

Hotele 2016 – lepsze wyniki hoteli sieciowych

Trendy bieżące:

- W 2015 r. nieco wolniejszy wzrost bazy hotelowej (2,9% r/r vs. 6,8% w 2014 r.), przy nasileniu konkurencji na wybranych rynkach lokalnych.
- Poprawa wyników branży w 2015 r. (wzrost r/r rentowności sprzedaży netto; por. tabela) efektem dobrej koniunktury gospodarczej, wzrostu ruchu turystycznego (zwłaszcza krajowego) oraz lepszego wykorzystania pokoi hotelowych (48,3% vs. 45,4% w 2014 r.).
- Znaczne zróżnicowanie sytuacji finansowej firm: rentowność połowy firm nie przekroczyła 3,3%, w przypadku 10% najlepszych firm ROS=24%, a 10% najgorszych ROS=(-18%); lepsze wyniki większych obiektów: ROS=9,4% dla firm zatrudniających pow. 50 osób vs. 5,2% dla firm zatrudniających od 25 do 50 osób.
- Ekspansja międzynarodowych sieci hotelowych w Polsce przy utrzymujących się niskich cenach, osłabiająca pozycję obiektów pozostających poza siecią (w 2015 r. ok. 88% obiektów).
- Znaczny udział nierentownych inwestycji hotelowych sfinansowanych z dotacji UE na wybudowanie i wyposażenie obiektu hotelowego (ok. 30% ogólnej liczby obiektów, na które inwestorzy wzięli dotację z UE).

Perspektywy krótkoterminowe:

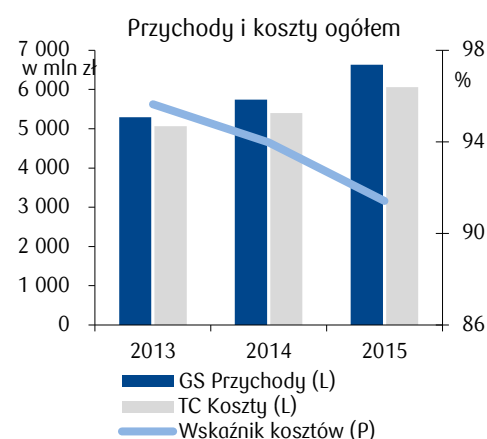
- Przełożenie korzystnych prognoz wzrostu gospodarczego w Polsce na utrzymanie dobrych wyników branży hotelowej (wzrost ruchu biznesowego i turystycznego), głównie w największych miastach.
- Trudna sytuacja małych firm związana z rosnącymi kosztami operacyjnymi w branży i utrzymującymi się niskimi cenami w wyniku walki konkurencyjnej na rynku rozwijającej się bazy hotelowej w Polsce.
- W 2016 r., spodziewany wzrost liczby turystów, którzy coraz częściej będą wybierać destynacje o wysokim poziomie bezpieczeństwa, a do takich zaliczana jest Polska.

Departament Analiz Ekonomicznych
analizy.sektorowe@pkobp.pl

Zespół Analiz Sektorowych

Wanda Urbańska

tel. (22) 521 81 23



55.1 Hotele i podobne obiekty zakwaterowania	2012	2013	2014	2015
Liczba jednostek gospodarczych ogółem	477	514	519	506
w tym udział jednostek rentownych	57%	59%	60%	67%
NP Wynik finansowy netto (zysk netto)	593,3	178,3	299,7	477,5
NPM (ROS) Stopa rentowności sprzedaży netto	12,5	3,6	5,5	8,2
ROE Stopa rentowności kapitału własnego	9,5	2,5	4,3	6,4
ROA Stopa rentowności aktywów	4,6	1,3	2,0	3,0
CR Wskaźnik płynności bieżącej	1,08	1,22	0,96	0,84
QR Wskaźnik podwyższonej płynności	0,99	0,99	0,86	0,77
IT (WRZD) Wskaźnik rotacji zapasów w dniach	9	26	13	9
CP (WRND) Wskaźnik rotacji należności w dniach	20	23	21	21
PL (WRZbD) Wskaźnik rotacji zobowiązań w dniach	43	34	34	34
DR (WZA) Współczynnik długu	0,52	0,50	0,52	0,52
WP (WPMK) Wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem stałym	0,98	1,01	0,96	0,94
I/DE Nakłady inwestycyjne / amortyzacja	1,1	1,0	1,0	1,8

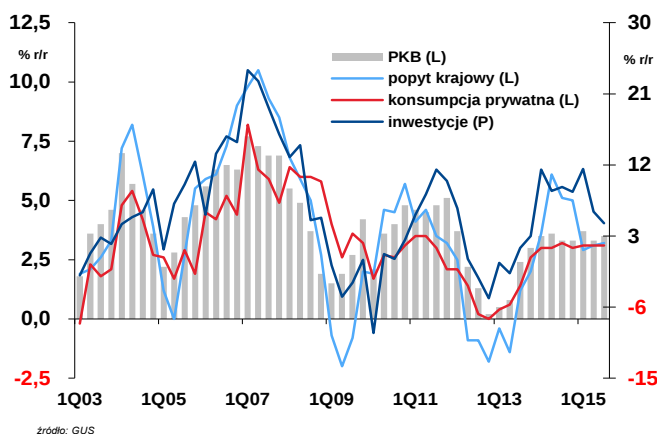
Źródło: baza danych PONT Info. GOSPODARKA, Grupa A Jednostki średnie i duże (pracujących >9 osób)

Stabilne otoczenie makro

Wzrost gospodarczy w Polsce w 2015 r. miał pozytywny wpływ na nastroje firm należących do sekcji zakwaterowanie i gastronomia, które utrzymały się także w 1q 2016 r. i pierwszym miesiącu kolejnego kwartału. W kwietniu wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury w sekcji zakwaterowanie i gastronomia kształtował się na poziomie plus 10,3 (przed miesiącem plus 4,8). Poprawę koniunktury odnotowało 20,9% badanych firm, jej pogorszenie 10,6% (w marcu odpowiednio 16,9% i 12,2%), a pozostałych nie uległa zmianie. Po raz pierwszy od września ubiegłego roku bieżący popyt i sprzedaż oceniane są korzystnie. Utrzymuje się nieznaczny wzrost opóźnień płatności za wykonane usługi. W najbliższych trzech miesiącach firmy prognozują niewielki wzrost zatrudnienia i cen. W stosunku do kwietnia 2015 r. spadła uciążliwość bariery związanej z niedostatecznym popytem (z 48,0% do 39,8%).

