

Komiunkat IGHP - Rok 2023 pomyślny dla hotelarzy

2024-01-26



Miniony rok 2023 hotelarze uznają za udany. W nadchodzących miesiącach najbardziej obawiają się wzrostu kosztów działalności, ale z optymizmem oceniają dobrą ofertę dla turystyki MICE i indywidualnej, wzrost zainteresowania Polską w wyniku zmian wyborczych oraz sprzyjające warunki klimatyczne i naturalne walory turystyczne - wynika z najnowszej ankiety Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego.

Z analizy najnowszego badania IGHP wynika, że rok 2023 hotelarze zaliczają zdecydowanie do udanych: został on dobrze oceniony przez 57 proc. respondentów i "dobrze, choć poniżej oczekiwań", przez 30 proc. - co daje łącznie zdecydowaną większość 87 proc. Padło tylko 2 proc. odpowiedzi "źle" oraz 11 proc. "poniżej oczekiwań".

Za największe trzy szanse nowego roku, z równym udziałem po 23 proc. wszystkich odpowiedzi, respondenci uznali: dobrą ofertę dla turystyki MICE i indywidualnej, wzrost zainteresowania Polską w wyniku zmian wyborczych oraz sprzyjające warunki klimatyczne i naturalne walory turystyczne. Zmiany na scenie politycznej w Polsce uzyskały 18 proc., a relatywnie tania oferta dla Polaków w stosunku do urlopowych wyjazdów zagranicznych 14 proc.

Z kolei w zakresie największych zagrożeń dla branży hotelowej w 2024 roku zdecydowanie najistotniejszym okazał się wzrost kosztów działalności – 35 proc. odpowiedzi. Kolejne dwa zagrożenia, choć już z mniejszym udziałem, to trudności w rekrutacji pracowników (19 proc.) oraz niepewna sytuacja geopolityczna w naszym regionie (17 proc.). W mniejszym stopniu hotelarze obawiają się konkurencji ze strony obiektów przeznaczonych na krótkotrwały najem (14 proc.) oraz konkurencji ze strony nowych obiektów hotelowych (12 proc.).

Grudzień 2023 roku nieco lepszy niż rok wcześniej

Wyniki grudnia minionego roku były na umiarkowanym poziomie, zbliżonym do poprzedniego miesiąca, ale nieco lepsze od uzyskanych w grudniu 2022 r. Istotne znaczenie dla wyników całego miesiąca, szczególnie w obiektach wypoczynkowych, miał okres świąteczno-noworoczny. Łącznie, hoteli z frekwencją poniżej 30 proc. było 17 proc., a obłożenie powyżej 50 proc. zanotowało 46 proc. (6 pp. mniej niż w listopadzie), w tym 18 proc. obiektów powyżej 70 proc. (4 pp. mniej niż miesiąc temu).

W grupie hoteli biznesowych 40 proc. uzyskało obłożenie powyżej połowy możliwości, w tym 15 proc. powyżej 70 proc. To wyniki o 22 pp. słabsze niż w listopadzie. Frekwencji 30 proc. nie osiągnęło 26 proc. hoteli. Wśród obiektów

wypoczynkowych obłożenie również było niższe niż miesiąc temu: 25 proc. przekroczyło frekwencję 50 proc., w tym tylko 11 proc. z obłożeniem powyżej 70 proc. Frekwencję poniżej 30 proc. zanotowało 14 proc. hoteli. Dużą grupę, z udziałem 60 proc., stanowiły obiekty z obłożeniem 30-50 proc.

Końcówka roku 2023 lepsza niż 2022

Wskaźniki frekwencji w grudniu 2023 roku były lepsze od uzyskanych rok wcześniej. Dla 37 proc. hoteli wskaźnik obłożenia pogorszył się w stosunku do grudnia ubiegłego roku, w tym 29 proc. obiektów zanotowało obniżenie frekwencji do 10 pp. Ale blisko połowa (49 proc.) obiektów poprawiła obłożenie w stosunku do grudnia rok wcześniej, z najliczniejszą grupą 34 proc. hoteli z frekwencją wyższą do 10 pp. 14 proc. obiektów uzyskało obłożenie na tych samych poziomach co w roku ubiegłym. Dane różniły się w podziale na hotele biznesowe i wypoczynkowe, na korzyść tych drugich. Dla 47 proc. hoteli biznesowych wskaźnik obłożenia pogorszył się w stosunku do grudnia 2022 roku, w tym 35 proc. obiektów zanotowało obniżenie frekwencji do 10 pp. Z kolei 36 proc. hoteli poprawiła obłożenie, w tym 1/3 stanowiła grupa z frekwencją wyższą do 10 pp. Wśród obiektów wypoczynkowych, dla 1/4 wskaźnik obłożenia pogorszył się w stosunku do grudnia ubiegłego roku, w tym 21 proc. obiektów zanotowało obniżenie frekwencji do 10 pp. Ale ponad połowa (54 proc) obiektów poprawiła obłożenie, z najliczniejszą grupą 32 proc. hoteli z frekwencją wyższą do 10 pp.

W grudniu goście zagraniczni stanowili średnio dla całej grupy ankietowanych 28 proc. Hotele biznesowe zanotowały wskaźnik 24 proc., a w obiektach wypoczynkowych wyniósł on 28 proc.

W 8 na 10 hoteli ceny wzrosły rok do roku

Podobnie jak w poprzednich miesiącach, w grudniu średnie ceny rosły rok do roku. Odpowiedzi ankietowanych hotelarzy wskazują, że 79 proc. hoteli podniosła je w stosunku do grudnia 2022 r. Ponad połowa obiektów (54 proc.) odnotowała wzrost do 10 proc., a 21 proc. - w przedziale 11-20 proc. 21 proc. hoteli uzyskało ceny na poziomie zeszłego roku lub niższe.

