

Sytuacja w branży noclegowej oczami Hotelarzy. Raport z badania.

Hotelarstwo w czasie epidemii to zupełnie nowa rzeczywistość... Jak branża noclegowa przystosowuje się do funkcjonowania w nowych warunkach.

Serwis konferencyjny MojeKonferencje.pl wraz z Tomaszem Chojnackim z Hotel Marketing Group przeprowadzili badanie (w dniach 8-15 maja 2020), mające na celu analizę kondycji hoteli i innych obiektów noclegowych w czasie epidemii. To zupełnie nowa rzeczywistość, w której, chcąc nie chcąc, branża musi się odnaleźć.

Rada Ministrów 2 maja 2020 roku wydała rozporządzenie, które wprowadza regulacje w ramach **II etapu "odmrażania gospodarki"**. Etap II to wznowienie działalności hoteli, pensjonatów i innych obiektów noclegowych. Na mocy rozporządzenia z 4 maja 2020 roku zezwolono na prowadzenie usług hotelarskich - niestety z pewnymi ograniczeniami. Ministerstwo Rozwoju udostępniło także **wytyczne sanitarne dla gastronomii**, która 18 maja 2020 r. może ponownie otworzyć się dla klientów, a są nimi m.in.: limit osób w lokalu (na 1 osobę musi przypadać co najmniej 4 m²), konieczna dezynfekcja stolika po każdym kliencie, zachowanie 2 metrów odległości między stolikami, zachowanie dystansu 1,5-metrowego między gośćmi siedzącymi przy osobnych stolikach, a także noszenie maseczek i rękawiczek przez kucharzy oraz obsługę.

Konieczne jest również zachowanie dystansu 2 metrów oraz wprowadzenie licznych standardów sanitarnych. Zabronione jest także gromadzenie się gości, a co za tym idzie - korzystanie z części wspólnych, sal zabaw, siłowni, placów zabaw itp. Zabrania się organizacji przyjęć, konferencji czy targów.

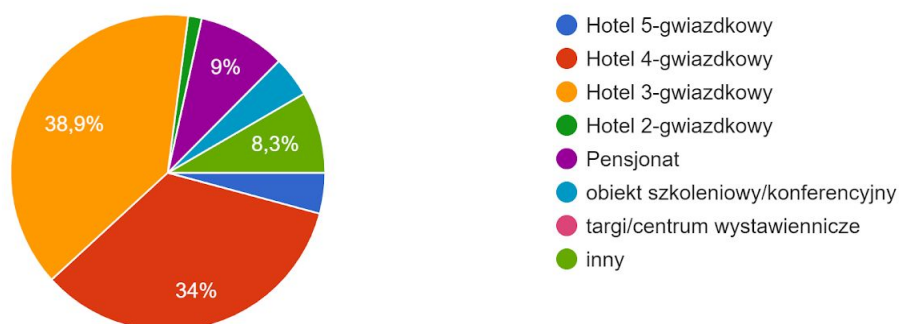
Hotelarze mieli **zaledwie 2 dni na przygotowanie swoich obiektów do ponownego przyjęcia gości**. Było to, i nadal jest, ogromnym wyzwaniem. Nie wszyscy hotelarze zdecydowali się na ten krok od razu. Po wielu rozmowach z dyrektorami, a także właścicielami obiektów turystycznych, **zebraliśmy wiele różnych opinii**, a każdy przedstawiciel branży miał odmienne odczucia co do nowego rozporządzenia. Chcąc poznać szerszą opinię hotelarzy, postanowiliśmy stworzyć branżową ankietę, która odpowiada na kilkanaście kluczowych pytań. **W ankiecie wzięło udział 145 przedstawicieli obiektów hotelowych**. Dzięki respondentom powstało wartościowe

badanie, które dostarcza sporo przydatnych informacji i odpowiedzi na nurtujące pytania.

Obiekty uczestniczące w badaniu i ich charakterystyka

Jaki obiekt reprezentujesz?

