

## AZ MSZSZ ÁLTAL 2011. MÁJUS 4.-ÉN TARTOTT BUDAPEST TURIZMUSA KONFERENCIA

### ÖSSZEFOGLALÓJA

#### 1. Budapest turizmusának helyzetértékelése

##### 1.1. Budapest szerepe a magyarországi szállodaiparban

- 2010 decemberében Budapesten 158 szálloda működött, a magyarországi szállodák 20,8%-a, ebből 16 db 5 csillagos ( az országos kapacitás 69,6%-a ) 61 db 4 csillagos szálloda ( az országos kapacitás 28,8 %-a)
- a 158 szállodában 17 537 szoba volt (az országos kapacitás 37,7%-a)
- 2010-ben a budapesti szállodákban 57,8 milliárd HUF bruttó szoba árbevétel realizálódott, ami az országos bevétel 51,9 %-a.
- fentiekben belül a budapesti szállodákban keletkezett az országos szinten a külföldi vendégek által fizetett szobai árbevétel 72,6%

Ezekből az adatokból következik, hogy fővárosunknak a hazai turizmusban, szállodaiparban meghatározó szerepe van, Budapest turizmusának élénkítése nélkül turizmusunkat nem lehet ismét növekedési pályára állítani.

##### 1.2. Budapest szállodaipara teljesítményének alakulása 2006-2010 között

MEGNEVEZÉS	2006	2007	2008	2009	2010	2010/2006
Szállodai szobaszám	15 477	15 916	16 323	19 465	17 537	113,3 %
Szállodai vendégéjszakák száma	5 642 554	5 751 230	5 646 857	5 121 522	5 514 145	97,7 %
Szobafoglaltság (%)	59,1	61,2	58,7	49,6	52,8	-5,3 %pont
Bruttó átlag szobaár (HUF)	20 622	19 942	19 322	18 506	17 439	84,6 %
Bruttó REVPAR (HUF)	12 186	12 201	11 344	9180	9208	75,6 %
Bruttó szoba árbevétel (millió HUF)	69 835	70 314	66 908	56 957	57 804	82,8 %
Éves infláció (%)	3,9	8,0	5,1	4,2	3,8	127,6 %

A fentiek szerint látható, hogy míg 5 év alatt a szállodai szobaszám 13,3 %-kal nőtt, a kereslet csökkenése miatt a szállodai vendégéjszakák száma 2,3 %-kal csökkent. Emiatt a szállodák szobafoglaltsága 2010-ben 5,3 %ponttal alacsonyabb lett, mint 2006-ben volt. A csökkenő kereslet hatására, valamint az „öngyilkos” árverseny következtében a bruttó átlag szoba árak 2006 és 2010 között 15,4 %-kal, a bruttó REVPAR 24,4 %-kal csökkent. **A fenti forgalom visszaesés közel 30 % inflációval párosulva drasztikusan rontotta a szállodák jövedelmezőségét.**

A nagymértékű árbevétel, teljesítményromlás ellensúlyozására a szállodák a következő intézkedéseket hozták, melyek az alábbi következményekkel jártak:

- racionalizálás, költségcsökkentés, létszámleépítés, ami rontotta a szolgáltatások minőségét
- elmaradtak fejlesztések, a szükséges felújítások
- mindezek negatívan hatottak a versenyképességre
- a létszámcsökkentés negatívan hatott a foglalkoztatásra
- a csökkenő vendég szám negatívan érintette a főváros turizmusában érdekelt egyéb vállalkozásokat is
- a csökkenő árbevételek miatt kisebb lett az állami és Önkormányzati adóbevétel

