

ZAKWATEROWANIE (PKD 55)

■ Raport dotyczy podmiotów gospodarczych, których działalność polega na zapewnieniu krótkotrwałego pobytu turystom i pozostałym podróżnym oraz zapewnieniu zakwaterowania na dłuższy okres m.in. studentom i osobom pracującym poza miejscem zamieszkania. Do omawianego sektora należą więc przede wszystkim hotele, motele, pensjonaty, ale także inne obiekty turystyczne, takie jak np. ośrodki wczasowe, kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, pola kempingowe czy domy studenckie. Dla uproszczenia, w dalszej części raportu analizowany obszar określany jest jako „sektor hotelowy”, a obiekty funkcjonujące w jego ramach – jako „obiekty turystyczne” lub „obiekty noclegowe”.

■ Raport nie dotyczy natomiast agencji turystycznych i biur podróży oferujących zorganizowane pobyty i wyjazdy krajowe oraz zagraniczne.

**DEPARTAMENT RYNKÓW
FINANSOWYCH I ANALIZ**

bosbank.analizy@bosbank.pl

ŁUKASZ TARNAWA
Główny Ekonomista

+48 696 405 159

lukasz.tarnawa@bosbank.pl

MARCIN PETERLIK
Ekonomista

+48 515 011 621

marcin.peterlik@bosbank.pl

Sytuacja bieżąca

Obiekty i miejsca noclegowe

■ Według stanu na koniec lipca 2018 r., w Polsce działało ponad 11 tys. obiektów turystycznych, oferujących ok. 815 tys. miejsc noclegowych. Dominującą rolę w sektorze odgrywają hotele, które stanowią blisko 1/4 wszystkich obiektów i oferują ponad 1/3 dostępnych miejsc noclegowych.

Obiekty i miejsca noclegowe w Polsce (VII 2018)

	Liczba obiektów	Udział
		%
Ogółem	11 076	100,0
Hotele	2 592	23,4
Inne obiekty hotelowe	1 057	9,5
Ośrodki wczasowe	1 109	10,0
Pokoje gościnne ¹	2 291	20,7

¹ posiadające 10 lub więcej miejsc noclegowych

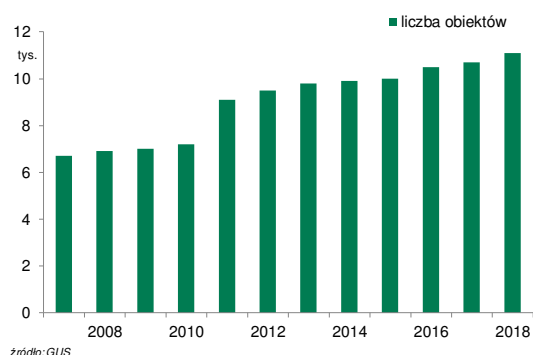
źródło: GUS

■ Od wielu lat sektor hotelowy w Polsce systematycznie rozwija się, o czym świadczy zwiększająca się rokrocznie liczba zarówno obiektów

turystycznych, jak i miejsc noclegowych. W 2018 r. wzrost liczby obiektów noclegowych w Polsce wyniósł 3,5%, natomiast w l. 2011-2018 liczba obiektów wzrosła o 22%, a liczba oferowanych miejsc noclegowych o 25%.

■ Widoczny na wykresie skokowy wzrost liczby obiektów turystycznych w 2011 r. był spowodowany uwzględnieniem w statystykach GUS pokoi gościnnych oraz kwater agroturystycznych oferujących co najmniej 10 miejsc noclegowych. Statystyką objętych zostało wówczas około 2 tys. nowych obiektów, które przed rokiem 2011 nie były uwzględniane w danych dotyczących sektora turystycznego.

Obiekty turystyczne



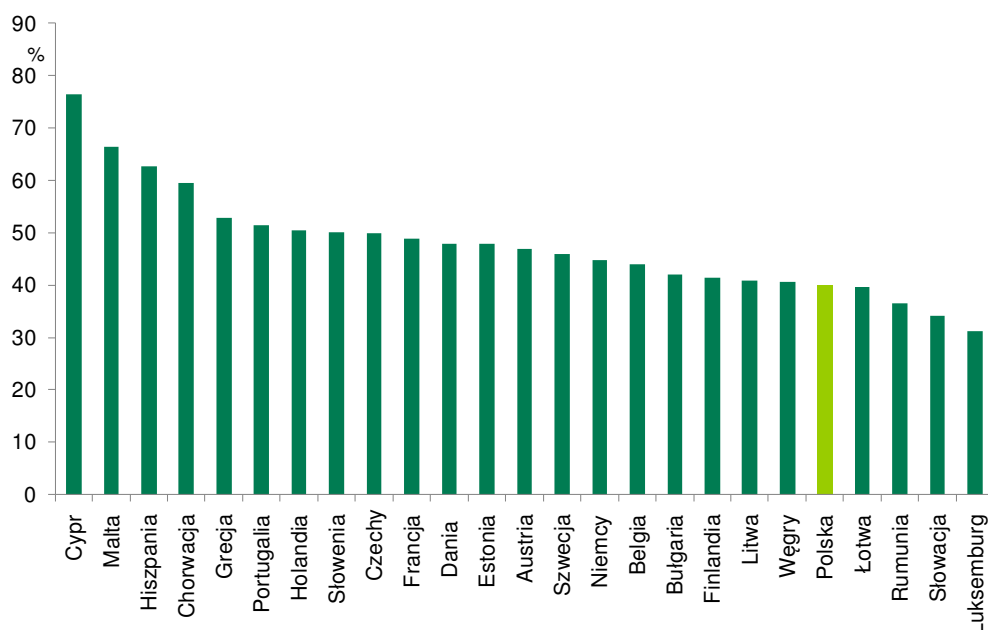
Miejsca noclegowe i ich wykorzystanie



■ Pozytywnym zjawiskiem na krajowym rynku turystycznym jest systematyczny wzrost stopnia wykorzystania miejsc noclegowych. W 2018 r. wskaźnik ten wyniósł 40,1% i po raz pierwszy przekroczył poziom 40%. Jeszcze w 2012 r. stopień wykorzystania miejsc noclegowych w Polsce wynosił niecałe 34%. Większe wykorzystanie miejsc noclegowych, przy jednoczesnym wzroście ich liczby, jest przede wszystkim efektem rosnącego popytu na usługi hotelowe w Polsce, ale także dostosowywania struktury podaży do zmieniających się potrzeb konsumentów (np. wzrost liczby miejsc w hotelach budżetowych).

■ Mimo utrzymującego się wzrostu, poziom wykorzystania miejsc noclegowych w Polsce jest niższy niż w większości krajów Unii Europejskiej. Najwyższy stopień wykorzystania miejsc noclegowych notowany jest w krajach położonych na południu Europy, gdzie sezon turystyczny trwa znacznie dłużej niż w Polsce. Polska pod względem stopnia wykorzystania miejsc noclegowych lokuje się na podobnym poziomie co inne kraje naszego regionu (Litwa, Łotwa, Węgry, Słowacja). Niemniej jednak porównanie z innymi krajami pozwala na wniosek, że w najbliższych latach stopień wykorzystania miejsc noclegowych w Polsce ma szansę nadal rosnąć, choć trudno oczekiwać aby Polska kiedykolwiek miała szansę osiągnąć pod tym względem poziom krajów z południa Europy.

Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w krajach UE (2017)

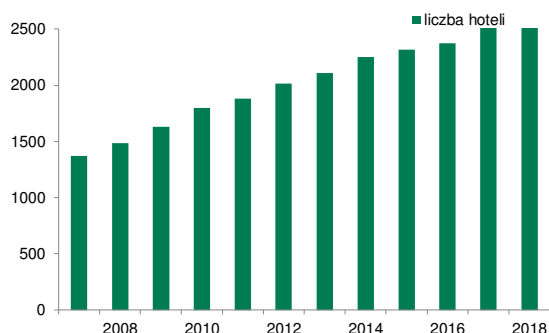


źródło: GUS

Hotele

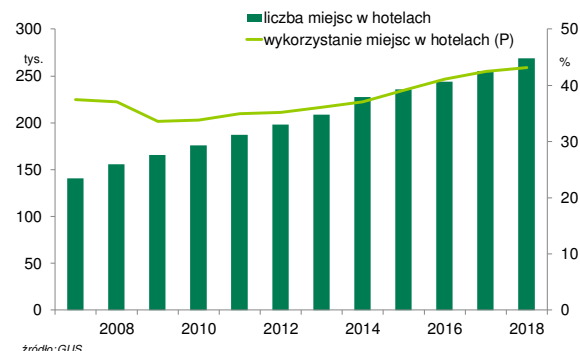
■ Hotele stanowią najliczniejszą grupę obiektów turystycznych – jest ich w Polsce niecałe 2,6 tys. i oferują prawie 270 tys. miejsc noclegowych. W ostatnim czasie liczba hoteli rosła szybciej niż łączna liczba wszystkich obiektów turystycznych. W l. 2011-18 liczba hoteli zwiększyła się o prawie 38%, a liczba miejsc w hotelach o niemal 43%, natomiast w samym 2018 r. liczba hoteli wzrosła o 2%, a więc wyraźnie poniżej średniorocznego wzrostu w l. 2011-18, który wynosi 6%.

Hotele



źródło: GUS

Miejsca w hotelach i ich wykorzystanie



źródło: GUS

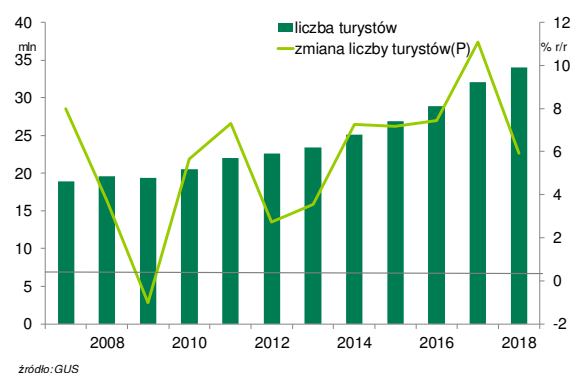
■ Pod względem liczby dominują hotele 3-gwiazdkowe, które stanowią połowę wszystkich hoteli, a na drugim miejscu znajdują się hotele 2-gwiazdkowe stanowiące 23% obiektów. Hotele o najniższym standardzie (1-gwiazdkowe) stanowią 6%, a te o najwyższym (5-gwiazdkowe) 2,5% wszystkich hoteli.

■ W hotelach stopień wykorzystania miejsc noclegowych jest nieco większy niż średnio we wszystkich obiektach turystycznych. W 2018 r. wskaźnik ten w hotelach wyniósł 43,2%. Podobnie jak w przypadku wszystkich obiektów noclegowych, także w hotelach wzrasta w ostatnich latach stopień wykorzystania dostępnych miejsc – jeszcze w 2011 r. wskaźnik ten wynosił 35%.

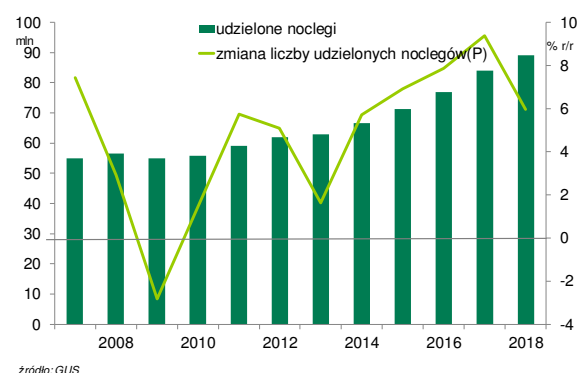
Turyści i noclegi

■ Obserwowany w Polsce wzrost podaży miejsc noclegowych jest odpowiedzią na rosnący popyt na usługi oferowane przez obiekty turystyczne. Miarą wzrostu zapotrzebowania na usługi hotelowe jest wzrost liczby turystów korzystających z obiektów turystycznych oraz wzrost liczby udzielonych im noclegów. W l. 2011-18 liczba turystów rosła średniorocznie o 6,5%, a liczba noclegów o 6,0%. W 2018 r. z obiektów turystycznych skorzystało w Polsce ok. 34 mln turystów (+5,9% r/r), którym udzielono 89 mln noclegów (+6,0% r/r).

Turyści korzystający z obiektów turystycznych



Noclegi w obiektach turystycznych



Zróżnicowanie regionalne

■ Krajowy sektor turystyczny jest mocno zróżnicowany regionalnie. Pod względem liczby obiektów, dostępnych miejsc noclegowych oraz liczby udzielonych noclegów dominują trzy województwa: pomorskie, małopolskie i zachodniopomorskie. Wynika to oczywiście z położenia tych województw w regionach atrakcyjnych turystycznie, w których znajduje się wiele popularnych (latem i zimą) ośrodków turystycznych.

■ W województwie zachodniopomorskim występuje najwyższy, przekraczający 50%, stopień wykorzystania miejsc noclegowych, a w dwóch pozostałych wymienionych województwach wskaźnik ten kształtuje się nieco powyżej średniej dla całego kraju. Na drugim biegunie znajdują się województwa lubuskie, podlaskie i wielkopolskie.

Obiekty turystyczne - statystyka regionalna

	Obiekty turystyczne (2017)		Miejsca noclegowe (2017)		Udzielone noclegi (2018)		Wykorzystanie miejsc noclegowych (2018)
	Polska=100		tys.	Polska=100	mln	Polska=100	%
POLSKA	10681	100,0	774,0	100,0	88,9	100,0	40,1
Dolnośląskie	951	8,9	67,9	8,8	9,0	10,1	38,4
Kujawsko-pomorskie	406	3,8	32,3	4,2	4,5	5,1	44,6
Lubelskie	445	4,2	26,0	3,4	2,3	2,6	31,8
Lubuskie	290	2,7	18,2	2,3	1,4	1,6	29,8
Łódzkie	337	3,2	22,2	2,9	2,6	2,9	34,0
Małopolskie	1532	14,3	99,4	12,8	13,9	15,6	41,7
Mazowieckie	554	5,2	56,7	7,3	9,4	10,6	44,6
Opolskie	168	1,6	10,0	1,3	0,9	1,0	31,9
Podkarpackie	582	5,4	33,0	4,3	3,5	3,9	34,8
Podlaskie	259	2,4	14,0	1,8	1,2	1,3	29,2
Pomorskie	1629	15,3	114,4	14,8	9,8	11,0	42,5
Śląskie	645	6,0	47,2	6,1	6,3	7,1	38,2
Świętokrzyskie	248	2,3	16,6	2,1	1,8	2,0	33,7
Warmińsko-mazur.	499	4,7	40,8	5,3	3,2	3,6	31,5
Wielkopolskie	687	6,4	42,8	5,5	3,8	4,3	30,7
Zachodniopomorskie	1449	13,6	132,6	17,1	15,2	17,1	51,6

źródło: GUS

■ Nieco inaczej prezentuje się rozkład regionalny sektora, jeśli pod uwagę weźmiemy jedynie hotele. Największa liczba tego typu obiektów znajduje się w województwach małopolskim, mazowieckim, dolnośląskim i wielkopolskim, a więc tam gdzie zlokalizowane są duże miasta będące z jednej strony atrakcyjne turystycznie (Kraków, Warszawa), a z drugiej - stanowiące ważne ośrodki konferencyjno-targowe. Województwa mazowieckie i małopolskie są zdecydowanymi liderami pod względem liczby noclegów w hotelach – przypada na nie łącznie ponad 35% noclegów udzielonych w całym kraju.

