

BIULETYN PRACOWNI HOTELARSTWA



WYŻSZA SZKOŁA HOTELARSTWA, GASTRONOMII I TURYSTYKI

NR 1/2009 (Wrzesień 2009)

Od autorów,

Pragnąc ułatwić studentom, a szczególnie seminarzystom piszącym prace dyplomowe licencjackie i magisterskie z zakresu hotelarstwa postanowiliśmy publikować biuletyn zawierający ważne informacje dotyczące hotelarstwa światowego i krajowego.

Zamieszczane informacje będą zawierały wskazanie źródła, co powinno ułatwić czytelnikom dotarcie do materiału i wykorzystanie go w ramach pogłębiania wiedzy i pisania prac.

Zakładamy następujący ramowy układ biuletynu:

- I. Hotelarstwo w świecie
- II. Hotelarstwo w Polsce
- III. Różne

Spis treści nr 1/2009

Stan i kierunki rozwoju hotelarstwa polskiego na tle pozostałych krajów Unii Europejskiej - wykład wygłoszony przez dr Cz. Witkowskiego na inauguracji roku akademickiego 2009/2010 w Wyższej Szkole Hotelarstwa, Gastronomii i Turystyki w Warszawie. str.2

Cz I.

1. Eksperti o sytuacji hotelarstwa w kryzysie światowym. str.7
2. Ranking systemów i marek 2009 str.8
3. Hotelarstwo w stolicy Czech str.9

Cz II.

Orbis SA w 2008r. (z rocznego raportu spółki) str.10

Dr Czesław Witkowski

Stan i kierunki rozwoju hotelarstwa polskiego na tle pozostałych krajów Unii Europejskiej.

(tekst wykładu wygłoszonego na inauguracji roku akademickiego 2009/2010 w Wyższej Szkole Hotelarstwa Gastronomii i Turystyki w Warszawie)

Z punktu widzenia obsługi podróżnych w tym turystów hotelarstwo jest podstawowym elementem zagospodarowania turystycznego kraju.

Hotelarstwo jest zawodem ciekawym, ale trudnym i odpowiedzialnym.

Praca w hotelu może przynieść wiele satysfakcji, ale też hotelarstwo wymaga od pracowników predyspozycji zawodowych, wiedzy i umiejętności, jak też wysokiego morale i kultury osobistej. A dodatkowo ustawicznego doskonalenia zawodowego.

Hotelarstwo to zawód polegający na zorganizowanym udzielaniu gościnności przyjezdnym, zapewnianiu im zakwaterowania, wyżywienia i związanych z tym usług, stworzeniu dobrej atmosfery pobytu, zapewnieniu kultury, i poziomu obsługi, miłego oraz bezpiecznego pobytu.

W zawodzie tym na szczególne miejsce wysuwa się problem etyki zawodowej i poczucia odpowiedzialności.

Ranga zawodu „hotelarz” zależy od ludzi, którzy pracują w zakładach hotelarskich. Powinni oni rozumieć istotę hotelarstwa, czuć się z nim związani, podtrzymywać i kontynuować najlepsze tradycje zawodowe.

Specyficzny charakter zawodu powoduje, że pracownikom hoteli stawia się bardzo wysokie wymagania, powinni oni być starannie dobrani i przygotowani do tej pracy. Obok wiedzy, przygotowania zawodowego teoretycznego i praktycznego, nadzwyczaj ważną w hotelarstwie jest tradycja zawodowa, która pozwala przeciwdziałać improwizacji i dyletanctwu.

Z tematem tradycji, etyki zawodowej wiąże się, oczywiście, zawsze szeroko rozumiany problem godności osobistej hotelarza.

Należy podkreślić międzynarodowy charakter zawodu. To na podstawie stanu hoteli cudzoziemcy bardzo często wyrabiają sobie opinię o poziomie życia i kulturze kraju.

Ranga zawodu wynika z podstawowej prawdy, że to pracownicy zatrudnieni w hotelu decydują o:

- poziomie i kulturze obsługi,
- atmosferze panującej w hotelu,
- stosunku do gościa,
- bezpieczeństwie pobytu, zabezpieczeniu interesów użytkowników.

U podstaw dobrego hotelarstwa, na równi ze stanem technicznym budynków i pomieszczeń oraz ich wyposażenia, znajduje się kadra pracownicza, ludzie wykonujący ten zawód. Dlatego mówiąc o hotelarstwie będziemy z naciskiem podkreślać wagę podstawowych problemów takich jak:

- stan i wygląd obiektu, otoczenia i pomieszczeń, ład i porządek wokół budynku, w poszczególnych zespołach na stanowiskach pracy, czystość stan sprzętu, poczucie estetyki,
- etykę zawodową pracowników,
- stosunek obsługi do gościa, atmosferę pobytu, kulturę obsługi, dobre obyczaje, prezencję pracowników, ich postawę na stanowisku pracy,
- umiejętność postępowania w często trudnych i nietypowych sytuacjach, nieraz w stanie dużego zagrożenia (n. p. pożaru).