144 odpowiedzi



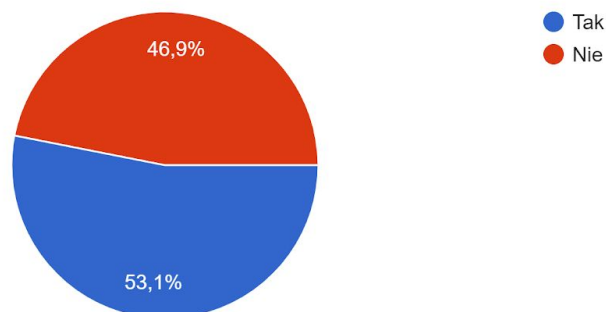
W ankiecie internetowej zdecydowaną większość stanowiły obiekty 3-gwiazdkowe (38,9%) oraz 4-gwiazdkowe (34%). Obiekty 5-gwiazdkowe to 4,6% respondentów. Pensjonaty stanowiły 9 % ankietowanych, a pozostałą część grupy badawczej centra konferencyjne oraz obiekty nieskategoryzowane. Obiekty te podzieliły się swoimi doświadczeniami, tym jak radzą sobie w nowych realiach i jaką przyszłość widzą dla swoich obiektów.

Urszula Markowska-Buwaj (Ibis Styles Białystok):

“4 maja, po prawie 1,5-miesięcznym przestoju ekonomicznym, zdecydowaliśmy się otworzyć na nowo nasz obiekt. Zachowujemy oczywiście wszelkie zasady podwyższonych standardów higienicznych w związku z Covid-19.”

Czy obiekt został już otwarty?

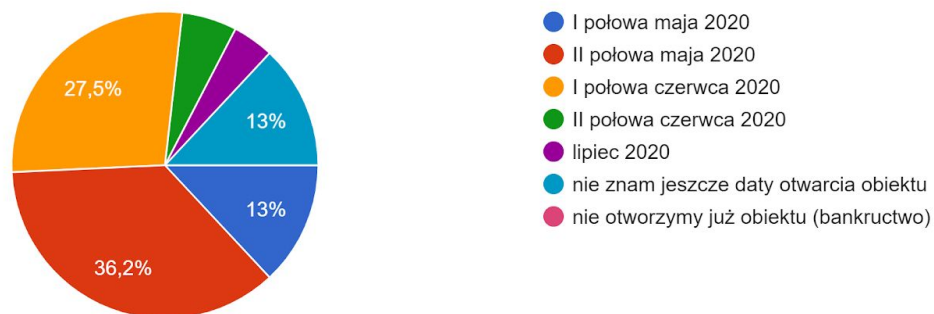
145 odpowiedzi



Na podstawie przeprowadzonego badania wynika, że **53,1% obiektów otworzyło się tuż po 4 maja** (w większości obiekty ***, ****), pozostałe (46,9%) planują otwarcie w najbliższych miesiącach.

Jeżeli odpowiedziałeś NIE, to kiedy planujesz otwarcie?:

69 odpowiedzi



Z obiektów, które jeszcze się nie otworzyły, aż 36,2% planuje otworzyć drzwi dla gości w II połowie maja, z kolei 27,5% otworzy się w I połowie czerwca. Odległe plany otwarcia planuje zaledwie 2,9% - te obiekty chcą się otworzyć dopiero z początkiem lipca 2020 r. Są także miejsca, w których data otwarcia wciąż jest nieznana (13%).

Maciej Spychalski (IBB Andersia Hotel Poznań):

“Nie otworzyliśmy się 4 maja. Otwarcie planujemy dopiero 22 maja. Sens otwierania jest tylko wtedy, gdy masz gwarancję minimum 5-10 pokoi dziennie, ale niestety nie każdy

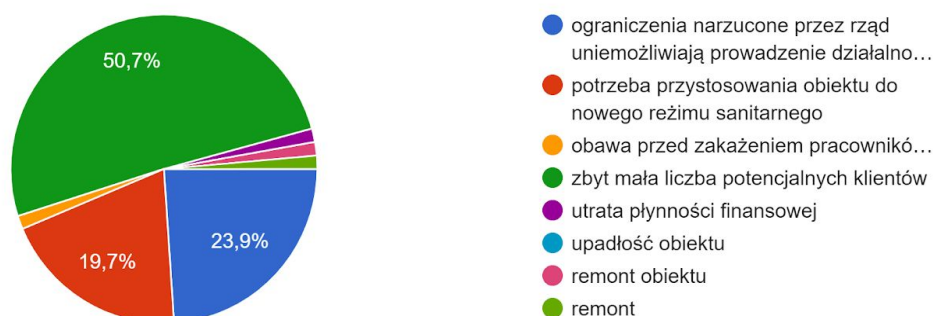
może sobie na to pozwolić, bo popyt na każdą lokalizację tj. destynację (czy to biznesową czy turystyczną) jest zgoła inny. “

Na słowa uznania zasługują właściciele i managerowie obiektów, którzy zdecydowali się otworzyć swój hotelowy interes już 4 maja 2020r., bowiem w zaledwie dwa dni musieli przygotować się na przyjęcie gości, opracować **wstępne procedury dezynfekcji pokoi**, przeszkolić odpowiednio personel w kwestii przyjęcia gości i to wszystko po nowemu.