■ Pod względem stopnia wykorzystania miejsc hotelowych na pierwszym miejscu znajduje się województwo zachodnio-pomorskie (56%), gdzie duże obłożenie wiąże się ze stosunkowo niewielką liczbą hoteli, przy potencjalnie dużym popycie wynikającym z bliskości granicy polsko-niemieckiej. Na kolejnych miejscach znajdują się województwa małopolskie i mazowieckie, gdzie stopień wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach wynosi ok. 50%. Najmniejszy stopień obłożenia miejsc w hotelach notowany jest natomiast w świętokrzyskim i opolskim.

Hotele - statystyka regionalna (2017)

	Hotele		Miejsca noclegowe		Udzielone noclegi		Wykorzystanie miejsc noclegowych
	Polska=100		tys.	Polska=100	mln	Polska=100	%
POLSKA	2540	100,0	261,5	100,0	39,5	100,0	42,2
Dolnośląskie	249	9,8	28,2	10,8	4,1	10,3	39,8
Kujawsko-pomorskie	132	5,2	11,2	4,3	1,4	3,5	35,0
Lubelskie	116	4,6	8,1	3,1	1,0	2,5	34,2
Lubuskie	63	2,5	4,4	1,7	0,6	1,5	34,8
Łódzkie	113	4,4	10,8	4,1	1,4	3,6	35,2
Małopolskie	366	14,4	42,0	16,0	7,0	17,6	48,7
Mazowieckie	258	10,2	38,3	14,7	7,1	18,1	51,0
Opolskie	63	2,5	3,7	1,4	0,5	1,2	32,6
Podkarpackie	148	5,8	10,2	3,9	1,3	3,2	34,1
Podlaskie	47	1,9	4,7	1,8	0,6	1,6	36,3
Pomorskie	202	8,0	21,5	8,2	3,3	8,5	44,7
Śląskie	213	8,4	21,9	8,4	3,1	7,7	38,1
Świętokrzyskie	101	4,0	7,3	2,8	0,8	2,1	31,0
Warmińsko-maz.	113	4,4	13,3	5,1	1,8	4,5	36,7
Wielkopolskie	229	9,0	18,6	7,1	2,2	5,7	33,6
Zachodniopomorskie	127	5,0	17,4	6,6	3,4	8,6	56,0

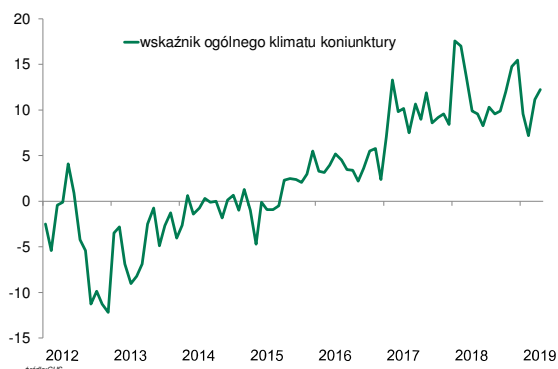
źródło: GUS

Oceny koniunktury

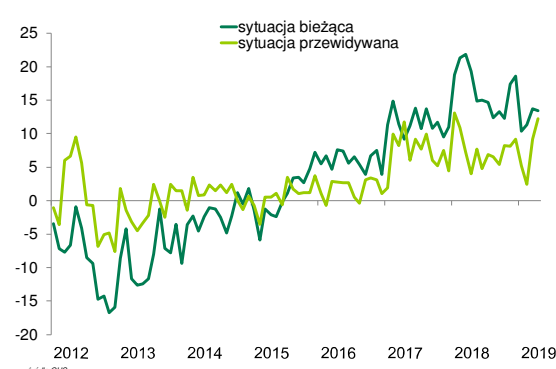
■ Wskaźnik Ogólnego Klimatu Koniunktury (WOKK) obliczany przez GUS na podstawie realizowanego w cyklu miesięcznym badania ankietowego firm działających w sektorze zakwaterowania i gastronomii. Koniunktura w sektorze hotelowym, ze względu na specyfikę wszystkich działalności powiązanych z turystyką, cechuje się dużą zmiennością sezonową – szczyt koniunktury przypada na miesiące letnie (czerwiec-sierpień).

■ Po wyeliminowaniu wahań sezonowych widać wyraźnie, że w I. 2013-18 oceny koniunktury w sektorze turystycznym wyraźnie się poprawiały – wartość WOKK osiągnęła swoje maksimum na początku 2018 r. przekraczając poziom 17 pkt. Nieznaczne pogorszenie nastrojów miało miejsce w połowie 2018 r., za sprawą gorszych ocen zarówno sytuacji bieżącej przedsiębiorstw, jak i oczekiwań. Jednak już w kwietniu 2019 r. wartość WOKK ponownie była wyższa niż w tym samym miesiącu roku poprzedniego. Daje to podstawy do przewidywania, że koniunktura w sektorze hotelowym w drugiej połowie roku będzie się poprawiała.

Ogólny klimat koniunktury



Sytuacja bieżąca i przewidywana

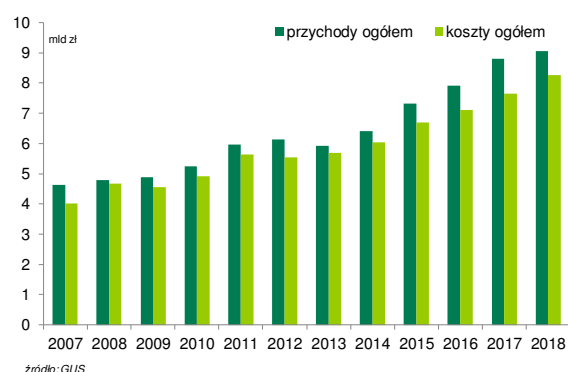


Wyniki finansowe

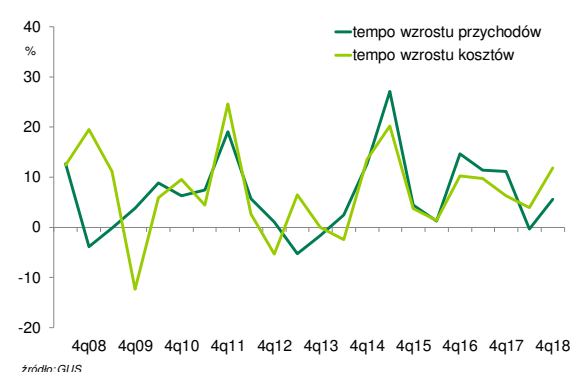
■ Sektor hotelowy w okresie ostatnich pięciu lat rozwija się bardzo dynamicznie. W l. 2014-18 średnioroczne tempo wzrostu przychodów ogółem wyniosło 8,9%. Rok 2018 był pod tym względem słabszy – przychody wzrosły w stosunku do roku poprzedniego o 2,9%. Słabszy wynik jest efektem spadku przychodów o 0,4% r/r w pierwszej połowie roku. W drugiej połowie 2018 r. wynik pod tym względem był już wyraźnie lepszy – przychody wzrosły o 5,6% r/r.

