

SAJTÓKÖZLEMÉNY

AZ EURÓPAI SZÁLLODÁK ÉRTÉKESÍTÉSI TEVÉKENYSÉGÉRŐL KÉSZÍTETT TANULMÁNY SZERINT AZ ONLINE PLATFORMOK – OTA-K – PIACRÉSZESEDÉSE NÖVEKSZIK, NINCS JELE ANNAK, HOGY AZOK KÖZÖTT ERŐSÖDNE A VERSENY

A HOTREC – az EU tagországainak szálloda, vendéglátó, kávéházi szövetségeinek brüsszeli székhelyű ernyőszervezete – 2016. július 18-i sajtóközleménye ismerteti azt több, mint 2000 szálloda megkérdezésén alapuló tanulmányt, amely azok értékesítési tevékenységére irányult. A tanulmány szerint a két évvel korábbi felmérés óta tovább nőtt a szállodák függősége az online szobafoglalási portáloktól. Ezt mutatja, hogy 2015-ben a szállodákban eltöltött minden 4. vendégéjszakát ezeken keresztül foglaltak. Az online foglalási portálok piacát három nagy OTA uralja, melyek piaci részesedés együttesen 92%. Közöttük a legnagyobb szereplő a Priceline Group (Booking.com) 60%-os részesedéssel. A tanulmány egyik fő megállapítása, hogy az elmúlt hónapokban a szállodák nem tapasztalták, hogy az OTA-k közötti verseny növekedett volna, bár sokan ezt várták az OTA-k által a múlt évben bevezetett ún. „szűkített paritási klauzulától”. Ezt igazolja a felmérésben résztvevő szállodák döntő többségének tapasztalata, hogy az OTA-k nem csökkentették jutalékaikat.

A felmérés egyik megállapítása, hogy az OTA-k szállodai foglalásokban történő részesedésének növekedésével párhuzamosan 55%-ra csökkent a közvetlen foglalások aránya. A szobafoglalási trendek azt mutatják, hogy az online portálok egyre inkább átveszik a szállodák értékesítési csatornáinak kortollját. Különösen igaz ez két meghatározó szereplőre a Booking.com-ra és az Expedia Csoportra, amelyek Európában tovább növelték piacrészesedésüket (a két portál együtt a szállodai online platformok foglalásainak 80%-át produkálja). A harmadik meghatározó piaci szereplő – a HRS Group – jelentősen visszaesett az elmúlt két évben. Az online foglalási portálok piacán levő kb. 200 ezer hotel – melyek 75%-a 10 főnél kevesebbet foglalkoztató mikroállalat – van az egyik oldalon, s jelenleg a fenti két domináns OTA a másik oldalon. Így nem igényel magyarázatot, hogy „kinek a kezében van a kormánykerék”.

„A tanulmány egyértelműen bemutatja, hogy az online portálok folyamatosan növelik piacrészesedésüket a szállodai foglalásokban, míg a szállodák saját közvetlen csatornáit visszaszorulóban vannak, ami a hotelek OTA-któl való függőségének erősödését eredményezi. Ez a helyzet azért is különösen kritikus, mert úgy látszik, hogy az OTA-k piaca egyre inkább kétszereplőssé válik – vagy inkább egyszereplőssé? – Európában, s közülük az egyik (Booking.com) kontrollálja a piac közel kétharmadát” mondta Christian de Barrin a HOTREC ügyvezető igazgatója.

A Booking.com és az Expedia 2015 nyarán a szűkített paritási klauzula bevezetését jelentő intézkedéséről Európában a versenyhatóságok azt várták, hogy erősödni fog az online foglalási portálok közötti verseny. A verseny erősödését az jelentette volna, ha a szállodák OTA-k részére fizetett jutaléka csökkent volna. Ez nem következett be, a tanulmány keretében elvégzett felmérésben résztvevő szállodáknak csupán 8,5%-a jelezte, hogy az elmúlt évben csökkentették az általuk fizetendő jutalék mértékét. A többi szálloda válasza szerint a jutalékkulcs mértéke változatlan maradt. Azon válaszadók között, amelyek a jutalék mértékének csökkentését igazolták vissza, döntően nagy szállodavállalatok és láncok hoteljei voltak. Alig volt olyan önálló kis szálloda, amelynél a jutalék mértéke csökkentésre került.

„Kulcsfontosságú, hogy az értékesítési folyamatban résztvevő szereplők – a foglalási portálok és a hotelek - között kialakult aránytalanság ellenére megmaradjon minden egyes szálloda piaci szabadsága, hogy képes legyen szolgáltatásainak értékesítése során saját feltételeit érvényesíteni, a közvetítőkkal kötött szerződéseknél fair feltételeket elérni.” – hangsúlyozta Markus Luthe a HOTREC Distribution Task Force elnöke.

2016. július 18.