



RÖVID ÁTTEKINTÉS

- A FELMÉRÉS CÉLJA ÉS BEMUTATÁSA
- MIT MONDTAK A KOLLÉGÁK?
- HOGYAN TERVEZÜNK?
- MILYEN AZ IDEI ÉV?
- MIT VÁRUNK 2014-TŐL?
- ZÁRÓ GONDOLATOK







A FELMÉRÉS CÉLJA



MIÉRT ÉS FŐLEG KINEK FONTOS EZ?

A BŰVÖS HÁROMSZÖG

SZÁLLODA - TULAJDONOS - BANK

- Egy átgondolt, szakmailag kellőképpen megalapozott jövedelmezőségi terv eszköz
 - a menedzsment kezében  tulajdonos, vagy tulajdonosi kör felé prezentálva, mivel egyrészt reális képet mutat a tulajdonosnak (tulajdonosi elvárások elé tükröt tart) illetve, bizonyíték a vezetőség hozzáértéséről
 - Kollégák felé, **bemutatva az elvárásokat és a közös célt, mérés, visszamérés céljából**
 - tulajdonos kezében  **szignifikánsan növeli a bizalmat a bank részéről, transzparens képet mutat a szállodáról**



AZ ELÉRT TÖMEG - REPRESENTATIVITÁS

Felmérésünk:

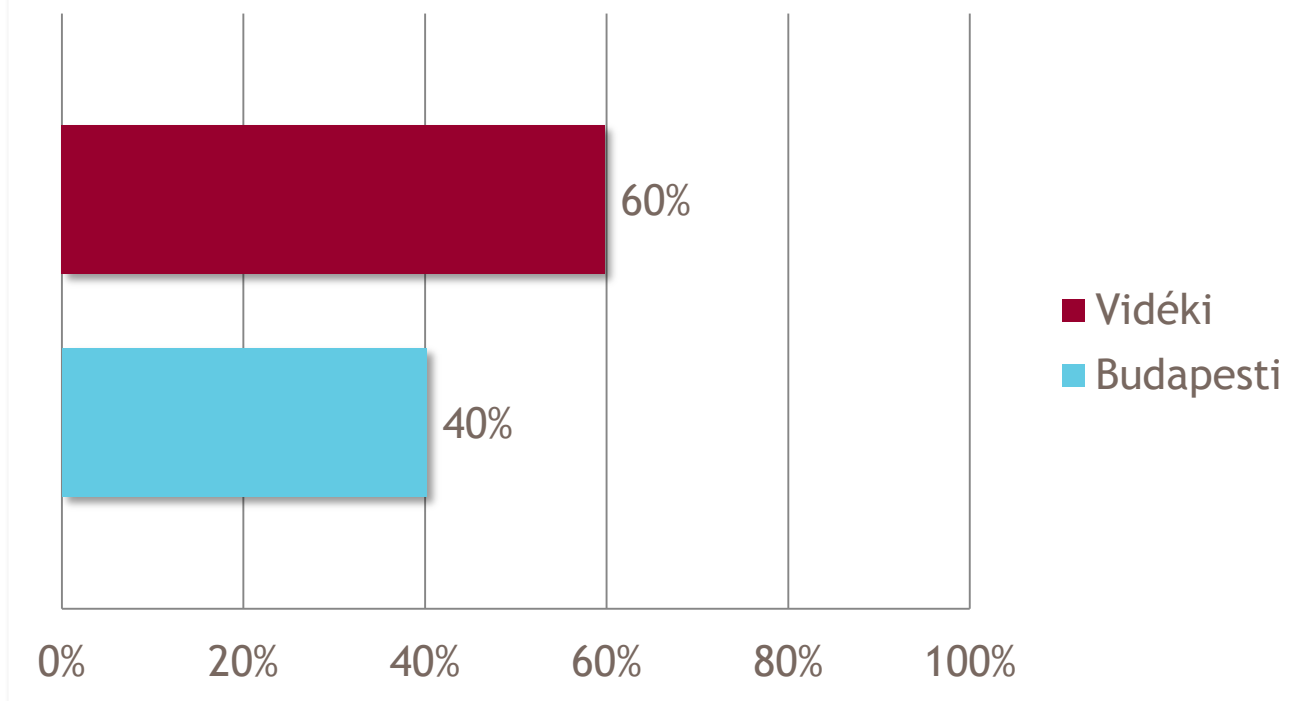
1. Országos lefedettségű;
2. **3, 4 és 5** csillagos szállodák;
3. Több mint **120** szálloda részvételével készült;
4. Az MSZÉSZ tagszállodák közel **30%**-át fedik le;
5. Több mint **9 000** szállodai szoba (releváns országos kapacitás 18%-a);
6. Legnagyobb szállodaláncok részvételével, beleértve nemzetközi láncok magyarországi szállodáit is;
7. Személyes interjúkkal mélyített eredmények.

Köszönjük a részvételt!



BUDAPEST VAGY VIDÉK?