■ Zwraca uwagę fakt, że w 2018 r. tempo wzrostu kosztów wyraźnie przewyższyło tempo wzrostu przychodów w sektorze. W drugiej połowie roku, przy wspomnianym wzroście przychodów o 5,6% r/r, koszty całokształtu działalności zwiększyły się o 11,8% r/r. Wysoka dynamika kosztów była przede wszystkim pochodną wzrostu kosztów pracy, które w sektorze hotelowym mają duże znaczenie.

Przychody i koszty ogółem



Półroczne tempo wzrostu przychodów i kosztów



■ W sektorze hotelowym wykorzystuje się kilka dodatkowych wskaźników przychodowych, z których dwa najważniejsze to ADR (średni dzienny przychód z wynajętego pokoju) oraz RevPAR (średni dzienny przychód przypadający na jeden dostępny pokój). Wskaźnik RevPAR oblicza się korygując (mnożąc) wskaźnik ADR przez procentowe

obłożenie pokoi. W 2018 r. oba wskaźniki przychodowe nie zmieniły się istotnie w stosunku do roku poprzedniego.

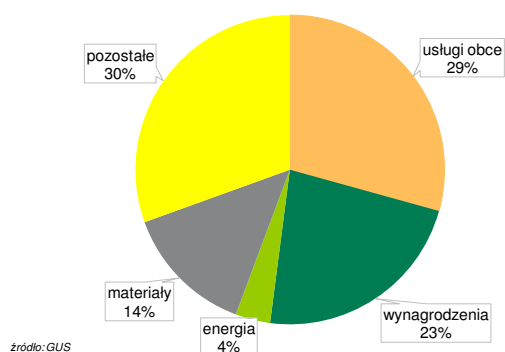
Średnie wskaźniki przychodowe w sektorze hotelowym (PLN)

	ADR		RevPAR	
	2017	2018	2017	2018
Hotele ***	190	180	100	100
Hotele ****	270	275	170	175
Hotele *****	450	450	345	350

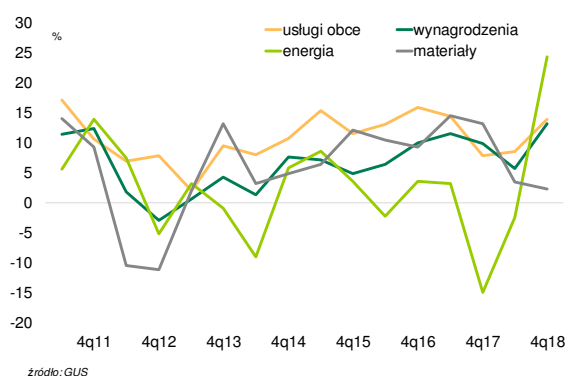
źródło: Emmerson Evaluation

- W strukturze kosztów rodzajowych sektora hotelarskiego dominują usługi obce oraz wynagrodzenia. W praktyce obie te pozycje związane są z kosztami pracy, ponieważ usługi obce, to często (choć nie zawsze) koszty outsourcingu różnego rodzaju zadań, a więc w praktyce koszty pracy osób zatrudnionych przez firmy zewnętrzne (usługi sprzątnia, usługi pralnicze, ochrona itp.).
- W 2018 r. szczególnie istotnie rosły koszty energii elektrycznej, jednak jego negatywny wpływ na wyniki sektora jest ograniczony z uwagi na relatywnie mały udział w kosztach ogółem. Bardziej znaczący dla funkcjonowania hoteli był nieco mniejszy, ale także wyraźny, wzrost kosztów wynagrodzeń oraz usługi obcych. Uwzględniając prawdopodobny rozwój sytuacji na rynku pracy można przyjąć, że wzrost kosztów pracy w I. 2019-20 nadal będzie negatywnie oddziaływał na wyniki finansowe sektora hotelarskiego.

Struktura kosztów rodzajowych (2018)



Półroczne tempo wzrostu kosztów rodzajowych

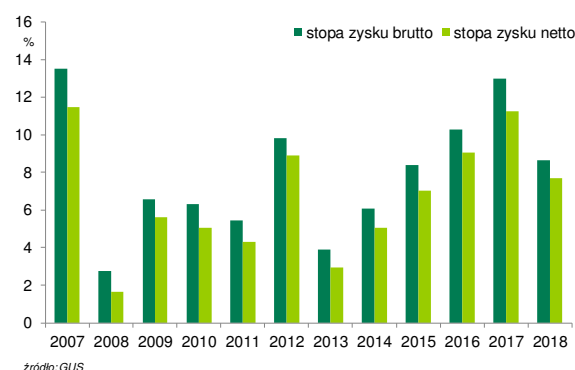


- Stopa zysku brutto w sektorze hotelowym pozostaje od wielu lat dodatnia i w odniesieniu do innych sektorów gospodarki (przemysł, budownictwo, usługi) jest relatywnie wysoka. W 2018 r. miał jednak miejsce spadek rentowności sektora – stopa zysku brutto wyniosła 8,7%

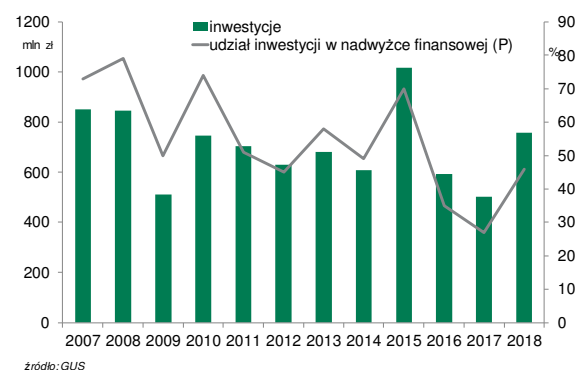
(wobec 13,0% rok wcześniej), a stopa zysku netto 7,7% (wobec 11,3%).

Spadek wskaźników rentowności to przede wszystkim efekt rosnących kosztów prowadzenia działalności w sektorze hotelowym.

Stopa zysku brutto i netto



Nakłady inwestycyjne



■ W ostatnich latach szczyt inwestycyjny w sektorze miał miejsce w 2015 r., kiedy to łączne nakłady przekroczyły 1 mld zł. Po dwóch latach spadku, w 2018 r. nakłady inwestycyjne w sektorze zakwaterowania wzrosły i przekroczyły 750 mln zł. W stosunku do roku poprzedniego wzrost wartości inwestycji wyniósł ok. 50%. Wzrost wydatków na inwestycje to przede wszystkim efekt trwającej rozbudowy bazy hotelowej, ale także efekt rosnącej konkurencji i presji na poprawę jakości istniejących już obiektów.

Perspektywy – czynniki ryzyka – czynniki sukcesu

Perspektywy

■ Według szacunków firmy Emmerson, opartych na informacjach o już realizowanych oraz planowanych inwestycjach, w największych polskich miastach (Warszawa, Kraków, Trójmiasto, Wrocław, Poznań, Łódź, Katowice z aglomeracją) oraz w pasie nadmorskim (Kołobrzeg, Świnoujście, płw. helski) i pasie górskim (Zakopane, Karpacz, Wisła, Szczyrk, Ustroń) do końca 2020 r. powstaną 84 nowe hotele oferujące łącznie ponad 13,5 tys. pokoi.