W społeczeństwie istnieją wartości i normy uniwersalne, dające się odnieść do wszystkich dziedzin życia i zawodów. Jednak niektóre zawody są traktowane szczególnie, w stosunku do nich

oczekiwania społeczeństwa są wyjątkowo wysokie n. p. zawód nauczyciela, lekarza, sędziego, dziennikarza.

Niewątpliwie również hotelarstwo jest zawodem szczególnym.

Hotel to dom w którym lokatorzy zmieniają się bardzo szybko.

W hotelu ludzie mieszkają, żywią się, odpoczywają, pracują, uczą się, kochają, czasami zdradzają, rodzą się, niestety również umierają, z reguły załatwiają małe i duże interesy.

Na terenie hoteli zdarzają się sytuacje różne, miłe, przyjemne, radosne, ale też niekiedy nieprzyjemne, nieraz tragiczne.

Aby wykonywać prawidłowo swój zawód hotelarz musi posiadać cały zespół ściśle określonych predyspozycji fizycznych, psychicznych i moralnych, powinien też mieć oczywiście odpowiednie przygotowanie zawodowe i praktykę.

Praca w hotelu jest trudna i odpowiedzialna, stwarza też dla pracowników nieraz niemałe pokusy i możliwości niesolidnego działania.

W naukach społecznych i ekonomicznych czeto rozważamy relacje poszczególnych branż do hierarchii potrzeb człowieka, posługując się z zasady klasyfikacją Masłowa. Dokonajmy i my tego odniesienia.

Okazuje się, że hotelarstwo jest tą działalnością, która odpowiada na wszystkie szczeble potrzeb ludzkich. Oczywiście nie jednakowo we wszystkich standardach.

Hotele wszystkich kategorii muszą zaspokoić w pełni potrzeby fizjologiczne i bezpieczeństwa. Spełnienie potrzeb wyższego rzędu staje się domeną hoteli segmentu średniego i luksusowego,

Trzeba stwierdzić, że wiele polskich hoteli jest już w pełni przygotowanych do realizacji wymagań najbardziej wyrafinowanych gustów gości.

Stwierdzenie, że usługi noclegowo – żywieniowe, a więc hotelarstwo korzeniami sięga zarania cywilizacji nie jest przesadą. Człowiek podróżował od zawsze. Powody przemieszczania się były bardzo różne: wymiana towarowa, chęć poznania sąsiadów, zdrowotne, dyplomatyczne itd.

W czasie podróży szukano bezpiecznego miejsca na postój – nocleg dla siebie i swojej siły pociągowej (konia, osła, wielbłąda).

Świat antyczny miał ogromne osiągnięcia w budowie dróg i bezpiecznych, wygodnych miejsc postoju (noclegu).

Średniowiecze zniszczyło ten dorobek. W średniowieczu obowiązek udzielenia noclegu (raczej gościny) spoczywał na klasztorach, mieszkańcach miast i wsi, karczmach - był często znacznym ciężarem dla ludności.

Prawdziwe, nowoczesne na owe czasy hotele powstają wraz z rozwojem sieci kolei żelaznej. Szczególnie wiele wspaniałych pod względem architektury obiektów powstaje na przełomie IX i XX wieku. W Polsce są to m.in. do dziś czynne hotele Europa w Lublinie, Bazar w Poznaniu, Europejski, Bristol i Polonia w Warszawie, Grand w Sopocie.

W Polsce istniał nawet hotel Ritz wybudowany na polecenia cara Rosji w Białymstoku.

Te zachwycające bryły hoteli, które podziwiamy do dziś, wewnątrz miały z zasady niedostatek urządzeń sanitarnych. Wspaniały warszawski Bristol na 300 pokoi tylko w około 30 miał pełne węzły sanitarne. Polonia Palace, oddana do użytku w 1911 roku szczyciła się tym, że bieżąca woda doprowadzona była do wszystkich pokoi. Jednak pokoi z łazienkami hotel miał tylko 25.

Po kolejnych modernizacjach zabytkowe hotele w Polsce osiągnęły już pełny komfort sanitarny.

Po zniszczeniach wojennych i latach marazmu w branży, w Polsce pojawiają się obiekty o światowym standardzie. W latach 70 – tych ubiegłego wieku powstają pierwsze hotele systemowe, największych światowych marek. Wnoszą najnowszą myśl techniczną i organizacyjną. Stają się wzorem dla hotelarstwa krajowego.

Istotę hotelarstwa upatrujemy w gościnności, gościnności szczególnego rodzaju bo za odpłatnością.

Tak sformułowana misja branży odpowiada na oczekiwania gości, które pokrywają się z zobowiązaniami hotelarza wobec nich. Gość oczekuje, a hotelarz jest zobowiązany zapewnić:

- bezpieczeństwo gościa i jego mienia w czasie pobytu w obiekcie,

- nie mniej niż deklarowany standard budynku, wyposażenia i obsługi,
- dobrą atmosferę pobytu.

Atmosfera pobytu jest w hotelarstwie nadzwyczaj ważna, składa się na nią wszystko z czym gość spotyka się w obiekcie z naciskiem na kulturę obsługi.

