

Celoročný rezort Aquacity Poprad je najkomplexnejším rezortom na Slovensku. Okrem aquaparku tu hosť nájde all inclusive hotely so širokou škálou služieb a voľnočasových aktivít, navyše veľkorysé konferenčné priestory s výhľadom na slovenské veľhory.



Investície

Rezort ako špecifický druh investície

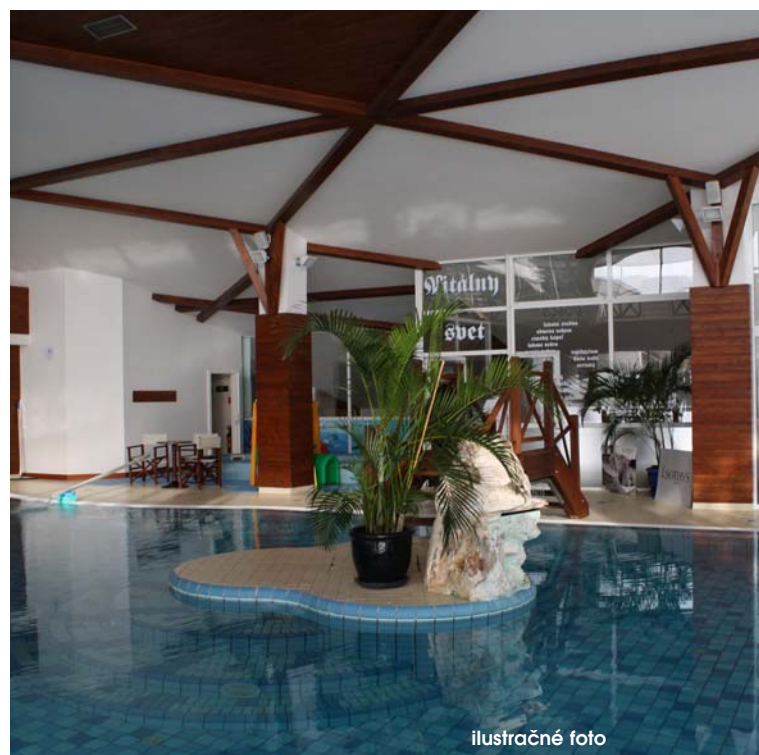
Ján Ficek, Lucia Šalková

Hotelové, resp. rekreačné rezorty predstavujú v poslednej dobe obľúbený cieľ dovolení alebo predĺžených víkendov. Dôvodom sú najmä meniace sa potreby zákazníkov, ktorým už nestačí ísť iba na dovolenku do hotela na pláži, ale požadujú viac možností na trávenie voľného času aj v prípade nepriaznivého počasia, viac atrakcií pre deti a doplnkových služieb, pričom najlepšie je, ak je to všetko na jednom mieste. A práve hotelový rezort takéto miesto predstavuje.



Investície do rezortov sa stávajú populárne nielen v zahraničí, ale aj na Slovensku. Dokazuje to skutočnosť, že v priebehu posledných dvoch rokov bolo na Slovensku ohlásených, resp. verejne známych **11 rezortov**. Je to pomerne veľa, ak berieme do úvahy rozlohu Slovenska, a preto možno očakávať, že nie všetky projekty sa aj napriek ohláseniu dočkajú svojej realizácie. Prírodným filtrom týchto ohlásených zámerov bude trh, ktorý vyselektuje rezorty s najväčšími predpokladmi na úspešnú realizáciu (napr. jedinečnosť lokality rezortu, dostatočná kúpna sila a dopyt, dobrá dopravná dostupnosť a spádovosť budúceho rezortu a pod.).

Vo všeobecnosti možno povedať, že v zahraničí sa rezorty stavajú v lokalitách, kde sa v okolí nachádza približne 8 väčších miest, čo znamená priemernú spádovosť cca 400 000 obyvateľov. Na Slovensku je situácia trochu iná aj vzhľadom k veľkosti krajiny a počtu obyvateľov. Podľa lokality oznámených projektov možno povedať, že v okolí slovenských oznámených rezortov sa v priemere nachádza cca 5 väčších miest, t. j. cca 110 000 obyvateľov.



ilustračné foto

Uvedené vyplýva z prieskumu existujúcich hotelových rezortov v zahraničí a plánovaných rezortov na Slovensku, ktorý spoločnosť Labartt Hospitality uskutočnila v minulom roku a ktorého vybrané výsledky vám teraz prinášame na nasledujúcich stranách.