Mało kto liczył na wysokie obłożenie w pierwszych dniach po wznowieniu działalności, rezerwacje zaczynały powoli napływać jedna po drugiej, dając nadzieję dla branży na powrót na właściwe tory. Niemniej - rozpoczynając działalność - obiekty musiały dostosować się do wszystkich wytycznych opracowanych przez Ministerstwo Rozwoju po konsultacji z Głównym Inspektorem Sanitarnym. Ten proces zapewne dla niejednego hotelu trwa do tej pory.

Jeżeli obiekt nie został otwarty, to powodem jest:

71 odpowiedzi



46,9% respondentów wstrzymało się z otwarciem - wpływ na to miało wiele czynników. Głównie obiekty turystyczne powołują się na czystą ekonomię - brak obłożenia przy wysokich kosztach utrzymania powoduje, że **obiekty te obawiają się jeszcze większych strat i odkładają otwarcie**, licząc na wzrost popytu turystycznego w wysokim sezonie. Wśród wielu powodów wstrzymania się z otwarciem, respondenci zgodnie wskazują niskie zainteresowanie obiektem wśród potencjalnych klientów (50,7%). Przyczyną mniejszego zainteresowania jest oczywiście portfel potencjalnego gościa, który zmniejszył się (i to znacząco!) w ciągu ostatnich dwóch miesięcy - brak wynagrodzeń, utrata przychodów z działalności, konsumowanie oszczędności. Myśl o

wypoczynku jest, na ten moment, drugorzędną potrzebą. Co więcej, hotele nastawione głównie na turystę zagranicznego utraciły praktycznie wszystkie przychody. Dopóki granice kraju pozostaną zamknięte, goście ze świata także nie powrócą.

Aż 19,7% ankietowanych jako główną przyczynę nie otwarcia obiektu wskazuje konieczność przystosowania obiektu do nowego reżimu sanitarnego. Jak zakupić odpowiednie sprzęty, przeszkolić pracowników, ułożyć komunikację marketingową, sporządzić odpowiednie regulaminy w ciągu kilku dni? Przystosowanie do zaleceń dla obiektu posiadającego powyżej 100 pokoi jest bardzo trudne i czasochłonne. Procedury działania podczas epidemii to zupełnie nowa sytuacja zarówno dla obiektów noclegowych, jak i dla całej gospodarki. Dodatkowe procedury przy sprząnianiu pokoi i części wspólnych, reorganizacja części wspólnych, kontrola przestrzegania przez gości obostrzeń itp. Czy recepcjonista ma decydować o bezpieczeństwie innych gości? Jak rzetelnie sprawdzić każdego zameldowanego bez odpowiedniego dokumentu czy certyfikatu bezpieczeństwa?

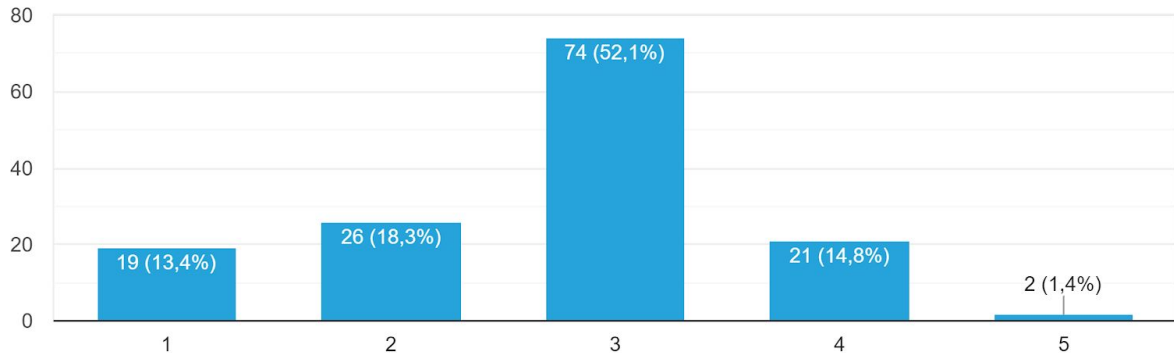
Nie wszyscy mogli rozpocząć działalność - dotychczasowe ograniczenia narzucone przez rząd uniemożliwiają prowadzenie działalności (w tym momencie) - tak twierdzi 23,9% ankietowanych. Co ciekawe, 1,4% obiektów powstrzymało się od otwarcia... remont przestrzeni obiektu.