### 1.3. Budapest szállodáinak teljesítménye a Prágához és Bécshez képest 2009-2010-ben

MEGNEVEZÉS	2009	2010	VÁLTOZÁS
<b>SZOBAFOGLALTSÁG (%)</b>	<b>%pont</b>		
Budapest	53,2	57,7	4,5
Bécs	65,7	73,0	7,3
Prága	56,7	62,2	5,5
<b>ÁTLAG SZOBA ÁR (EUR)</b>	<b>b.index</b>		
Budapest	67,8	63,1	93,1 %
Bécs	94,7	91,4	96,5 %
Prága	73,7	70,9	96,2 %
<b>PEVPAR (EUR)</b>	<b>b.index</b>		
Budapest	36,0	36,5	101,4 %
Bécs	62,2	66,7	107,3 %
Prága	41,8	44,1	105,5 %

A STR riport adatai szerint a Budapest szállodáinak teljesítménye messze elmaradt két Közép-Európai versenytársának, Bécsnek és Prágának teljesítményétől.

2010-ben a bécsi szállodák szobafoglaltsága 15,3%, a prágaiaké 4,5% ponttal, a nettó átlag szoba ára a bécsi szállodáknak 44,8 %-kal a prágaiaké 4,6%-kal magasabb volt, mint a budapesti. Ennek következtében a budapesti szállodák REVPAR mutatója a bécsinek csupán 54,7%-a, a prágainak 86,1%-a.

Összefoglalva az állapítható meg, hogy Budapest turizmusa az elmúlt években önmagához képest nagy mértékben visszaesett, és teljesítménye - a meglévő adottságai ellenére - messze elmaradt a régiós versenytársainak teljesítményétől.

#### 1.4.Javuló eredmények 2011 I-IV. hónapokban

Közép-kelet európai fővárosok/STR						
	2010	2011		2010	2011	
<b>SZOBAFOGLALTSÁG</b>						
	április		%pont	jan.-ápr.		%pont
Budapest	55,6%	69,1%	13,5%	45,0%	49,9%	4,9%
Bécs	73,9%	76,2%	2,3%	60,5%	62,6%	2,1%
Prága	61,6%	75,5%	13,9%	47,5%	51,3%	3,8%
<b>ADR (EUR)</b>						
	április		b.index	jan.-ápr.		b.index
Budapest	59,1	59,5	100,6%	59,0	59,8	101,5%
Bécs	98,8	91,0	92,1%	88,9	95,0	106,9%
Prága	73,2	71,5	97,7%	67,9	68,0	100,1%
<b>REVPAR (EUR)</b>						
	április		b.index	jan.-ápr.		b.index
Budapest	32,9	41,1	125,0%	26,5	29,9	112,6%
Bécs	73,1	69,3	94,8%	53,8	59,5	110,6%
Prága	45,1	54,0	119,9%	32,3	34,9	108,0%

A fenti adatok szerint a 2010 második felében megindult keresletnövekedés tovább folytatódott 2011-ben, és ennek eredményeként felgyorsult Budapest szállodáinak teljesítményjavulása, az azonban változatlanul elmarad Bécs és Prága mögött, és sajnos továbbra is a szakmailag, gazdaságilag kívánatos szint alatt marad.

2011 áprilisában az STR riportban szereplő 41 város között Budapest szobafoglaltságban a 20. helyen szerepelt, viszont átlagárban és REVPAR mutatóban az utolsón.

2011 I-IV hónapban Fővárosunk szállodái a 41 város között mindhárom mutatóban a 41. helyen voltak.

## 2. Budapest turizmusa visszaesésének okai

### 2.1. Szezonalitás

Az STR alábbi adatai mutatják Budapest, Bécs és Prága szállodáinak teljesítményét 2010-ben havonta