■ Ten znaczący przyrost bazy hotelowej widoczny będzie najbardziej w Trójmieście, gdzie liczba pokoi hotelowych wzrośnie o 40% w stosunku do stanu na koniec 2018 r. Podobny wzrost liczby pokoi będzie miał miejsce w Łodzi. W innych dużych miastach liczba pokoi wzrośnie w nieco mniejszym stopniu (np. w Warszawie o 20%, we Wrocławiu o 20%, w Poznaniu o 15%, w Krakowie o 10%), przede wszystkim z uwagi na większe przyrosty w latach poprzednich.

■ Inwestycje realizowane w Warszawie skumulowane są obecnie przede wszystkim w rejonach stanowiących „zagłębienia” biurowe (Mokotów, Wola, Śródmieście), co oznacza, że nastawione są głównie na klientów biznesowych i pracowników korporacji podróżujących służbowo. W tych lokalizacjach realizowane są także inwestycje polegające na łączeniu funkcji hotelowych i biurowych w jednym budynku. Nowym trendem rynkowym jest także łączenie dwóch marek hotelowych w jednym obiekcie – najczęściej marek o różnym standardzie – co ma na celu obsługę klientów o różnych preferencjach i różnych dochodach.

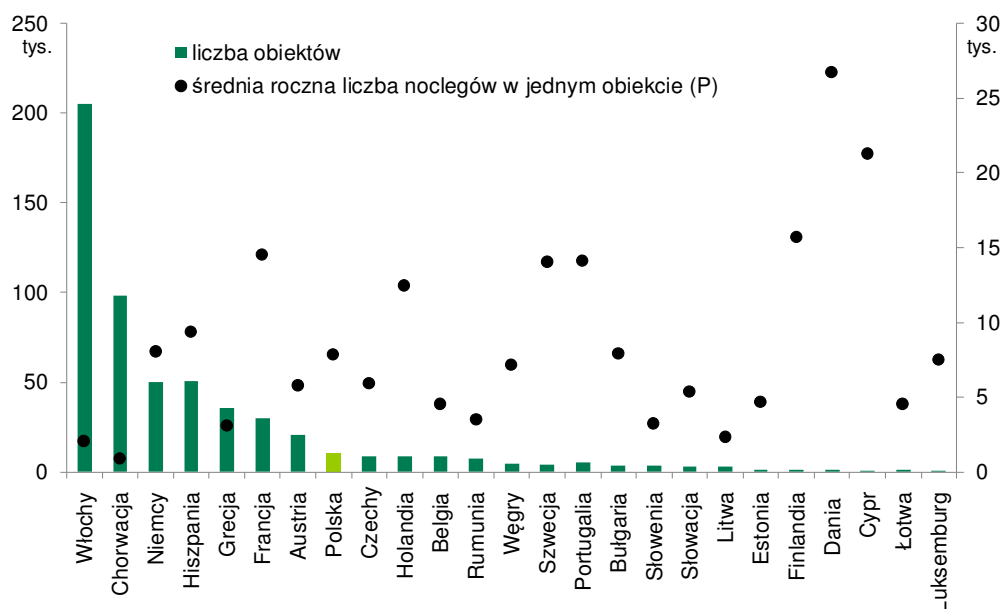
■ Inwestycje w Krakowie dotyczą obecnie przede wszystkim mniejszych, butikowych obiektów oferujących do kilkudziesięciu pokoi, często w standardzie 5-gwiazdkowym. Wynika to z faktu, że w tym mieście dominuje turystyka wypoczynkowa (w przeciwieństwie do Warszawy, gdzie duże znaczenie mają przyjazdy biznesowe). W Krakowie pojawiają się jednak obecnie również nowe marki, nieznane dotąd w Polsce (np. Radisson Red), ukierunkowane przede wszystkim na klientów biznesowych z zagranicy.

■ W pasie nadmorskim oczekiwany wzrost liczby pokoi hotelowych do 2020 r. wynosi 40%, natomiast w pasie górskim 20%. **Większość inwestycji w tych lokalizacjach realizowanych jest w formule condohoteli, często w standardzie 5-gwiazdkowym. Condohotele to obiekty składające się z apartamentów, których własność jest rozproszona pomiędzy indywidualnych inwestorów.** Inwestorzy otrzymują ustaloną stopę zwrotu z wynajmu swoich apartamentów, ponosząc jednocześnie koszty ich utrzymania. Całością, w imieniu poszczególnych właścicieli, zarządza z reguły wyspecjalizowana firma. Z punktu widzenia dewelopera takie przedsięwzięcia pozwalają na uzyskanie wyższej marży niż w przypadku tradycyjnych inwestycji hotelowych. Ten segment rynku rozwija się bardzo dynamicznie i jego znaczenie będzie w najbliższych latach wzrastało – w ostatnim czasie w obiekty typu condo zainwestowało w Polsce kilka dużych zagranicznych sieci hotelowych.

■ **Niezależnie od rodzaju hotelu (condo czy tradycyjny) przewiduje się, że w perspektywie najbliższych 5 lat powstawać będą przede wszystkim miejsca hotelowe dobrej jakości w cenie akceptowalnej dla szerokiej grupy klientów, a więc najczęściej hotele trzygwiazdkowe.** Właśnie w przypadku tej grupy obiektów, mimo że jest ich najwięcej, deficyt jest najbardziej odczuwalny. Rozwojowym segmentem rynku jest tzw. segment lifestyle – mniejsze hotele ekonomiczne, położone w dobrych lokalizacjach,

przeznaczone głównie dla ludzi młodych. W tym segmencie widoczna jest w ostatnim czasie coraz większa aktywność inwestorów zagranicznych.

Obiekty noclegowe i noclegi w krajach UE (2015)



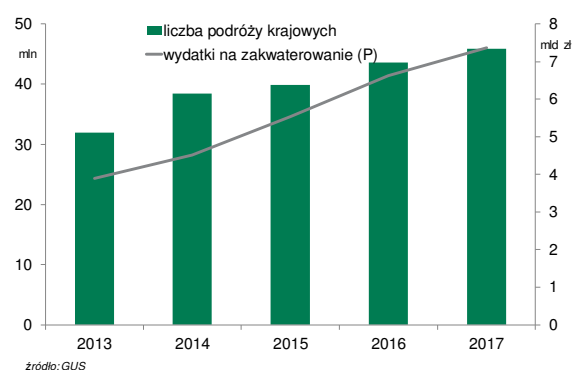
źródło: GUS

■ Porównania międzynarodowe wskazują, że **sektor hotelowy w Polsce nie jest jeszcze nasycony i istnieje spory potencjał do jego dalszego rozwoju**. Pod względem liczby obiektów Polska znajduje się na 8. miejscu w UE, ale ta wysoka pozycja jest w dużej mierze pochodną wielkości kraju. Podobna jak w Polsce liczba obiektów noclegowych działa w Czechach, Holandii i Rumunii, a więc w krajach znacznie mniejszych od Polski zarówno pod względem zajmowanej powierzchni, jak i pod względem liczby ludności. Wymienione kraje, podobnie jak Polska, nie należą do najbardziej atrakcyjnych turystycznie krajów Europy. W Niemczech, kraju o niewiele większej powierzchni i ponad dwukrotnie większej liczbie ludności niż Polska, liczba obiektów noclegowych jest około 5 razy większa niż w Polsce.