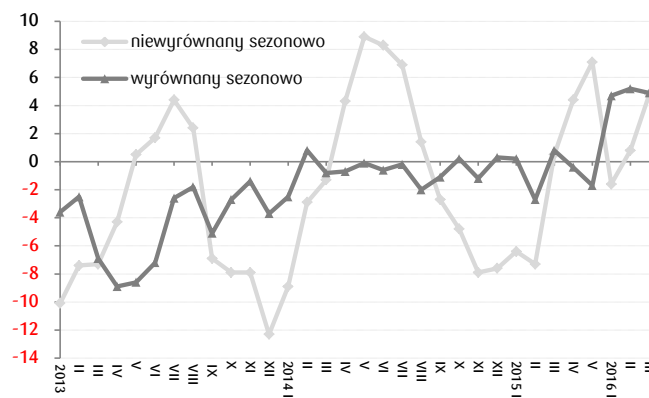
Optymizm na początku 2016 r. w ocenie koniunktury przez firmy zajmujące się zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi

Dynamika PKB i składowych



Źródło: DAE, Zespół Analiz Makroekonomicznych

Wskaźnik koniunktury gospodarczej - zakwaterowanie i gastronomia



Źródło: Biuletyn statystyczny GUS, 2/2016, GUS, 23 marca 2016

Baza hotelowa – kontynuacja wzrostu

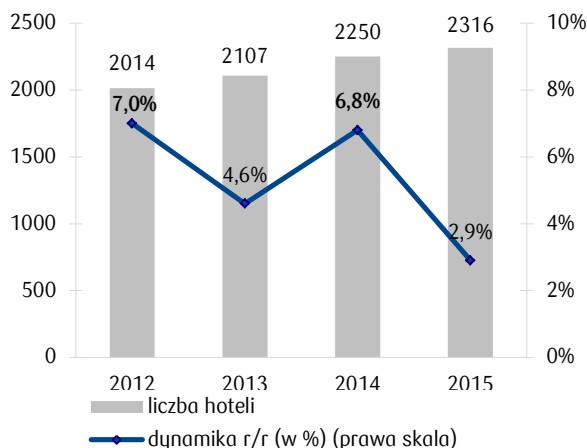
Wg danych GUS¹ w 2015 r. liczba hoteli wyniosła 2,3 tys., co oznacza, że w latach 2012 – 2015 przybyło w bazie hotelowej ok. 300 obiektów. Największą liczbę pokoi oferowały hotele 3-gwiazdkowe (45% wszystkich pokoi), najmniej 1-gwiazdkowe (6,4%). Regionem dominującym pod względem liczby pokoi hotelowych w Polsce (19,6 tys.) pozostało województwo mazowieckie, natomiast najmniej pokoi hotelowych oferowało woj. opolskie (1,4 tys.). W ciągu dwóch lat liczba pokoi hotelowych wzrosła o ponad 20% w województwach: wielkopolskim (55%), opolskim (32%), podlaskim (28%), podkarpackim (28%) i świętokrzyskim (22%). Ponad 1/3 wszystkich pokoi hotelowych skoncentrowanych było w 16 miastach wojewódzkich,

Nieco wolniejszy wzrost bazy hotelowej w 2015 r. (2,9% r/r vs. 6,8% w 2014 r.), przy nasileniu konkurencji na wybranych rynkach lokalnych

¹ Baza noclegowa według stanu w dniu 31 lipca 2015 r. i jej wykorzystanie w I półroczu 2015, GUS

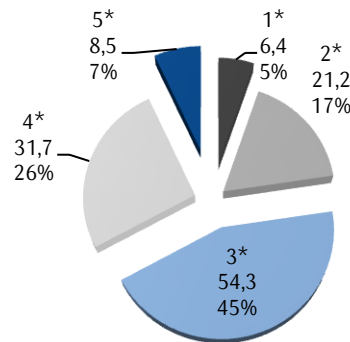
w tym 11% w Warszawie i 7% w Krakowie. Zróżnicowanie wielkości bazy hotelowej jest związane z atrakcyjnością turystyczną bądź biznesową poszczególnych regionów.

Liczba hoteli w latach 2012 – 2015, stan na 31 lipca



Źródło: GUS, Baza noclegowa według stanu w dniu 31 lipca 2015 r. i jej wykorzystanie w I półroczu 2015

Liczba pokoi hotelowych wg kategorii hoteli w 2014 r. (w tys.)



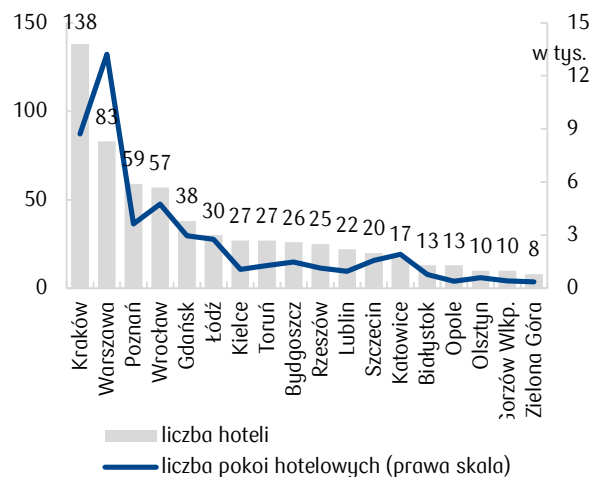
Źródło: Hotel Guide Book 2015/2016, Horwath HTL na podstawie Urzędów Marszałkowskich

Liczba hoteli i pokoi hotelowych w 2014 r.

wg województw



w miastach wojewódzkich



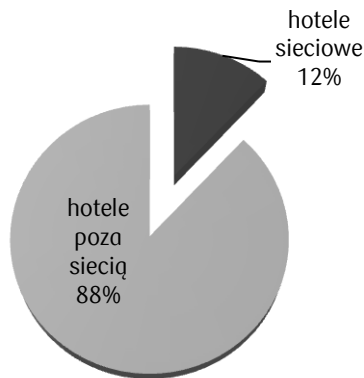
Źródło: Hotel Guide Book 2015/2016, Horwath HTL na podstawie Urzędów Marszałkowskich, 2014