Prieskum bol zameraný na investície typu rezort s rozlohou nad 1 ha situované v okolitých krajinách Európy v blízkosti jazera (vodnej plochy) alebo v horách, ktoré ponúkali ubytovanie v hoteloch alebo apartmánoch (resp. oboje) a rovnako aj širokú škálu ďalších doplnkových služieb, športových možností, spa & wellness a pod. Prieskum bol realizovaný na vzorke 39 rezortov z 9 krajín, vrátane Slovenska. Ako možno v nižšie priloženej tabuľke vidieť, najviac rezortov svojim návštevníkom ponúka Rakúsko (10) a Maďarsko (7) a následne ostatné krajiny, kde sa počet rezortov pohyboval v rozmedzí 2 - 5. Slovensko k dátumu realizácie tohto prieskumu nedisponovalo rezortom uvedeného typu.

Krajina pôvodu	% podiel
Rakúsko	20%
Maďarsko	14%
Nemecko	10%
Poľsko	10%
Česko	10%
Francúzsko	6%
Taliansko	4%
Švajčiarsko	4%
Slovensko	0%

Zdroj: Labartt Hospitality s. r. o., 11/2010

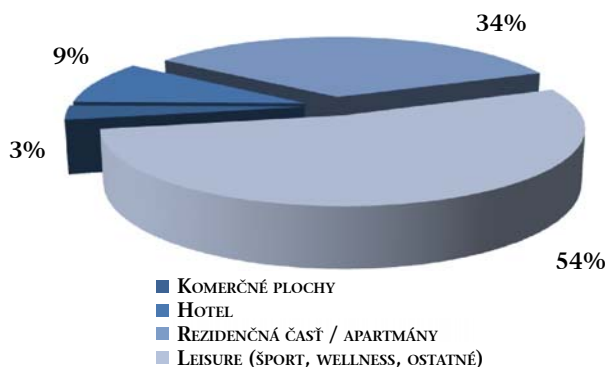


ilustračné foto

Situácia v okolitých štátoch

Z údajov o štruktúre zúčastnených rezortov vyplýva, že celková rozloha rezortu bola v priemere cca 18 ha (resp. 30 ha pri zahrnutí aj maximálnej hodnoty 210 ha, kde bolo v rámci rezortu vybudované aj golfové ihrisko) a pomer zelene a zastavanej plochy v rezorte dosahoval v priemere 36 %:64 % v prospech zastavanej plochy. Štruktúru zastavanej plochy potom popisuje nasledujúci graf, kde išlo hlavne o výstavbu rôznych športových možností a atrakcií, wellness atď. (54 %), ďalej rezidenčnú časť/apartmány (34 %), hotel (9 %) a prípadne komerčné prevádzky (3 %).

ZASTAVANÁ PLOCHA REZORTU



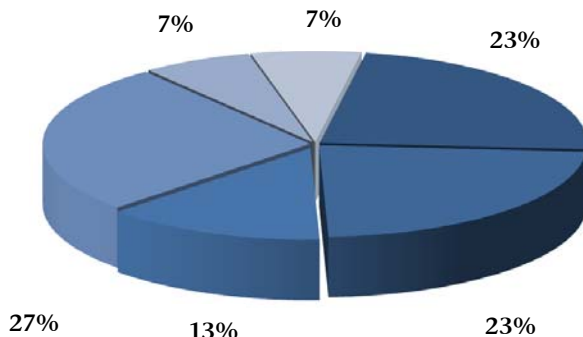
Zdroj: Labartt Hospitality s. r. o., 11/2010

Spoločné charakteristiky analyzovaných rezortov:

- Ubytovanie je poskytované najčastejšie v hoteli a apartmánovej časti (vily, bungalovy).
- Hotelová časť musí jednoznačne disponovať dostatočným konferenčným zázemím.
- Dôležitá je kvalitná reštaurácia v rámci hotela alebo na promenáde v rezorte.
- Súčasťou rezortu sú aj komerčné prevádzky – butiky a obchody (najčastejšie kvalitná kozmetika, optika, obuv, šperky, kaderníctvo, predajne suvenírov, atď.).
- Dostatočne široká ponuka doplnkových služieb, hlavne wellness, fitness, vonkajšie a vnútorné športoviská, golf, lyžiarsky svah a pod.

Pokiaľ ide o prevádzkovanie rezortu, hotel zvyčajne prevádzkuje renomovaná regionálna alebo medzinárodná hotelová spoločnosť. Prevádzkovanie apartmánovej časti rezortu býva zabezpečené rôznymi spôsobmi, ako ukazuje nasledujúci graf:

SPÔSOBY PREVÁDZKOVANIA APARTMÁNOV V REZORTOCH



1. AP PATRIA VLASTNÍKOVI REZORTU A ON ICH AJ PREVÁDZKUJE
2. AP PATRIA HOTELU A TEN ICH PREVÁDZKUJE
3. AP INDIVIDUÁLNYCH VLASTNÍKOV PREVÁDZKUJE HOTEL
4. AP INDIVIDUÁLNYCH VLASTNÍKOV PREVÁDZKUJE ŠPECIALIZOVANÁ SPOLOČNOSŤ
5. AP SÚ URČENÉ PRE KLASICKÉ REZIDENČNÉ BÝVANIE
6. PREVÁDZKOVANIE AP NEBOLO ŠPECIFIKOVANÉ

