

Telephelyválasztási preferenciák a szállodaiparban egy magyarországi település példáján keresztül bemutatva

The location preferences in the hotel industry presented through an example of a Hungarian town

NAGY-KEGLOVICH JÚLIA¹

Absztrakt

Magyarország egyik legfontosabb gazdasági ágazata jelenleg a turizmus. A következő évtizedre további növekedés várható, mely felélénkítette a szállodai beruházások iránti érdeklődést ország-szerte. A helyszín kiválasztása elsődleges feladat a jövő sikerének megalapozása érdekében. A vállalkozásoknak a hosszútávon sikeres és profitorientált működés érdekében stratégiai jelentőségű döntést kell hozniuk, amikor kiválasztják a tevékenységüknek megfelelő telephelyet. A kutatásban a telephelyelméletek és a szállodaipar telephelyválasztási preferenciái kerülnek feltérképezésre szekunder források alapján. A primer felmérés (mélyinterjú és kérdőíves megkérdezés) során a győri szállodák kerültek megkérdezésre, mely egy konkrét győri szálloda bemutatásával egészül ki. A primer kutatás arra keresi a választ, hogy egy szállodai beruházás csak akkor lehet hosszútávon sikeres, ha megfelelő helyen található az épület.

Kulcsszavak: telephelykutatás, szállodaipar, Győr, szállodai beruházások

Abstract

One of Hungary's most important economic sector nowadays is tourism. More growth is expected for the next decade, that has increased the interest for hotel investments nation-wide. Choosing the location is a priority in order to achieve success in the future. In order to be successful and profit oriented on the long run, enterprises must make a strategically significant decision when they choose the proper site for their operation. In this research the location theory and the hotel industry's location choosing preferences were crawled based on secondary sources. With the help of the primary survey (depth interview and questionnaire) the hotels of Győr were asked, which was completed by demonstrating a specific hotel of the town. The primary research is looking for the following answer: a hotel investment could only be a long term success if the site is at the proper location.

Keywords: location research, hotel industry, Győr, hotel investments

BEVEZETÉS

Az első globalizáció kora 1492 és 1800 között volt, amikor az akkor hatalmasnak számító világ közepessé zsugorodott. Ez az időszak Amerika felfedezésével és kizsákmányolásával kezdődött, majd az ipari forradalomból származó technikai újításokkal folytatódott. Ebben a körülbelül 300 évben alakultak ki a máig tartó erőviszonyok a világ vezető országai között. A második globalizáció kora 1800 és 2000 között volt, amikor a dinamikus fejlődést megzavarta az első és második világháború, illetve a kettő között a nagy gazdasági világválság. Ebben az éraban a közepes világ már kicsire zsugorodott, ahol a multinacionális vállalatok jelentették a fő mozgatórugót. Az első felében a szállítási költségek, míg a második felében a távközlési költségek csökkenése segítette a jelenlegi világpiac kialakulását, melyhez hozzájárultak a technológiai fejlesztések is (Friedman, 2008). Jelenleg az ezredforduló óta a harmadik

¹ Nagy-Keglovich Júlia, PhD hallgató, Széchenyi István Egyetem, e-mail: nagy-keglovich.julia@sze.hu

globalizáció korát éljük, melyben a világ még laposabbá vált. A világ piaci egyre kevésbé tudnak egymástól elkülönülni, ezáltal egy nagy globális tér jön létre a világon, melynek bármely személy vagy vállalkozás a részese lehet. Ez a lapos világ a számítógépek, az üvegszálak kábelek és a munkafolyamat szoftverek konvergenciója révén alakulhatott ki. A számítógépek a digitális rögzítést segítették, a kábel azt teszi lehetővé, hogy bárki bárhol a világon hozzáférhet a tartalomhoz és a szoftverek biztosítják, hogy földrajzi helyzettől függetlenül együtt dolgozhassanak az emberek. Ez a technikai haladás tette lehetővé azt, hogy a világ mindenki számára kiszélesedett. (Friedman, 2008)

Ennek egyik legfőbb élvezője a turizmus, hiszen az utazni vágyók száma folyamatosan emelkedik a népességnövekedésnek és az egyre több jóléti társadalomnak köszönhetően. Az idegenforgalom egyik legfontosabb területe a szállodaipar, mely a globalizáció számos jótékony hatását élvezheti. Ebben a játékban az igazi nyertesek a nagy szállodacsoportok, akik az egész világra ki tudják terjeszteni birodalmukat. Egy-egy újabb szálloda építése vagy megvásárlása esetén a megfelelő telephelyválasztás az egyik legfontosabb feladat a szállodavállalatok számára. Ez azonban a kisebb, önálló tulajdonban található szállodák beindítása esetén is gondos tervezést és mérlegelést igényel.

A tanulmány első részében az elméleti háttér kerül fókuszba. Az általános telephelyválasztási preferenciák bemutatása után a szállodaipari jellegzetességekkel foglalkozok, majd szó esik a magyarországi külföldi befektetésekről és szállodanyitásokról is. Dolgozatom másik fő eleme a primer kutatás, mely során arra keresem a választ, hogy egy magyarországi városban található szállodák mennyire tudatosan és mi alapján választják meg telephelyüket.

1. ELMÉLETI HÁTTÉR

A regionális gazdaságtan részeként a telephelyelmélet a mikro- és makroökonómia valamint a gazdasági földrajz egyes törvényszerűségeit is alkalmazza. A telephelyelmélet a gazdasági tevékenységek térbeliségét vizsgálja, ahol a mikroökonómiai döntések a makrogazdasági környezetbe ágyazva határozzák meg a telephely kiválasztási folyamatokat (Lengyel – Rechnitzer, 2004).