Istota hotelarstwa jest również stałe poszukiwanie odpowiedzi na pytanie: jakich usług gość poszukuje, a jakie przestają go interesować. Hotelarze coraz częściej posuwają się dalej, próbują inspirować potrzeby gości.

Hotelarstwo wypracowało hasło: „nocleg to za mało”, stało się ono inspiracją do rozbudowy ofert usługowo – handlowych. Szczególnie zaczęto rozbudowywać oferty w zakresie:

- szeroko rozumianego komfortu pobytu,
- usług rekreacyjno – wypoczynkowych i zdrowotnych,
- sal wielofunkcyjnych,
- obsługi ludzi interesu,
- zagospodarowania czasu wolnego, opieki nad dziećmi.

W efekcie niektóre obiekty stały się kompleksami podnoszącymi atrakcyjność miejscowości i stającymi się same celem przyjazdu.

Dotychczas zatrzymywaliśmy się w hotelu w celu zwiedzenia atrakcji miejscowości czy regionu, załatwienia różnych spraw.

Teraz pojawiają się sytuacje, że sam hotel staje się celem przyjazdu.

Oczywiście zakres rozbudowy ofert konkretnych obiektów jest wypadkową wielu czynników, a w tym lokalizacji i standardu.

Baza noclegowa jest podstawowym elementem zagospodarowania turystycznego kraju. Natomiast hotelarstwo jest podstawowym i jedynym dynamicznie rozwijającym się zespołem bazy noclegowej. Istnieje wyraźne sprzężenie zwrotne między ruchem turystycznym, a stanem bazy noclegowej.

Bez dostatecznej ilościowo i jakościowo bazy ruch turystyczny nie ma szans rozwoju. Bez dynamicznego ruchu turystycznego baza noclegowa popada w stagnację, degraduje się.

W tym miejscu trzeba również odnieść się do złożonego problemu współpracy hoteli (szczególnie dużych) z touroperatorami jak nazywamy większe biura podróży.

Duży hotel bez współpracy z tourooperatorem nie ma szans na wykorzystanie swego potencjału. Z kolei tourooperator bez bazy noclegowej nie może tworzyć ofert, pakietów usług. Prostą sprawą jest ułożenie współpracy między tourooperatorem i hotelem działającymi na terenie tego samego kraju, posługują się tym samym językiem, obowiązują ich te same normy prawa i obyczaje.

Współpraca między tymi podmiotami jest tym trudniejsza im są one bardziej odległe geograficznie, kulturowo, językowo itp.

W ramach współpracy każda ze stron stara się wynegocjować najbardziej korzystne warunki dotyczące: cen, rabatów, upustów, terminów składania, potwierdzanie, odwoływania zamówień itd.

Znakomitym ułatwieniem współpracy wymienionych podmiotów są uzgodnienia międzynarodowe przyjęte w tym zakresie przez międzynarodowe organizacje hoteli i biur podróży. Poznamy te uregulowania w czasie studiów.

Hotelarstwo światowe wypracowało zasady dotyczące budowy i eksploatacji obiektów; nazywając je filozofia współczesnego hotelarstwa.

Współczesny hotel musi być traktowany jako kompleks składający się z budynku, wyposażenia i załogi. W odniesieniu do każdego z elementów jesteśmy w stanie określić ściśle wymagania.

Budynek ma być bezpieczny i funkcjonalny, wyposażenie estetyczne, również bezpieczne i funkcjonalne, a przy tym proste w użyciu. Od załogi oczekujemy predyspozycji fizycznych, psychicznych i kwalifikacji zawodowych.

Upraszczając budynek i wyposażenie to czynnik techniczny, załoga to czynnik osobowy.

Aby osiągnąć sukces na rynku musi nastąpić w hotelu ściśle sprzężenie tych czynników. Gdyż:

- najlepsza załoga bez odpowiedniego czynnika technicznego nie „wyprodukuje” dobrej usługi,

- ale też najlepszy stan techniczny obiektu i wyposażenia, bez odpowiedniej załogi nie zapewni pożądanego poziomu usług.

Na tle krajów Unii Europejskiej stan liczbowy hotelarstwa polskiego prezentuje się nadzwyczaj skromnie.

Potencjał hotelarstwa krajowego liczy się wskaźnikiem liczby miejsc noclegowych w hotelach i obiektach podobnych (motelach i pensjonatach) na 10.000 mieszkańców. Polska ze wskaźnikiem 45 zajmuje ostatnie miejsce wśród krajów należących do Unii. Węgrzy mają wskaźnik trzykrotnie, a Czesi, aż pięciokrotnie wyższy.

Nie wdając się w historyczne przesłanki takiej sytuacji trzeba stwierdzić, że sytuacja taka sprzyja inwestycjom hotelarskim i przyciąga kapitał zagraniczny.

Trzeba też powiedzieć, że na skutek zaangażowania kapitałów krajowych i zagranicznych wymieniony wskaźnik w ostatnich latach systematycznie poprawia się.