Niski poziom rezerwacji na kolejne miesiące

Dane dotyczące przyjętych rezerwacji na styczeń są na podobnym poziomie co miesiąc temu dla grudnia, zarówno jeśli chodzi o odsetek hoteli z frekwencją poniżej 30 proc., jak i tych z obłożeniem powyżej 50 proc. Dla branży to kolejny trzeci najgorszy wynikowo miesiąc w okresie całego roku. Jedynie obiekty wypoczynkowe mogą liczyć na lepsze wyniki w związku z początkiem ferii szkolnych w drugiej połowie stycznia. Ale aktualne prognozy dla obiektów wypoczynkowych są tylko trochę lepsze od biznesowych. Wśród całej grupy ankietowanych 47 proc. hoteli wskazuje na dzień wypełnienia ankiety frekwencją poniżej 30 proc. Obłożenie powyżej 50 proc. posiada 15 proc. W hotelach biznesowych 60 proc. nie przekracza frekwencji 30 proc., a powyżej 50 proc. wskazuje tylko 11 proc. Wskaźniki obłożenia dla obiektów wypoczynkowych to 39 proc. z frekwencją poniżej 30 proc. i 14 proc. z obłożeniem powyżej 50 proc.

Więcej gości wybrało pobyt w hotelu w Sylwestra niż w Święta Bożego Narodzenia

Wyniki grudnia (i początku stycznia) obejmują okres świąteczny i noworoczny. Z danych uzyskanych z hoteli widać, że faktyczne rezultaty były na poziomie prognoz sprzed miesiąca - hotele wypoczynkowe zanotowały wyraźnie lepsze wyniki niż biznesowe i, zgodnie z przewidywaniami, zdecydowanie większym zainteresowaniem gości cieszył się Sylwester niż Święta Bożego Narodzenia.

Wśród całej grupy hoteli uczestniczących w ankiecie, 22 proc. uzyskało obłożenie w okresie świątecznym poniżej 30 proc. Do tego należy dodać grupę hoteli, które w ogóle nie sprzedawały oferty specjalnej w tych dniach – 30 proc. obiektów. Hoteli wypełnionych więcej niż w 70 proc. było również 22 proc. Podobnie jak w prognozach z ankiet sprzed miesiąca, hotele biznesowe wypadły w okresie świątecznym zdecydowanie gorzej niż wypoczynkowe. 47 proc. nie sprzedawało oferty, a obłożenie poniżej 30 proc. odnotowało 38 proc. obiektów. W hotelach wypoczynkowych 11 proc. nie sprzedawało oferty, a tylko 7 proc. uzyskało obłożenie poniżej 30 proc. Natomiast 61 proc. obiektów zapełniło się w ponad 70 proc. Faktyczne wykonanie było więc bardzo bliskie prognozom z ankiety sprzed miesiąca.

Z kolei w okresie noworocznym, dla całej grupy hoteli uczestniczących w ankiecie, 8 proc. uzyskało obłożenie poniżej 30 proc., 20 proc. obiektów nie sprzedawało oferty w ogóle. Hoteli wypełnionych więcej niż w 70 proc. było 60 proc. Podobnie jak w okresie świątecznym, hotele biznesowe wypadły gorzej niż wypoczynkowe. 35 proc. nie sprzedawało oferty, obłożenie poniżej 30 proc. uzyskało 15 proc. obiektów, natomiast w 70 proc. lub więcej wypełniło się 33 proc. W hotelach wypoczynkowych 7 proc. nie sprzedawało oferty, nie było w ogóle obiektów z obłożeniem poniżej 30 proc., natomiast w 70 proc. lub więcej wypełniło się 82 proc.

Druga połowa stycznia to początek ferii szkolnych. Prognozy na ten okres są jednak słabe. Dla całej grupy hoteli uczestniczących w ankiecie 34 proc. posiada aktualnie obłożenie poniżej 30 proc. Do tego należy dodać grupę 34 proc. obiektów, które w ogóle nie sprzedają oferty specjalnej. Hoteli wypełnionych więcej niż w 70 proc. jest zaledwie 3 proc. Podobnie jak dla okresów świątecznego czy noworocznego, hotele biznesowe w czasie ferii wypadają gorzej niż wypoczynkowe. Połowa nie sprzedaje oferty, a obłożenie poniżej 30 proc. notuje 33 proc. obiektów. Jednak w hotelach wypoczynkowych również nadal nie widać rezerwacji na ferie: 18 proc. nie sprzedaje oferty a 36 proc. posiada obłożenie poniżej 30 proc. Obiektów zapełnionych w ponad 70 proc. jest na razie tylko 7 proc.

O ankiecie

W ankiecie przeprowadzonej online w dniach 11-18 stycznia 2024 roku wzięło udział 125 hoteli zlokalizowanych we wszystkich województwach. Spośród nich 76 proc. położonych jest w miastach. 33 proc. to obiekty sieciowe. Większość ankietowanych (81 proc.) to hotele liczące do 150 pokoi, 61 proc. hoteli ma mniej niż 100 pokoi, a średnia wielkość obiektu wyniosła 98 pokoi. Hotele, w których przeważa ruch biznesowy, stanowiły 44 proc., 24 proc. specjalizuje się w turystyce wypoczynkowej a łączące segment biznesowy z turystycznym to 34 proc. Dominującymi formami biznesu hotelowego wśród ankietowanych obiektów są mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa (92 proc.).