A telephelyválasztás három alapvető feltétele – az árutermelő gazdaság térbeli kiterjedése, azaz a munkamegosztás és a tömegtermelés beindítása, a nyersanyagok és a termékek tömeges szállítása, azaz a vasúthálózat kiterjedése és a gőzhajók térnyerése, valamint a szabad tőkemozgás, azaz a brit gyarmatbirodalom növekedése, az Amerikai Egyesült Államok és Németország gazdasági integrációja - a múlt század elejére ért el olyan fejlettségi szintre, hogy a közgazdászok érdeklődése is ráirányult. Az elméletek a gazdaság térbeli működését írták le és próbáltak különböző teóriákat kidolgozni a gazdasági növekedésre. Ezek a növekedési elméletek három csoportra oszthatók. Beszélhetünk a szakaszos fejlődésről, ami a ciklikusságon alapul, ezen felül a világrendszer elméletekről, amelyek szerint meghatározó az elhelyezkedés, azaz a centrum-periféria felosztás, illetve a különböző szabályozási elméletekről, melyek a nemzetgazdaságokon belüli folyamatokat helyezik előtérbe.

A telephelyelméletek fejlődése több szakaszra különíthető el. Ezekben az egymást követő ciklusokban jól nyomon követhető, ahogyan a gazdaság fejlődésével párhuzamosan egyre több döntési tényezőt vesznek figyelembe a teóriák, melyek eredményei mindenkor beépülésre kerültek a soron következő elméletbe (Lengyel – Rechnitzer, 2004).

A jelenlegi telephelyválasztási preferenciák hosszú idő alatt fejlődtek ki és különböző gazdasági folyamatok hatottak rájuk.

A hosszútávú eredményességet figyelembe véve, nagyon fontos szempont egy vállalkozás beindítása előtt a megfelelő telephely kiválasztása. A telephelyválasztás gyakorlati szempontjait három nagy csoportba sorolhatjuk.

A *természeti környezet* az első és legfontosabb, ahol a nyersanyagokat és erőforrásokat négy további részre oszthatjuk. Az ubikvitas azon javak összességét jelenti, amelyek mindenhol előfordulnak és könnyen felhasználhatók. A széles körben elérhető és felhasználható javakat a kommonalitás szakszóval jellemezhetjük. A ritka javak azok, amelyek csak néhány helyen fordulnak elő, míg az unikális javak csak egy-két meghatározó helyen találhatók meg.

A természeti környezet elemei közé tartoznak a megújítható javak, az újratermelhető javak és a nem megújítható erőforrások. Ezen tényezők megléte illetve kombinációja nagymértékben befolyásolja a telephelyválasztást.

A *termelési tényezőket* szintén alaposan meg kell vizsgálni. A klasszikus feldolgozás szerint ezek az elemek a föld, mint termőföld, telek vagy ipari létesítmény, a munka és a tőke. A földterület hasznosítása rengeteg lehetőséget rejt a vállalkozások számára.

A *munkaerő* inkább helyhez kötött tényező, kevésbé cserélhető le, mint a tőke és a technológia. A munkaerőnek három jellemzőjét célszerű vizsgálni a gazdaság térbelisége szerint. Milyen típusú munkavállalókra van szükség, mennyire mobilizálhatók és mekkora költséggel jár a vállalkozás számára. Magyarországon korábban a mobilitás volt a legmovereőbb tényező, de a gazdasági helyzetnek köszönhetően ez is sokat lazult az évek során.

A *kereslet, szállítás és térbeli kapcsolatok* is nagymértékben befolyásolják a telephelyválasztási folyamatokat.

A keresletet vizsgálva a végső fogyasztókat illetve a termelői fogyasztókat különböztetjük meg. Mindkét csoport jelentős erőt képvisel a piacon, piaci viselkedésük nagymértékű változást okozhat a vállalkozás eredményességében, ezért ezen tényezők alapos vizsgálata elengedhetetlen vállalkozásunk alapítása szempontjából.

A szállítási módok és a szállítási költségek alapjaiban befolyásolják tevékenységünk eredményességét. Üzletmenetünk pénzügyi tervezéséhez elengedhetetlen a szállítás feltételeinek és az azokban bekövetkezett változásoknak a folyamatos nyomon követése és tevékenységünk ehhez való igazítása.

A vállalkozások számára kiemelkedően fontos a kapcsolattartás üzleti partnereivel, szakértőkkel, társadalmi csoportokkal, hiszen a közönségkapcsolatok révén újabb információk szerezhetők, melyek a vállalkozásunk további sikerességét befolyásolhatják.

A telephelyválasztást negatívan és pozitívan is befolyásolják bizonyos tényezők. Negatív hatást gyakorol például, ha nem megfelelőek a természeti, környezeti tényezők, vagy bizonyos esetekben környezetvédelmi korlátokkal kell szembesülni. Ezen felül nehézséget tud okozni, ha a gazdasági-társadalmi környezet nem megfelelő, a helyi lakosság ellenállása a telepítéssel szemben vagy túl sok és erős a versenytárs. Az adminisztratív akadályok szintén megnehezíthetik egy-egy telephely kiválasztását.