Zdroj: Labartt Hospitality s. r. o., 02/2009

Kraje Slovenska	% podiel
Žilinský	45%
Bratislavský	18%
Nitrianský	18%
Trenčianský	9%
Prešovský	9%
Trnavský	9%
Banskobystrický	0%

Zdroj: Labartt Hospitality s. r. o., 11/2010

Charakteristika ohlásených hotelových rezortov na Slovensku

Prieskum na Slovensku bol realizovaný na vzorke oznámených alebo už zahájených slovenských rezortov, ktoré ponúkajú ubytovanie v hoteli alebo apartmánoch, ako aj ďalšie doplnkové služby, šport & wellness atď. Išlo celkovo o 11 rezortov z jednotlivých krajov Slovenska, pričom z nižšie priloženej tabuľky vyplýva, že najviac uvedených rezortov bolo oznámených v Žilinskom, a následne v Bratislavskom a Nitrianskom kraji.

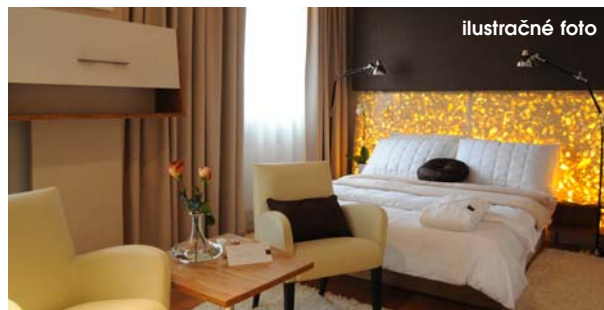
Z vypočítaných údajov o priemernej štruktúre slovenských oznámených rezortov vyplýva, že priemerná celková rozloha rezortu predstavovala 22 ha (Pozn.: priemer vypočítaný bez maximálnych hodnôt, inak 88 ha). V priemere potom 40 % celkovej plochy rezortu patrilo zeleni a voľným priestranstvám a zvyšných 60 % boli zastavané plochy. Štruktúra, resp. % rozloženie zastavanej plochy je podobné ako u európskych rezortov, s mierne vyšším zastúpením voľnočasových aktivít – najmä šport, wellness a pod. (68 %), následne rezidencie, resp. apartmány (23 %), hotel (7 %) a komerčné plochy (2 %).

Doplnkové aktivity

Ako už bolo v úvode spomenuté, dôležitou súčasťou hotelových rezortov okrem ubytovania sú doplnkové aktivity a dostatok možností na šport a trávenie voľného času. V mnohých prípadoch sú to práve tieto aktivity, ktoré vo výraznej miere ovplyvňujú výber konkrétneho rezortu.

K najčastejšie ponúkaným **TOP 5 aktivitám v zahraničných rezortoch** na prvom mieste patril **spa & wellness** (72 %), ktorý sa v posledných rokoch stáva hlavným lákadlom návštevníkov na predĺžené víkendy a oddych a relaxáciu od pracovných povinností. K veľmi často ponúkaným aktivitám patrí aj **tenis** (stolný tenis), **komerčné strediská** v rezorte (kaviarne, butiky, reštaurácie), **detské ihrisko** a **detský kútik** a následne **loptové hry** (futbal, basketbal, volejbal).

Ak sa pozrieme na služby, ktoré by mali byť ponúkané v **slovenských rezortoch**, na prvom mieste sa rovnako umiestnil **spa & wellness** (91 %), na druhom mieste sa umiestnila ponuka **komerčných stredísk** v rezortoch, **loptové hry** a rovnako aj **vodné atrakcie** a **aquapark** v rezorte alebo blízkosti (82 %), pričom zaujímavosťou je, že podiel uvedených aktivít v rámci európskych rezortov dosahoval oveľa nižšiu hodnotu (23 %). Je to vo výraznej miere ovplyvnené najmä faktom, že veľká časť



ilustračné foto

slovenských rezortov patrí do Žilinského kraja, kde sa nachádza hneď niekoľko aquaparkov. K ďalším často ponúkaným doplnkovým aktivitám v plánovaných slovenských rezortoch patrí aj **fitness**, **bedminton**, **tenis**, **bazén** a pod.