Specyfikacja warunków oraz ocena kierunków rozwoju hotelarstwa wymaga osobnej obszernej rozprawy.

Ograniczę się do stwierdzenia, że wśród licznych warunków na czoło wysuwają się:

- sytuacja polityczna, szeroko rozumiane bezpieczeństwo kraju,
- sytuacja gospodarcza, w tym zamożność społeczeństwa,
- istnienie walorów turystycznych,
- dynamika ruchu turystycznego.

Jeżeli chodzi o kierunki rozwoju branży twierdzimy, że hotelarstwo będzie rozwijało się wszechstronnie. Będą powstawały hotele wysokiej kategorii, średniej i ekonomicznej. Szacuje się, że największą dynamikę przyrostu w najbliższych latach wykażą obiekty jedno i dwugwiazdkowe. W budowę obiektów segmentu ekonomicznego coraz bardziej angażują się w Polsce światowe potęgi hotelarskie.

Międzynarodowe systemy hotelowe pojawiły się na polskim rynku w początku lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku. Ich dynamiczny rozwój nastąpił po zmianie ustrojowej przełomu lat 80 i 90.

Aktualnie na rynku polskim działa około 15 systemów reprezentowanych przez ponad 30 światowych marek hoteli. Z 10 największych systemów aż 8 jest obecnych na polskim rynku.

Dziś na polskim rynku hotelarskim hotele systemowe odgrywają pierwszorzędną rolę:

- kontrolują ponad 10% liczby hoteli, są to z reguły największe, najlepiej zlokalizowane i najbardziej nowoczesne obiekty,
- dysponują blisko 40% potencjału hoteli funkcjonujących w kraju.

Mówiąc o hotelarstwie systemowym trzeba zdać sobie sprawę z jego potęgi gospodarczej. Uświadommy sobie, że system ACCOR, najaktywniejszy na polskim rynku, 5 co do wielkości w rankingach światowych posiada w świecie blisko 4.000 hoteli dysponujących blisko 480.000 pokojami, co odpowiada blisko milionowi miejsc noclegowych.

Potencjał tego systemu przewyższa ponad trzykrotnie liczbę hoteli w Polsce, a 7 krotnie liczbę miejsc noclegowych, która dysponują hotele w Polsce.

Prawdą jest, że systemy są nośnikiem postępu technicznego i organizacyjnego.

Ale ich aktywność musi być oceniona w wielu aspektach:

- wpływu na obsługę turystyki (tu ocena jest jednoznacznie pozytywna),
- wpływu na hotelarstwo polskie,
- wpływu na gospodarkę narodową,

W tych dwóch kolejnych przypadkach ocena nie we wszystkich aspektach jest jednoznacznie pozytywna.

Podnieśliśmy bardzo zresztą skrótowo problematykę hotelarstwa światowego, coraz częściej nazywanego systemowym.

Hotelarstwo poszczególnych krajów tak jak i hotelarstwo systemowe musiało się zmierzyć ze światowym kryzysem gospodarczym, szukać rozwiązań doraźnych i przyszłościowych.

W badania zaangażowali się obok branżystów naukowcy, hotelarze, finansiści, marketingowy. Ciekawe opracowania na ten temat znajdziemy w międzynarodowych wydawnictwach hotelarskich: HOTELS i HTR, dostępnych dzięki staraniom Władz Uczelni w naszej bibliotece naukowej.

Chyba najwięcej tej problematyce poświęcono uwagi we Francji. Specjaliści francuscy dochodzą do wniosku, że stosunkowo najlepiej z sytuacji kryzysowej wychodzi hotelarstwo średniego segmentu, najwięcej zaś ucierpiał segment luksusowy. Do szczegółów tej problematyki wrócimy w ramach zajęć dydaktycznych z hotelarstwa.

Z hotelarstwem kojarzy nam się zawsze problematyka jakości usług. Ważna nie tylko z punktu widzenia naszych gości.

Jakość, poziom usług jest nadzwyczaj ważna i z punktu widzenia samego hotelarza, gdyż decyduje o pozycji obiektu na konkurencyjnym rynku.

Co decyduje o jakości usług konkretnego obiektu? jest to zespół następujących czynników:

- stan budynku i wyposażenia,
- poziom kultury i kwalifikacji załogi,
- organizacja i dyscyplina pracy.

Oczywiście należy uwzględniać zawsze uwarunkowania zewnętrzne wynikające ze specyfiki kraju, różnic kulturowych, religijnych itp.

Kierunki rozwoju hotelarstwa w Polsce wymagają wnikliwych badań naukowych.

Będziemy je prowadzili między innymi przy udziale naszych studentów szczególnie w ramach seminariów i przygotowania prac dyplomowych.

Na pierwszy plan wysuwa się konieczność poznania skutków kryzysu dla hoteli działających na terenie kraju.

Równolegle mamy zamiar bieżąco monitorować dynamikę i kierunki rozwoju hotelarstwa systemowego i jego wpływ na gospodarkę turystyczną w Polsce.

