

Niekwestionowana siła marki w hotelarstwie

2013-08-28

Rynek hotelowy w ostatnich latach w Polsce rozwija się niezwykle dynamicznie. Po okresie niskiego popytu na usługi hotelowego i znacznego pogorszenia się wskaźników operacyjnych hoteli w latach 2008-2010, rok 2011 przynosi zdecydowane ożywienie, by w roku 2012 - pomimo złożonej sytuacji gospodarczej, ale szczególnie dzięki organizacji Euro 2012 - utrzymać się na stabilnym poziomie. Branża hotelowa coraz mocniej sobie uświadamia, że rynek opanowują sieci międzynarodowe. Jeszcze kilka lat temu plany tworzenia polskich sieci były realne, dziś, gdy rynek hotelowy został zdominowany przez międzynarodowe sieci hotelowe szanse na zbudowanie rodzimego produktu od "zera" są znikome.

Oprócz wspomnianych Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej, które odbyły się w ubiegłym roku w naszym kraju, do stabilnej sytuacji na rynku przyczyniły się wzrastający popyt, dofinansowanie inwestycji hotelarskich z funduszy unijnych i optymistyczne prognozy dla rynku turystycznego.

Według raportu Instytutu Turystyki Polskę w roku 2012 odwiedziło 67,4 mln cudzoziemców (o 11 proc. więcej niż w roku 2011) z czego liczba przyjazdów turystów była szacowana na 14,8 mln (analogicznie o 11 proc. więcej niż w roku poprzedzającym). Statystyki pierwszego półrocza roku 2013 tylko potwierdzają tę dodatnią tendencję.

Mimo, że liczba turystów odwiedzających nasz kraj niezmiennie rośnie, liczba obiektów hotelowych wciąż jest nieadekwatna do zapotrzebowania rynku i pozostaje daleko poza europejskimi standardami.

Potwierdza to m.in. raport "Christie + Co - Business International Outlook 2013", którego autorzy oceniając nasz rynek jako jeden z lepiej funkcjonujących w Europie, co związane jest ze wzrostem liczby podróży biznesowych i turystycznych, odnotowuje, że liczba łóżek hotelowych dostępnych w naszym kraju na 10 tys. mieszkańców nadal jest jedną z najniższych w UE. Polska baza hotelowa to obecnie 2 178 skategoryzowanych hoteli dysponujących ok. 208 700 miejscami noclegowymi w ok. 105 670 pokojach. W rezultacie na 10 tys. mieszkańców Polski przypada obecnie ok. 54 miejsc noclegowych. Wrażliwość na czynniki ekonomiczno - społeczne rynku hotelarskiego jak i jego struktura nie są homogeniczne.

Hotele z kategorii upscale/upper scale & luxury (cztero- i pięciogwiazdkowe) są bardziej wrażliwe na dekonunkturę gospodarczą niż hotele budget (dwie i trzy gwiazdki). Przejawia się to w szybszym spadku obłożenia hoteli przy złych notowaniach ekonomicznych, niż ma to miejsce w kategoriach niższych. Jednakże pomimo większej wrażliwości w hotelach cztero- i pięciogwiazdkowych poziom obłożenia jest zawsze wyższy niż w hotelach budżetowych.

Istnieje też zauważalny trend coraz częstszego korzystania z usług hotelowych przez obywateli polskich, których udział w strukturze korzystających z hoteli przekracza 70 proc. Szczególnie widoczne staje się to w segmentach hoteli cztero- i pięciogwiazdkowych.

Także pod względem własnościowym struktura rynku hotelowego nie jest jednorodna - prawie 90 proc. hoteli pozostaje w niezależnych rękach i funkcjonuje według modelu: inwestor = właściciel hotelu = zarządca.

Autor tekstu: Monika Żak - Mus, właściciel firmy HotelissimaCały artykuł wraz z wykresami dostępny jest w "Rynek