Na záver možno povedať, že hotelový rezort predstavuje špecifický druh hotelovej investície, a teda aj preň platí skutočnosť, že ide o dlhodobú, avšak relatívne bezpečnú investíciu, ktorá ak je uskutočnená kvalifikovane a s dostatočnou prípravou, má predpoklady na dlhodobé a úspešné fungovanie na trhu. Pozitívom je aj fakt, že počas krízy sa darilo efektívnejšie hospodáriť wellness & spa hotelom, na rozdiel od tých mestských. A práve zložka spa & wellness patrila v Európe aj na Slovensku k najčastejšie ponúkaným doplnkovým aktivitám rezortu.

Správnou prípravou jedla

predchádzame najčastejším zdravotným problémom

PRIPRAVUJTE JEDLO SPRÁVNE!

Pri bežnom spôsobe varenia dochádza k značným stratám živín následkom vylúhovania alebo dlhého varenia. Potraviny uvarené v pare si naopak uchovávajú vitamíny a minerály v značnom množstve, dobre vyzerajú i chutia. Nádoby Zepter umožňujú variť bez vody - v pare.

Množstvo uchovaných vitamínov v potravinách

Varené klasickým spôsobom		Pripravené v nádobách Zepter
36%	Vitamin A	62%
25%	Vápnik	88%
5%	Železo	71%
21%	Fosfor	78%

S nádobami Zepter varíme zdravo a chutne

o 70%
viac času
pre vás

o 70%
menej energie
na varenie

o 80%
menej tuku
pre zdravý život

Bližšie informácie na:

tel. č. 0905 705 550 alebo mailom homeart@zepter.sk
www.zepter.sk

zepter
INTERNATIONAL
LIVE LONGER



Hotel ako investícia

Výstavba ubytovacieho zariadenia patrí k nákladným investíciám do nehnuteľnosti s dlhodobou návratnosťou. Ak je však táto investícia uskutočnená kvalifikovane, možno ju považovať za bezpečnú investíciu, pretože trh s hotelovými službami je z dlhodobého hľadiska stabilný.

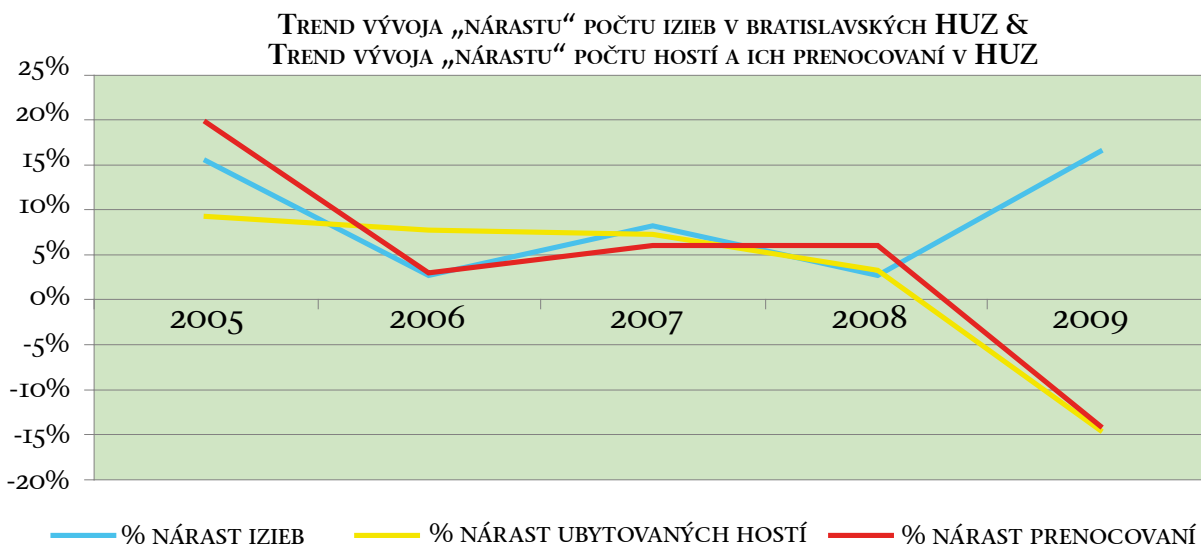
Dvakrát meraj...

Hotelová investícia do nehnuteľností patrí medzi investície s dlhodobou návratnosťou pohybujúcou sa okolo 12 – 15 rokov, v súčasnej dobe v niektorých lokalitách až 15 – 18 rokov (podľa typu investície, polohy hotela, parametrov financovania a pod.). Sú však nehnuteľnosti s tzv. **prime location**, ktoré sú vyslovene vhodné na výstavbu hotela. V každom prípade však, keď sa investor rozhodne ísť do realizácie hotelovej investície, mal by tak robiť po dôkladnom zvážení, kalkuláciách, vypracovanej **Feasibility Study** a pod., pretože prípadný **recovering** (zmena pre iné použitie) hotelovej investície by bol veľmi nákladný a ekonomicky ťažko únosný.