Válaszadó szállodák megoszlása
elhelyezkedés szerint



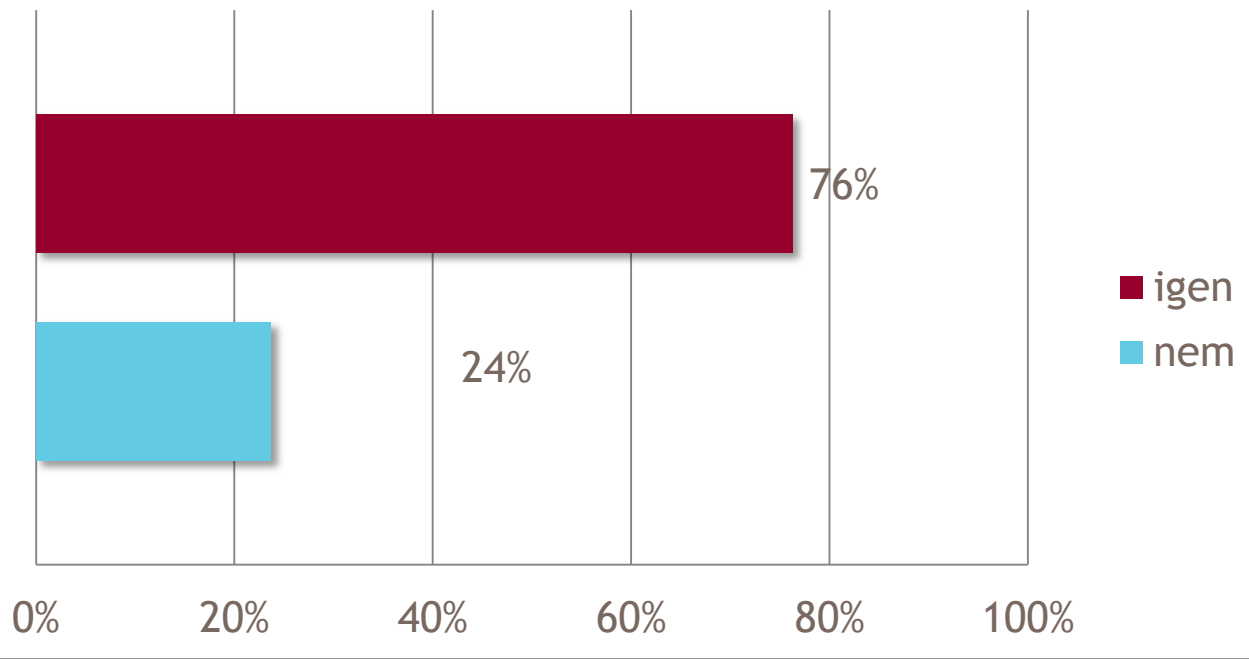
Forrás: BDO kalkuláció

HOTELSTARS UNION TAGSÁG



HOTELSTARS.EU

Rendelkezik-e Hotelstars minősítéssel a szálloda?