	Jan.	Febr.	Márc.	Ápr.	Máj.	Jún.	Júl.	Aug.	Szept.	Okt.	Nov.	Dec.	Jan. - Dec.
<b>SZOBAFOGLALTSÁG (%)</b>													
<b>Budapest</b>	35,5	37,8	48,9	55,3	67,6	67,3	61,8	73,0	78,2	68,7	49,8	43,6	<b>57,7</b>
<b>Bécs</b>	50,6	49,0	70,0	74,6	81,9	77,8	82,8	77,8	85,2	78,3	74,4	72,6	<b>73,0</b>
<b>Prága</b>	37,7	39,7	52,4	61,2	73,8	66,9	69,2	76,0	80,4	78,5	58,2	53,5	<b>62,2</b>
<b>ÁTLAG SZOBA ÁR (EUR)</b>													
<b>Budapest</b>	60,8	60,7	57,6	59,3	67,0	67,0	64,6	59,8	67,9	71,7	58,8	57,2	<b>63,1</b>
<b>Bécs</b>	84,8	81,5	89,9	101,2	92,3	93,4	99,2	73,6	95,8	96,7	87,2	99,0	<b>91,4</b>
<b>Prága</b>	69,6	69,2	65,4	75,8	79,7	79,8	64,3	58,1	82,5	81,7	68,2	68,4	<b>70,9</b>
<b>REVPAR (EURO)</b>													
<b>Budapest</b>	21,6	23,0	28,1	32,8	45,3	45,1	39,9	43,7	53,0	49,2	29,3	24,9	<b>36,5</b>
<b>Bécs</b>	42,9	39,9	63,0	75,5	75,6	72,7	82,2	57,2	81,7	75,7	64,9	71,9	<b>66,7</b>
<b>Prága</b>	26,3	27,5	34,3	46,4	58,8	53,3	44,5	44,2	66,4	64,1	39,7	36,6	<b>44,1</b>

A három város szállodáinak eredményeit összehasonlítva különösen feltűnő, hogy – a hasonló éghajlati és földrajzi viszonyok ellenére – lényegesen erősebb Budapest turizmusának szezonalitása, nagyobb a téli, tavaszi, nyári, őszi időszakok közötti ingadozás a keresletben, a teljesítményekben. Különösen Bécshez képest gyengébb a magyar főváros szállodáinak teljesítménye a téli hónapokban. Az osztrák főváros szállodáinak szobafoglaltsága 2010 novemberében 24,6, decemberében 29, 2010 januárjában 15,1, márciusában 21,1 %ponttal volt magasabb, mint a budapesti szállodáké. Hasonló módon a bécsi és prágai szállodák nettó átlag szobaárai, és REVPAR mutatói is sokkal jobbak, mint a budapestieké. **A különbségek oka a turisztikai versenyképesség általános eltérései mellett az is, hogy Budapesten különösen a téli időszakban lényegesen kevesebb a nemzetközi vonzóképeségű kulturális, sport, egyéb rendezvény. Ehhez részben hiányoznak a megfelelő infrastrukturális létesítmények is.**

## 2.2.A hazai vendégek alacsony száma

2010-ben a fővárosi szállodákban eltöltött vendégéjszakákból kb. 15% származik magyar vendégektől. A hazai vendégek részaránya Londonban 21.6 %, Bécsben 21.1 %, Párizsban 36.5 %, Barcelonában 37.5 %. Egy város turizmusa annál sebezhetőbb, minél inkább függ a nemzetközi turizmustól, minél magasabb a külföldi vendégek részaránya.

Az MT Zrt. adatai szerint a hazai lakosság népszerűségi listáján a városok között Budapest csupán a 6. helyen szerepel. A hazai vendégek körében is megmutatkozik a Főváros „Janus-arca”. Dicsérik annak nevezetességeit, gazdag kulturális, történelmi hagyományait, színes gasztronómiáját, páratlan fekvését, pezsgő életét, a sokféle vásárlási lehetőséget. Ezzel szemben negatívumként említik a rossz közlekedési viszonyokat, a rossz levegőt, a város szennyezettségét, zsúfoltságát, drágaságát.

## 2.3. Budapest nemzetközi képe, megítélése

Budapest megítélése – a turisztikai és általános hírekben, a fővárosunkat felkereső bel és külföldi látogatók, turisták és üzletemberek körében végzett felmérések szerint – ellentmondásos, amit az alábbiak jól tükröznek.