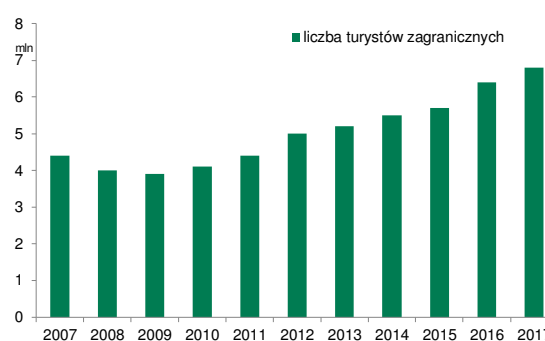
■ **Głównym czynnikiem bezpośrednio stymulującym rozwój sektora obiektów noclegowych w najbliższych latach będzie wzrastający ruch turystyczny**. Od dłuższego czasu systematycznie zwiększa się liczba podróży krajowych Polaków (podróż zdefiniowana jest jako wyjazd 1 osoby poza miejsce zamieszkania w dowolnym celu innym niż podjęcie zatrudnienia na okres krótszy niż rok). W 2017 r. Polacy odbyli prawie 46 mln podróży – było to o 5% więcej niż w roku poprzednim, a w stosunku do 2013 r. (brak jest wcześniejszych porównywalnych danych) liczba podróży wzrosła o ponad 43%. **Biorąc**

pod uwagę korzystne uwarunkowania makroekonomiczne i dochodowe, jest niemal pewne, że w 2018 r. (dla którego dane dostępne będą w lipcu) liczba podróży Polaków także wzrosła i tendencja ta utrzyma się w latach kolejnych.

Podróże krajowe Polaków i wydatki na zakwaterowanie



Turyści zagraniczni korzystający z noclegów w obiektach turystycznych



■ Wzrost liczby podróży implikuje wzrost realizowanych w czasie tych podróży wydatków na zakwaterowanie. W 2017 r. wyniosły one prawie 7,4 mld zł i w stosunku do 2013 r. zwiększyły się nominalnie o około 90%. Wzrost wydatków na zakwaterowanie jest i będzie pozostawał czynnikiem pozytywnie wpływającym na dynamikę przychodów w sektorze hotelowym. Czynnikiem łagodzi negatywny wpływ na wynik finansowy sektora rosnących kosztów zatrudnienia.

■ **Coraz istotniejszą grupę klientów krajowego sektora turystycznego stanowią turyści zagraniczni.** W 2017 r., w obiektach turystycznych z noclegów skorzystało ponad 6,8 mln turystów spoza Polski – w porównaniu z 2013 r. oznacza to wzrost o ponad 30%. Turyści zagraniczni najczęściej przyjeżdżają do Polski na krótkie pobyty (2-3 dni), z reguły odwiedzają duże miasta stanowiące główne atrakcje turystyczne (Kraków, Warszawa, Gdańsk) i znacznie częściej niż turyści krajowi jako miejsce noclegu wybierają hotele.

■ **Wspomniane powyżej uwarunkowania makroekonomiczne są ważnym czynnikiem wpływającym na sytuację w szeroko pojętym sektorze turystycznym, w tym w działalności obiektów noclegowych.** Korzystna koniunktura makroekonomiczna wiąże się ze wzrostem dochodów ludności, co zwiększa skłonność do wyjazdów turystycznych i przekłada się na wzrost wydatków z tym związanych. To samo dotyczy firm, w przypadku których w korzystnych warunkach makroekonomicznych zwiększa się liczba wyjazdów służbowych, a także rośnie liczba organizowanych konferencji i innych imprez branżowych organizowanych najczęściej w hotelach.

■ Według naszej prognozy, tempo wzrostu PKB w Polsce w 2019 r. wyniesie 4,0%, w 2020 r. 3,6%, a w 2021 r. 3,4%. Takie tempo wzrostu gospodarczego, choć nieco niższe niż w 2018 r., nadal stwarzało będzie korzystne warunki dla funkcjonowania i rozwoju sektora hotelowego.

Ryzyka

■ **Choć rozwój rynku hotelowego w Polsce nadal jest dynamiczny, to pojawiają się pierwsze symptomy mogące świadczyć o jego spowolnieniu.**

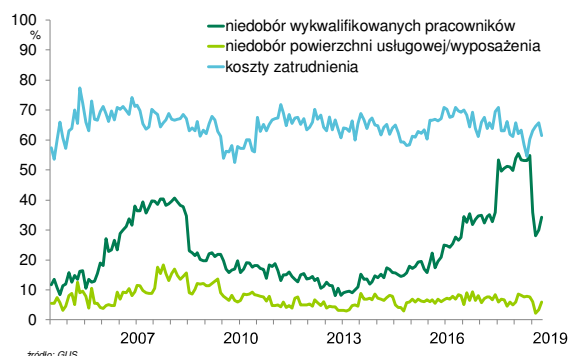
Liczba miejsc noclegowych w hotelach, będąca odzwierciedleniem nowych inwestycji, przyrasta w ostatnim czasie nieco wolniej – w 2018 r. wzrost wyniósł 3,2% wobec 7,5% rok wcześniej. Inwestycji w sektorze hotelowym wciąż przybywa, jednak te realizowane obecnie są pochodną decyzji inwestycyjnych podejmowanych 2-3 lata wcześniej.

■ **Część deweloperów oraz sieci hotelowych selekcjonuje aktualnie lokalizacje pod nowe obiekty z większą rozważą niż miało to miejsce kilka lat wcześniej. Na chwilę obecną za coraz bardziej ryzykowne uznaje się inwestowanie w lokalizacjach, w których przyrost podaży w ostatnim czasie był największy – rynek może mieć tam coraz większe trudności z wchłonięciem nowych miejsc.**

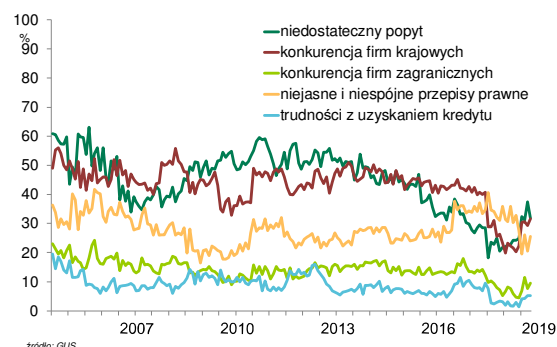
■ **Elementem zwiększającym natężenie konkurencji w najpopularniejszych miejscowościach wypoczynkowych staje się coraz częściej działalność nowych obiektów należących do międzynarodowych sieci.** Szczególnie trudna okazać się może sytuacja starszych, gorzej zlokalizowanych obiektów, w których nie stosuje się nowoczesnych metod zarządzania. Ekspansja profesjonalnie zarządzanych obiektów o rozpoznawalnej marce, gwarantujących odpowiednią jakość usług i dysponujących odpowiednim kapitałem na działania marketingowe może spowodować wypadnięcie z rynku najsłabszych podmiotów.

■ Ekspert rynku hotelowego coraz częściej wspomina o możliwości odwrócenia tendencji wzrostowej jeśli chodzi o stopień wykorzystania miejsc noclegowych. Wzrost podaży miejsc noclegowych może również w latach kolejnych skutkować obniżeniem wskaźników dochodowych takich jak ADR (średni przychód z wynajętego pokoju) czy RevPAR (średni przychód przypadający na jeden dostępny pokój). W tym kontekście odnotować należy, widoczny w badaniu GUS, wzrost bariery niedostatecznego popytu i rosnącej konkurencji krajowej na przełomie lat 2018 i 2019.

