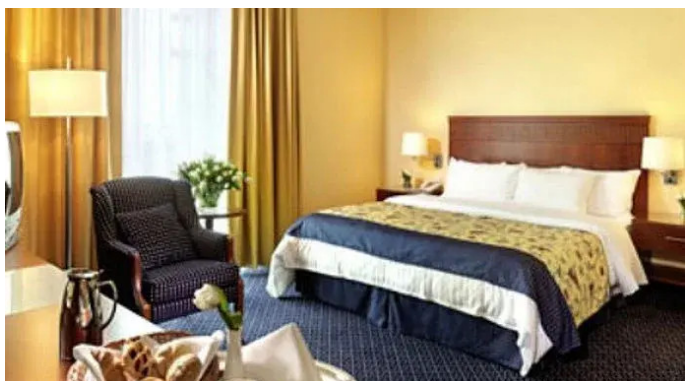


Komunikat IGHP: W hotelach dobre wyniki kwietnia i majówki

2023-06-13



Hotele mają coraz więcej gości. Na dobrą frekwencję w kwietniu wpływ miała rozpoczynająca się pod koniec miesiąca majówka - wynika z comiesięcznej ankiety Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego dotyczącej sytuacji branży. Podczas długiego majowego weekendu 65 proc. ankietowanych hoteli cieszyło się ponad 50-procentowym obłożeniem. Szczególnie dobre wyniki zanotowały hotele wypoczynkowe, gdzie zapełnionych w ponad połowie było aż 91 proc. obiektów.

Kwiecień przyniósł kolejną poprawę wyników

Systematycznie maleje liczba hoteli z frekwencją mniejszą niż 30 proc. i jednocześnie zwiększa się z obłożeniem powyżej 50 proc. Wpływ na to miały przede wszystkim hotele biznesowe / miejskie. Ale obiekty wypoczynkowe / pozamiejskie, po słabszych wynikach marca, również poprawiły wyniki w kwietniu, jeśli chodzi o wskaźniki obłożenia – miał na to wpływ tzw. weekend majowy, który w tym roku rozpoczynał się już 28 kwietnia.

Wśród wszystkich hoteli uczestniczących w ankiecie 10 proc. (o 5 pp. mniej niż w marcu) nie przekroczyło w kwietniu frekwencji 30 proc., a satysfakcjonujący poziom obłożenia powyżej 50 proc. uzyskało 60 proc. hoteli (o 10 pp. lepiej niż w marcu), w tym 21 proc. obiektów powyżej 70 proc.

W hotelach miejskich 75 proc. (13 pp. więcej niż w marcu) uzyskało frekwencję powyżej 50 proc. Z kolei tylko 3 proc. hoteli nie przekroczyło obłożenia 30 proc. W hotelach pozamiejskich 27 proc. (o 9 pp. więcej niż w marcu) obiektów zanotowało frekwencję powyżej 50 proc., a 24 proc. (4 pp. więcej niż w marcu) stanowiła grupa, która uzyskała obłożenie poniżej 30 proc.

Mniejsza rozbieżność wyników miała miejsce w obiektach w podziale na obsługujące gości z segmentów biznesowego oraz wypoczynkowego. W hotelach biznesowych dokładnie 2/3 uzyskało obłożenie powyżej 50 proc. (8 pp. więcej niż w marcu). Z kolei frekwencji 30 proc. nie osiągnęło 6 proc. hoteli (6 pp. mniej niż w marcu). W obiektach wypoczynkowych była blisko połowa (48 proc., aż o 22 pp. więcej niż w marcu) z frekwencją powyżej 50 proc. i 17 proc. (6 pp. mniej niż w marcu), które uzyskały obłożenie poniżej 30 proc.

Dla 1/3 hoteli wskaźnik obłożenia pogorszył się w stosunku do kwietnia ubiegłego roku, w tym 21 proc. obiektów zanotowało obniżenie frekwencji do 10 pp. Z kolei 56 proc. obiektów poprawiło obłożenie w stosunku do kwietnia

ubiegłego roku, z najliczniejszą grupą 1/4 hoteli z frekwencją wyższą do 10 pp. Również liczną grupę, stanowiącą 18 proc., były obiekty, których obłożenie wzrosło w przedziale 11-20 pp. 11 proc. hoteli uzyskało frekwencję na tych samych poziomach.

W kwietniu goście zagraniczni stanowili średnio dla całej grupy ankietowanych 29 proc. (7 pp. więcej niż w marcu). Taki sam wskaźnik zanotowały hotele biznesowe, a w obiektach wypoczynkowych wyniósł on 26 proc.