- **A turisztikai médiában kettős kép látszik, ami inkább pozitív.** Ez pl. megmutatkozik abban, hogy dicsérik a klasszikus látnivalókat, fürdőket, kávéházakat, romkocsmákat, a jó ár-érték arányt, a jó tömegközlekedést, pezsgő éjszakai életet, a barátságos embereket. Olyan kifejezéseket használnak fővárosunkra, mint pl. „majdnem Nyugat-Európa”, „legszebb város a Duna mentén”, „remek város egy hosszú hétvégére”, „senki sem készített fel Budapest szépségére”, „híd Kelet és Nyugat között”, „a Duna gyöngye”. Jót tett Budapest megítélésének, hogy már két Michelin csillagos étteremmel büszkélkedhet / Costes, Onyx /. Budapest szerepel a Tripadvisor ajánlott európai városok listáján.
- **Fentiekkel párhuzamosan negatív jelzők, vélemények is megjelennek.** Pl.: „nem biztos, hogy lenne ott, mit csinálnunk”, „nem kihagyhatatlan város”, „taxival ne menj, átvernek”, „nem beszélnek angolul, a hivatalokban sem”. Emellett panaszkodnak a szolgáltatások megbízhatatlansága, a hajléktalanok, koldusok nagy száma, BKV ellenőrök viselkedése, légszennyezés, a sok graffiti, a barátságtalan emberek, köztisztasági problémák miatt. Kárt okoz az is, hogy az USA Nagykövetség hosszú évek óta feketelistát készít egyes vendéglátó üzletekről az ismétlődő nagymértékű vendégmegkárosítások miatt, de a Főváros nem tudja ezt a problémát megoldani. **Az általános hírekben Budapest képe szorosan kapcsolódik Magyarországhoz, ami az elmúlt években részben a gazdasági, s egyéb okok miatt erősen romlott.**

## 2.4. Budapest marketingje

**Az elmúlt években a Főváros nem fordított a súlyának megfelelő figyelmet a turizmus fejlesztésére, nem használta ki az abban rejlő lehetőségeket.** Ez többek között az alábbiakban nyilvánult meg:

- Nem eredményesen határozták meg, milyen Budapest képet akarnak megjeleníteni, nem dolgozták ki a „Budapest márkát, a Budapest brand-et”, csupán ennek első fázisát, a logo és egyéb vizuális eszköz megteremtésével. Sajnálatos volt az is, hogy Budapest turisztikai marketing tevékenységénél az országos irányokat, célokat nem vették figyelembe.
- A főváros turizmusának marketingjéhez nem biztosítottak kellő forrásokat. Erre a célra 2010-ben Bécsben 22.6 millió, Prágában 4.4 millió, Budapesten kb. 2,4 millió Eurót fordítottak. Az idegenforgalmi adóbevételnek jelentős részét nem turisztikai célokra használták. 2011-ben még az az áldatlan helyzet is kialakult, hogy a kerületekhez került az IFA kivetésének és beszedésének joga, ami a kerületenként eltérő mértékű adókhoz, a 2011-ben létrehozott BTSZK pénzügyi lehetőségeinek további szűküléséhez vezetett.
- Érdemes felhívni a figyelmet arra, hogy a rendkívül sikeres bécsi marketingszervezet költségvetésének 58 %-a a szállodákban megjelenő vendégéjszakák után fizetendő adóból – ami a nettó – tehát reggeli és ÁFA nélkül számított szoba árbevétel 2.8 %-a – származik. Emellett a költségvetés 21 %-át Bécs városa, 2 %-át a bécsi Gazdasági Kamara biztosítja, s költségvetés bevételeinek 19 %-a származik, ún. saját bevételekből. Ennek a költségvetésnek a felhasználásával érték el Bécsben 2010-ben 11 millió vendégéjszakát. Budapesten ugyanebben az évben 5,5 millió szállodai vendégéjszaka realizálódott, a bécsinek kb. a fele. Bécs város turizmusának marketingjéről szóló prezentáció a következőkben határozta meg sikerének néhány döntő tényezőjét:
  - a város adottságainak megfelelő hosszú távú stratégia, város brand kidolgozása,
  - a város marketingjének átlátható és kiszámítható finanszírozása,
  - a város marketingjéért felelős stratégiaileg gondolkodó turisztikai szervezet felállítása,
  - ez a szervezet működésében önálló, politikától mentes, a munkát profi szakemberek végzik,
  - nagy figyelmet fordítanak a desztináció és az egyes piaci szereplők érdekeinek összhangjára