Cz. I. pkt. 1. Eksperti o sytuacji hotelarstwa w kryzysie światowym

W kwietniowym numerze HTR z 2009 roku znajdziemy ciekawe materiały publikowane w języku francuskim i angielskim na temat działalności hotelarstwa w czasie światowego kryzysu gospodarczego. Są to:

> artykuł wstępny redaktora naczelnego miesięcznika HTR G. Panayotis „ Czy jesteśmy wszyscy równi wobec kryzysu” (tytuł francuskojęzyczny „Sommes nous tous egaux face a la crise ?”, tytuł angielskojęzyczny „ Are we all facing the crisis?”

> relacja z forum hotelarzy francuskich i europejskich na temat działalności hotelarstwa (branży zakwaterowania), patrz strony 24 do 30.

Egzemplarz HTR dostępny w Bibliotece Uczelni.

Cz. I. pkt. 2. Ranking systemów i marek 2009

Za miesięcznikiem HTR- nr 167 z kwietnia 2009 r. podajemy:

- ranking dziesięciu największych grup hotelowych w świecie według stanu z pierwszego stycznia 2009 r.
- ranking 20 największych w świecie marek (łańcuchów) według stanu z pierwszego stycznia 2009 r.

W następnym numerze *Biuletynu* opublikujemy obszerniejsze informacje w tym zakresie.

Ranking grup hotelowych (1.01.09r.)

Pozycja 2009(2008)	Grupa	Hoteli 2009	Hoteli 2008	zmiana Hoteli	Pokoje 2009	Pokoje 2008	zmiana pokoje
1 (1)	IHG	4186	3 949	237	619 851	585 094	5,90%
2 (2)	Wyndham Worldwide	7 043	6 544	499	592 880	550 576	7,70%
3 (3)	Marriott International	3 088	2 921	167	545 705	521 201	4,70%
4 (4)	Hilton*	3166	2 967	199	540 439	498174	8,50%
5 (5)	Accor	3 982	3 871	111	478 975	461 698	3,70%
6 (6)	Choice	5 827	5 570	257	472 526	452 027	4,50%
7 (7)	Best Western	4 032	4 035	-3	305 387	308 636	-1,10%
8 (8)	Starwood Hotels	942	896	46	284 800	274 535	3,70%
9 (9)	Carlson Hospitality	1 013	971	42	151 077	148 551	1,70%
10 (10)	Global Hyatt	373	720	-347	114 343	138 503	-17,40%
	Suma	33 652	32 444	1 208	4 105 983	3 938 995	4,20%

* szacunek

Źródło: base de données MKG Hospitality – Statistiques officielles des groupes hôteliers – Mars 2009

Potencjał wyłącznie hoteli, bez rezydencji.

Na polskim rynku obecnych jest osiem największych światowych grup hotelowych. Nie działają hotele grup wymienionych w pozycjach 2 (Wyndham Worldwide) i 6 (Choice).

Ranking marek (łańcuchów) hotelowych (1.01.09 r.)

pozycja 2009 (2008)	marka	grupa	liczba hoteli		zmiana	liczba pokoi		zmiana
			2009	2008	hotel	2009	2008	poko
1 (1)	Best Western	Best Western	4 032	4 035	-3	305 387	308 636	-1,1%
2 (2)	Holiday Inn	Intercontinental Hotels Group	1 353	1 381	-28	249 691	256 699	-2,7%
3 (3)	Comfort Inns & Comfort Suites	Choice	2 550	2 467	83	196 689	188 596	4,3%
4 (4)	Marriott Hotels	Marriott International	531	520	11	193 230	188 544	2,5%
5 (5)	Hilton Hotels*	Hilton	519	511	8	179 290	176 523	1,6%
6 (6)	Express by Holiday Inn	Intercontinental Hotels Group	1 932	1 808	124	173 794	156 531	11,0%
7 (8)	Hampton Inn*	Hilton	1 627	1 490	137	160 872	147 326	9,2%
8 (7)	Days Inn of America, Inc.	Wyndham Hotel Group	1 880	1 883	-3	152 971	153 333	-0,2%
9 (9)	Sheraton Hotels & Resorts	Starwood	409	399	10	143 278	138 878	3,2%
10 (10)	Super 8 Motels	Wyndham Hotel Group	2 110	2 081	29	130 920	128 587	1,8%
11 (11)	Quality Inns, Hotels, Suites	Choice	1 281	1 210	71	123 042	118 386	3,9%
12 (12)	Courtyard	Marriott International	808	767	41	117 258	110 780	5,8%
13 (13)	Ramada Worldwide	Wyndham Hotel Group	897	874	23	114 986	106 978	7,5%
14 (14)	Motel 6	Accor	1 003	956	47	101 935	98 038	4,0%
15 (18)	Ibis	Accor	814	769	45	94 742	86 486	9,5%
16 (16)	Hyatt Hotels	Global Hyatt	214	213	1	94 096	92 755	1,4%
17 (19)	Crowne Plaza Hotels	Intercontinental Hotels Group	342	299	43	93 382	83 170	12,3%
18 (17)	Radisson Hotels Worldwide	Carlson Hospitality	407	397	10	89 314	87 410	2,2%
19 (15)	Mercure	Accor	690	756	-66	85 969	93 827	-8,4%
20 (21)	La Quinta Inns	La Quinta	708	633	75	74 000	69 089	7,1%

* szacunek

Źródło: base de données MKG Hospitality – Statistiques officielles des groupes hôteliers – Mars 2009

Na polskim rynku nie funkcjonują marki (łańcuchy) wymienione w pozycjach (rankingu z 2008r.): 3,7, 8, 10, 11,13, 14, 17 i 20.