Anna Lenart (Hotel Boss Warszawa):

“Obecną sytuację wykorzystujemy na remont wybranych przestrzeni. Zależy nam na tym, żeby nasi Goście czuli się u nas fantastycznie i stąd taka decyzja - jeszcze chwilowe wstrzymanie z oficjalnym otwarciem.”

Odmrożenie gospodarki, a tym samym dopuszczenie działalności usług noclegowych, nie jest równoznaczne z całkowitym brakiem zagrożenia COVID-19. 1,4% respondentów właśnie w obawie przed zakażeniem pracowników lub gości wirusem SARS-CoV-2 wstrzymało się z otwarciem obiektu. Ryzyko wciąż jest - tym bardziej w miejscach zgromadzeń. Tego, czego najbardziej obawia się większość właścicieli, to utrata płynności finansowej. Na szczęście zaledwie 1,4% ankietowanych wskazało na utratę płynności finansowej jako powód wstrzymania się przed otwarciem swojego obiektu.

Jak oceniasz ryzyko ponownego zamknięcia obiektu (w najbliższych miesiącach) z powodu epidemii? 1 - nieprawdopodobne, 2 - mało prawdopodobne, 3 - możliwe, 4 - prawdopodobne, 5 - pewne
142 odpowiedzi



Spekulacje na temat możliwego powrotu epidemii jesienią powodują obawy wśród hotelarzy – konieczność ponownego zamknięcia hoteli i obiektów noclegowych może przyczynić się do jeszcze większego osłabienia branży turystycznej. Kolejne tąpnięcie rynku doprowadzi do upadku kolejnych przedsiębiorstw w branży HoReCa. Respondenci w 66,9% są zgodni - oceniają ryzyko ponownego zamknięcia obiektów jako możliwe lub prawdopodobne, 18,3% jako mało prawdopodobne, 13,4% za nieprawdopodobne, ale tylko a 1,4% za pewne. Można stwierdzić, że stoimy pośrodku niewiadomej, ponieważ dziś nikt nie wie, co będzie za kilka miesięcy. Tak samo jak nie spodziewano się tego, co spotkało świat w pierwszym kwartale tego roku. Nie możemy jednak samodzielnie hamować gospodarki - działania marketingowe są konieczne, aby potencjalni goście nie zapomnieli o nas, hotelarzach.

Goście prędzej czy później wrócą do hoteli - po długiej izolacji są spragnieni wypoczynku - oczywiście w odpowiednio przystosowanym otoczeniu. Wszyscy życzylibyśmy sobie aby nastąpiło to jak najszybciej, ale musimy być cierpliwi.

Ewa Szymańska (Hotel Crocus Zakopane):

“Otworzyliśmy hotel. Czy jest sens? W dobie, kiedy hotel przynosi straty, będąc zamkniętym - opłaty, reklamy itp - wszystko jest, a pracowników trzeba opłacić, każdy Gość “podbudowuje” sytuację. Bez restauracji i SPA - no cóż - mamy stałych Gości, którzy przyjeżdżają do nas nie tylko dla SPA i basenu, a także dla rejonu, gór itd. Posiłki wydajemy serwowane według karty, w formie room serwisu. Jeżeli Goście chcą coś

zamówić - nie ma z tym problemów. Śniadania również wydajemy w formie room serwisu.”

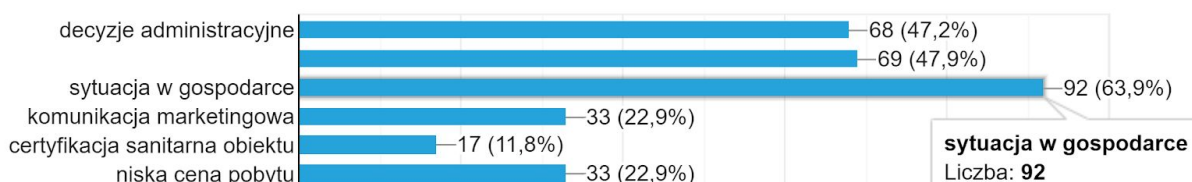
Anna Wałęsa (Art Hotel Wrocław)

“Cieszy nas sam fakt, że wróciliśmy do pracy jako zespół, team Art Hotelu. Nasza dyrekcja i managerowie włożyli sporo pracy, aby zapewnić nam bezpieczeństwo i komfort podczas wykonywania swoich obowiązków. Świadomość i wychodzenie z domu do pracy pozytywnie odbija się również na naszej psychice, co jest bardzo ważne. Na tą chwilę cieszymy się z każdego Gościa, z każdej rezerwacji, którą mamy.”