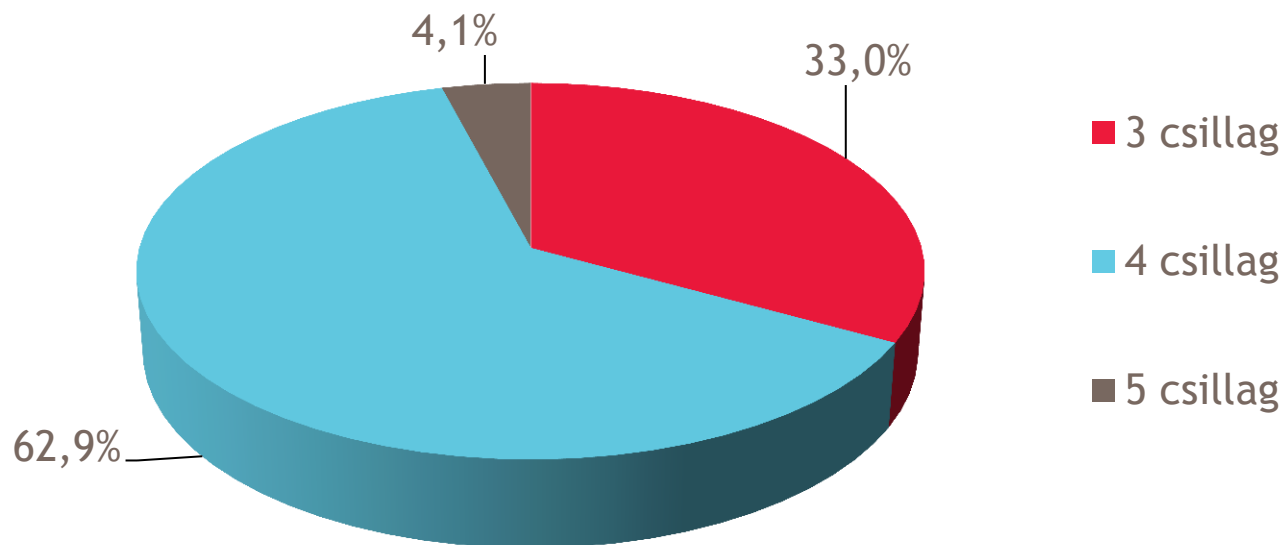


Forrás: BDO kalkuláció



VÁLASZADÓ SZÁLLODÁK *****

Válaszadó szállodák megoszlása kategória szerint



Forrás: BDO kalkuláció

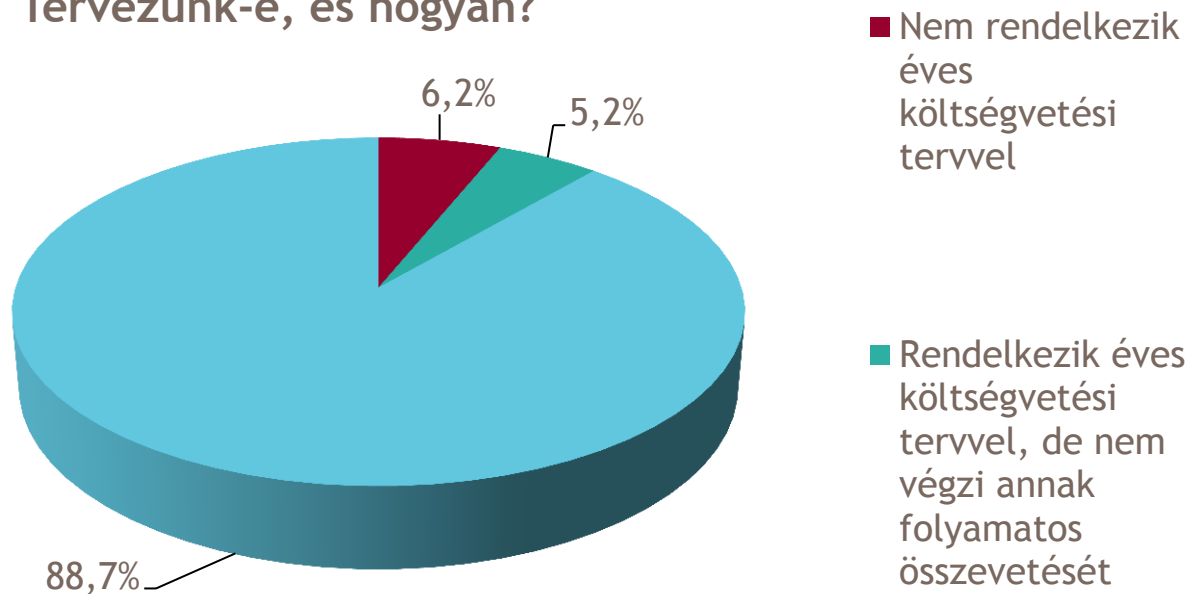


TERVEZÉSI GYAKORLAT MAGYARORSZÁGON



HOGY TERVEZÜNK?

Tervezünk-e, és hogyan?

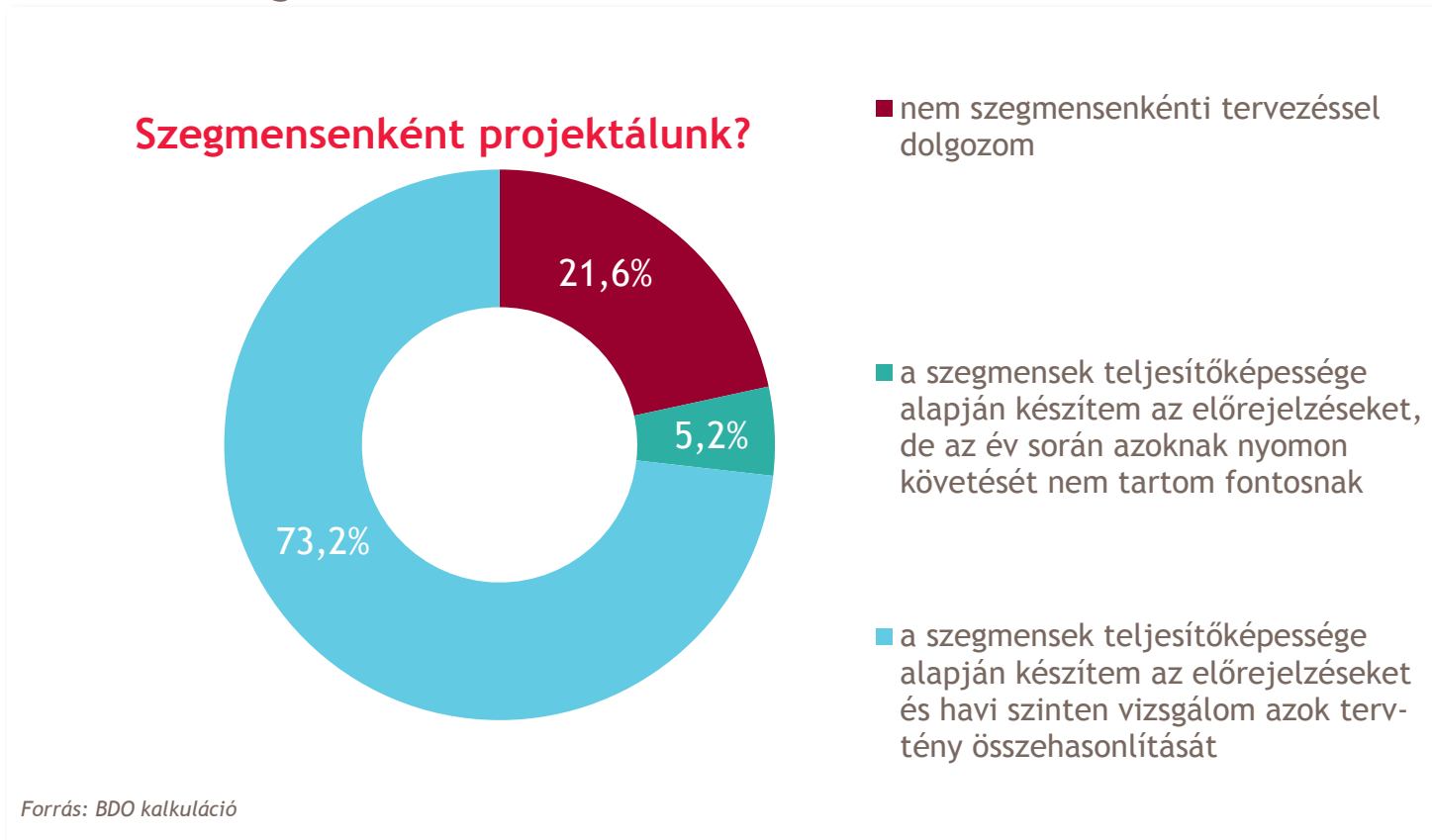


Forrás: BDO kalkuláció

- A megkérdezett szállodák **6,2%**-a nem rendelkezik elfogadott éves költségvetési tervvel!