Természetesen a kiválasztás pozitívan befolyásoló tényezőkről is beszélhetünk. Így például, a megfelelő településméret előrevetíti a későbbi működőképességet, főleg, ha a megfelelő lakosságszám kiterjedt vásárlói vonzáskörzetet, azaz széles fogyasztói piacot és magas fajlagos lakossági költséget jelent. A megfelelő infrastruktúra és a kedvező földrajzi fekvés is megkönnyíti a döntést, melyet tovább erősíthetnek azok a speciális adottságok, melyek fontosak a vállalkozás számára. Egy szállodai beruházás esetében például jelentősen megkönnyítheti a döntést, ha az adott település megfelelő idegenforgalmi adottságokkal rendelkezik vagy egy olyan ipari bázis van, ami előrevetíti a szálloda hosszútávú működési lehetőségeit. Láthatjuk, hogy a telephelyválasztást alapvetően befolyásolja, hogy a vállalkozás milyen típusú tevékenységet folytat. A környezeti tényezőket is annak megfelelően kell megvizsgálni. Egy jól megválasztott telephely, amely tökéletesen illik a környezetébe, hatással lehet a fogyasztók körére és számára, a vevőkör összetételére és a termékek, szolgáltatások árára is. Ebből következik, hogy a hosszútávú eredményesség és a vállalat fenntarthatóságát is befolyásolja a környezeti tényezők helyes kombinálása.

Napjainkban a telephelyválasztási tényezőket kemény és puha tényezők szerint is csoportosíthatjuk. A kemény telepítési tényezők a közgazdaságtan és a logika alapján közelítik meg a telephelyválasztás kérdéseit. Ezek a tényezők általában könnyen számszerűsíthetők, míg a puha telepítési tényezők esetén ezeket nem lehet számokkal kifejezni és általában olyan szempontokról beszélünk, amelyek a foglalkoztatottak életminőségét befolyásoló személyi tényezők. A kemény – makro tényezők a következők lehetnek: gazdasági-politikai stabilitás, kereskedelmi kapcsolatok volumene, a tervezett tevékenység piaci mérete, a devizaárfolyamok alakulása, a termelési költségek, állami támogatások, megfelelő adórendszer, és a már előzőekben elemezett tényezők, mint az infrastruktúra, a természetföldrajzi környezet, a munkaerő mennyisége és milyensége valamint a helyi adórendszer és támogatások mértéke.

A puha-makro tényezőknél a potenciális telephely imázsa, a térségben már letelepedett vállalatok, a kutatás-fejlesztő és felsőoktatási intézmények valamint a vállalati finanszírozás jellegzetességei a meghatározók.

2. TELEPHELYVÁLASZTÁS A SZÁLLODAIPARBAN

A megfelelő telephely kiválasztása egy szállodai beruházás esetén döntő fontosságú lehet, hiszen egy rossz helyszín a vállalkozást akár eleve kudarcra is ítélni, míg egy jó helyszín ellensúlyozni tudja a szálloda egyéb hiányosságait.

Az előző fejezetben megismert csoportosítási szempontok alapján a természeti környezet vizsgálata elengedhetetlen. A helyszín idegenforgalmi adottságainak a felmérése az elsődleges feladat. Fontos szempont a megfelelő természeti vagy ember alkotta attrakciók megléte és azok vonzáskörzete, amely már eleve biztosít megfelelő keresletet a település iránt. A helyszín keresése előtt érdemes eldönteni, hogy milyen típusú szállodai beruházás valósuljon meg, mert az eltérő szállodatípusok mind más környezetben tudnak megfelelően működni. Az utazási motivációk alapján a szállodákat két nagy csoportra bonthatjuk: a szabadidő eltöltésére és hivatásturizmusra szakosodott szállodákra. Természetesen a legtöbb szállodában összemósodik a két szegmens, de a fő vendégkör azért meghatározza a szálloda típusát (Juhász, 2013).

Városi szállodák esetén a központi elhelyezkedés lehet ideális, de a külvárosnak is meg lehetnek az előnyei, például a könnyebb parkolás és megközelíthetőség.

Ha *üdülőszállodát* szeretnénk működtetni, akkor a helyszínnek nyugodtnak, csendesnek kell lennie, városon kívüli szép természeti környezetben. Külön előny, ha ez a szálloda egy természeti attrakció mellett/közelében van.

Minősített *wellness szállodaként* az a hotel üzemelhet, amelyik szolgáltatási palettája megfelel a törvényi előírásoknak. A fizikai és a szellemi harmónia megfelelő egyensúlyára törekednek ezek a hotelek (Kóródi, 2011).

A hivatásturizmusra építő szállodák, mint például egy *konferenciaszálloda* esetében a legfontosabb tényező a könnyű megközelíthetőség és a megfelelő számú parkolóhely. Emellett azt is érdemes figyelembe venni, hogy milyen cégek találhatóak az adott településen, milyen beruházások várhatóak és vannak-e peridikus hatások, melyeket figyelembe kell venni a tervezés során (Albert Tóth – Happ, 2017).

Tranzitszálloda esetén a legfontosabb tényező a közlekedési csomópontokhoz közeli elhelyezkedés, megfelelő tömegközlekedési kapcsolattal.

Gyógyzálloda működtetésekor az egyik alappillér a gyógyászatához szükséges termálvíz megléte, így érdemes olyan helyre építeni, ahol a közvetlen közelben található termálvíz.

A fentiek alapján látható, hogy a helyszín és a szálloda típusának kiválasztása kéz a kézben járó feladat, egyik sem működik a másik nélkül. A helyszín esetén számításba kell venni a környék klímáját, domborzati és vízrajzi viszonyait, természeti szépségét, kulturális és gazdasági felkészültségét, hagyományait, rendezvényeit. Ha kiválasztottuk a helyszínt, akkor

meg kell határozni a terület vonzerejét, ami azt földrajzi távolságot jelenti, ahonnan a szálloda még képes vendégeket vonzani, illetve az a vonzerő, amit a környék jelent.