## 2.5. Városüzemeltetés, városfejlesztés

- **Az elmúlt években Budapest városüzemeltetése lényegesen megromlott, ami a vendég véleményekben is rendszeresen megjelent.** Ennek jelei többek között az alábbiakban mutatkoztak meg:
  - elhanyagolt aluljárók, koldusok, hajléktalanok,
  - graffitikkal borított épületek a Belvárosban,
  - a Belváros egyes részeinek – Kossuth Lajos utca – lepusztulása,

- a Keleti-pályaudvar stb. pályaudvarok balkáni állapota,
  - a Liszt Ferenc repülőtér és a Belváros közötti közlekedés anomáliái, stb.
- A Főváros évek óta képtelen megoldani a taxikkal, az egyes vendéglátó üzletek túlszámlázásaival, a prostitúcióval, a parkolással, a BKV ellenőrök viselkedésével kapcsolatos problémákat.
  - Az elmúlt években elmaradtak a Főváros turisztikailag meghatározó részein (Várbazár, volt Honvédelmi Minisztérium épülete a Várban stb.) a felújítások, a Duna part turisztikai hasznosítása megrekedt, az ehhez szükséges fejlesztések nem valósultak meg.
  - A leromlott városképben nagy szerepe volt, van a hosszú évek óta tartó, elhúzódó metróépítési munkáknak, amelyek a város meghatározó részein zavarták, zavarják az itt élőket, az ide látogató turistákat.
  - **A fentiek mellett 2010-2011 pozitív változásai közé tartozik, hogy megtörténtek az első intézkedések a hajléktalanokkal kapcsolatos problémák megoldására, a közterületek rendjének javítására. Emellett az un. „ Budapest szíve” városrekonstrukciós program keretében elkészült az „új Fő utca” a Belvárosban, befejeződött a Március 15. tér felújítása, hamarosan átadják a felújított Károly körutat, átadták a Liszt Ferenc repülőtéren a „Sky court”-ot, ami lényegesen javítja az ottani szolgáltatások minőségét.**

### 3. Javaslatok Budapest turizmusa fejlődésének elősegítésében

Az MSZSZ javaslatai szerint a következő területeken szükségesek intézkedések Budapest turizmusának fejlesztése elősegítésére

- a vállalkozás barát környezet kialakítása (versenyképes adórendszer, kiszámítható jogi környezet, csökkenő bürokrácia, pályázati források, stb.),
- turista fogadás feltételeinek javítása,
- turisztikai marketing erősítése (kiszámítható feltételek, jóval több pénzügyi forrás, az IFA kizárólag erre a célra történő fordítása, TDM, tudatos image- és reputáció építés) ,
- attrakciók fejlesztése,
- nemzetközi, nagy számú vendéget vonzó események, rendezvények szervezése, ezek időben történő meghirdetése,
- a szolgáltatások minőségének javítása,
- együttműködés és összefogás erősítése a főváros turisztikai szereplői között.

Fenti javaslatok részletezése az erre vonatkozó prezentációkban az MSZSZ honlapján – [www.hah.hu](http://www.hah.hu) - megtalálható.

Az MSZSZ készséggel együttműködik fenti célok megvalósításában.