HOGY TERVEZÜNK?

- A megkérdezett szállodák **73,2%-a szegmensenkénti vizsgálatot** végez
- Aki tudatosan tervez, azok többsége évközben is ezt a tudatos nyomon követést végzi



HOGY TERVEZÜNK? (FOLYTATÁS)

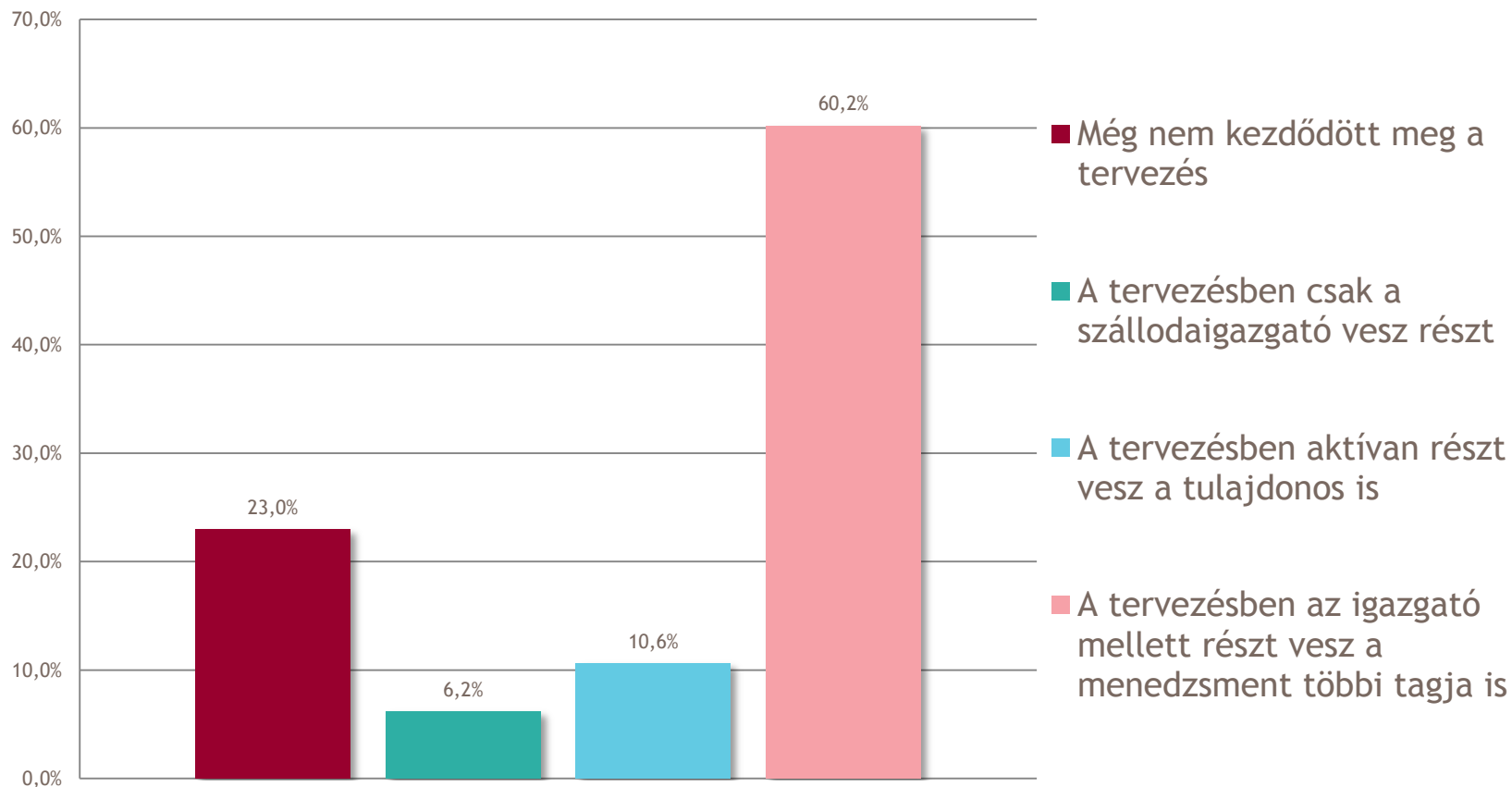
A legfőbb tervezési faktorok (leggyakoribb válaszok):

1. Történelmi adatok
2. Piaci előrejelzések (trendriportok)
3. Várható, egész várost megtöltő rendezvények vizsgálata
4. Konkurenciaelemzés
5. EUR árfolyam
6. Üzleti partnerek információi
7. Költségelemek vizsgálata, beszállítói szerződések vizsgálata
8. Minimálbér változások vizsgálata
9. Tulajdonosi elvárások / Láncok esetében HQ iránymutatás



HOGY TERVEZÜNK? (FOLYTATÁS)

Folyik-e már a tervezés, illetve mikor kezdik meg a 2014-es
büdzsé előkészítését, és kik vesznek részt a tervezésben?