Co wpłynie na powrót klientów do hoteli?

Co wpłynie na powrót klientów do hoteli? (poza rozwojem epidemii)

144 odpowiedzi



Według hotelarzy, na podjęcie decyzji o wypoczynku ma ogromny wpływ stan gospodarki (63,8%) oraz decyzje administracyjne (47,2%). Wprowadzane zakazy przemieszczania się i inne obostrzenia spowodowały, że większa część rezerwacji została anulowana. Recepcjoniści i pracownicy działu sprzedaży dwoili się i troili, aby nie stracić przyjętych już rezerwacji. Część z nich udało się przełożyć, część niestety została stracona. Dziś ponownie trzeba zawałczyć o gościa i odzyskać jego zaufanie. Czy znak “zdrowy hotel” będzie asem w rękawie dla obiektów turystycznych? Zdecydowanie TAK.

Respondenci podkreślają **ogromną rangę poziomu wdrożonych procedur sanitarnych (47,9%)**. Goście przed dokonaniem rezerwacji dopytują jakie działania wprowadził obiekt. Nie ma co się dziwić - chcą wypoczywać komfortowo, a przede wszystkim bezpiecznie. Pytają o **certyfikaty bezpieczeństwa**, dokumenty potwierdzające przystosowanie się do oficjalnych wytycznych. Wszyscy boimy się zakażenia, dlatego przy wyborze obiektu goście będą jeszcze bardziej, niż do tej pory, zwracać uwagę na sterylność i bezpieczeństwo w obiekcie. **Certyfikacja standardów sanitarnych staje się istotnym czynnikiem odzyskania zaufania gości.** Obecnie

Ministerstwo Rozwoju oraz GiS przygotowały tylko listę zaleceń, które można, ale nie trzeba stosować. Każdy obiekt we własnym zakresie decyduje o procedurach jakie wdraża...

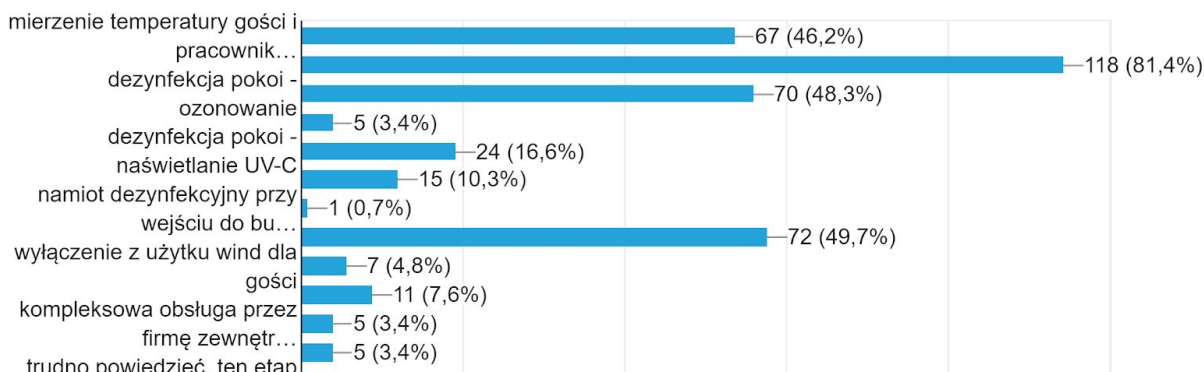
Zdaniem hotelarzy, to **odpowiednia komunikacja marketingowa (22,9%)** z naciskiem na hasła “zdrowy hotel”, “bezpieczny pobyt” **przyczyni się do zwiększenia zainteresowania obiektem**. Nie od dziś wiadomo, że to cena jest jednym z głównych czynników przy podejmowaniu decyzji o miejscu wypoczynku. 22,9 % respondentów uważa, że obniżenie ceny pobytu będzie dobrym krokiem, aby zwiększyć obłożenie w najbliższym okresie. Należy jednak pamiętać, że obniżka cen jest łatwa do zastosowania, ciężko jest jednak później wrócić do cen standardowych i podnieść stawki do tych pożądanych.

