

RYNEK HORECA



Sektor HoReCa dynamicznie się rozwija, a nowoczesne technologie stają się kluczowe w podnoszeniu jakości obsługi oraz efektywności sprzedaży. Wyróżnione rozwiązania i firmy pokazują, jak innowacje wspierają gastronomię i ho-

telarstwo. GoPOS i eService oferują zaawansowane systemy sprzedaży, Profitroom rozwija narzędzie All in One, a PMS Labs i System Hotellion wnoszą nową jakość w zarządzaniu obiektami noclegowymi.

Rozwiązania dla branży HoReCa



NARZĘDZIE

All in One – system wsparcia obsługi i sprzedaży dla gastronomii

Rozwiązanie All in One opracowane przez krakowską firmę GoPOS łączy funkcje wszystkich klasycznych urządzeń niezbędnych do obsługi sprzedaży w lokalach gastronomicznych, niezależnie od ich wielkości i charakteru. Użytkownicy All in One otrzymują wygodny dostęp do platformy POS, systemu sprzedażowego, drukarki fiskalnej oraz nowoczesnego terminala płatniczego w jednym kompaktowym lub mobilnym urządzeniu. Niskie koszty wdrożenia oraz możliwość wyboru rodzaju terminala do obsługi sprawiają, że All in One znajduje wszechstronne zastosowanie w stylowej restauracji, sezonowym ogródku czy food trucku. Zintegrowanie wielu funkcji ułatwia obsługę klientów i skraca jej czas, wspiera też zarządzanie innymi operacjami biznesowymi. Wbudowana wirtualna kasa fiskalna pozwala drukować paragony bez potrzeby korzystania z dodatkowego sprzętu, a dostarczana i obsługiwana przez eService aplikacja SoftPOS pozwala urządzeniu spełniać też funkcję terminala płatniczego, zapewniając sprawną i bezpieczną obsługę transakcji kartą lub smartfonem.

All in One znacząco usprawnia prowadzenie lokali gastronomicznych, skraca czas obsługi klientów i obniża koszt prowadzenia biznesu oferując najatrakcyjniejszą cenę na rynku.



NARZĘDZIE

Profitroom Suite

Wielokrotnie nagradzana platforma SaaS od Profitroom to znacznie więcej niż tylko silnik rezerwacji o najwyższej konwersji na rynku. To wszechstronne rozwiązanie, które wspiera hotele na każdym etapie podróży gościa – od momentu pierwszego kontaktu przez proces rezerwacji aż po budowanie długofalowej lojalności po zakończonym pobycie.

Profitroom Suite to jedyna platforma na rynku, która gwarantuje realne, mierzalne korzyści biznesowe. Umożliwia zwiększenie przychodów i średniej wartości rezerwacji, jednocześnie obniżając koszty operacyjne dzięki zaawansowanej automatyzacji procesów sprzedaży i rezerwacji. Odciąża zespół hotelowy, pozwalając mu skupić się na jakości obsługi, a nie na czasochłonnych zadaniach administracyjnych. Platforma wspiera także widoczność obiektu w sieci i skutecznie zwiększa konwersję na stronie internetowej hotelu. Co najważniejsze, pozwala na tworzenie wyjątkowych doświadczeń gości i wzmacnia ich przywiązanie do marki.

To rozwiązanie stworzone z myślą o hotelach, które chcą rozwijać się w sposób nowoczesny, efektywny i skoncentrowany na gościu.



NARZĘDZIE

System Hotellion

Nowoczesne narzędzie do kompleksowego zarządzania hotelem, które automatyzuje kluczowe procesy, optymalizuje obłożenie i maksymalizuje zyski przy jednoczesnej redukcji kosztów. Dzięki zaawansowanym algorytmom i narzędziom takim jak Analytix i proRMS system zapewnia pełną kontrolę finansową oraz skuteczne zarządzanie przychodami w czasie rzeczywistym.

Hotellion dba o bezpieczeństwo operacyjne, oferując system przypomnień, alertów i alarmów, eliminując ryzyko błędów. Intuicyjny interfejs, mobilna aplikacja, automatyzacja księgowości i dynamiczny grafik czynią pracę wygodniejszą i bardziej efektywną. Kluczową funkcją jest inteligentne zarządzanie czasem – system pamięta o wszystkich zadaniach związanych z pobytem gościa, eliminując potrzebę ręcznych notatek.