Dôležitá vec, ktorú je treba mať na zreteli pri plánovaní otvorenia nových ubytovacích zariadení, nie je len sledovanie nárastu izieb v danej lokalite, ale aj vývoja počtu ubytovaných hostí a ich prenocovaní. Aby boli investície do nových ubytovacích zariadení (hotelových aj ostatných) na trhu uplatniteľné a mali vytvorené dobré podmienky na dopyt zo strany potenciálnych hostí, je potrebné, aby počet ubytovaných hostí a ich prenocovaní rástol vyšším tempom ako počet novoobjavených ubytovacích zariadení (resp. počet nových izieb).

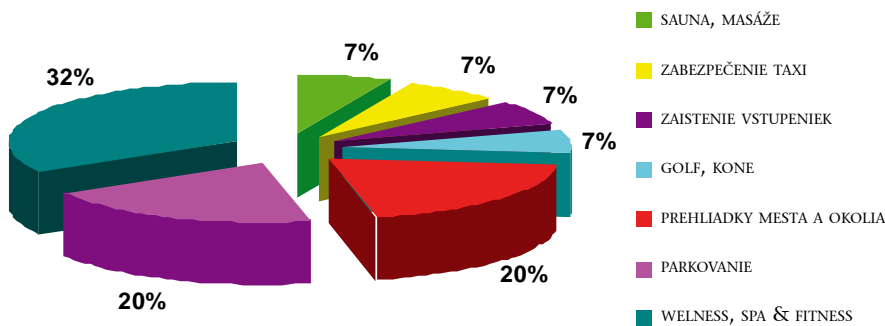
Hotelové investície v Európe

Ak sa pozrieme na situáciu v oblasti hotelových investícií v Európe, vo všeobecnosti možno povedať, že objem realizovaných hotelových investícií v posledných rokoch bol výrazne ovplyvnený ekonomickou krízou, ktorá sa naplno prejavila koncom roku 2008, resp. v priebehu roka 2009. Uvedené potvrdzuje aj report spoločnosti HVS European Hotel Transactions 2009, ktorý uvádza, že objem realizovaných hotelových investícií v Európe v rokoch 2006 a 2007 dosahoval rekordné hodnoty (konkrétne približne 20, resp. 18 mld. euro), v roku 2008 však výrazne klesol na cca 6 mld. euro. Následne, vplyvom recesie väčšiny európskych ekonomík, poklesu RevPAR (Revenue per Available Room), a rovnako aj „pozastavených“ bankových úverov, bol v roku 2009 zaznamenaný výrazný pokles v objeme realizovaných hotelových investícií o 50 % – na cca iba 3 mld. euro, čo predstavuje pokles až o 85 % v porovnaní s hodnotou z roku 2007! Z toho vyplýva, že dosah ekonomickej krízy na cestovný ruch, hotely a hotelové investície je naozaj výrazný a možno očakávať, že návrat k rekordným hodnotám rokov 2006 a



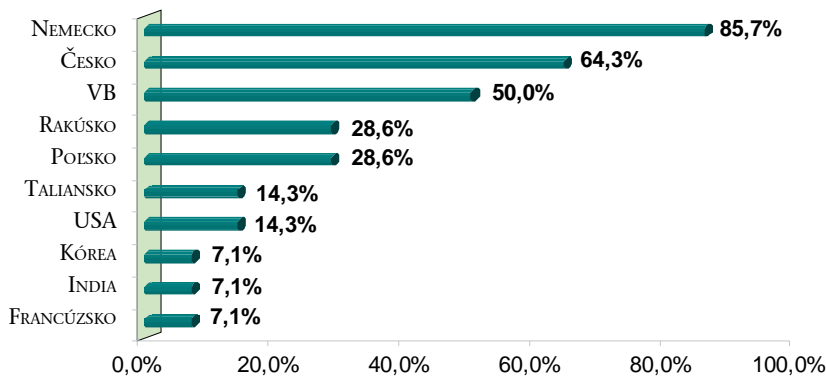
Zdroj: Slovenský štatistický úrad, 12/2010

ŠTRUKTÚRA OSTATNÝCH PRÍJMOV V BRATISLAVSKÝCH HOTELOCH, 2010



Zdroj: Labartt Hospitality s. r. o., 11/2010

ŠTRUKTÚRA KLIENTELY PODĽA KRAJINY PÔVODU V HOTELOCH V BRATISLAVE



Zdroj: Labartt Hospitality s. r. o., 11/2010

2007 bude veľmi zdĺhavý a ťažký, ak vôbec možný, a subjekty pôsobiace v cestovnom ruchu sa s týmto faktom budú musieť zmieriť.