A termelési tényezők - a telek, a munkaerő és a tőke - vizsgálata során az adott terület megszerzési körülményei és az épület felépülésének lehetőségei az információszerzés első lépése. Statikai, régészeti, földtani szempontok megvizsgálására is kell időt szakítani, hiszen ezek kihagyása jelentősen megnehezítheti a megvalósulás gyorsaságát. A terület tulajdonviszonyait is érdemes előre tisztázni, illetve, a terület beépíthetőségi foka szintén nem elhanyagolható tényező, hiszen nem csak a leendő épület alapterületét határozza meg, de a későbbi bővítési lehetőségeket is szűkítheti.

A helyszín infrastrukturális ellátottságát is figyelembe kell venni. A szűkebb infrastruktúra meghatározza a beruházás gyorsaságát és a költségeket is, míg a tágabb infrastruktúra a későbbiekben kihat a vendégek időtöltésére is.

A munkaerő kérdése szintén jelentős. A szállodaipar az egyik leginkább munkaerőigényes ágazat, melyben a munka jellegéből adódóan nagy a fluktuáció is. Éppen ezért fontos előre tisztázni a szakképzett és szakképzetlen munkaerő megoszlását, illetve a dolgozói utánpótlás lehetőségeit. Tovább nehezíti a helyzetet, hogy az egyes pozíciókban lévő alkalmazottakat nem lehet egymással kicserélni (Juhász, 2016).

A szállodai beruházások nagy tőkeigényűek és lassú a megtérülési idejük. Ezért érdemes már a kezdetekkor a pénzügyi háttérrel biztosítani (Juhász, 2016).

A harmadik csoportba tartozik a szállodai telephelyválasztási preferenciák egyik legfontosabb tényezője a kereslet analízis, mely arra ad választ, hogy mekkora a fizetőképes vendégkör az adott terület vonzáskörzetében. A nem megfelelő célcsoport jelentősen ronthatja a szálloda későbbi jövedelmezőségét. Ezenfelül szükséges piaci helyzetelemzést is végezni, mert az elvárt profit elérése nagyban függ a piaci helyzettől. A kínálat megvizsgálása során fontos a konkurencia feltérképezése, hiszen annak segítségével meghatározhatóvá válik, hogy az adott szállodai beruházás beilleszthető-e az adott helyszín versenytársai mellé.

A szállítási szempontok ebben az esetben elhanyagolhatók, viszont a térbeli kapcsolatok szintén meghatározók tudnak lenni az üzemeltetés során, így azokat érdemes már az előzetes vizsgálatok során feltérképezni.

Összefoglalva a szállodák telephelyválasztási preferenciáit, a következő szempontok a legfontosabbak: olyan helyszín kiválasztása, mely rendelkezik valamilyen egyedi vonzerővel, amelyre a szálloda építheti a potenciális keresletét és amelynek segítségével meghatározhatóvá válik a szálloda típusa valamint a versenykörnyezet alapos feltérképezése (Kátay, 2016).

A telephelyválasztási modellek is segítséget nyújthatnak a megfelelő helyszín kiválasztásában. Albert Tóth és Rechnitzer 2018-as tanulmányában a következő modellekről ír: monocentrikus modell, agglomerációs modell, empirikus modellek és a működési modellek, melyek közel állnak a gyakorlathoz. Ezen modellek mindegyike átfogó képet adhat egy-egy területi egységről (Albert Tóth – Rechnitzer, 2018).

3. KÜLFÖLDI SZÁLLODAI BERUHÁZÁSOK JELLEMZŐI

Az FDI (Foreign Direct Investment) - közvetlenül külföldről beáramló tőkebefektetés jellegű - beruházások esetén az anyavállalat minden esetben körültekintő elemzést végez arra az adott országra/régióra vonatkozóan, ahová befektetni kíván (Vápar, 2012). A turizmusról elmondható, hogy ez az a szektor, amelyhez béke, nyugalom és stabilitás szükséges. Egy-egy ember által előidézett vagy környezet által bekövetkezett katasztrófa évekre kizökkenheti egy adott desztináció idegenforgalmát a megszokott mederből. Láthatjuk tehát, hogy az egyik alappillére egy szállodaberuházásnak minden esetben a politikai stabilizáció. (A környezeti eseményekre nincs ráhatásunk) (Juhász, 2016).

Általában egy 4 lépcsős folyamat előzi meg a beruházásokat. Politikai, gazdasági, szociális és kulturális elemzések szükségesek ahhoz, hogy megtudjuk, érdemes-e az adott országban beruházni, azaz van-e lehetőség a megtérülésre és ha igen, mennyi idő alatt. Az anyavállalathoz hasonló környezettel rendelkező országban mindig könnyebb és gyorsabb beruházni, mert nem szükséges egy teljesen új know-how-t összeállítania a vállalatnak. A meglévő munkafolyamatok alkalmazhatóak az új beruházás terén is, gondoljunk a tervezés-beruházás-üzemeltetés-kontrolling négyesére. A nemzetközi szállodavállalatoknak két fő célkitűzése van: profitmaximalizálás és a vendéglégedettség biztosítása.

