

Półmetek wakacji w hotelach na satysfakcjonującym poziomie

2022-08-31



Lipiec w hotelach był kolejnym miesiącem dobrych wskaźników obłożenia, niezależnie od segmentów obsługiwanych gości, z jeszcze lepszymi wynikami w obiektach wypoczynkowych, na co wpływ miał pierwszy miesiąc wakacji - wynika z najnowszego badania Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego.

Wakacje lepsze dla obiektów wypoczynkowych niż biznesowych

Wzrosła grupa hoteli z obłożeniem przekraczającym 70 proc. Początek wakacji odwrócił trend ostatnich trzech miesięcy, tj. wyniki obiektów wypoczynkowych były wyraźnie lepsze niż hoteli biznesowych. Dla całej grupy hoteli uczestniczących w ankiecie, tylko 6 proc. nie przekroczyło frekwencji 30 proc., a satysfakcjonujący poziom obłożenia powyżej 50 proc. uzyskało 81 proc. hoteli, z czego ponad połowa uzyskała obłożenie powyżej 70 proc.

Hotele miejskie i pozamiejskie zanotowały bardzo zbliżone wyniki. Frekwencję powyżej 50 proc. uzyskało odpowiednio 82 proc. hoteli miejskich i 79 proc. zlokalizowanych poza miastami. Również odsetek obiektów z obłożeniem powyżej 70 proc. był bardzo podobny: odpowiednio 52 i 55 proc.

Natomiast obiekty w podziale na obsługujące gości z segmentów biznesowego oraz wypoczynkowego uzyskały już wyraźnie różne wyniki, na korzyść tych drugich. W hotelach biznesowych 71 proc. odnotowało obłożenie powyżej 50 proc. Frekwencji 30 proc. nie osiągnęło 13 proc. W obiektach wypoczynkowych było to odpowiednio 90 proc. z frekwencją powyżej 50 proc. i tylko 4 proc., które uzyskały obłożenie poniżej 30 proc.

Wzrost liczby rezerwacji na najbliższe miesiące

Dane dotyczące przyjętych rezerwacji na kolejne trzy miesiące są na zbliżonym poziomie do poprzedniego miesiąca, z lepszymi prognozami na sierpień niż to miało miejsce miesiąc temu dla lipca. Druga połowa wakacji powinna więc być lepsza, głównie za sprawą większego popytu na pobyty w obiektach wypoczynkowych w stosunku do lipca, a szczególnie jego pierwszej połowy.

Na sierpień 18 proc. hoteli wskazuje na obłożenie poniżej 30 proc. Z kolei frekwencję powyżej 50 proc. odnotowuje 55 proc. hoteli. Widoczne są różnice w obłożeniu pomiędzy hotelami biznesowymi a wypoczynkowymi, oczywiście na korzyść tej drugiej grupy. W hotelach biznesowych 35 proc. obiektów nie przekracza frekwencji 30 proc., a poziom powyżej 50 proc. wskazuje tylko 25 proc. Z kolei obiekty wypoczynkowe z obłożeniem poniżej 30 proc. to tylko 6 proc., a

frekwencję powyżej 50 proc. posiada 77 proc. hoteli.

Kolejny miesiąc, wrzesień, to także poprawa w stosunku do danych ankietowych z poprzedniego miesiąca. 43 proc. hoteli posiada obłożenie poniżej 30 proc., natomiast frekwencję powyżej 50 proc. wskazało 23 proc. obiektów.

W październiku prognozy są słabe (77 proc. hoteli z obłożeniem poniżej 30 proc.), ale nie należało spodziewać się niczego innego, w związku z przywoływanym już wielokrotnie zjawiskiem krótkiego okienka rezerwacyjnego, które już na stałe, a przynajmniej jeszcze w długim okresie, będzie charakterystyką działalności hotelarskiej. Stanowi to duży problem operacyjny w zarządzaniu kosztami, przede wszystkim kosztami personelu.

Hotelarze spodziewają się mniejszego ruchu biznesowego na jesieni

Wrzesień i październik to tradycyjnie powrót powakacyjnego ruchu biznesowego, w tym w segmencie konferencji, targów i spotkań (tzw. MICE). Jednak, zgodnie z odpowiedziami ankietowanych, tej jesieni zapotrzebowanie na hotelowe usługi konferencyjne będzie niższe niż w analogicznych okresach przed pandemią – tak wskazuje 55 proc. hoteli. 20 proc. obiektów ocenia popyt na tym samym poziomie i tylko 6 proc. prognozuje wzrost w stosunku do okresów sprzed epidemii.