W połowie 2015 r. na rynku hotelowym działały 24 polskie sieci hotelowe (145 hoteli i ponad 16 tys. pokoi hotelowych) oraz 15 międzynarodowych sieci hotelowych (158 hoteli i ponad 25 tys. pokoi hotelowych). Średnio odsetek hoteli działających w sieci w Polsce wynosił ok. 12%, przy czym w województwie mazowieckim 22% i łódzkim 18% wobec 3% w opolskim i 4% w podkarpackim i lubuskim. Najwyższy odsetek pokoi należących do sieci hotelowych zanotowano w Warszawie (80%), Katowicach (72%) i Łodzi (69%). Do sieci hotelowych należały przede wszystkim obiekty

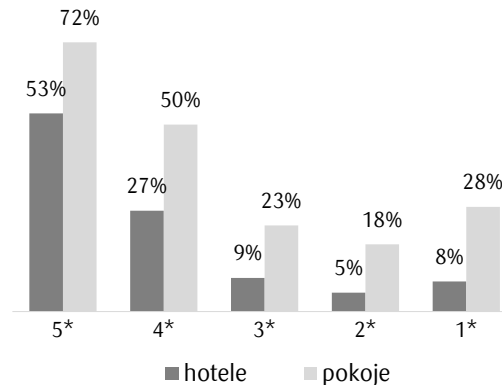
Koncentracja regionalna sieci hotelowych: 22% hoteli sieciowych w woj. mazowieckim i 18% w łódzkim vs. 3-4% w woj. opolskim, podkarpackim i lubuskim

najwyższej kategorii: 5-gwiazdkowe (53% hoteli i 72% pokoi hotelowych) oraz 4-gwiazdkowe (odpowiednio 27% i 50%), natomiast hotele 1 i 3-gwiazdkowe pozostawały przeważnie poza sieciami (poniżej 10% hoteli w danej kategorii).

Odsetek hoteli sieciowych i poza siecią w 2014 r.



Hotele i pokoje hotelowe w sieci wg kategorii obiektu (w %)



Źródło: Hotel Guide Book 2015/2016, Horwath HTL na podstawie Urzędów Marszałkowskich, 2014

Międzynarodowe sieci hotelowe w latach 2014 - 2015 kontynuowały ekspansję na polskim rynku hotelowym, zwłaszcza na rynkach miejskich, natomiast liczba obiektów działających pod markami polskich sieci hotelowych w tym samym okresie nie zmieniła się. Polskie marki, które dysponują nieporównywalnie mniejszym kapitałem koniecznym do inwestycji, mają słabszą pozycję konkurencyjną na rynku w porównaniu z międzynarodowymi potentatami w branży hotelowej.

Ekspansja międzynarodowych sieci hotelowych w Polsce; słabsza pozycja konkurencyjna polskich sieci na rynku hotelowym

Wybrane realizowane i planowane obiekty hotelowe w latach 2016 - 2018

Miasta	Sieć	Liczba pokoi	Data realizacji	Miasta	Sieć	Liczba pokoi	Data realizacji
Wybrane realizowane projekty							
Warszawa	Raffles Hotels&Resorts	103	2018	Poznań	De Silva	60	2016
Warszawa	Marriott Hotels&Resorts	225	2016	Białystok	Accor/Orbis	130	2016
Wrocław	Hilton Hotels&Resorts	189	2016	Dąbrowa Górnicza	IHG	160	2016
Kraków	Gromada	220	b.d.	Gniezno	Accor/Orbis	70	2016
Kraków	Accor/Orbis	70	2017	Grudziądz	Accor/Orbis	82	2016
Gdańsk	Accor/Orbis	160	2017	Jelenia Góra	Hilton Hotels&Resorts	118	2016
Gdańsk	Accor/Orbis	160	2017	Nowy Sącz	Accor/Orbis	60	2016
Gdańsk	Focus	122	2016	Nowy Targ	Louvre Hotels Group	76	2016
Gdańsk	Hilton Hotels&Resorts	159	2017	Suchy Las	Accor/Orbis	77	2016
Katowice	Best Western	46	2016	Siedlce	Accor/Orbis	100	2016
Katowice	B&B	105	2016	Sulejów	Best Western	60	2016
Łódź	B&B	149	2016	Świnoujście	Rezidor	340	2017
Wybrane planowane projekty							
Warszawa	Motel One	190	2017	Łódź	Puro	180	2018
Warszawa	Puro	180	2018	Katowice	Marriott Hotels&Resorts	100	2019
Warszawa	IHG	254	2018	Białystok	Focus	120	2017
Kraków	Best Western	150	2016	Lublin	Hilton Hotels&Resorts	120	2017
Kraków	Accor/Orbis	200	2017	Białystok	Focus	120	2017
Gdańsk	IBB Hotels	88	2017				

Źródło: Hotel Guide Book 2015/2016, Horwath HTL, 2015

Wzrost konkurencji w latach 2016 - 2018, szczególnie na lokalnych rynkach miejskich - istotny wzrost podaży pokoi hotelowych w Warszawie i Krakowie

Wśród międzynarodowych sieci hotelowych obecnych na polskim rynku rozwój zanotowały sieci: Orbis/Accor, Best Western, Hilton Hotels&Resorts, Marriott Hotels&Resorts, a także B&B. Wg ekspertów Horvath HTL w najbliższych latach można również spodziewać się intensywniejszego niż dotychczas rozwoju takich sieci jak InterContinental Hotels Group (zatrudniony został dyrektor do spraw rozwoju na Polskę), Marriott z marką Moxxy, a także IHG, która planuje w Polsce rozwój swojej ekonomicznej marki – Holiday Inn Express. Wg firm doradczych obsługujących rynek nieruchomości komercyjnych w kręgu zainteresowania inwestorów pozostaje Warszawa i Kraków, w których jest największy popyt, a w drugiej kolejności Wrocław, Poznań, Trójmiasto, Katowice i Łódź. **Nowe projekty realizowane w ramach międzynarodowych sieci, w tym ponad 3 tys. pokoi, które zostaną oddane do użytku w 2016/2017, zaostrzą walkę cenową na rynku.** Konkurencja wzrośnie szczególnie na rynku hotelowym w Warszawie (ponad 300 pokoi budowanych i 600 planowanych do 2018 r.) i w Krakowie (odpowiednio ok. 300 i 350 do 2017 r.).