Barierzy podażowe i kosztowe



Barierzy popytowe i regulacyjne



■ **Obecnie najważniejsze ryzyka dotyczące bieżącej działalności mają przede wszystkim charakter kosztowy. Najpoważniejszą barierą prowadzenia działalności w sektorze hotelowym są od wielu lat koszty zatrudnienia** – wskazuje na to

regularnie 60-70% przedsiębiorców. Sektor hotelowy cechuje stosunkowo wysoka pracochłonność – w obiektach zatrudnione muszą być osoby do sprzątania, kucharze, kelnerzy, recepcjoniści, często także animatorzy dla dzieci itp. Niektórzy przedsiębiorcy wprowadzają rozwiązania mające na celu zmniejszenie liczby pracowników (np. automatyczny system rezerwacji, bezobsługowe recepcje, outsourcing niektórych usług), jednak z uwagi na specyfikę działalności znaczące ograniczenie zatrudnienia nie jest możliwe.

■ W ostatnim czasie, mimo wyraźnego wzrostu wynagrodzeń w gospodarce, problem ten nie stał się jednak, w ocenie przedsiębiorców z branży hotelowej, bardziej znaczący. Być może dlatego, że obecnie w sektorze hotelowym, do prostych prac, zatrudniani są często pracownicy z Ukrainy, pracujący za niższe stawki wynagrodzeń. Ponadto, w mniejszych obiektach hotelowych część personelu pracuje w szarej strefie (co zmniejsza koszty zatrudnienia) lub niektóre prace wykonują sami właściciele. Być może również z tych samych powodów przedsiębiorcy hotelowi w ostatnim czasie w znacznie mniejszym stopniu niż wcześniej odczuwają brak wykwalifikowanych pracowników.

■ **Istotnym czynnikiem ryzyka, którego znaczenie szybko rośnie jest rozwój portali internetowych oferujących tzw. hotelarstwo rozproszone**, czyli krótkoterminowy najem prywatnych apartamentów i mieszkań. Portale takie (np. Airbnb) wyrosły z koncepcji tzw. ekonomii współdzielenia (ang. *sharing economy*), gdzie pierwotną ideą było wzajemne udostępnianie swoich mieszkań na okres wakacyjny lub udostępnianie wolnych pokoi we własnych mieszkaniach. Obecnie jednak tego typu platformy przekształciły się w wielkie komercyjne portale oferujące apartamenty i mieszkania na wynajem. Swoje oferty udostępniają w ten sposób już nie tylko osoby prywatne, ale również

firmy dysponujące dużą liczbą mieszkań na wynajem. W Polsce pojawiają się pierwsze przypadki dużych (kilkaset mieszkań) wielorodzinnych budynków, zaprojektowanych, wybudowanych i zaaranżowanych właśnie w celu wynajmu mieszkań poprzez platformy internetowe.

■ **Nie ma obecnie żadnych miarodajnych badań dotyczących liczby mieszkań udostępnianych w Polsce na wynajem krótkoterminowy za pośrednictwem platform internetowych. Przedstawiciele branży hotelowej szacują, że w Warszawie może być ich ok. 4 tys., a w całej Polsce 20-25 tys.** Nie jest to

jeszcze dużo, ponieważ np. w samym Londynie czy Paryżu szacuje się liczbę takich mieszkań na ok. 40 tys. Z jednej strony pokazuje to, że wpływ wynajmu krótkoterminowego na sytuację branży hotelowej nie jest w tej chwili jeszcze znaczący, ale z drugiej obrazuje ryzyko dla hoteli związane z potencjałem rozwojowym tego segmentu rynku.

■ Przedstawiciele branży hotelowej podejmują działania mające na celu regulację rynku wynajmu krótkoterminowego, który obecnie funkcjonuje na ogólnych zasadach regulujących działalność gospodarczą. Wynajem krótkoterminowy jest często odbierany przez właścicieli hoteli jako nieuczciwa konkurencja – właściciele mieszkań na wynajem, w odróżnieniu od obiektów hotelowych, nie muszą bowiem spełniać wielu rygorystycznych warunków formalnych, a prowadzą bardzo zbliżoną działalność. W pierwszej kolejności postulowany jest obowiązek rejestracji mieszkań przeznaczonych na wynajem krótkoterminowy – pozwoliłoby to poznać ich rzeczywistą liczbę i pokazało rzeczywistą skalę tego zjawiska.

■ **Czynnikiem ryzyka w sektorze hotelowym jest sezonowość** – koncentracja przychodów ma miejsce w okresie wakacyjnym, w okresach ferii zimowych oraz w okresach okołoswiątecznych. Dodatkowo wzmożone zainteresowanie usługami hotelowymi ma miejsce przy okazji tzw. długich weekendów, szczególnie w okresach letnich. Okresy od października do Świąt Bożego Narodzenia oraz od końca ferii zimowych do końca kwietnia charakteryzują się relatywnie niskim wykorzystaniem miejsc noclegowych i często określane są mianem „martwego sezonu”. W okresach tych pogarsza się sytuacja finansowa obiektów, szczególnie mniejszych, które w okresach lepszej koniunktury nie są w stanie wypracować odpowiedniej rezerwy finansowej. Sposobem na ograniczanie skutków tego zjawiska są z jednej strony promocje i korzystne oferty cenowe, a z drugiej ograniczanie bieżących kosztów działalności, między innymi poprzez w miarę możliwości elastyczne zarządzanie liczbą pracujących osób.

Czynniki sukcesu

■ W sektorze hotelowym, co oczywiste, **kluczowym czynnikiem sukcesu jest odpowiednia lokalizacja obiektów.** Podstawowym kryterium lokalizacyjnym jest atrakcyjność turystyczna regionu, a więc korzystna jest przede wszystkim lokalizacja w miejscowościach wakacyjnych (przede wszystkim tzw. pas nadmorski i pas zimowy) oraz w miastach lub okolicach miast atrakcyjnych turystycznie. Nie chodzi jedynie o duże miasta jak Warszawa i Kraków będące bezdyskusyjnie największymi centrami turystycznymi w Polsce, ale też o mniejsze jak np. Sandomierz, Kazimierz Dolny czy Toruń.

■ **Optymalna odległość obiektu hotelowego od miasta/ośrodka turystycznego zależy od rodzaju obiektu i docelowej grupy turystów.** Na przykład w przypadku hoteli czy pensjonatów nastawionych na obsługę turystów zagranicznych korzystna jest lokalizacja w pobliżu centrów turystycznych, natomiast obiekty, które ofertę kierują do biznesu lub rodzin z dziećmi zlokalizowane powinny być w większej odległości od dużych miast. Obiekty drugiego z wymienionych rodzajów powinny być położone na tyle blisko od aglomeracji, żeby można było do nich szybko dojechać i na tyle daleko, żeby opłacało się zostać na noc. Przyjmuje się, że dla miast takich jak Warszawa, Kraków czy Wrocław odległość ta wynosi ok. 60-70 km.

■ Natężenie konkurencji w sektorze hotelowym, szczególnie duże w regionach atrakcyjnych turystycznie, powoduje, że niezwykle ważna jest odpowiednia strategia marketingowa. **W ostatnich latach bardzo zmieniło się podejście do marketingu w sektorze hotelowym – za sprawą dynamicznego rozwoju portali rezerwacyjnych (Online Travel Agencies) takich jak np. Booking.com czy Tripadvisor.com kluczowa dla osiągnięcia sukcesu stała się ocena obiektów turystycznych przez klientów.** Na portalach turystycznych bardzo duże znaczenie mają bowiem opinie i oceny (najczęściej w systemie punktowym) wystawiane obiektom przez osoby, które wcześniej z tych obiektów korzystały. Oceny takie są niezwykle ważnym czynnikiem wpływającym na wybory turystów planujących podróże i poszukujących obiektów hotelowych. Coraz częściej mówi się, że działalność reklamową i marketingową realizują obecnie nie właściciele, a właśnie zadowoleni klienci obiektów.