Utrzymana tendencja wzrostowa średniej ceny w hotelach

Dane dotyczące średniej ceny niezmiennie świadczą o ciągłej tendencji wzrostowej. Odpowiedzi ankietowanych hoteli wskazują, że wzrost cen w stosunku do lipca ubiegłego roku, jak i tego sprzed trzech lat odnotowuje zdecydowana większość i jednocześnie zbliżona grupa hoteli. W stosunku do roku 2019 na wzrost wskazało 85 proc. obiektów, a w relacji do lipca ubiegłego roku 84 proc. Konieczność podnoszenia cen przez hotele wynika z wciąż dynamicznie rosnących kosztów towarów i usług, w tym przede wszystkim cen gazu, energii elektrycznej, żywności, a także wynagrodzeń. Ekonomiczne konsekwencje wojny na Ukrainie są kolejnym czynnikiem wymuszającym te wzrosty.

Gigantyczny wzrost kosztów działalności hoteli

Cała pierwsza połowa bieżącego roku to ciągły wzrost wskaźnika inflacji, napędzanego w dużej mierze rosnącymi cenami mediów i żywności. Stanowią one bardzo istotny udział w kosztach działalności hoteli. Dlatego IGHP zadała hotelarzom pytania dotyczące skali wzrostu cen w stosunku do analogicznego okresu sprzed roku.

Ceny energii elektrycznej, pomijając hotele, które korzystają ze stałych cen umownych zakontraktowanych na dłuższe okresy, wzrosły średnio o 148 proc. Dla połowy hoteli wzrost wyniósł o 80 proc. i więcej. Rekordziści notują podwyżki o 1000, a nawet 1400 proc.

Jeszcze gorzej przedstawia się sytuacja w przypadku ceny gazu. Ponownie, pomijając hotele, które korzystają ze stałych cen umownych, ceny wzrosły średnio o 222 proc. Dla połowy hoteli wzrost wyniósł 100 proc. i więcej.

Rekordziści notują podwyżki o 1000, a nawet 1600 proc.

Bardzo dotkliwe są także podwyżki cen żywności i napoi. Średnio wzrosły one o 44 proc. Dla połowy hoteli wzrost wyniósł o 30 proc. i więcej. Rekordziści notują podwyżki nawet o 300 proc.

Brak pracowników, największe zapotrzebowanie na kucharzy

IGHP zapytała hotelarzy o obsadę podstawowych hotelowych stanowisk operacyjnych. Z odpowiedzi wynika, że 22 proc. hoteli nie ma problemów w tym zakresie natomiast tam, gdzie są wakaty, największe zapotrzebowanie występuje

w obsadzie stanowiska kucharza (55 proc. hoteli), a w drugiej kolejności recepcjonisty i kelnera (taki sam odsetek 41 proc.). Kolejne poszukiwane stanowiska o podobnym zapotrzebowaniu (24-26 proc. hoteli) to służba pięter, pomoc kuchenna i barman.

O ankiecie

W ankiecie na temat sytuacji branży w lipcu przeprowadzonej online w dniach 4-10 sierpnia 2022 roku wzięło udział 178 hoteli zlokalizowanych we wszystkich województwach. Spośród nich 62 proc. położonych jest w miastach. 21 proc. to obiekty sieciowe. Większość ankietowanych (83 proc.) to hotele liczące do 150 pokoi, 70 proc. hoteli ma mniej niż 100 pokoi, a średnia wielkość obiektu wyniosła 84 pokoje. Hotele, w których przeważa ruch biznesowy, stanowiły 29 proc., tak samo specjalizujące się w turystyce wypoczynkowej, a łączące segment biznesowy z turystycznym 42 proc. Dominującymi formami biznesu hotelowego wśród ankietowanych obiektów są mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa (93 proc.). Wszystkie powyższe statystyki są praktycznie niezmiennie od początku przeprowadzania przez Izbę ankiet, niezależnie od zmieniającej się liczby respondentów.