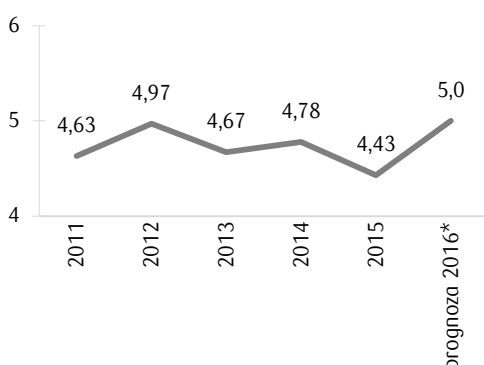
Zaostrzenie walki cenowej w warunkach dużej podaży nowych projektów międzynarodowych sieci

Liczba turystów w hotelach

Wg GUS 2015 r. **liczba turystów korzystających z obiektów noclegowych w 2015 r. wyniosła 26,9 mln (+7,2% r/r), w tym 17,5 mln zatrzymało się w hotelach (+8,9% r/r).** Istotną rolę w ożywieniu ruchu turystycznego miał rozwój krajowych portów lotniczych. Wzrost liczby pasażerów wiązał się nie tylko z rozwojem turystyki, ale także ze wzrostem atrakcyjności Polski dla inwestorów zagranicznych i w konsekwencji napływem inwestycji zagranicznych².

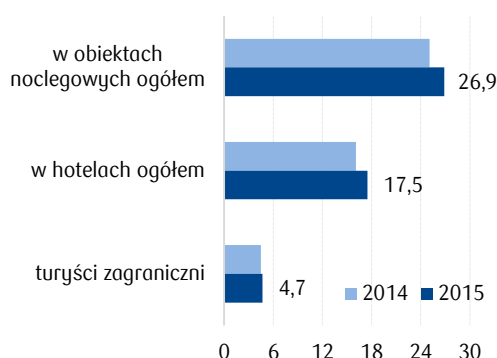
Wzrost liczby turystów korzystających z hoteli: 17,5 mln w 2015 r. wobec 16,1 mln w 2014 r. (8,9% r/r)

Liczba pasażerów na krajowych lotniskach (w mln)



Źródło: ULC

Turyści w obiektach noclegowych w 2014 i 2015 r. (w mln)



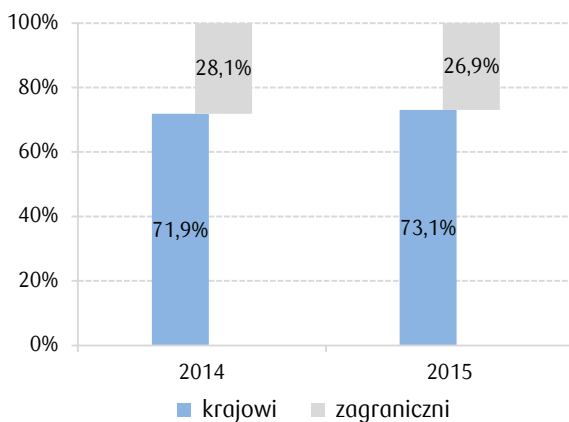
Źródło: Wykorzystanie turystycznych miejsc noclegowych w 2015 r., GUS, marzec 2016

² Wg raportu Deloitte "The 2016 Global Manufacturing Competitiveness Index" poświęconego konkurencyjności krajów pod względem produkcji przemysłowej (trzecia edycja) Polska jest obecnie uznawana za najbardziej konkurencyjny kraj Europy Środkowo-Wschodniej oraz zajmuje 15 miejsce na świecie i 5 w Europie państwo w tej kategorii. Publikacja oparta jest na analizie badania przeprowadzonego wśród ponad 500 prezesów i doświadczonych liderów firm produkcyjnych na całym świecie, którzy oceniali konkurencyjność przemysłową 40 krajów.

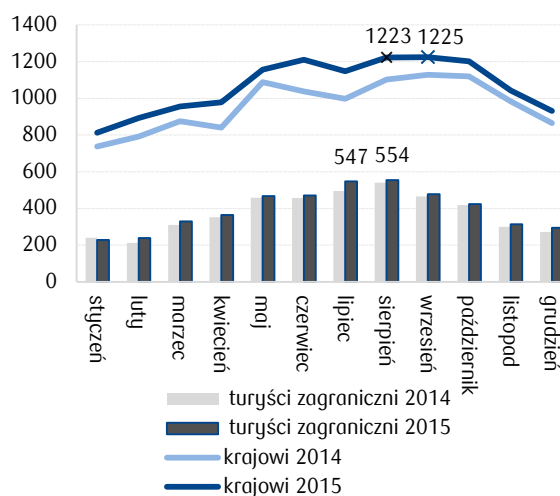
W 2015 r. z noclegów w hotelach skorzystało 12,8 mln turystów krajowych (10,3% r/r) i 4,7 mln cudzoziemców (4,4% r/r). Czynnikiem charakterystycznym dla polskiej branży hotelowej pozostaje duży udział gości krajowych: **w 2015 r. odsetek gości krajowych wzrósł do 73,1% wobec 71,9% w 2014 r.** Wysoki udział liczby turystów krajowych wpływa stabilizująco na popyt i w pewnym stopniu zmniejsza ryzyko działania branży w sytuacji słabszego napływu turystów zagranicznych. Z drugiej strony przewaga turystów krajowych hamuje większe wzrosty cen, które byłyby możliwe w przypadku większego udziału obcokrajowców.

Pozytywna tendencja wzrostu udziału turystów krajowych korzystających z hoteli (73,1% w 2015 vs. 71,9% w 2014)

Turyści krajowi i zagraniczni korzystający z bazy noclegowej w 2014 i 2015 r. (w mln)



Liczba turystów w hotelach w 2013 i 2014 r. (w tys.)



Źródło: Wykorzystanie turystycznych miejsc noclegowych w 2015 r., GUS, marzec 2016

Wykorzystanie pokoi hotelowych

Istotną cechą branży hotelowej jest jej sezonowość: w ciągu trzech miesięcy wakacyjnych (lipiec, sierpień, wrzesień) w 2015 r. z noclegów w hotelach skorzystało ok. 5,2 mln turystów (11% r/r), tj. 30% gości hotelowych z całego roku. Najwyższy wzrost liczby turystów r/r odnotowały hotele w lipcu (13,5%) oraz w lutym, kwietniu i czerwcu (od 12,6% do 12,8%).