■ **Elementem sprzyjającym zapewnieniu ciągłości przychodów jest elastyczność i zróżnicowanie oferty obiektów turystycznych.** Przykładem takiego podejścia są obiekty (średniej wielkości hotele, ośrodki szkoleniowe), które specjalizują się w ofercie dla biznesu (konferencje, szkolenia, targi, wyjazdy firmowe), ale

w weekendy zmieniają profil działalności dostosowując ofertę do przyjazdów rodzin z małymi dziećmi (np. poprzez sprzedaż specjalnych pakietów weekendowych, rearanżację części wspólnych obiektu, zatrudnienie animatorów, organizację występów artystycznych dla dzieci itp.).

■ Sytuacji sektora hotelowego w Polsce, paradoksalnie, sprzyja obecnie napięta sytuacja geopolityczna na świecie – ze względu na zagrożenia związane z terroryzmem, **Polacy coraz częściej rezygnują z wyjazdów zagranicznych i decydują się na spędzanie okresów urlopowych w kraju, co pozytywnie wpływa na obłożenie obiektów, szczególnie w okresach letnich.**

■ **Zjawisko to dotyczy także przyjazdów turystów zagranicznych, którzy z tego samego powodu wybierają na cel podróży Polskę, która uważana jest obecnie za kraj bezpieczny.**

Wybrane wskaźniki finansowe (PKD 55)

		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Zmiana przychodów ogółem	%	1,9	7,4	13,5	3,1	-3,3	8,0	14,1	8,2	11,2	2,9
Zmiana przychodów ze sprzedaży	%	0,8	6,8	14,2	-0,2	3,1	8,1	10,5	11,9	7,5	8,2
Stopa zysku brutto	%	6,6	6,3	5,5	9,8	3,9	6,1	8,4	10,3	13,0	8,7
Stopa zysku netto	%	5,6	5,0	4,3	8,9	2,9	5,1	7,0	9,1	11,3	7,7
Zyskowność sprzedaży	%	6,5	6,1	7,6	7,1	6,2	7,5	9,9	11,0	10,0	9,3
Wskaźnik poziomu kosztów	%	93,4	93,7	94,7	90,2	96,1	94,2	91,6	89,7	87,0	91,4
ROA	%	2,4	2,1	1,8	3,7	1,1	1,9	2,9	3,9	5,2	3,6
ROE	%	5,2	3,6	3,8	7,3	2,4	3,2	5,7	7,6	9,7	6,9
Wskaźnik płynności (CR)	-	1,1	1,3	1,3	1,2	1,4	1,1	0,9	1,3	1,3	1,4
Wskaźnik podw. płynności (QR)	-	1,0	1,2	1,2	1,1	1,2	1,0	0,9	1,2	1,1	1,3
Rotacja zapasów	dni	14	13	13	10	25	13	10	8	17	9
Cykl należności	dni		49	44	39	44	37	35	32	38	38
Współczynnik długu	%	47	43	50	48	48	49	48	47	45	42
Nakłady inwestycyjne	mln	510	746	704	630	680	609	1017	594	501	757
Udział inwestycji w nadwyżce finans.	%	50	74	51	45	58	49	70	35	27	46
Wydajność pracy	mln zł/os.	0,14	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19	0,21	0,22	0,26	0,27

Źródło: PONT Info (firmy pow. 9 zatrud.)

Rozkład decylowy wskaźników finansowych – 2018 r.

		D1	D2	D3	D4	D5 mediana	D6	D7	D8	D9
Przychody ogółem	mln zł	1,70	2,59	3,70	4,85	6,33	8,20	11,46	18,34	33,17
Przychody ze sprzedaży	mln zł	1,19	2,10	2,92	4,02	5,26	7,00	9,58	16,13	28,69
Stopa zysku brutto	%	-15,14	-4,93	0,18	2,08	4,47	7,33	11,51	16,05	22,84
Stopa zysku netto	%	-15,02	-5,04	0,12	1,79	3,79	6,59	9,81	14,40	20,49
Zyskowność sprzedaży	%	-15,16	-4,31	0,37	2,46	5,51	8,83	13,57	17,70	24,36
Wskaźnik poziomu kosztów	%	77,16	83,95	88,49	92,67	95,45	97,89	99,82	104,93	115,14
ROA	%	-9,41	-2,17	0,12	1,26	2,70	4,69	6,89	11,09	20,38
ROE	%	-173,34	-9,69	-1,23	1,70	4,44	8,07	12,53	20,15	41,71
Wskaźnik płynności (CR)	-	0,31	0,49	0,71	0,97	1,26	1,75	2,44	3,66	8,04
Wskaźnik podw. płynności (QR)	-	0,26	0,42	0,60	0,85	1,14	1,56	2,26	3,46	7,55
Rotacja zapasów	dni	0,35	1,47	2,25	3,03	3,69	4,78	6,12	9,16	18,20
Cykl należności	dni	6,00	10,43	13,28	16,71	21,68	28,40	41,06	56,73	135,54
Współczynnik długu	%	8	17	26	36	48	60	70	85	104
Nakłady inwestycyjne	mln zł	0,00	0,00	0,00	0,02	0,06	0,14	0,28	0,58	1,43
Udział inwestycji w nadw. finans.	%	0	0	0	1	4	9	17	37	103
Wydajność pracy	mln zł/os.	0,10	0,13	0,15	0,18	0,20	0,24	0,29	0,35	0,45

Źródło: PONT Info (firmy pow. 9 zatrud.)

Powyższa tabela pozwala na pozycjonowanie konkretnego przedsiębiorstwa na tle rozkładu decylowego w branży. D1 oznacza pierwszy decyl, tzn. pierwsze 10% firm, dla których dany wskaźnik finansowy kształtuje na poziomie wartości podanej w tabeli. D2 to drugi decyl, czyli kolejne 10% firm itd.

Definicje wskaźników finansowych

Nazwa	Wzór
Stopa zysku brutto	$\text{zysk brutto} / \text{przychody ogółem}$
Stopa zysku netto	$\text{zysk netto} / \text{przychody ogółem}$
Zyskowność sprzedaży	$\text{zysk ze sprzedaży} / \text{przychody ze sprzedaży}$
Wskaźnik poziomu kosztów	$\text{koszty uzyskania przychodów z całokształtu} * 100\% / \text{przychody ogółem}$
Stopa rentowności aktywów	$\text{zysk netto} / \text{aktywa całkowite}$
Stopa rentowności kapitału własnego	$\text{zysk netto} / \text{kapitał własny}$
Wskaźnik płynności	$\text{majątek obrotowy} / \text{zobowiązania krótkoterminowe}$
Wskaźnik podwyższonej płynności	$(\text{majątek obrotowy} - \text{zapasy}) / \text{zobowiązania krótkoterminowe}$
Rotacja zapasów	$(\text{zapasy ogółem} / \text{koszty działalności operacyjnej}) * \text{liczba dni w okresie}$
Cykl należności	$(\text{należności z tytułu dostaw} / \text{przychody ze sprzedaży}) * \text{liczba dni w okresie}$
Współczynnik długu	$\text{zobowiązania ogółem} / \text{aktywa całkowite}$
Udział inwestycji w nadwyżce finansowej	$\text{nakłady inwestycyjne} / \text{nadwyżka finansowa}$

MATERIAŁ WYŁĄCZNIE DO UŻYTKU WEWNĘTRZNEGO