A beruházások általában nagy tőkeigényűek és a megtérülési időt 7 éven felül tervezik. Mivel a turizmus a következő években további növekedést fog eredményezni – ami biztos keresletet garatál -, új desztinációk kerülnek fel a globális piacra, ezért szükség van további szállodai beruházásokra. A szállodaiipar és a turizmus sok esetben az egyetlen lehetséges kiút egy fejletlen régió felzárkózása esetén. A kockázati tényező ezért nagyon alacsony. Általában egy-egy ilyen beruházás a nagy tőkeigény miatt államilag támogatott tevékenység. Az ingatlanba való befektetés hosszú távon mindig megéri, hiszen a telek sem veszít az értékéből, illetve az épület is többfunkciós, kisebb átalakításokkal akár másra is lehet hasznosítani, nemcsak szálláshely szolgáltatásra (Juhász, 2016).

4. SZÁLLODANYITÁSOK MAGYARORSZÁGON

Az UNWTO – a Turisztikai Világszervezet - és a magyarországi kutatások is egybehangzóan azt állítják, hogy a következő kb. tizenöt évben nagyarányú turistaérkezésekre lehet számítani. Az UNWTO 2018-as trendriportja szerint 2020-ig az Európai Unióba érkező turisták száma éves szinten 2,3%-kal, 2020-2030 között további 1,5%-kal fog nőni évente (UNWTO, 2018). Ez a kedvező trend kihatással van a szállodai fejlesztésekre is. Ezt a magyar kormány 2017-ben elfogadott és meghirdetett Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiája is alátámasztja, melynek egyik fő célja a magyarországi szálláshelyek minőségi fejlesztése. A stratégiai fejlesztések a Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program keretein belül valósulhatnak meg és első körben a kiemelt desztinációkban van lehetőség szálláshely létesítésre. Ez a pályázat kifejezetten a vidéki szálláshelykínálat növelésére vonatkozik. Az állam 2030-ig körülbelül 300 milliárd forint értékű támogatást kíván kiosztani ezen program keretein belül. A pályázati kiírás egyik alapvető eleme a helyszín kiválasztásának alapos indoklása, melyhez a következő elemek vizsgálata szükséges: a lokális gazdasági-társadalmi-földrajzi környezet, az infrastrukturális háttér, a közelben található turisztikai attrakciók, a közvetlen gazdasági-társadalmi környezet és a munkaerő-piaci helyzet. Ezen felül kereslet-kínálat analízis és versenytárselemzés is kötelező, melyek a szálláshelyek specifikusságát mutatják (MTÜ, 2017). Ezek az elemek nagyjából fel is ölelik a telephelyválasztás témakörében bemutatott tényezőket.

A nagy szállodacsoportok és szállodai befektetésekkel foglalkozó társaságok is felismerték a magyarországi piac bővülését. Ezek a vállalkozások azonban leginkább Budapestre fókuszálnak, ahol a Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint a turistaérkezések száma 2017-ben elérte a tízmillió vendégéjszaka számot (KSH, 2017). A prognózisok azt mutatják, hogy ez a szám még bővülni fog (UNWTO, MTÜ). Éppen ezért a szállodapiaci bővülés is folytatódik. Több szállodamárka is megerősítette, hogy a közeljövőben új egységet nyit a fővárosban (Vámos, 2018). A nemzetközi vállalatoknak Magyarországon belüli leginkább Budapesten érdemes beruházniuk, hiszen a telephelyválasztási kritériumok ott valósulnak meg. Ha megnézzük a szállodamárkák vidéki jelenlétét világszerte, láthatjuk, hogy azok vagy nagyobb városok központjaiban találhatóak, vagy olyan helyszíneken, melyek nemzetközi viszonylatban is megfelelő turisztikai imázssal és attrakcióval rendelkeznek.

5. PRIMER KUTATÁS

A telephelykutatással kapcsolatos elméleteket és gyakorlati szempontokat a szállodaipar területén vizsgáltam meg. A kutatási célom az volt, hogy választ kapjak arra, hogy a szállodák telephelyválasztási gyakorlata mennyire egyezik meg az elméleti háttérrel. Ehhez kétféle módszert alkalmaztam: mélyinterjú és kérdőíves megkérdezéseket. A kutatást 2018 tavaszán végeztem el. Az egységesített, strukturált online kérdőívet 29 győri szállodának küldtem el. Egy konkrét szállodának, a Famulus Business Hotel****-nek a telepítési döntéseit egy mélyinterjú során tudtam meg.

5.1. A FAMULUS BUSINESS HOTEL** TELEPHELY VÁLASZTÁSA**

A Famulus Business Hotel**** egy bonyolult konstrukció, hiszen a profitorientált tevékenysége mellett a Széchenyi István Egyetem hivatalos oktatószállodája is egyben. A telephelyválasztással kapcsolatban interjút készítettem dr. Cseh Sándor főiskolai tanárral, aki a tervezéstől a megvalósításig részt vett ebben a projektben. 1997-ben, az akkori Apáczai Csere János Főiskola dékánjaként dr. Cseh Sándor felismerte, hogy szükség van hallgatói létszám emelkedése miatt további kollégiumi férőhelyekre. Ezt felerősítette a 2000-ben bekövetkezett integráció, mely során a főiskola csatlakozott a soproni székhelyű Nyugat-Magyarországi Egyetemhez. Ehhez jött még hozzá a Turizmus Tanszék részéről az az igény, hogy szükség lenne egy olyan helyre, ahol a diákok a gyakorlatban is megtapasztalhatják az elméletben elsajátított ismereteket. Az akkor már főiskolai kar egy olyan épületben kezdett el gondolkodni, melyben kollégium és szálloda is található. Ehhez a finanszírozási háttérrel az akkoriban egyre divatosabbá váló PPP (public-private partnership)- konstrukció biztosította. Ez az állami és a magánszektor együttműködését jelenti közcélú beruházások megvalósítása során (Kozma, 2009).