Zaujímavou skutočnosťou však je, že vplyv ekonomickej krízy sa v okolitých krajinách (Rakúsko, Maďarsko) výraznejšie prejavil u klasických mestských hotelov než u hotelov s rozsiahlym wellness&spa zázemím, kde počet nových wellness hotelov narastal aj počas krízových rokov 2008 a 2009 (cca o 3 % – 9 %).

Investície na Slovensku

Ekonomická kríza sa prejavila na objeme realizovaných hotelových investícií a logicky tiež aj na ekonomike a výkonnosti hotelov, a to nielen v Európe, ale aj na Slovensku. Hotely sa snažia zmierniť dosahy krízy najmä racionalizáciou nákladov, revidovaním dodávateľských zmlúv, prácou s cenou, zvyšovaním starostlivosti o zákazníka, zlepšovaním svojich marketingových a PR aktivít atď. Iba samotné znižovanie ceny ubytovania, prípadne tzv. cenová vojna sa nejaví ako dlhodobou udržateľné ani správne riešenie. Cena hotelovej izby musí zaistiť aspoň amortizáciu investície, resp. jej reprodukciu.



SPLNENÝ DETSKÝ SEN

VEREJNÉ A SÚKROMNÉ
DETSKÉ IHRISKÁ

tel: 0948-333-633

od 999,- EUR
www.podsahrat.sk

V súčasnej situácii, ktorú nie je možné z hľadiska prevádzkovateľa považovať za trhovo štandardnú, je na majiteľoch hotelov, aby na seba prebrali zodpovednosť za vlastnú investíciu, vytvorili priestor na seriózne pokračovanie prevádzky hotela a zriekli sa časti okamžitého „zisku“ v prospech strednodobej a dlhodobej výkonnosti hotela, čo je z hľadiska udržania hodnoty ich investície najvýhodnejšie riešenie.

Situácia na bratislavskom trhu

Tempo nárastu počtu izieb v hromadných ubytovacích zariadeniach (HUZ) v Bratislave, spolu s trendom vývoja počtu ubytovaných hostí a ich realizovaných prenocovaní v týchto zariadeniach odráža uvedený graf.

V grafe vidíme, že k prvému výraznejšiemu nárastu izieb došlo v roku 2005, kedy v porovnaní s rokom 2004 narástol počet izieb v bratislavských HUZ o 15,4 %, pričom bol sprevádzaný takmer 10 % nárastom počtu ubytovaných hostí a cca 20 % nárastom počtu prenocovaní. Následne, v rokoch 2006 – 2008 počet izieb v bratislavských HUZ narastal cca 3 – 8 % tempom a bol sprevádzaný približne 3 – 8 % tempom rastu počtu ubytovaných hostí a 3 – 6 % nárastom ich prenocovaní. Priemerný počet ubytovaných hostí na jednu izbu potom v uvedenom období predstavoval cca 140 – 142 hostí/izbu, resp. 279 – 288 prenocovaní/izbu. Rok 2008 možno tiež označiť ako „posledný rok rovnováhy“ na hotelovom trhu, kedy sa kríza naplno ešte neprejavila a z údajov vidíme, že percentuálna zmena nárastu nových izieb v HUZ v roku 2008 je miernejšia ako percentuálny nárast ubytovaných hostí a ich prenocovaní. Naopak, skokové prehĺbenie krízy na bratislavskom trhu s ubytovacími kapacitami sa naplno prejavilo v roku 2009, kedy došlo k výraznému nárastu počtu izieb o 16,5 %, za súčasného značného poklesu počtu ubytovaných hostí (-14,5 %) a realizovaných prenocovaní (-14,1 %). Uvedený výrazný pokles sa prejavil aj v značnom poklese priemernej počtu ubytovaných hostí/prenocovaní na izbu, ktorý potom v roku 2009 predstavoval 104 hostí, resp. 212 prenocovaní na 1 izbu. [Pozn.: skokový nárast nových izieb na bratislavskom trhu v roku 2009 bol do značnej miery ovplyvnený hlavne otvorením nových 5* hotelov Sheraton (232 izieb) a Kempinski (231 izieb)].