Forrás: BDO kalkuláció



HOGY TERVEZÜNK? (FOLYTATÁS)

IDŐZÍTÉS

- A felmérésben résztvevő szállodák 23%-a nem kezdte még meg a 2014-es jövedelmezőségi terv elkészítését;
- A független szállodák esetében jellemzően késő ősze, illetve decemberre marad a tervezési folyamat;
- A szállodaláncok gyakorlata nagyban eltér a független szállodáktól, és természetesen időigényesebb folyamatot is jelent (HQ jóváhagyás, klaszterszintű tárgyalások...);
- A láncok és kiemeltképp a nemzetközi szállodaláncok már a július hónapban megkezdik a jövedelmezőségi terv bevételi oldalának tervezését.

Forrás: BDO kalkuláció





ÉVKÖZI TELJESÍTMÉNYÉRTÉKELÉS - PONTOSSÁG MÉRÉS 2013



MILYEN MÉRTÉKŰ AZ ELTÉRÉS?



KAPACITÁSKIHASZNÁLTSÁG

- A összes megkérdezett szálloda csak **9%-a** projektált kiemelkedő pontossággal
- Az eredmények szélesen szórnak, **46%** nem érte el a kitűzött kihasználtsági szintet, **45%-uk** pedig alulbecsülte az indikátort

A ELTÉRÉSSEL TERVEZŐ SZÁLLODÁK 45%-A 5%-NÁL NAGYOBB MÉRTÉKBEN TÉRT EL A TERVEZETTŐL



- **16%-uk** 5%-nál nagyobb mértékben becsülte felül
- **29%-uk** 5%-nál nagyobb mértékben becsülte alul

MILYEN MÉRTÉKŰ AZ ELTÉRÉS? (FOLYTATÁS)



NETTÓ SZOBAELADÁSI ÁTLAGÁR

- A összes megkérdezett szálloda **17%-a** kiemelkedő pontossággal becsülte meg az átlagárát
- Az eltérést mutató szállodák közül (83%), **59% azaz 70 szálloda alulbecsülte** az indikátort

A VIZSGÁLT SZÁLLODÁK 59%-A 5%-NÁL NAGYOBB MÉRTÉKBEN TÉRT EL A TERVEZETTŐL



- 18%-uk 5%-nál nagyobb mértékben becsülte felül
- 41%-uk 5%-nál nagyobb mértékben becsülte alul

MILYEN MÉRTÉKŰ AZ ELTÉRÉS? (FOLYTATÁS)

ÁRBEVÉTEL ÉS BRUTTÓ ÜZEMI EREDMÉNY

- Jelentős eltérés tapasztalható az árbevétel és a GOP szintjén is
- Az eltérést mutató szállodák mértéke 90,5%, melyből 57% alulbecsülte az eredményeit

A HIBÁSAN TERVEZŐ SZÁLLODÁK 60%-A 5%-NÁL NAGYOBB MÉRTÉKBEN TÉRT EL A TERVEZETTŐL



- Ebből 22% felül, 38% alultervezett
- Bár a szállodák többsége részéről örömteli eltérés ez, a projekciók pontossága alacsony/közepes

LÁNCOK VS. FÜGGETLEN SZÁLLODÁK

KI TERVEZETT PONTOSABBAN?

5%-nál nagyobb eltérést mutató szállodák aránya a különböző indikátorokra vetítve:

	OCC. %	ADR	REVENUE	GOP
Független	53	51	78	73
Lánc	41	64	36	65



A szállodaláncok nagyobb pontossággal voltak képesek megtervezni a szállodák idei (2013 októberig) teljesítményét