Średnia cena nadal z tendencją wzrostową

Wzrost cen w stosunku do zeszłorocznego kwietnia odnotowuje zdecydowana większość hoteli: 84 proc. Dwie najliczniejsze grupy zanotowały wzrosty do 10 proc. i w przedziale 11-20 proc. - odpowiednio 32 proc. i 33 proc. hoteli. Kolejne dwie grupy z przedziałami wzrostów 21-30 proc. i powyżej 30 proc. stanowiły odpowiednio 13 proc. i 7 proc. Konieczność podnoszenia cen przez hotele wynika z wysokich kosztów towarów i usług, w tym przede wszystkim żywności, wynagrodzeń oraz gazu i energii elektrycznej.

Obiekty wypoczynkowe z lepszymi prognozami rezerwacji

Dane dotyczące przyjętych rezerwacji na kolejny miesiąc także świadczą o poprawie w stosunku do prognoz z poprzedniego miesiąca, zarówno jeśli chodzi o odsetek obiektów z obłożeniem poniżej 30 proc. jak i tych z frekwencją powyżej 50 proc. Obiekty wypoczynkowe mają lepsze prognozy niż segment biznesowy.

Satysfakcjonująca majówka

Spośród wszystkich ankietowanych hoteli 10 proc. (poprawa o 25 pp. w stosunku do prognozowanych danych z ankiety sprzed miesiąca) nie przekroczyło w czasie majówki obłożenia 30 proc. Do tego należy dodać 14 proc. obiektów (tyle samo, co w prognozach sprzed miesiąca), które w ogóle nie sprzedawały oferty na ten czas. Obiektów, które uzyskały frekwencję powyżej 50 proc., było 65 proc. – a więc o 33 pp. więcej niż przed miesiącem, w tym blisko połowa, bo 47 proc. hoteli wypełniło się więcej niż w 70 proc.

Hotele biznesowe, jak przewidywały wcześniejsze prognozy, w okresie weekendu majowego wypadły gorzej niż wypoczynkowe. 35 proc. nie sprzedawało oferty, a obłożenie poniżej 30 proc. zanotowało 20 proc. obiektów. Hoteli zapełnionych w więcej niż połowie było 31 proc.

Natomiast obiekty wypoczynkowe zanotowały wyraźnie lepsze wskaźniki niż wskazywały na to dane jeszcze miesiąc temu. 3 proc. nie sprzedawało oferty i nie było w ogóle hoteli, które nie przekroczyły obłożenia 30 proc. Obiektów zapełnionych w ponad 50 proc. było 91 proc., w tym z frekwencją powyżej 70 proc. 65 proc. Można więc podsumować, że majówka była bardzo udana w tym segmencie hoteli.

Umiarkowany stan rezerwacji na tzw. czerwcową

Przed nami jeszcze jeden wydłużony weekend w tym roku, tym razem tzw. czerwcową w dniach 8-11 czerwca. Jednak, podobnie jak miało to miejsce z majówką, stan rezerwacji na razie jest na umiarkowanym poziomie. Dla całej grupy hoteli uczestniczących w ankiecie 24 proc. posiada aktualnie obłożenie poniżej 30 proc. Do tego należy dodać grupę 14 proc. obiektów, które nie sprzedają oferty specjalnej w tym okresie. Hoteli zapełnionych więcej niż w 50 proc. jest 36 proc. Hotele biznesowe, podobnie jak w czasie majówki, wypadają wyraźnie gorzej niż wypoczynkowe. 1/3 nie sprzedaje oferty, obłożenie poniżej 30 proc. notuje 28 proc. obiektów a powyżej 50 proc. jest zapełnionych 20 proc.

hoteli. W hotelach wypoczynkowych wszystkie sprzedają ofertę, 21 proc. posiada aktualnie obłożenie poniżej 30 proc. Obiektów zapełnionych w ponad 50 proc. jest 45 proc., w tym z frekwencją powyżej 70 proc. 24 proc. hoteli.

O ankiecie

W ankiecie przeprowadzonej w dniach 11-17 kwietnia wzięły udział 132 hotele zlokalizowane we wszystkich województwach. Spośród nich 69 proc. położonych jest w miastach. 28 proc. to obiekty sieciowe. Większość ankietowanych (83 proc.) to hotele liczące do 150 pokoi, 61 proc. hoteli ma mniej niż 100 pokoi, a średnia wielkość obiektu wyniosła 92 pokoje. Hotele, w których przeważa ruch biznesowy, stanowiły 39 proc., 22 proc. specjalizuje się w turystyce wypoczynkowej a łączące segment biznesowy z turystycznym to 39 proc. Dominującymi formami biznesu hotelowego wśród ankietowanych obiektów są mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa (94 proc.).