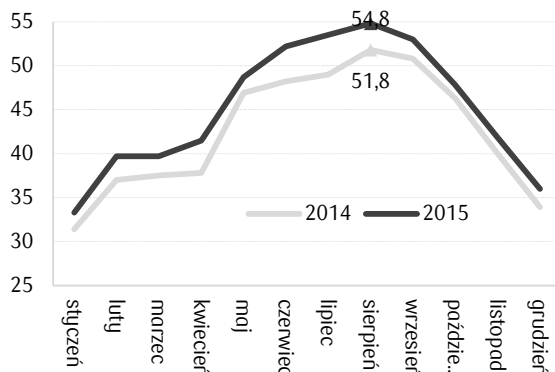
Średni wskaźnik obłożenia hoteli w 2015 r. wzrósł do 48,3% vs. 45,4% w 2014 r., przy czym stopień wykorzystania pokoi hotelowych wzrósł we wszystkich miesiącach roku - najwyższy, podobnie jak w roku poprzednim, odnotowano w sierpniu (54,8%), najniższy w styczniu (33,3%).

Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w 2015 r. w poszczególnych województwach był zróżnicowany: od 48,3% w woj. zachodniopomorskim do 26,9% w opolskim. We wszystkich województwach, oprócz świętokrzyskiego, zanotowano wzrost średniego wskaźnika obłożenia miejsc noclegowych.

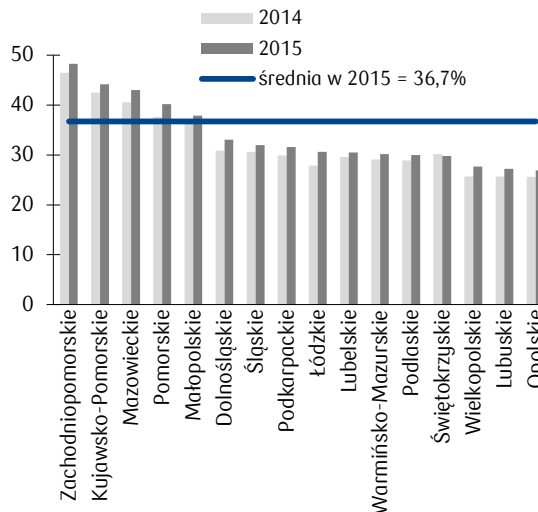
Wyraźna sezonowość branży: kumulacja 30% noclegów w hotelach w ciągu trzech miesięcy wakacyjnych

Wzrost średniego wskaźnika obłożenia pokoi hotelowych do 48,3% w 2015 r. vs. 45,4% w 2014 r.

Stopień wykorzystania pokoi w obiektach hotelowych w 2014 i 2015 r. (w %)



Stopień wykorzystania miejsc noclegowych wg województw w 2014 i 2015 r. (w %)

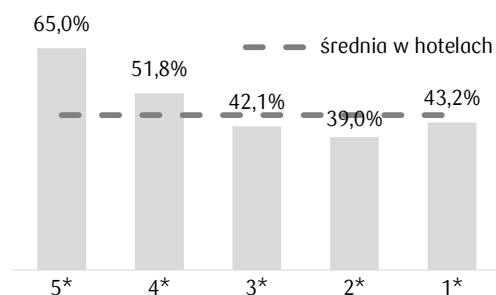


Źródło: Wykorzystanie turystycznych miejsc noclegowych w 2015 r., GUS, marzec 2016

Wskaźniki obłożenia pokoi hotelowych w obiektach markowych (4 i 5-gwiazdkowych), a także w 5 największych miastach znacznie odbiegają od średnich wskaźników dla całej branży hotelarskiej. Wg z analizy przygotowanej przez STR Global, firmę monitorującą wyniki hoteli sieciowych i największych niezależnych, w 1q 16 wzrosły r/r obłożenie i wskaźniki operacyjne (m.in. ADR) w hotelach w największych miastach w Polsce. Było to związane m.in. z dynamicznym rozwojem sektora nowoczesnych usług dla biznesu (BPO), szczególnie w takich miastach jak Kraków, Wrocław czy Trójmiasto, gdzie obok Warszawy powstało najwięcej obiektów tego typu. Warszawa pozostaje nadal największym regionalnym rynkiem hotelowym w Polsce, zarówno pod względem podaży pokoi hotelowych, jak i popytu na miejsca noclegowe, z kolei Kraków, który ma najwięcej hoteli, jest największą atrakcją turystyczną dla turystów zarówno polskich, jak i zagranicznych (średni przychód na dostępny pokój (RevPAR) w 2015 r. dla obu miast był na takim samym poziomie i wyniósł nieco ponad 200 zł).

Wzrost wykorzystania bazy hotelowej w największych miastach związany z aktywnością gospodarczą, atrakcyjnością turystyczną i poprawą dostępności (drogi, kolej, połączenia lotnicze)

Średnie obłożenie pokoi hotelowych wg kategorii w 2015 r. r. (w %)

Średnie obłożenie pokoi hotelowych i ADR^{x/} w głównych polskich miastach w 2015 r. i 1q 16

Miasta	Wzrost/spadek (r/r)		Wzrost/spadek (r/r)	
	w 2015 r.		w 1q 16 r.	
	obłożenia pokoi hotelowych	ADR ^x	obłożenia pokoi hotelowych	ADR ^x
Warszawa	+7,3%	+2,3%	bez zmian	+4%
Kraków	+7,3%	+4%	bez zmian	+7%
Wrocław	+10%	-2,0%	+9,9%	+9,3%
Poznań	+10,4%	-1,6%	bez zmian	+2,9%
Trójmiasto	+8,8%	+4%	+19,2%	+1,5%

x/ADR – średnia cena za pokój;

Źródło: STR Global, wyniki od stycznia do października 2015

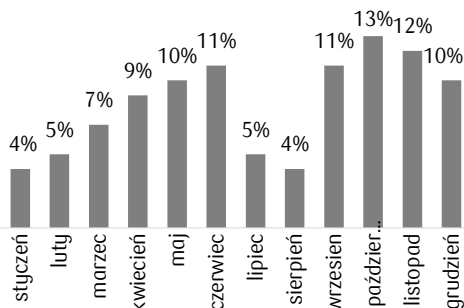
Źródło: Hotel Guide Book 2015/2016, Horwath HTL, 2015

W ostatnim okresie wzrosła rozpoznawalność Trójmiasta, jako atrakcyjnego kierunku turystycznego wśród osób z zagranicy (zwłaszcza ze Skandynawii), w przypadku Wrocławia i Gdańska istotne znaczenie ma poprawa komunikacji kolejowej (znaczące skrócenie czasu podróży z Warszawy).