MILYEN MÉRTÉKŰ AZ ELTÉRÉS? - KÖLTSÉG OLDAL

LÁTVÁNYOSAN ELTÉRŐ KÖLTSÉGELEMEK A LEGGYAKORIBB ELŐFORDULÁSUK ÉS MÉRTÉKŰK SZERINT RANGSOROLVA

SZÁLLODÁK MEKKORA RÉSZE TERVEZETT HIBÁSAN

1.	BÉR	35%
2.	ENERGIA	29%
3.	ELÁBÉ	22%
4.	MARKETING	17%
5.	KARBANTARTÁS	11%

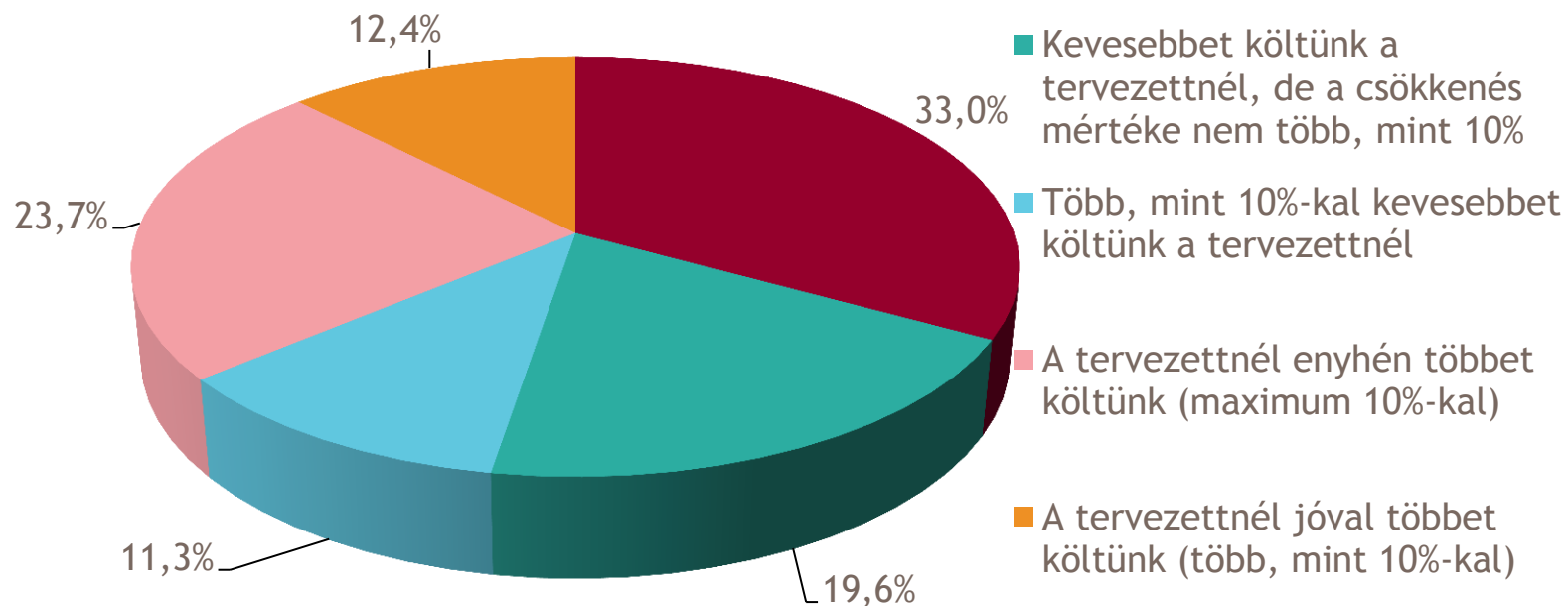
AZ ÁTLAGOS ELTÉRÉS MÉRTÉKE (%)

1.	BÉR	21
2.	ENERGIA	16
3.	MARKETING	13
4.	ELÁBÉ	8
5.	KARBANTARTÁS	5

MARKETINGBÜDZSÉ 2013

A VÁLASZADÓK CSAK HARMADA TERVEZTE PONTOSAN AZ IDEI BÜDZSÉT

MARKETINGBÜDZSÉ ÁTTEKINTÉS 2013



- Egész évre elegendő a tervezett összeg, tartjuk magunkat a költséghez
- Kevesebbet költünk a tervezettnél, de a csökkenés mértéke nem több, mint 10%
- Több, mint 10%-kal kevesebbet költünk a tervezettnél
- A tervezettnél enyhén többet költünk (maximum 10%-kal)
- A tervezettnél jóval többet költünk (több, mint 10%-kal)



KITEKINTÉS, AVAGY MIKÉNT LÁTJUK A JÖVŐ ÉVET 2014



KITEKINTÉS 2014 - MIT VÁRUNK?

A FELMÉRÉSBEN RÉSZTVEVŐ SZÁLLODÁK NÖVEKEDÉST LÁTNAK A PIACON
BÍZNAK MIND A KIHASZNÁLTSÁG, MIND AZ ÁTLAGÁR EMELÉSÉNEK
LEHETŐSÉGÉBEN

ÖSSZES RÉSZTVEVŐ SZÁLLODA	
INDIKÁTOR	VÁLTOZÁS (%)
Kihasználtság	2,9
Átlagár	3,3
Árbevétel	5,2
GOP	6,9

KITEKINTÉS - VIDÉK VS. BUDAPEST

MIND A VIDÉKI, MIND A BUDAPESTI PIACON NÖVEKEDÉST VÁRNAK A SZEREPLŐK

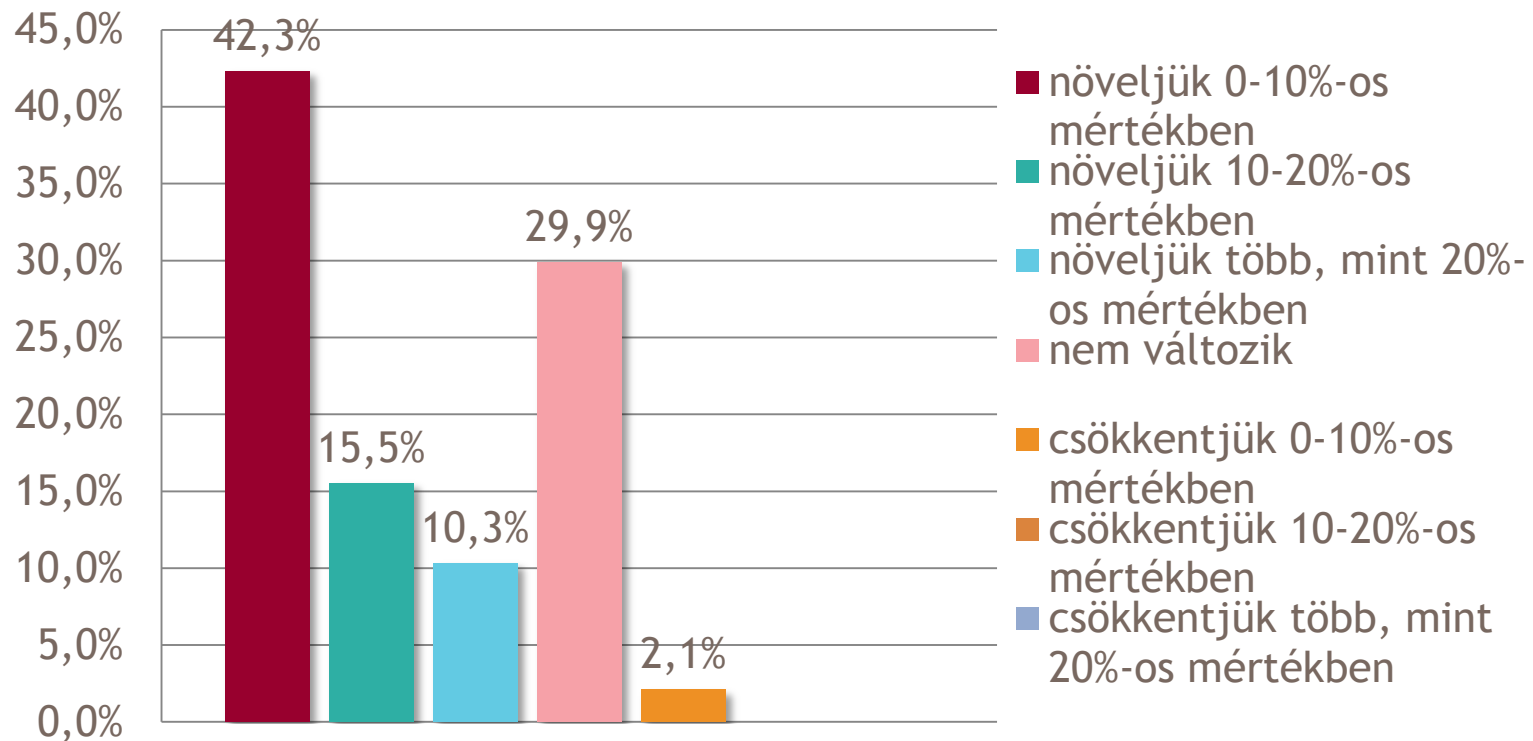
VIDÉKI SZÁLLODÁK	
INDIKÁTOR	VÁLTOZÁS (%)
Kihasználtság	3,6
Átlagár	3,1
Árbevétel	5,6
GOP	6,1