Dodatkowo Hotellion obsługuje warunki rezerwacji w ramach indywidualnych i korporacyjnych umów, automatycznie stosując zapisane zasady, przypomnienia o płatnościach i naliczając opłaty zgodnie z polityką hotelu. To system, który pamięta za Ciebie – wspiera, przypomina, analizuje i usprawnia każdy aspekt zarządzania hotelem.

Technologia, która służy gościom

W świecie najmu krótkoterminowego rola technologii rośnie z każdym rokiem. Goście oczekują wygody, właściciele apartamentów – pełnej kontroli i przejrzystości, a operatorzy – efektywnych narzędzi do zarządzania.

ALEKSANDRA MOKROGULSKA

dyrektor biura projektów
Sun & Snow

Digitalizacja jest dziś nieodłącznym elementem strategii firm z branży turystycznej. Procesy rezerwacyjne w ogromnej mierze są już zautomatyzowane. Poza rozwijaniem własnej strony internetowej, operatorzy na rynku najmu nieruchomości są też obecni na wielu platformach zewnętrznych. W naszej firmie równocześnie utrzymujemy dział rezerwacji, dając gościom różne kanały i opcje wyboru – od w pełni zdalnych po bardziej tradycyjne.

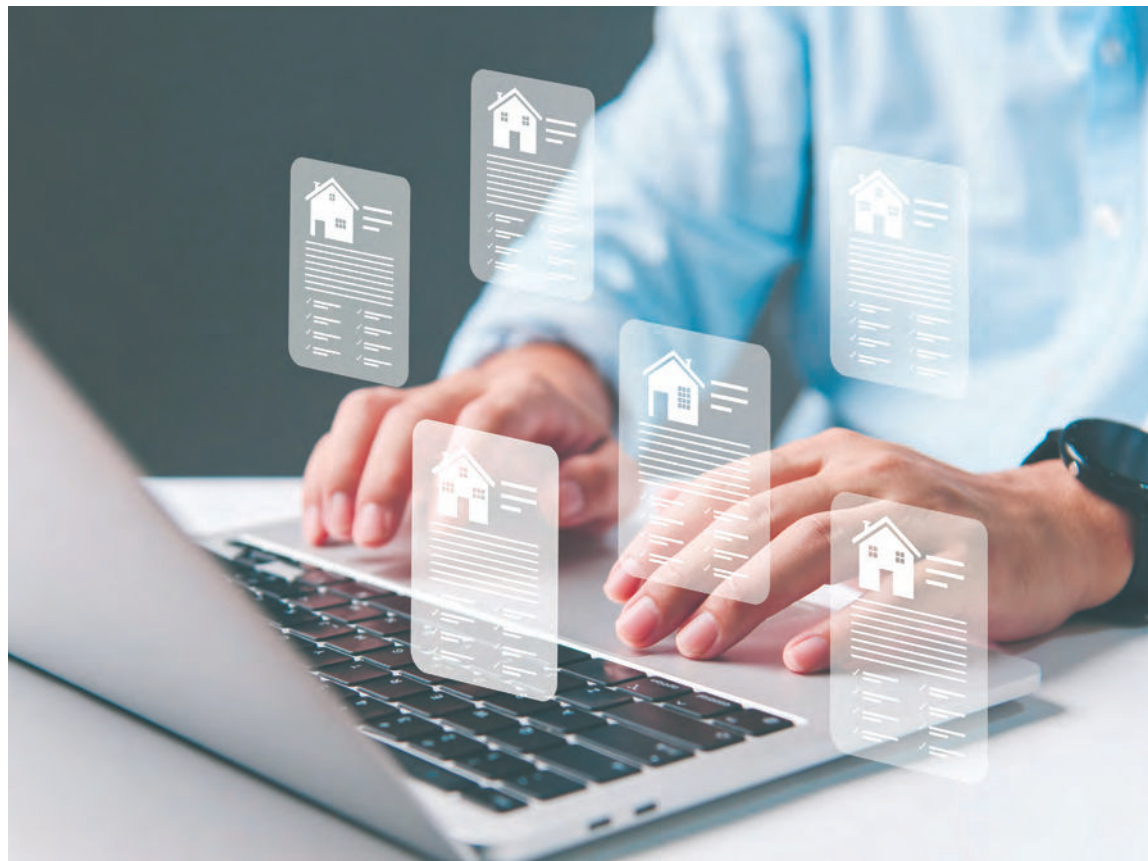
Na gości czekają technologiczne niespodzianki, np. Manager Pobytu Click & Stay – spersonalizowany panel online, do którego trafiają przed przyjazdem do apartamentów. Znajdują się tam wszystkie kluczowe informacje, m.in. instrukcje zameldowania, kody do drzwi, dane kontaktowe, oferty specjalne i zniżki partnerskie. Dzięki temu turyści nie muszą dzwonić, by uzyskać dostęp do apartamentu. Mogą się zameldować całkowicie bezkontaktowo, np. korzystając z kluczomatu czy klamki.