Wyniki hoteli w największych miastach, zwłaszcza w okresach poza sezonem turystycznym, poprawia obsługa konferencji, warsztatów i spotkań biznesowych. Wg raportu „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce”³ liczba wydarzeń i spotkań w 2015 r. wyniosła ok. 40 tys. (+80% r/r). W rankingu miast liderem była Warszawa (ok. 40% wszystkich imprez), w następnej kolejności Kraków, Gdańsk i Poznań (odpowiednio 15%, 10% i 9%).

Wzrost znaczenia „przemysłu spotkań/wydarzeń” dla branży hotelarskiej w 2015 (wzrost liczby imprez o 80% r/r)

Sezonowość spotkań/wydarzeń w 2015 r. (w % ogółu)



Liczba spotkań/wydarzeń w wybranych miastach w 2015 r. (w tys.)



Źródło: „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2016”, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2016, www.pot.gov.pl

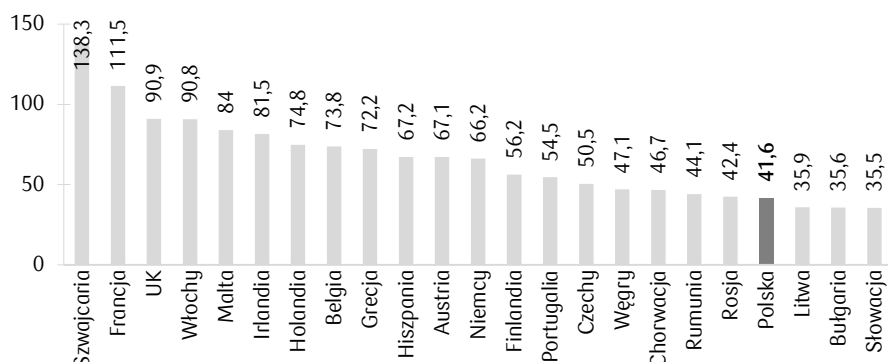
Najczęściej spotkania/wydarzenia w 2015 r. odbywały się w październiku i listopadzie, poza tym organizowane były także w pozostałych miesiącach poza sezonem. **Było to istotne z punktu widzenia poprawy wskaźnika obłożenia bazy hotelowej w miastach, w których odbywały się te imprezy, ponieważ zdecydowana większość spotkań odbyła się w hotelach (71%).**

Zróżnicowanie cen noclegów w hotelach

Problemem branży hotelarskiej w Polsce są utrzymujące się niskie ceny związane z dużą konkurencją na rynku przy intensywnie rozwijającej się bazie hotelowej. Przychód na jeden pokój w okresie styczeń-lipiec 2015 r. był niższy w porównaniu z Czechami, Węgrami, Chorwacją czy i Rumunią.

³ „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2016”, siódma edycja raportu opracowanego przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej

Przychód na jeden pokój hotelowy (RevPar) w okresie styczeń-lipiec 2015 (w EUR)



Niski poziom cen problemem branży hotelarskiej w Polsce

Źródło: Hotel Guide Book 2015/2016, Horwath HTL, 2015

Ceny noclegów w hotelach w Polsce są silnie zróżnicowane w zależności od: (1) standardu obiektu, (2) lokalizacji, (3) sezonu, (4) konkurencji na lokalnym rynku oraz (5) popytu związanego z liczbą spotkań/imprez organizowanych w poszczególnych miastach. Odrębną grupę stanowią hotele w największych miastach, które cechują wysokie ceny i korzystne wskaźniki ekonomiczne (ADR – średnia cena za pokój i REVPAR – przychód na pokój). Przy średnim spadku cen noclegów w Polsce w okresie styczeń – maj 2016 r. o około 5,6% (średnio 245,17 zł za noc), **ceny pokoi hotelowych w 1q 2016 r. we wszystkich największych miastach (ADR) wzrosły r/r⁴**: we Wrocławiu o 9,3%, w Krakowie o 7%, w Warszawie o 4%, w Poznaniu o 2,9% i w Trójmieście o 1,5%. W dalszym ciągu najdroższym miastem pozostaje Sopot, przed Krakowem i Warszawą.

Wzrost cen r/r pokoi hotelowych w maju 2015 we wszystkich największych miastach; znaczne zróżnicowanie cen w sezonie wakacyjnym

Ranking cen za nocleg w hotelach w wybranych miastach w 2015 r.

Miasta	Średnia cena za nocleg	Najtańszy miesiąc	Najdroższy miesiąc	Miasta	Średnia cena za nocleg	Najtańszy miesiąc	Najdroższy miesiąc
10 najdroższych miast				10 najtańszych miast			
Sopot	401 zł	luty 282 zł	lipiec 602 zł	Elk	164 zł	listopad 145 zł	czerwiec 188 zł
Kołobrzeg	384 zł	luty 290 zł	sierpień 555 zł	Radom	167 zł	luty 166 zł	maj 175 zł
Międzyzdroje	342 zł	luty 293 zł	sierpień 610 zł	Gniezno	171 zł	grudzień 154 zł	październik 213 zł
Szczawnica	321 zł	październik 277 zł	sierpień 410 zł	Zgorzelec	177 zł	styczeń 171 zł	lipiec 183 zł
Kraków	310 zł	luty 222 zł	maj 410 zł	Częstochowa	179 zł	grudzień 158 zł	sierpień 201 zł
Świeradów Zdrój	304 zł	listopad 277 zł	styczeń 346 zł	Biała Podlaska	179 zł	grudzień 171 zł	lipiec 201 zł
Gdańsk	302 zł	luty 226 zł	sierpień 397 zł	Tychy	185	marzec 179 zł	kwiecień 192 zł
Mikołajki	301 zł	październik 243 zł	lipiec 393 zł	Bolesławiec	190 zł	luty 179 zł	czerwiec 201 zł
Ustka	295 zł	marzec 226 zł	sierpień 410 zł	Wisła	197 zł	luty 175 zł	kwiecień 2015 zł
Krynica Zdrój	294 zł	wrzesień 252 zł	luty 388 zł	Darłowo	198 zł	styczeń 166 zł	lipiec 269 zł

Źródło: porównywarka cen hotelowych trivago.pl

Dla klientów ze strefy euro, koszty hotelu spadły przeciętnie nawet o 9%, ze względu na słabnącego złotego. Według portalu Hotel Info, w szczególności Kraków i Wrocław wydawały się znacznie tańsze w porównaniu z ubiegłym rokiem. Droższe były natomiast hotele w Łodzi i w Warszawie.

