

A szállodák csillagfokozatai és vagyoni helyzetük közötti összefüggések

Kolip Fruzsina

Vidékfejlesztési agrármérnök szak

BSC

Nappali tagozat

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdasági

Intézet

Befektetési, Pénzügyi és Számviteli Tanszék

Belső konzulens: Dr. Vajdáné dr. Szabó Ildikó

A szállodák csillagfokozatai és vagyoni helyzetük közötti összefüggéseket vizsgáltam a dolgozatomban. A szállodák vagyoni helyzetét és a csillagfokozatainak összefüggését vizsgálva feltehetjük, hogy a kettő között találunk összefüggést. A rendszerváltást követően Magyarországon a szállodák száma rohamos növekedésbe kezdett. Ez a növekedés napjainkban is észrevehető akár új szállodák megjelenésével, akár már meglévő szállodák magasabb csillagfokozatra emelésével. Dolgozatomban két szálloda került bemutatásra, melyeknek anyagi helyzetét vizsgálva és összehasonlítva kaphattunk képet arról, hogy milyen összefüggéseket találhatunk különböző csillagfokozatok esetén. A jövőben nagyobb hangsúlyt kell fektetniük a szálláshelyek üzemeltetőinek az energiahatékonyság növelésére, a megújuló energiák kiépítésére, felhasználására, az energiatakarékos üzemeltetésre, a szigetelés javítására és egyéb energiahatékonyságot növelő (pl.nyílászárók cseréje, energiatakarékos világítótestek) intézkedésekre. Egy sikeres szálloda üzemeltetéséhez fontos, hogy mindenképpen rendelkezzen megfelelő saját tőkével, amely elegendő az általuk kiválasztott csillagfokozat eléréséhez és megtartásához. Fontos eleme a működtetésnek a tervezés. A tervezés mellett fontos megemlíteni a marketing befolyásoló szerepét. A marketing 7P-je közül többet is alkalmazhatnak a szállodák, hiszen a place- azaz a hely is fontos egy szálloda sikeres működtetése során. Szempont, hogy egy olyan helyet válasszanak aminek az előnyeit teljes mértékben ki tudják használni és vonzó legyen az odalátogató vendégek számára. A hely megadhatja a tőke egy részét, mely a tőke szerkezetét is befolyásolja. A költségtervezés nagyban befolyásolja a szálloda jövőjét, hiszen minél magasabb csillagfokozatú a szálloda annál nagyobb tőkével rendelkezik, azonban számolni kell az amortizációs és a hosszú távra befektetett költségekkel is. Érdemes egyéni marketing fogásokat is tervezni, hiszen a vendégéjszakák számát nem feltétlen a csillagfokozat száma határozza meg hanem a lehetőségek és a szolgáltatások száma és színvonala, amely odavonzza a vendégeket akár több éjszakára is. A szállodák sikeres működéséhez nagyban hozzájárul a képzett és motivált munkaerő, hiszen a forgótőke nagy részét az alkalmazottak bérezésére, képzésére is fordítani kell. A jó munkaerő fél siker a sikeres vállalkozásban. A vállalkozás sikerességét a beruházások is alakítják, a beruházások megtérülésénél figyelembe kell venni, hogy rövid vagy hosszú távra tervezünk-e. Ha a beruházást hosszú távra tervezzük, akkor a többi felmerülő költséget azokhoz mérten kell alakítani és felosztani. Beruházás esetén is számolni kell az amortizációs költségekkel is, hiszen ha hosszabb távra tervezzük az adott beruházás befektetésének megtérülését érdemesebb drágább és jobb minőségű eszközökbe befektetni.

A beruházások előtt fontos költségvetési számításokat végezni, a beruházási támogatások elérhetőségeit felmérni, hogy az adott régióban milyen helyi, állami vagy uniós pályázat érhető el. Megállapításom alapján a szállodák csillagfokozatai és vagyoni helyzetük közötti összefüggések, nem tükörképei egymásnak. Ha egy szálloda 5*-os értékeléssel rendelkezik, még küzdhet gazdasági nehézségekkel, míg egy gyengébb csillagfokozatú szálloda pedig rendelkezhet megfelelő tőkével és gazdaságilag is jól működhet. Ennek oka, hogy a csillagfokozatok sokkal inkább a szolgáltatások minőségét határozzák meg, mint sem egy szálloda vagyoni helyzetét. Megállapítható, hogy minél magasabb csillagfokozata van egy szállodának annál magasabb színvonalú szolgáltatásokat nyújt. A szállodaiparban az utazások világjárvány utáni fellendülése miatt megugrott a kereslet és megemelkedtek az árak. A háztartások vásárlóerejét érintő, emelkedő kamatlábak és infláció miatti aggodalmak ellenére a fogyasztók ismét szívesen utaznak.