Jak wygląda nowy reżim sanitarny w obiektach?

Obecny czas to duże wyzwanie dla branży hotelarskiej. Wytyczne sanitarne i procedury wynikające z zaleceń Ministerstwa Rozwoju i GiS stanowią podstawę do wznowienia działalności.

Jakie wprowadzacie dodatkowe wymogi sanitarne i procedury (poza tymi zawartymi w rozporządzeniu)

145 odpowiedzi



Chcąc zapewnić wysoki standard czystości i bezpieczeństwa, hotele wprowadzają dodatkowo m.in. konieczność mierzenia temperatury gości podczas meldunku,

sprawdzania pracowników bezdotykowym termometrem (46,2%), dezynfekcję pokoi (81,4%), ozonowanie (48,3%), naświetlanie UV-C (16,2%), filtrację powietrza (10,3%), wypełnianie oświadczeń o stanie zdrowia przez gości (49,7%), odkurzacze parowe (7,6%), kompleksową obsługę przez firmy zewnętrzne (3,4%). Branża podeszła naprawdę poważnie do tematu ograniczenia ryzyka zakażenia wirusem - i bardzo dobrze.

Czy dezynfekcję pokoju (poza standardowymi wymogami czystości) planujesz przeprowadzać po:
147 odpowiedzi

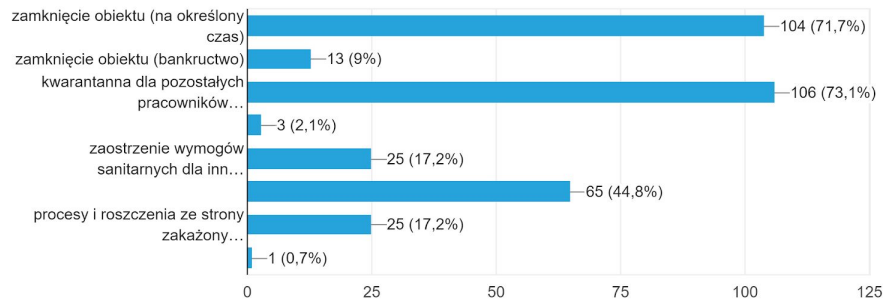


Właściciele obiektów noclegowych deklarują **dodatkową dezynfekcję pokoju po każdym gościu (80,7%)**, raz w tygodniu (7,9%) - oczywiście poza standardową wymaganą dezynfekcją określoną w procedurach. Goście oczekują dzisiaj certyfikacji obiektu pod kątem czystości i bezpieczeństwa. Będzie to jeden z głównych czynników, który wpłynie na wybór danego miejsca. To, że hotele i obiekty noclegowe mogły wznowić działalność nie oznacza, że goście wrócą szybko i wszystko wróci do normy. Przed hotelarzami ogromne wyzwanie - muszą zmierzyć się z nowymi restrykcjami sanitarnymi, choć te obowiązujące przed epidemią były już bardzo wymagające.

Kwarantanna czy bankructwo?

Jakie konsekwencje niesie za sobą stwierdzenie przypadku choroby Covid-19 wśród pracowników/gości obiektu?

145 odpowiedzi

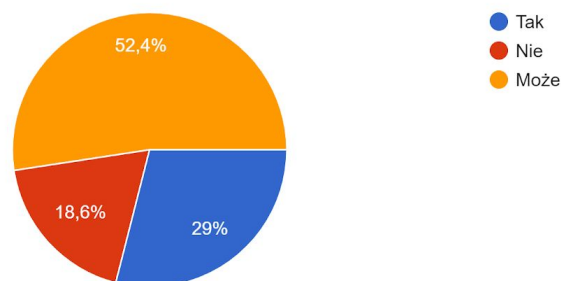


Na liście wytycznych określone zostały zasady postępowania w przypadku stwierdzenia podejrzenia zakażenia koronawirusem u gościa lub pracownika. Właściciele hoteli i pensjonatów wskazali konsekwencje dla ich obiektu, w przypadku stwierdzenia zakażenia wirusem SARS-CoV-2 na terenie obiektu - kwarantanna dla pracowników/gości (73,1%), zamknięcie obiektu na określony czas (71,7%), utrata wizerunku/marki i znaczne ograniczenie liczby klientów (44,8%), procesy i roszczenia ze strony zakażonych (17,2%), zaostrożenie wymogów sanitarnych dla innych obiektów (17,2%), zamknięcie obiektu - bankructwo (9%). **Przestrzeganie bezpieczeństwa i wprowadzenie reżimu sanitarnego przyczyni się do zminimalizowania ryzyka zakażenia.**

Czy certyfikacja sanitarna obiektów pomoże w zdobyciu klientów?