Wzrost atrakcyjności Polski dla klientów ze strefy euro związany z osłabieniem polskiej waluty

⁴ wg STR Global, firmę monitorującą wyniki hoteli sieciowych i największych niezależnych.

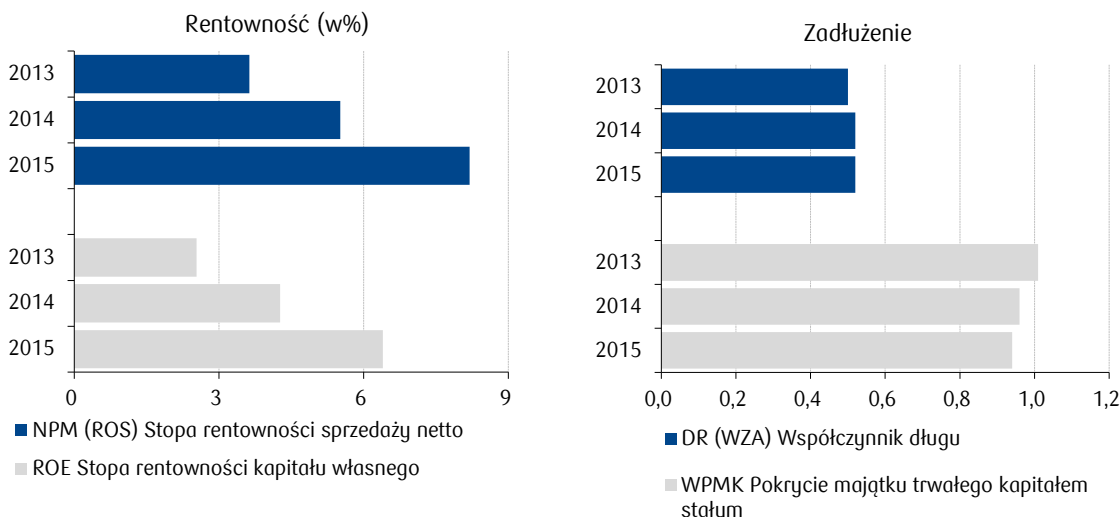
W ostatnich latach na poziom cen miejsc noclegowych w miejscowościach wypoczynkowych coraz częściej wpływa konkurencja ze strony nowego segmentu rynku nieruchomości hotelowych - condohoteli, aparthoteli czy apartamentów wakacyjnych, a także rosnącego rynku prywatnych mieszkań wynajmowanych przez profesjonalne platformy internetowe. Dodatkowo rozwija się sektor tzw. „sharing economy”, którego przejawem jest platforma Airbnb pozwalająca wynajmować mieszkania bez żadnych opłat, co nie jest możliwe w przypadku obiektów hotelowych. Wzrosła też aktywność deweloperów na rynku hotelowych apartamentów wakacyjnych, np. Kristensen Group, jeden z pionierów na rynku apartamentów wakacyjnych, w najbliższym czasie rozpocznie budowę nowych apartamentowców w Wiśle i Karpaczu.

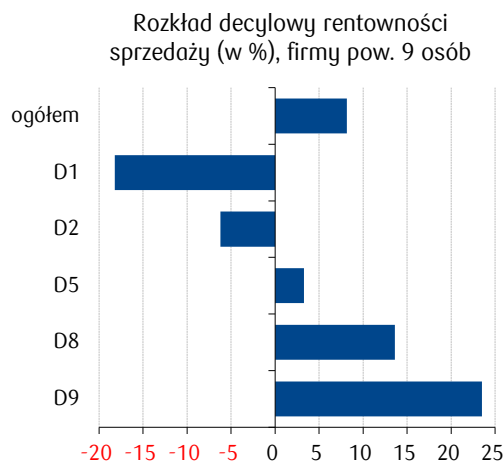
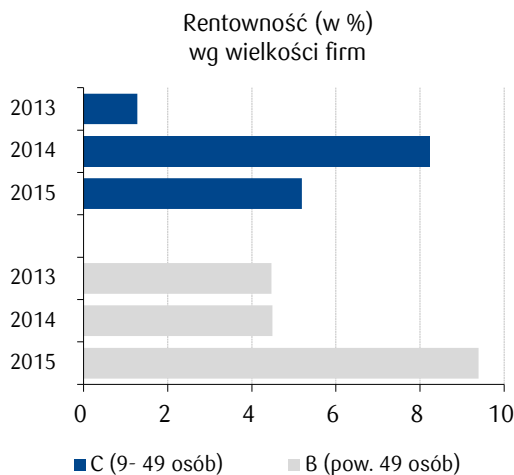
Condohotele, i aparthotele rosnącą konkurencją dla branży hotelarskiej w Polsce

Sytuacja finansowa branży w 2015 r. (dane PONT Gospodarka)

W 2015 r. wyniki branży poprawiły się w porównaniu z 2014 r. Rentowność sprzedaży netto wzrosła do 8,2% (5,5% w 2014 r.). Odsetek podmiotów rentownych wyniósł 67% wobec 60% w 2014 r., jednak płynność, zarówno bieżąca jak i podwyższona, kształtowała się kolejny rok poniżej akceptowalnego poziomu. Utrzymuje się znaczne zróżnicowanie sytuacji finansowej firm w branży hotelarskiej: rentowność połowy firm nie przekroczyła 3,3%, w przypadku 10% najlepszych firm ROS=24%, a 10% najgorszych ROS=(-18%).