Pokiaľ ide konkrétne o situáciu na bratislavskom hotelovom trhu, podľa nášho názoru je preň špecifický už aj vyššie spomínaný skokový nárast hotelových kapacít, pričom vzhľadom k veľkosti Bratislavy je to viac viditeľnejšie ako v ostatných metropolách Európy. V Bratislave sa v súčasnosti nachádza celkom cca 57 hotelov, z toho 53 % z nich je v 4* štandarde, následne 36 % bratislavského hotelového trhu pokrývajú 3*

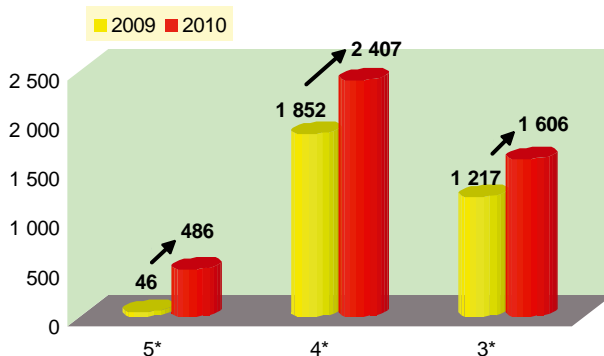
hotely a zvyšných 11 % pripadá na 5* hotelový segment, v ktorom za posledný rok došlo k nárastu hotelových izieb približne až o 90 %! Celková ponuka predstavuje cca 4 499 hotelových izieb v štandarde 3* až 5*, pričom oproti roku 2009 hovoríme potom o takmer 70-percentnom náraste v počte hotelových izieb v Bratislave. Ako možno vidieť aj na nižšie priloženom grafe, 5* hotely dnes ponúkajú na trhu približne 486 hotelových izieb, 4* hotely disponujú ponukou cca 2 407 izieb (nárast o 23 % oproti 2009) a 3* hotely ponúkajú približne 1 606 hotelových izieb (24 % nárast oproti 2009).

V súvislosti s vyššie uvedeným poklesom počtu hostí a prenocovaní na jednu izbu v bratislavských ubytovacích zariadeniach dochádza následne aj k poklesu priemernej obsadenosti týchto zariadení, a teda aj hotelov. Zo štatistík spoločnosti STR Global vyplýva, že od marca 2008 začína dochádzať k dlhodobému poklesu obsadenosti bratislavských hotelov. Následne, v roku 2009 bola vykazovaná najnižšia priemerná obsadenosť bratislavských hotelových zariadení za posledných pár rokov (-16 % oproti 2008), kde napr. konkrétne vo februári 2009 došlo k najvyššiemu prepadu obsadenosti oproti predchádzajúcemu roku (-40,7 %). Klesajúci počet ubytovaných hostí a pokles obsadenosti sa prejavili aj v poklese priemernej dosiahnutej ceny za hotelovú izbu (ADR), ktorá v roku 2009 poklesla na 83,12 euro (-17,2 % oproti 2008) a v roku 2010 došlo k ďalšiemu skokovému prepadu priemernej dosiahnutej ceny na úroveň 70,3 euro (-13,7 %). Detailnejší vývoj obsadenosti a priemernej dosiahnutej ceny v bratislavských hoteloch podľa údajov spoločnosti STR Global v rokoch 2007 – 2010 znázorňujú aj priložené grafy.

Dôsledky a perspektívy

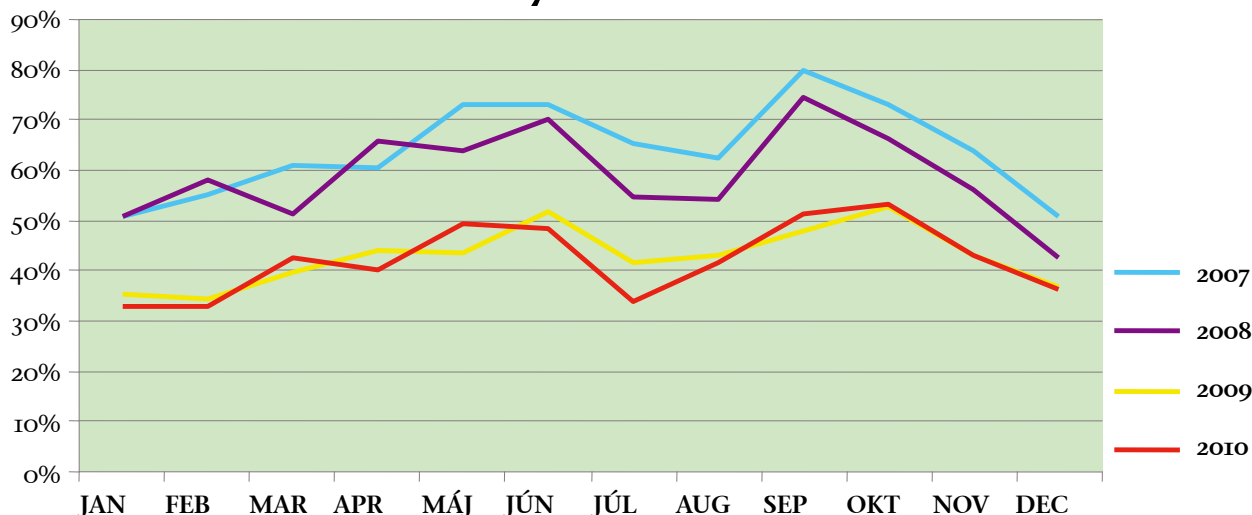
Na záver možno dodať, že v súvislosti s nárastom počtu nových hotelových zariadení na Slovensku, resp. v Bratislave, sa zákazníkom zvyšuje možnosť výberu