Cz. I. pkt. 3. Hotelarstwo w stolicy Republiki Czech

Seminarzyści podejmujący w pracach dyplomowych tematykę turystyki i hotelarstwa w republice czeskiej znajdują w miesięczniku HTR nr 167 z kwietnia 2009 roku (egzemplarz dostępny w Bibliotece Uczelni) interesujący artykuł redakcyjny „Praga, bolesne przebudzenie” (tytuł francuskojęzyczny „Prague, le reveil douloureux”, tytuł angielskojęzyczny „Prague, a painful awakening”)

Autorzy zwracają uwagę, że notowany od początku XXI wieku spadek dynamiki ruchu turystycznego zbiegł się w końcu pierwszej dekady tego wieku z osiągnięciem przez hotelarstwo stolicy Czech maksymalnej zdolności recepcyjnej w wyniku realizacji nowych inwestycji. Zdaniem autorów:

- branża była słabo przygotowana do zmiany sytuacji na runku,
- znaczy wzrost podaży w aspekcie regularnie malejącej frekwencji prowadzi do wyniszczającej wojny cenowej.

W konkluzji autorzy formułują pogląd o braku długoterminowej strategii mimo liczącej się pozycji sektora turystycznego w gospodarce kraju.

Orbis S.A. w 2008 r.

(z rocznego raportu spółki)

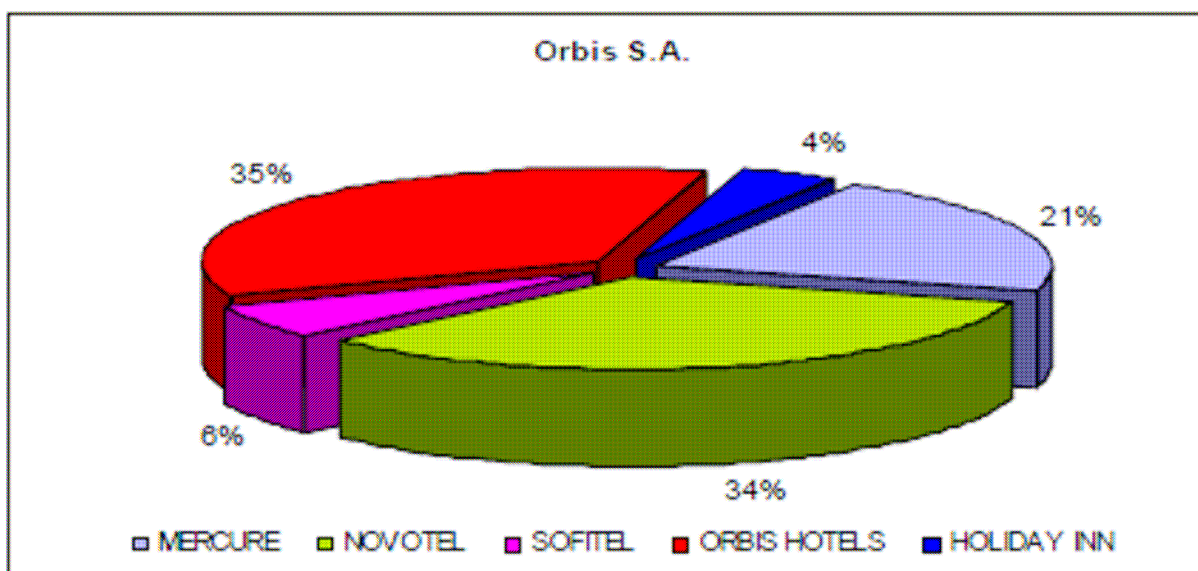
Wg stanu na dzień 31 grudnia 2008 r. w strukturze Orbis S.A. funkcjonowało 41 hoteli zlokalizowanych w 27 dużych miastach i miejscowościach wypoczynkowych w Polsce, o łącznej zdolności eksploatacyjnej wynoszącej 8 323 pokoje.

Hotele należące do Orbis S.A. działają pod markami Accor: Sofitel, Novotel i Mercure oraz markami Orbis Hotels i Holiday Inn. Orbis S.A. zarządza dodatkowo, na podstawie umowy o zarządzanie, dwoma hotelami: Mercure Fryderyk Chopin w Warszawie i Sofitel Wrocław oraz jest właścicielem siedmiu budynków hotelowych marki Etap oraz i jednego marki Mercure, których operatorem jest spółka zależna Hekon - Hotele Ekonomiczne S.A.