Czy uzyskanie certyfikatu bezpieczeństwa sanitarnego pomoże w zdobyciu klientów?

145 odpowiedzi



29% respondentów uważa, że posiadanie certyfikatu na pewno przyczyni się do wzrostu zainteresowania obiektem, 52,4% twierdzi, że może to pomóc a przeciwnego zdania jest tylko 18,6% respondentów.

Jaką rolę powinien spełniać certyfikat sanitarny?

143 odpowiedzi

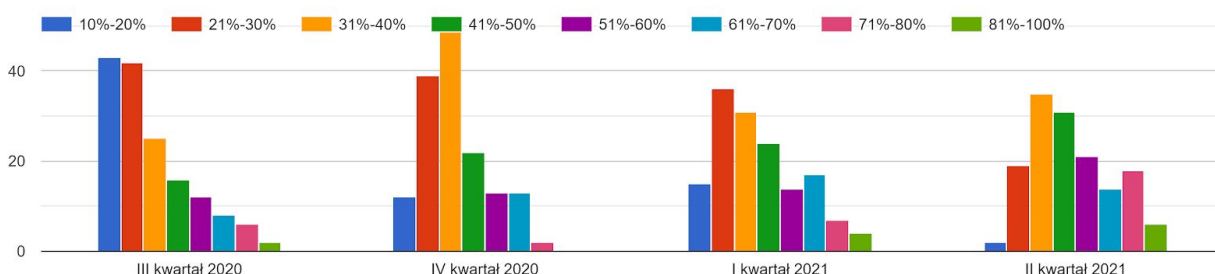


Certyfikat sanitarny powinien stanowić zbiór rzeczywistych i przydatnych zaleceń (47,6%), powinien spełniać funkcję marketingową i promocyjną (41,3%), pełnić rolę audytu dokonanego przez zewnętrznego kontrolera (9,1%).

Warto rozważyć certyfikację obiektu pod kątem sanitarnym, tym bardziej, że w ten sposób chronimy zarówno gości, jak i pracowników. Samodzielne wprowadzanie procedur jest pozytywnym działaniem obiektu, ale w przypadku tak poważnego zagrożenia, jakim jest epidemia, warto oprzeć się na niezależnym systemie certyfikacji standardu sanitarnego.

Ale co z obłożeniem miejsc noclegowych?

Jakiego obłożenia obiektu spodziewasz się kolejnych kwartałach?

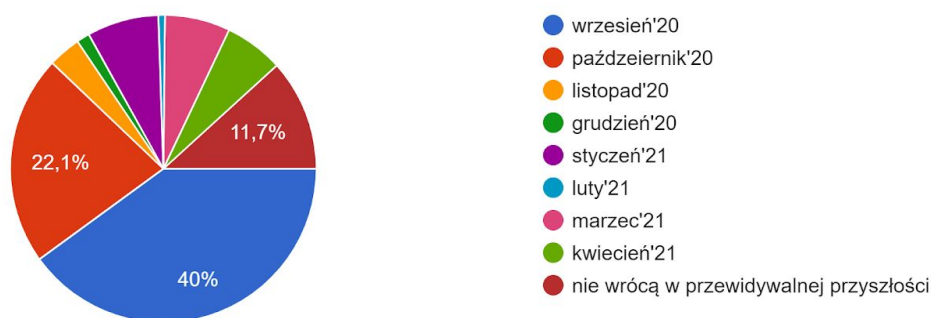


Obłożenie w najbliższych miesiącach będzie stopniowo wzrastać. W III kwartale 2020 roku większość badanych obiektów spodziewa się 10-20% obłożenia, w IV kwartale 2020 roku do 31-40%. Kolejne miesiące pokazują oczekiwania do wzrostowej tendencji obłożenia obiektów..