VÝVOJ POČTU HOTELOVÝCH IZIEB V BRATISLAVE

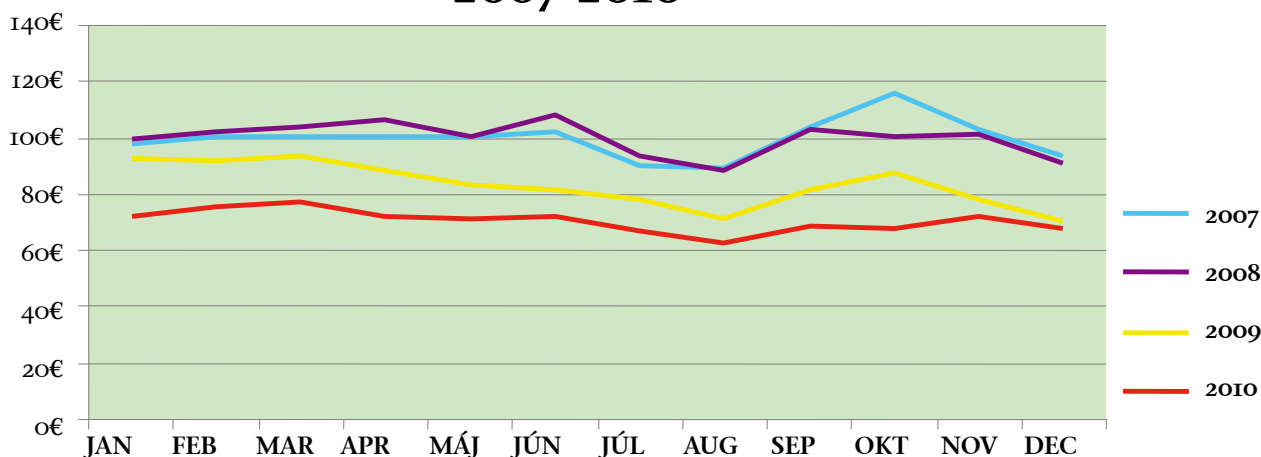


Zdroj: Labartt Hospitality s.r.o., 11/2010

OBSADENOSŤ NA BRATISLAVSKOM HOTELOVOM TRHU 2007-2010



PRÍEMERNÁ DOSIAHNUTÁ CENA NA BRATISLAVSKOM HOTELOVOM TRHU 2007-2010



Zdroj: STR Global Limited, 2011

Foto: AquaCity Poprad a archív redakcie

konkrétneho hotela a zároveň rastie aj ich tlak na vyjednanie o cene za ubytovanie. Zákazníci sa stávajú nároční na ponúkané služby a dožadujú sa, aby boli poskytnuté v kvalite zodpovedajúcej deklarovanému štandardu. Aj dnes sa na trhu nachádza mnoho ubytovacích zariadení, ktoré nezodpovedajú deklarovanému štandardu, tu však možno očakávať, že trh, resp. dopyt potenciálnych hostí „prečistí“ tento súčasný stav previsu ponuky nad dopytom a existencie mnohých zastaraných a nemoderných ubytovacích zariadení. Následne možno potom očakávať, že vplyvom zostrenej konkurencie a bojom o zákazníka z trhu „odídu“ hotely, ktoré nespĺňujú aktuálne očakávania zákazníkov a donedávna „žili na vlne nedostatku inej alternatívy klienta“. V prípade, že k tomu bude dochádzať, dotkne sa to teda výraznejšou mierou hotelov, ktoré majú horšiu polohu (napr. ďaleko od centra mesta, ťažko dostupné MHD,

atď.), sú zastarané a opotrebované, neponúkajú kvalitné služby, nedisponujú širokou škálou doplnkových služieb a pod. V nedávnom období sa napríklad aj v Prahe hovorilo o tom, že niektoré hotely sa budú ztvárať alebo budú prestavané na byty. Zatiaľ však podľa našich informácií k ničomu podobnému nedošlo (s výnimkou ojedinelých prípadov u hotelových apartmánových rezidencií, kde už tento „ústupový variant“ bol pripravený) a z ekonomického hľadiska považujeme prestavbu fungujúceho hotela na byty vo všeobecnosti za ekonomicky neúnosnú; toto riešenie je na rade vtedy, keď už iná alternatíva nie je. ■

Materiál bol spracovaný na základe prieskumov spoločnosti Labartt Hospitality s. r. o. uskutočnených v roku 2010.