Automatyka, która ułatwia życie – gościom i właścicielom
Technologia nie kończy się na rezerwacji. Firmy korzystają z systemów automatycznego sterowania temperaturą w apartamentach – co jest ważne nie tylko dla komfortu gości, ale także np. dla oszczędności energetycznych, na których zależy właścicielom. Wdraża się również narzędzia do dynamicznego zarządzania cenami – oparte na sztucznej inteligencji; korzysta z narzędzi RMS, które analizują obłożenie i dostosowują ceny do aktualnego popytu. To duże ułatwienie w zarządzaniu przychodami.

Nowoczesna komunikacja i automatyzacja marketingu

W planach i testach znajdują się kolejne udogodnienia, m.in. chatboty z AI, które mają wspierać obsługę zapytań gości. Testuje się także rozwiązania, aby goście mogli łatwiej się dodzwonić lub otrzymać odpowiedź od razu przez komunikator. Sprawdzane jest też, jak AI może wspierać w komunikacji, choć wiadomo – sztuczna inteligencja nadal nie zastąpi relacji z człowiekiem.

Firmy korzystają również z syste-



mów automatyzacji – analizując dane behawioralne i historię pobytów, by tworzyć bardziej trafne i spersonalizowane oferty. Marketing automation pozwala lepiej zrozumieć potrzeby klientów i odpowiadać na nie już na poziomie strony internetowej.

Wyzwania i efekty wdrażania nowych technologii

Choć kierunek jest jednoznaczny, wdrażanie automatyzacji bywa wyzwaniem. Najtrudniejsze jest

tempo zmian – dotyczą one całych organizacji, ale są konieczne. My skupiamy się na tym, co pozytywne. Dzięki cyfryzacji zespół jest odciążony z powtarzalnych zadań, może skupić się na obsłudze gości i podnoszeniu jakości usług.

Pozytywnie na zmiany reagują również właściciele apartamentów. To leży w ich interesie. Mają większą przejrzystość, lepszy dostęp do danych, a my dbamy też o ich rachunki, optymalizując

zużycie mediów. Digitalizacja oznacza dla nich większą kontrolę i większy spokój.

Jaką rolę będzie odgrywać technologia w przyszłości? Ogromną. Dążymy do tego, by wszystko było coraz szybsze, wygodniejsze, często bez udziału człowieka. Ale jednocześnie nie możemy zapominać, że relacja ludzka nadal ma ogromne znaczenie – szczególnie w usługach hospitality. Technologia ma wspierać, a nie zastępować.

Kluczowe trendy w projektowaniu hoteli

Według GUS w 2023 roku z usług hotelarskich w Polsce skorzystało 36,2 mln osób – o 5,8 proc. więcej niż rok wcześniej.

Rynek oferuje zróżnicowane obiekty: od butikowych hoteli miejskich po luksusowe resorty nad morzem i w górach. W projektowaniu obiektów hotelowych wyraźnie rysują się jednak wspólne trendy.

Kim jest współczesny gość hotelowy?