Rok 2015 korzystny dla branży przy utrzymującym się znacznym zróżnicowaniu kondycji finansowej firm





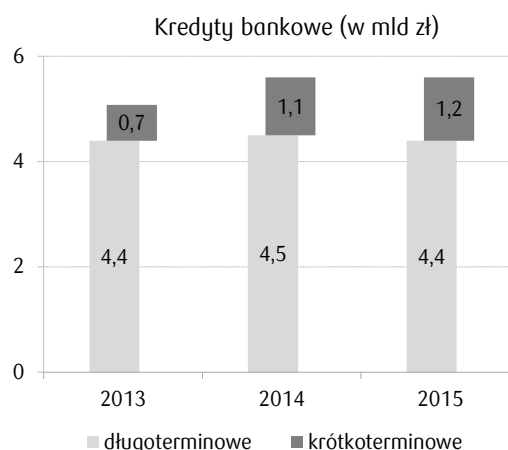
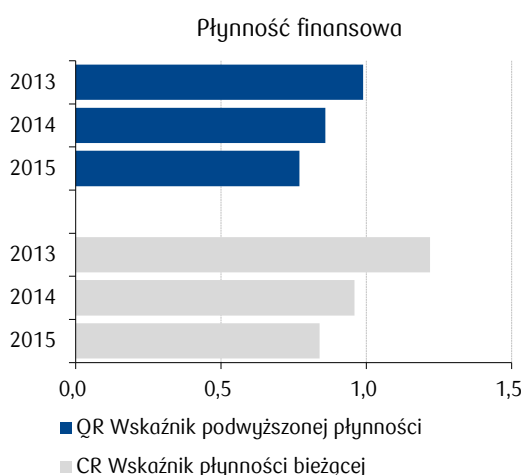
Przy znacznym rozdrobnieniu branży, generalnie duże firmy (pow. 50 osób) osiągnęły w 2015 r. lepsze wyniki w porównaniu z rokiem 2014 i mniejszymi firmami. Wyraźnie spadła rentowność średnich firm.

Przy znacznym rozdrobnieniu branży, generalnie lepsze wyniki dużych firm

Zróżnicowanie firm w branży hotelarskiej w 2015 r.

Wielkość firmy wg zatrudnionych	Liczba firm	Przychody na firmę (mln zł)	ROS połowy firm ver. średnia	Odsetek firm ze stratą
9-49 osób	375	5	2,5/5,2	35%
powyżej 49	131	38	4,7/9,4	27%

W 2015 r. udział zobowiązań w aktywach pozostał na poziomie z roku 2014 (nadal na poziomie akceptowalnym), natomiast wskaźnik pokrycia majątku trwałego kapitałem nie osiągnął wymaganego minimum 1,0 (WPMK= 0,94), podobnie jak w roku 2014.



Wyraźny wzrost kredytów krótkoterminowych w sytuacji trudności z płynnością finansową

W 2015 r. wartość zobowiązań długoterminowych z tytułu kredytów bankowych nieco spadła (-1,4% r/r), natomiast krótkoterminowych wzrosła (12,3% r/r), co mogło wynikać z pogorszenia płynności finansowej.

Wg ekspertów obserwujących branżę⁵ przyczynami trudności finansowych niektórych obiektów, często wybudowanych przez inwestorów, którzy wzięli dotacje z UE na wybudowanie i wyposażenie obiektu hotelowego, były m.in: 1/zbyt mała liczba pokoi, 2/ za duże powierzchnie wspólne, 3/zła lokalizacja, 4/zła funkcjonalność, 5/zbyt duże kredytowanie. **Ich udział w rynku szacowany jest na ok. 30% obiektów, których inwestorzy wzięli dotację z Unii Europejskiej.**

Perspektywy krótkoterminowe

W krótkiej perspektywie kluczowym czynnikiem rozwoju branży hotelarskiej w Polsce pozostanie wzrost gospodarczy, który będzie sprzyjał wzrostowi ruchu turystycznego i biznesowego. Dodatkowo pozytywnie będą oddziaływać:

- + wsparcie finansowe UE w ramach perspektywy 2014-2020,
- + wzrostowy trend korzystania z noclegów w hotelach przez turystów krajowych,
- + stabilna sytuacja geopolityczna (pozytywny wizerunek Polski za granicą),
- +/- import nowoczesnego zarządzania w efekcie napływu dużych, zagranicznych sieci hotelarskich, choć napływ kapitału zagranicznego będzie stanowić rosnącą konkurencję dla firm krajowych.

W trudnej sytuacji znajdą się małe firmy, dla których problemem będzie wzrost kosztów operacyjnych w wyniku wprowadzania coraz nowocześniejszych platform rezerwacyjnych i wysokich budżetów marketingowych, przy utrzymującym się niskim poziomie cen (możliwa dalsza konsolidacja branży).

Wg oceny ekspertów, w sytuacji zaostrzającej się konkurencji na rynku hotelowym, inwestorzy, przy kluczowym znaczeniu lokalizacji, powinni zwracać uwagę na: 1/optymalizację wielkości obiektu, 2/ ograniczenie powierzchni wspólnych, 3/ funkcjonalność, 4/ograniczenie kredytowania.

Korzystne prognozy wzrostu gospodarczego kluczowym czynnikiem rozwoju branży hotelarskiej

Trudna sytuacja małych firm wobec rosnących kosztów operacyjnych w branży (możliwa dalsza konsolidacja branży)

Niniejszy materiał ma charakter wyłącznie informacyjny, jest przeznaczony wyłącznie dla klientów Grupy PKO Banku Polskiego i nie stanowi oferty w rozumieniu ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks Cywilny. Informacje zawarte w niniejszym materiale nie mogą być traktowane, jako propozycja nabycia jakichkolwiek instrumentów finansowych, usługa doradztwa inwestycyjnego, podatkowego lub jako forma świadczenia pomocy prawnej. Grupa PKO BP SA dołożyła wszelkich starań, aby zamieszczone w niniejszym materiale informacje były rzetelne oraz oparte na wiarygodnych źródłach. Klienci Grupy PKO BP SA ponoszą odpowiedzialność za skutki swoich decyzji inwestycyjnych, podjętych z uwzględnieniem informacji zamieszczonych w niniejszym materiale. Niniejszy materiał został przygotowany i/lub przekazany przez Powszechną Kasę Oszczędności Bank Polski Spółka Akcyjna, zarejestrowany w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000026438; NIP: 525-000-77-38 REGON: 016298263; kapitał zakładowy (kapitał wpłacony) 1 250 000 000 zł.

⁵ www.e-hotelarstwo.com