BUDAPESTI SZÁLLODÁK	
INDIKÁTOR	VÁLTOZÁS (%)
Kihasználtság	2
Átlagár	3,6
Árbevétel	4,6
GOP	8,2

KITEKINTÉS 2014 - MIT VÁRUNK?

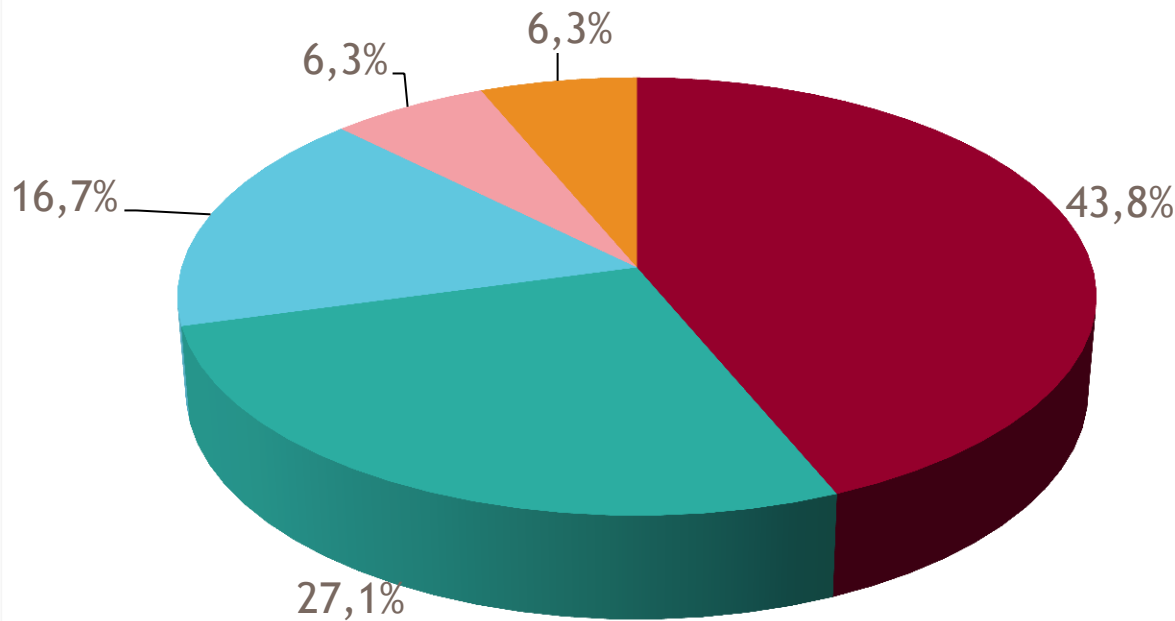
A 2014-ES ÉVBEN A SZÁLLODÁK NAGYOBB ÖSSZEGET KÍVÁNNAK ALLOKÁLNI MARKETINGCÉLOKRA, TÖBBSÉGÜKNÉL SPECIFIKUSAN ONLINE ESZKÖZÖKRE

Az online marketingbűdzsè összegében milyen irányú változást terveznek a 2014-es évre?