Gość konferencyjny wróci dopiero na jesień

Kiedy wrócą klienci szkoleniowi/konferencyjni?

145 odpowiedzi



Epidemia odcisnęła ogromne piętno na rynku konferencyjnym. Praktycznie od razu po ogłoszeniu epidemii rezerwacje wydarzeń zostały całkowicie anulowane przez organizatorów. Branża przestała istnieć i nie zapowiada się, żeby szybko wróciła do stanu przed COVID-19. Zakaz zgromadzeń spowodował, że odwołano wszystkie wydarzenia na najbliższe miesiące, a nawet wiele imprez masowych, jak np. targi zostało przełożonych na rok 2021.

Respondenci, biorący udział w naszym badaniu, podzielili się swoimi prognozami. 40% uważa, że już we wrześniu odbędą się pierwsze wydarzenia, 22,1% skłania się ku październikowi. Innymi słowy - **jesienią powoli powinny wrócić konferencje i szkolenia**, ale z jakimi obostrzeniami? - tego jeszcze nie wiemy. 7,8% respondentów jest zdania, że dopiero w styczniu 2021 r. powróci gość konferencyjny, marzec/kwiecień 2021 r. jest realny dla 7% pytaných. Nie wszyscy ankietowani wierzą w powrót gościa konferencyjnego, tylko 11,7% uważa, że biznes nie wróci w przewidywalnej przyszłości.

Co jeszcze możemy zrobić, aby lepiej odnaleźć się w nowej sytuacji?

Czy wystarczą procedury i certyfikat sanitarny? Co zrobić, aby gość, który zdecydował się na wypoczynek wybrał właśnie nasz obiekt?.

W nowym początku warto rozważyć **zwiększenie zakresu obsługi online** - automatyczne otwieranie drzwi, check-in/check-out w formie online. Potrzebne jest ograniczenie kontaktu do niezbędnego minimum. Także w hotelach wypoczynkowych. Nawet jeśli program animacyjny ma duże znaczenie - dzisiaj trzeba dopracować zajęcia do panujących przepisów. Nie oznacza to oczywiście całkowitej rezygnacji z animacji. Zajęcia indywidualne, małe grupy - będzie to dobrze odebrane przez gości. Natomiast przy tworzeniu ofert warto zwrócić uwagę na zajęcia prozdrowotne, pobyty wzmacniające odporność czy poprawiające samopoczucie. Wsparcie psychologiczne dla gości będzie znaczyć to, co kiedyś pojęcie *guest experience*.

Autorzy:

Tomasz Chojnacki - Dyrektor Zarządzający Hotel Marketing Group

Absolwent kierunku Zarządzanie w Wyższej Szkole Handlowej we Wrocławiu oraz kierunku Organizacja Turystyki i Rekreacji. Od 17 lat w branży interaktywnej, od 12 związany z branżą hotelową i turystyczną. Pracował dla takich marek jak: Mercedes-Benz, Koleje Dolnośląskie S.A. czy Thomas Cook AG. Przez ostatnie 6 lat zajmował stanowisko Dyrektora Działu Sprzedaży w firmie Profitroom, gdzie od początku budował dział sprzedaży, a w późniejszym okresie, jako Dyrektor ds. Kluczowych Klientów, dbał o optymalny dobór narzędzi dla hoteli i zapewnienie im najwyższej jakości obsługi. Odwiedził ponad 950 obiektów hotelarskich. Obecnie założyciel firmy Hotel Marketing Group, zajmującej się szkoleniami, marketingiem internetowym, kampaniami w social mediach oraz poprawą wizerunku i opinii w internecie. Od 2018 roku także wykładowca studiów podyplomowych w Wyższej Szkole Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu oraz trener w Krakowskiej Szkole Restauratorów KSR. Od 2019 roku trener w Zachodniopomorskiej Agencji Rozwoju Turystyki ZART.

MojeKonferencje.pl - Portal konferencyjny nr 1 w Polsce

Najpopularniejszy serwis konferencyjny w Polsce. Współpracuje z prawie 1000 najlepszymi obiektami na organizację szkoleń, konferencji i spotkań biznesowych. Portal został wybrany najbardziej popularnym serwisem konferencyjnym wg. raportów „Rynek obiektów konferencyjnych w Polsce 2019” opublikowanych przez Magazyn Biznes Hotel. Wyróżniony także mianem najlepiej wypożyczanego portalu konferencyjnego w wyszukiwarce Google wg. badania MarketingHotelu.pl.