Hotele Spółki oferują pełną obsługę gastronomiczną, dysponują profesjonalnie wyposażonymi salami konferencyjnymi i Business Centre, posiadają zaplecze rekreacyjne i spa. Potencjał ten plasuje sieć hotelową Orbis na pierwszym miejscu w Polsce i w Europie Środkowo-Wschodniej.

Spółki Orbis S.A., Hekon - Hotele Ekonomiczne S.A., UAB Hekon oraz Orbis Kontrakty Sp. z o.o. tworzą Grupę Hotelową Orbis (operują 60-oma obiektami i zarządzają 3 obiektami).

Wykres 1. Struktura pokoi hotelowych wg marek Orbis S.A.



PODMIOTY WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY KAPITAŁOWEJ ORBIS

Według stanu na 31 grudnia 2008 r. Orbis S.A. posiadała bezpośrednio akcje i udziały w następujących spółkach prawa handlowego:

Tabela 3. Podmioty wchodzące w skład Grupy Kapitałowej Orbis bezpośrednio

Nazwa, forma prawna i siedziba spółki	Kapitał zakładowy w tys. zł	% udziału jednostki dominującej w kapitale zakładowym	% udziału jednostki dominującej w głosach na walnym zgromadzeniu	Przedmiot działalności
podmioty zależne bezpośrednio				
Hekon -Hotele Ekonomiczne S.A. Warszawa	300 000	100	100	Hotelarstwo i gastronomia
Orbis Transport Sp. z o.o. Warszawa	35 167	98,88	98,88	Przewozy osobowe, wynajem i leasing taboru samochodowego
PBP Orbis Sp. z o.o. Warszawa	24 667	95,08	95,08	Biuro podróży - detal i touroperatorstwo
WT WILKASY Sp. z o.o. Wlkasy	1 650	100	100	Hotelarstwo, gastronomia, rekreacja
Orbis Kontrakty Sp. z o.o. Warszawa	100	80	80	Organizacja zakupów na rzecz hoteli zarządzanych przez wspólników
podmioty stowarzyszone bezpośrednio				
Orbis Casino Sp. z o. o. Warszawa	4 800	33,33	33,33	Kasyna i salony gier losowych

Portfel inwestycyjny Spółki obejmuje inwestycje o charakterze strategicznym i komercyjnym. **Portfel strategiczny tworzą udziały i akcje w spółkach:**

- a) **Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A.** - operator hoteli działających pod trzema markami Accor: ośmiu dwugwiazdkowych marki Ibis, siedmiu marki Etap, dwóch marki Novotel i jednego marki Mercure oraz zarządca jednego hotelu marki Ibis. Sytuacja finansowa spółki jest stabilna. Hotele osiągają wzrost przychodów przy wysokiej efektywności operacyjnej. Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A. powołał jednoosobową spółkę prawa litewskiego z siedzibą w Wilnie pod nazwą UAB Hekon do prowadzenie hotelu Novotel Vilnius.
- b) **Polskie Biuro Podróży Orbis Sp. z o.o. i Orbis Transport Sp. z o.o.** - spółki-córki wyodrębnione w 1993 r. w toku procesu restrukturyzacji i prywatyzacji Orbisu. Komplementarność działalności gospodarczej prowadzonej przez obie spółki i przedmiotu działalności Orbis S.A. przesądza o wzajemnych korzyściach wszystkich trzech podmiotów współdziałających na szczeblu operacyjnym na zasadach handlowych. Każda ze spółek-córek ma ugruntowaną pozycję rynkową.
- c) **Orbis Kontrakty Sp. z o.o.** - spółka zawiązana 24 stycznia 2005 r. (rejestracja 14.02.2005 r.) przez Orbis S.A. wspólnie z Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A. w celu organizacji zakupów na rzecz hoteli zarządzanych przez wspólników. Działalność spółki, rozpoczęta w kwietniu 2005 r., jest ukierunkowana na optymalizację kosztów operacyjnych każdego ze wspólników, a co za tym idzie efektów zarządzanych przez nich hoteli.

Na portfel komercyjny składają się udziały i akcje następujących spółek:

- a) **Orbis Casino Sp. z o.o.** - spółka zawiązana w 1989 r. i prowadząca obecnie 10 kasyn i 5 salonów gier. Orbis Casino należy do czołówki operatorów działających w branży gier losowych, zakładów wzajemnych i gier na automatach. Sytuacja finansowa spółki jest stabilna.
- b) **Wioska Turystyczna WILKASY Sp. z o. o.** - spółka o charakterze ośrodka wypoczynkowego. Wioska oferuje usługi noclegowo-gastronomiczne, konferencyjne i rekreacyjne w regionie Wielkich Jezior Mazurskich, stanowiąc uzupełnienie mrągowskiej oferty Orbis S.A.

SKŁAD AKCJONARIATU SPÓŁKI

Stan posiadania akcji Orbis SA, ustalony na dzień 31 grudnia 2008 r., w oparciu o zawiadomienia określone w art. 69 ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych:

Tabela 1. Skład akcjonariatu spółki na dzień 31.12.2008 r.