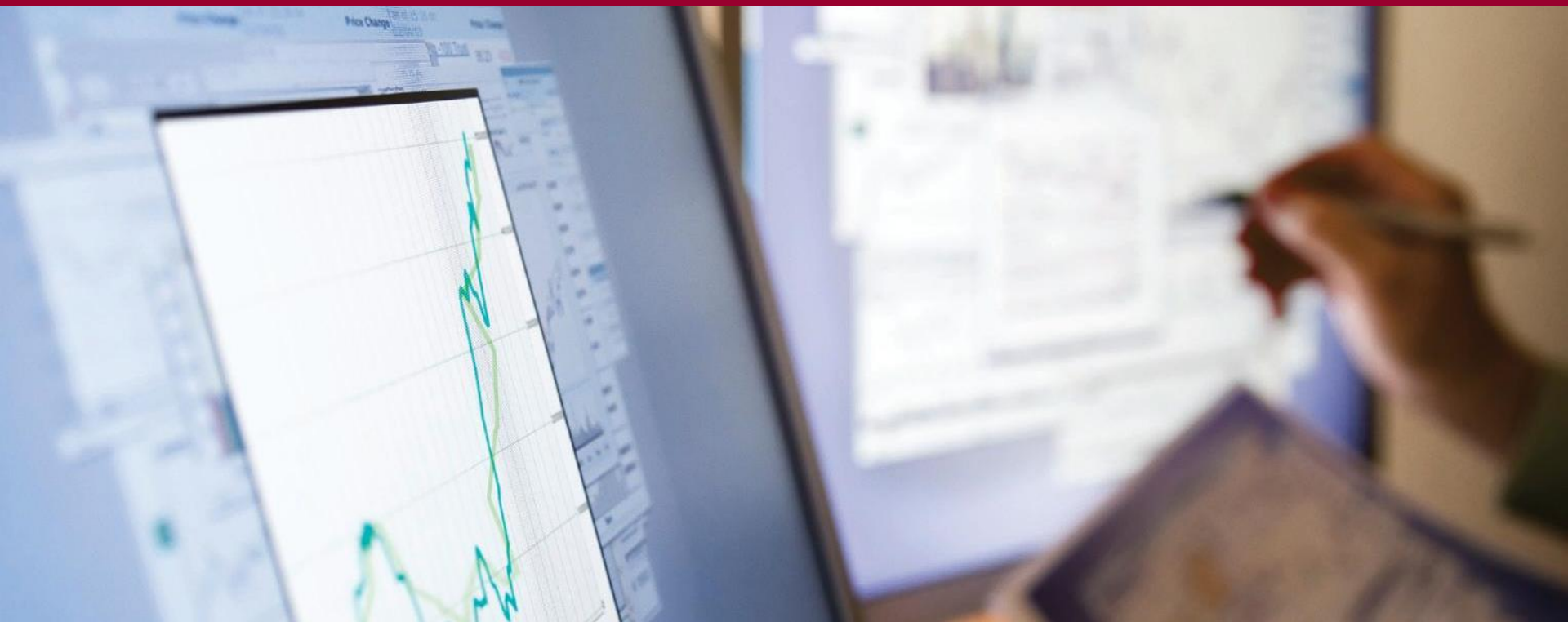
BERUHÁZÁSOK

Terveznek-e a következő évben, illetve zajlik-e jelenleg beruházás a szállodában?



- jelenleg nem zajlik beruházás és nincs is tervben a következő évben sem
- 10-50 Millió Forint értékű beruházás van tervben/zajlik jelenleg
- 10-100 Millió Forint értékű beruházás van tervben/zajlik jelenleg
- 50-100 Millió Forint értékű beruházás van tervben/zajlik jelenleg
- 100 Millió Forintnál nagyobb volumenű beruházás van tervben/zajlik jelenleg

ZÁRÓ GONDOLATOK



ÖSSZEFOGLALÁS

- Kijelenthető, hogy a magyar szállodai szakemberek *terveznek* és többségükben *jól* terveznek, tehát megfelelő eszközhöz nyúlnak;
- Ugyanakkor a 2013-mas eredmények alapján megállapítható, hogy jelentős diszkrepancia jelenik meg, több teljesítményindikátor projekciója esetében is;
- Jellemzően a független szállodák csak az év végén kezdik meg a tervezést, ami a szállodaláncok gyakorlatával szemben áll, és sokszor nem ad elég időt a jövedelmezőségi tervek teljes mélységében való átgondolásának;
- A konklúziók levonásakor azonban figyelembe kell venni azt a tényt is, miszerint Magyarországon a tervezést megnehezítik a volatilis piaci körülmények, illetve, hogy nemzetközi felmérések bizonyítják, hogy turbulens gazdasági időszakokban az üzleti tervezés pontossága alacsony;
- Ezzel együtt a szállodáknak törekedniük kell a minél pontosabb tervezésre, amely a minél több stratégiai eszköz használatával, minél több faktor figyelembevételével, és folyamatos nyomon követéssel érhető el.



ÖSSZEFOGLALÁS

- Az éves tervezés mellett fel kell készülni az évközi adjusztáció, újratervezés lehetőségére - piaci folyamatoknak megfelelően



MONITORING

Tulajdonosok és finanszírozók nyomására gyakran történik felültervezés



- **Ragaszkodjunk** - a lehetőségeken belül - **a realitáshoz**, ne féljünk a kommunikálni a ház valós profittermelő képességét



- **”Meglepetések” elkerülése - Refinanszírozási esélyek növelése**

SZÁLLODAI KÉPZÉSEK (2014)



1-2 napos, nyílt és vállalati tréningek:

- Szállodai Online Marketing
- Revenue & Yield Management
- Értékesítési technikák
- Telefonos szállodai értékesítés
- Front Office Upselling



KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!

Keressenek minket bizalommal:



Takács Márton

marton.takacs@bdo.hu

06 (70) 372 1849



Hegedűs Attila MRICS

attila.hegedus@bdo.hu

06 (20) 926 4227

www.bdonline.hu