A megfelelő helyszín kiválasztása során a fő szempont a főiskola épületéhez való közelség volt. Így került szóba a Palatia nyomda egyik régi épülete, mely a Tarcsay Vilmos utcában található. Már a tervezési folyamatok is megkezdődtek, de azt a helyszínt el kellett vetni az akkori Oktatási Minisztérium kívánságára. Az újabb helyszínre az intézmény kapcsolati tőkéjének köszönhetően találtak. A magánberuházó rendelkezett egy beépíthető telekkel a közelben. A tervezés során a profitorientált tevékenységet végig megelőzte az oktatás fontossága, ezért további konkrét elemzéseket nem végeztek arra vonatkozóan, hogy a helyszín hosszútávon is megfelel-e a célnak. Végül 2007 szeptemberében megnyitotta kapuit az ország első oktatószállodája. Az interjú során nyilvánvalóvá vált számomra, hogy a kollégiumi szálláshelyek biztosítása volt az elsődleges cél és a szálloda rentábilis üzemeltetésére csak a nyitás előtti pár hónapban gondoltak először. Ennek tükrében kijelenthető, hogy nem volt telephelyválasztási tevékenység. Ennek ellenére a szálloda kitűnően teljesített az elmúlt 11 évben.

5.2. A KÉRDŐÍVES KUTATÁS EREDMÉNYEI

A primer kutatás részeként online kérdőíves felmérést végeztem 2018. március és április hónapokban. A kérdések összeállításakor az elméleti háttérrel vettem alapul. A feltételezésem az volt, hogy a győri szállodaipar szereplői nem foglalkoznak az optimális telephelyválasztáshoz szükséges feltételek vizsgálatával olyan mértékben, mint az esetleg elvárt lehet. Ezt tovább bonyolítja az a helyzet is, hogy a legtöbb győri szálloda már régóta üzemel. Jelenleg 29 szálloda található a városban, 3 illetve 4 csillagos kategóriákban. Mindegyik szállodának kiküldtem a kérdőívet, de csak 11 szállodától kaptam választ. Ennek ellenére levonhatók belőle óvatos következtetések a győri szálláshelyek telephely választási motivációjáról. A kevés válaszadóra való tekintettel azonban nem mondható el az, hogy a primer kutatás átfogó és általános eredményeket hozott.

Elsőként általános kérdéseket tettem fel az adott szállodával kapcsolatban. Ezeket a válaszokat a következő táblázatban gyűjtöttem össze.

1. táblázat: Általános információk
Table 1 General informations

Mióta működik a szálloda?	Mennyi szobája van a szállodának?	Ha rendelkezik besorolással a szálloda, akkor hány csillagos?	Foglalkoztatottak száma	Milyen tulajdonban van a szálloda?
2007	96	3	22	Szállodacsoport
2015	54	4	30	Gazdasági társaság
1904	155	3	50	Szállodacsoport
1998	34	3* és 4*	30	Családi
2001	13	3	3	Családi
2018	17	Hotelstars besorolással nem rendelkezik	9	Gazdasági társaság
1988	21	Hotelstars besorolással nem rendelkezik	25	Gazdasági társaság
1995/2015	46	Hotelstars besorolással nem rendelkezik	15	Családi
2012	103	4* superior	45	Gazdasági társaság
2007	23	3	8	Családi
2007	59	4*	55	Állami

Forrás: saját szerkesztés

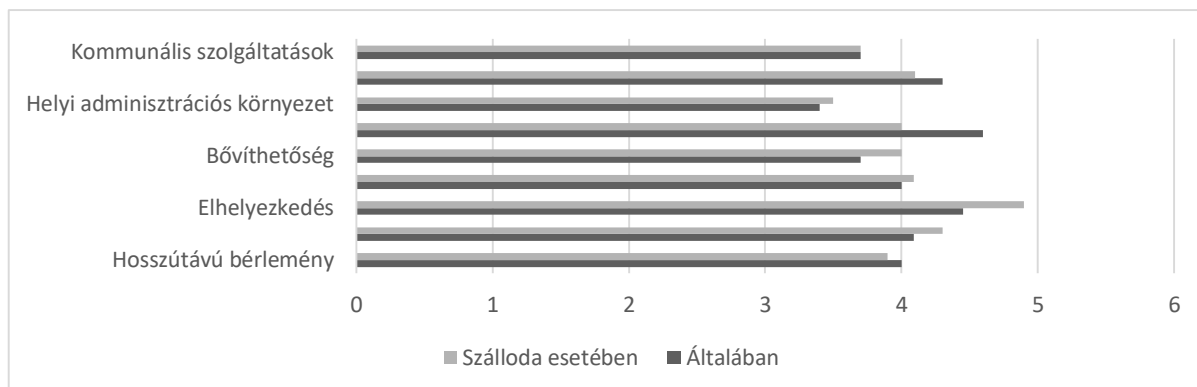
A családi tulajdonban lévő szállodákat az első generáció üzemelteti mind a 4 esetben. A következő kérdésre – Mi alapján választotta ki a szálloda jelenlegi helyét? - a megkérdezettek 63,6%-a válaszolta azt, hogy az épület már állt, amikor a jelenlegi üzemeltetés alá került a szálloda. Kettő hotel végzett a nyitás előtt turisztikai helyzetértékelést, melynek eredménye alapján kezdték el működésüket. Ez tudatosságra vall, mely azt feltételezi, hogy az idegenforgalomban járatos szakemberek állnak a szálloda mögött.