Nazwa udziałowca	Liczba akcji / liczba głosów na WZA	udział w kapitale zakładowym / liczba głosów na WZA
Accor S.A. (w tym spółka zależna Accor S.A. - Accor Polska Sp. z o.o. - 4,99%)	23 043 108	50,01%
BZ WBK AIB Asset Management S.A. - klienci objęci umowami o zarządzanie, fundusze inwestycyjne BZ WBK AIB Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A.	10 326 519	22,41%
Commercial Union OFE BPH CU WBK	2 338 652	5,08%

REALIZACJA PROGRAMU INWESTYCJI

Spółka Orbis S.A. zrealizowała w ciągu dwunastu miesięcy 2008 roku nakłady na środki trwałe w wysokości **230 838** tys. zł z przeznaczeniem m.in. na zakończenie budowy czterech hoteli marki Etap oraz dalszą modernizację hotelu Grand w Warszawie, (który wrócił do działalności pod marką Mercure) i modernizację innych wybranych hoteli wraz z wymianą mebli i wyposażenia.

W 2008 roku Zarząd Orbis S.A. kontynuował realizację strategii rozwoju Grupy Hotelowej ORBIS, poprzez:

- wprowadzanie marki Etap na rynek Polski,
- kontynuacja rozwoju odnoszącej sukces marki Ibis,
- modernizację części hoteli ORBIS z dostosowaniem do standardów marek grupy Accor.

Budowa lub konwersja na hotele nowych marek

Zgodnie z założoną strategią rozwoju w Grupie trwa proces budowy nowych hoteli marki Etap i Ibis. Po otwarciu w maju tego roku dwóch hoteli marki Etap w Katowicach i Krakowie, w czwartym kwartale 2008 roku zostały oddane do eksploatacji kolejne dwa hotele tej marki - Wrocław Południe i Wrocław Stadion. W tym okresie prowadzone również były prace przy budowie hoteli Ibis w Kielcach oraz Ibis i Etap w Toruniu. Wstępne prace kontynuowane były również przy budowie hoteli Ibis Nowe Miasto i Etap Nowe Miasto w Krakowie.

PLANY NA NASTĘPNE OKRESY

Spowolnienie wzrostu PKB w Polsce oraz pogorszenie sytuacji gospodarczej w całej Europie może mieć wpływ na przychody hotelarstwa i turystyki. Orbis S.A. jest na to przygotowany. Spółka szuka oszczędności w umowach outsourcingowych, renegecuje kontrakty z podwykonawcami oraz spowalnia proces inwestycyjny. Dzięki zróżnicowanej bazie hotelowej, wdrożonemu systemowi „yield management”, a także stabilnej sytuacji finansowej Spółka przewiduje spokojny przebieg działalności nawet w dobie kryzysu gospodarczego.

Program inwestycji.

Spowolnienie rozwoju gospodarczego w Polsce skutkowało zmianą planów inwestycyjnych ORBIS S.A. w 2009 r. Analizy wykazały, że w obecnych warunkach rynkowych realizacja wszystkich zaplanowanych w Strategii Grupy Hotelowej Orbis przedsięwzięć rozwojowych i modernizacyjnych, nie zapewni osiągnięcia zakładanych wcześniej wskaźników rentowności.

Łączne wydatki Orbis S.A. na modernizację i rozwój planowane na 2009 r. nie przekroczą 100 mln. Zł.

Plan wydatków modernizacyjnych dotyczy przede wszystkim hotelu Mercure Hevelius w Gdańsku i obejmuje kontynuację rozpoczętej w 2007 r. i kontynuowanej w 2008 r. kompleksowej modernizacji hotelu w kierunku podniesienia standardu. Zakończenie prac przewidziane jest do końca I połowy 2009 r. W ramach tych wydatków przewidziano także opracowanie dokumentacji projektowej modernizacji hotelu Novotel Centrum w Poznaniu, ukończenie III fazy renowacji hotelu Mercure Grand w Warszawie, rozpoczętej jeszcze w 2008 r., a także rozliczenie prac modernizacyjnych wykonanych w 2008 roku w hotelach Sofitel Victoria, Skalny w Karpaczu. Pozostałe nakłady zostaną przeznaczone na ograniczone modernizacje, głównie w zakresie dostosowania systemów zabezpieczeń hoteli (w szczególności w zakresie ochrony ppoż) do aktualnie obowiązujących przepisów i zakupy środków trwałych, niezbędne do utrzymania obiektów we właściwym stanie technicznym i standardzie operacyjnym.

Projekty rozwojowe dotyczą kontynuacji budowy hoteli ekonomicznych (Ibis i Etap) w Kielcach, Toruniu i Krakowie, a także realizacji budowy hotelu Novotel w Łodzi na podstawie umowy deweloperskiej.

W ramach przyjętego na 2009 r. planu inwestycyjnego Grupa Hotelowa Orbis przewidziała także środki na przygotowanie dokumentacji projektowej pod budowę kolejnych hoteli w wybranych miastach oraz na zakup nowych.