A telepítés/üzembe helyezés előtt végeztek-e bármilyen jellegű elemzést kérdésre a következő válaszokat kaptam: 40% kereslet analízist végzett, míg a kitöltők 30%-a végzett további vizsgálatokat is: regionális analízist, piaci környezet, vonzáskörzet és a konkrét telephely vizsgálatot is. Csupán a válaszadók 10%-a jelölte be a munkaerőhöz való hozzáférést, mint előzetes elemzést. A mai munkaerőpiaci helyzetet tekintve lassan ez lesz a legfontosabb elemzés egy beruházás előtt. Lesz-e vajon megfelelő mennyiségű és minőségű munkaerő az üzemeltetéshez?

A következő két kérdést egy táblázatban foglalom össze, ahol arra keresem a választ, hogy az egyes elemeket mennyire tartják fontosnak a válaszadók, ha általánosságban, illetve, ha a saját szállodájukról van szó. A kérdések kielemezése során átlagot számoltam és az ábra ezeket az értékeket mutatja meg. A kérdés a következő: Az alábbi tényezők mennyire befolyásolják általában / az Ön szállodája esetében a telephely kiválasztását?

Az általános tényezők esetén a megközelíthetőség kapta a legnagyobb átlagot, míg a saját szálloda esetén az elhelyezkedés, ami azt mutatja, hogy szinte minden válaszadó szerint a helyszín a legfontosabb szempont egy szálloda telephely választásánál. A második legfontosabb elem az általában kérdésnél a fizetőképes kereslet, ami azt mutatja, hogy minden vállalkozás számára fontos, hogy hol, mikor és mennyiért tudja értékesíteni a szolgáltatását/termékét. A saját szálloda esetén a fontossági sorrendet a beruházás költségei előzik meg, ami abból adódik, hogy egy szállodai beruházás költségei nagyon magasak és a megtérülési idő pedig minimum 7 év (Juhász 2016).

1. ábra: Befolyásoló tényezők a telephely kiválasztásakor (2018.)
Figure 1: Influencing factors when choosing a site (2018)



Forrás: saját szerkesztés

„Az Ön telephelyére hatással vannak a következő tényezők?” kérdésre adott válaszok alapján a megkérdezett hotelek számára a versenytársak létezése a legkevésbé fontos tényező, míg a legfontosabb a fogyasztók köre és száma. Ezt talán az magyarázza, hogy a győri szálláshely kínálatot többnyire az Audi gyár és beszállítói által generált kereslet határozza meg. Az alábbi táblázatban foglaltam össze az átlagértékeket.

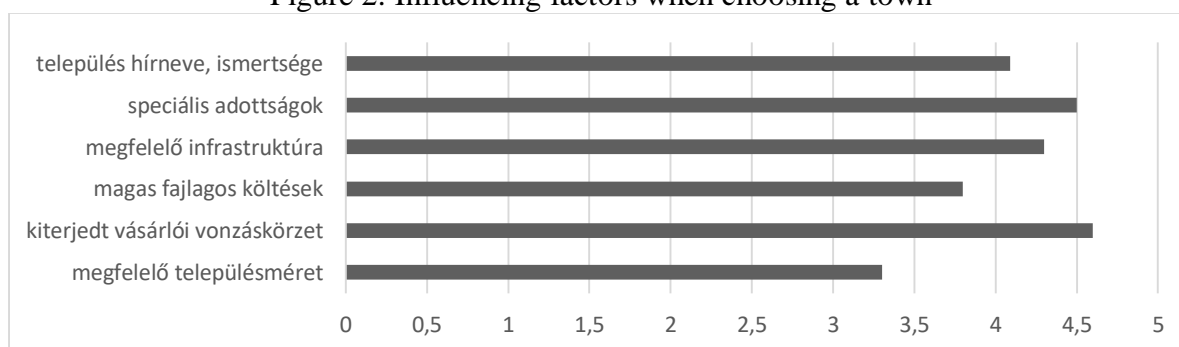
2. táblázat: A működést befolyásoló tényezők
Table 2: Factors affecting the operation

Működést befolyásoló tényezők	Átlagértékek
Fogyasztók köre és száma	4,4
Vevőkör összetétele	4,2
Termékek, szolgáltatások ára	4,4
Versenytársak	3,9

Forrás: saját szerkesztés

A következőkben arra kerestem a választ, hogy a szálloda helyszín választásakor mennyire befolyásolták a megkérdezetteket a felsorolt tényezők a döntésben. A kutatás eredményei alapján elmondható, hogy a válaszadók szerint a megfelelő településméret nem befolyásolja a szálloda működését, hiszen nem a helyi lakosok a potenciális vendégkör. A kiterjedt vásárlói vonzáskörzet már annál jobban, láthatjuk, hogy az kapta a legmagasabb átlagot. Ezen felül szintén a szállodaiparra jellemző tényező a speciális adottságok megléte adott településen. Ezek után jön csak számításba az adott helyszín infrastruktúrája.

2. ábra: Befolyásoló tényezők a település kiválasztásánál
Figure 2: Influencing factors when choosing a town



Forrás: saját szerkesztés

A telephelyválasztás nehézségeinek vizsgálata során a válaszokból elmondható, hogy Győr meglehetősen jó adottságokkal rendelkezik, hiszen egyik tényező sem nehezítette a beruházásokat.

3. táblázat: Nehézséget okozó tényezők
Table 3: Factors that may cause difficulty

Nehézséget okozó tényezők	Átlagértékek
természeti, környezeti tényezők	2,2
gazdasági-társadalmi környezet	2,5
adminisztratív akadályok	2,09

Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók szerint a győri telephelykínálat is többé-kevésbé megfelelő. Érdekes, hogy az utolsó kérdésre, mely szerint telített-e a győri szálláshelykínálat, a válaszadók legtöbbször azt a választ adta, hogy eléggé telített. A városba érkezők legnagyobb arányban az üzleti szegmensbe tartoznak, melyet a jelenlegi szobakapacitás ki tud szolgálni. Egy esetleges új szegmens Győrbe hódítása esetén lenne szükséges további szállodai beruházásokat végezni. A kevés válaszadó ellenére is kaptunk egy átfogó képet a szállodák telephelyválasztási preferenciáiról, melyek a következők: legfontosabb a megfelelő helyszín és a kereslet, mert ez a két tényező dönti el, hogy hosszútávon sikeres lesz-e a koncepció. A keresletet azonban meghatározza helyszín turisztikai attrakciója.

6. ÖSSZEGZÉS

Telephelyelméleti kutatásaim azt bizonyítják, hogy egy új telephely kiválasztása során érdemes azokat az elemzéseket elvégezni, melyek hozzásegítenek a legmegfelelőbb helyszín kiválasztásához. Az iparági sajátosságokat és az általános elméletet figyelembe véve a szállodai beruházások előtt a következő vizsgálatok elvégzése mindenképpen szükséges: adott helyszín attrakcióinak felmérése, megfelelő szállástípus kiválasztása, kereslet-kínálat alapos feltérképezése, a konkrét helyszín elhelyezkedése. Conrad Hilton a Hilton Hotels and Resorts alapítója is összefoglalta tömören egy szálloda hosszútávú sikerességét: „Location, location, location!”

A primer kutatás célja az volt, hogy a telephely elméletek gyakorlati oldalról is bizonyítást nyerjenek. A kutatás korlátai azonban megnehezítették, hogy olyan eredmény szülessen, amelynek segítségével egyértelműen bizonyíthatóvá váltak volna a szekunder kutatás során felvázolt tényezők. Egyrészt az alacsony válaszadási arány, másrészt a földrajzi helyszín behatároltsága egyaránt korlátozta a kutatás eredményességét.

A győri szállodák megkérdezése nem adott minden kérdésemre választ az iparági szereplők helyszínválasztásával kapcsolatban, mert a válaszadó szállodáknál a telephelyválasztás kérdése nem merült fel kérdésként. Az azonban világosan látható, hogy egy szálloda esetében különösen fontos a megfelelő telephely kiválasztása, hiszen az akár hosszú évekre is eldöntheti az adott vállalkozás sikerességét. A szállodai beruházások előtt mindenképpen érdemes átfogó vizsgálatot végezni.

Albert Tóth és Happ 2017-es tanulmányukban arra keresték a választ, hogy a magyarországi potenciális városlátogatók mit hiányolnak Győrből. A válasz egyértelműen egy megfelelő wellness hotel szükségességére hívta fel a figyelmet, mely a mai turisztikai trendekkel párhuzamba vonható (Albert Tóth – Happ, 2017). Ilyen jellegű beruházás azonban nincs tervezve Győrben, így a jelenlegi vendégkört szükséges tovább erősíteni.

IRODALOMJEGYZÉK

- Albert Tóth Attila – Happ Éva (2017): A turisztikai kereslet fejlesztésének lehetséges irányai egy innovatív városban, *Turizmus Bulletin*, XVII. évfolyam 3-4. szám, 14-24.
- Albert Tóth Attila – Rechnitzer János (2018): A telephelyválasztás lehetőségei a szállodaiparban, *Tér és Társadalom*, 32. évf., 3. szám, 128-142.
- Friedman Thomas L. (2008): *És mégis lapos a föld*, HVG Kiadó Zrt, Bp.
- Kátay Á. (2016): *A szállodaipar térbeli és időbeli expanziójának vizsgálata Magyarországon*, Pécsi Tudományegyetem, disszertáció
- Kozma Miklós Attila (2009): *Értékteremtés Public-Private Partnership keretében – különös tekintettel a vállalkozó szempontjaira*, PhD értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola, Budapest
- Kóródi Márta (2011): *Turizmusmenedzsment*, Pécsi Tudományegyetem, TAMOP 4.2.5 Pályázat könyve, <http://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turizmusmenedzsment/book.html>, letöltve: 2018.04.12.
- Lengyel I.-Rechnitzer J. (2004): *Regionális gazdaságtan*, Dialóg Campus Kiadó, Bp.-Pécs, 87-139.o.
- Magyar Turisztikai Ügynökség (2017): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030*
- Rechnitzer J. (1994): *Fejezetek a regionális gazdaságtan tanulmányozásához*, MTA Regionális Kutatások központja, Győr-Pécs, 35-68.o.
- Vámos Éva: *Újabb szállodanyitások várhatók Magyarországon*, *Turizmus.com* szakmai újság profiknak XVIII. évfolyam 5. szám 2018. május
- Vápár József (2012): *A külföldi működőtőke befektetések regionális szerkezete és a befektetésösztönzés Magyarországon*, Széchenyi István Egyetem, disszertáció
- UNWTO (2018): *European Union Tourism Trends*, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419470>, letöltés dátuma: 2018.08.10.