Dzisiaj hotele muszą odpowiadać na potrzeby dwóch głównych grup: klientów budżetowych oraz tych szukających luksusu i wyjątkowych udogodnień. Dla obu grup kluczo-

we jest „guest experience” – kompleksowe wrażenia z pobytu, które projektanci muszą przewidzieć na każdym etapie realizacji inwestycji. Jak podkreśla Miłosz Wiesiołek z firmy PM, odpowiedzialnej za zarządzanie projektami hotelowymi, każdy detal ma znaczenie – od bryły budynku po funkcjonalność pokoi. Kluczowe jest powiązanie wizji inwestora z budżetem, harmonogramem i jakością. Terminowość jest priorytetem – opóźnienia generują straty i wyższe koszty.

Pięć głównych trendów projektowych:

Ekologia i zrównoważony rozwój
Zielone budownictwo to dziś standard. Hotele są projektowane z myślą o minimalizacji wpływu na środowisko – stosuje się recykling wody, panele fotowoltaiczne, zielone dachy i systemy zarządzania energią. Zrównoważone rozwiązania wdraża się także w modernizacjach starszych obiektów. Świadomość ekologiczna gości oraz regulacje prawne sprzyjają inwestycjom w ten obszar.

Technologia i automatyzacja
Systemy BMS (zarządzanie budynkiem) pozwalają kontrolować

zużycie mediów, oświetlenie czy temperaturę. Goście cenią możliwość personalizacji pokoju za pomocą aplikacji – to już niemal norma w hotelach premium.

Przestrzeń wspólna

Goście oczekują czegoś więcej niż łóżko – wspólne przestrzenie, takie jak strefy coworkingowe, kawiarnie czy miejsca do relaksu, sprzyjają integracji, inspiracji i tworzą społeczny charakter obiektu.

Nietuzinkowy design

Wyjątkowy, angażujący wszystkie zmysły wystrój zwiększa szansę na powrót gościa. Regionalna sztuka,

lokalne smaki czy kulturowe akcenty czynią hotel autentycznym i wyróżniającym się.

Zdrowie i wellness

Oferta wellness to dziś must-have. Goście chcą trenować i relaksować się także w podróży. Wyzwanie stanowi integracja stref sportowych i spa z resztą obiektu tak, by zachować prywatność i estetykę.

Projektowanie hoteli to dziś nie tylko odpowiedź na potrzeby użytkowników, ale też szansa na tworzenie nowej jakości w przestrzeni – funkcjonalnej, inspirującej i zrównoważonej.

Potencjał polskiego rynku hotelarskiego

Branża hotelarska w Polsce ponownie ma się dobrze na tle innych państw sStarego Kontynentu i jest to dobry znak na 2025 r.

Spadki z poprzednich lat zostały wyrównane – polski sektor hotelowy powraca do dawnego poziomu, w niektórych miastach osiągając wskaźniki obłożenia równe tym sprzed 2020 r. Jesteśmy krajem atrakcyjnym dla turystów – zarówno lokalnych, jak i zagranicznych. Ponadto, coraz częściej mówi się o Polsce jako rynku hotelarskim, który przyciąga inwestorów.

Polski rynek hotelarski w 2024 r. intensywnie się rozwijał i jest to dobry znak na początek 2025 r. W 2024 r. wzrosty widoczne były zarówno w kontekście średnich przychodów z pokoju (RevPAR), jak i obłożenia. Dane zgromadzone za 12 miesięcy od października 2023 r. na rynku warszawskim i krakowskim [w raporcie CoSTAR] wskazują, że stolica może pochwa-

lić się 2,5 proc. wzrostem RevPAR r/r, Kraków natomiast 8,6 proc. Liczba turystów zarówno krajowych, jak i zagranicznych wzrasta z każdym rokiem. Według danych GUS w okresie styczeń-sierpień 2024 r. liczba turystów ogółem wyniosła 26,06 mln wobec 24,69 mln w analogicznym okresie 2023 r. Tylko w sierpniu 2024 r. do Polski przyjechało o 175,43 tys. więcej turystów zagranicznych. Pod względem całkowitej liczby gości w I kw. 2024 r. Polska znalazła się na 7. miejscu w Europie, wyprzedzając takie kraje jak Portugalia, Grecja czy Chorwacja*.

Wśród Polaków wzrasta również popularność krótkich wyjazdów typu City Break. Według badania** przeprowadzonego przez SW Research na zlecenie Leonar-

do Hotels 75 proc. dorosłych Polaków korzysta z wyjazdów w tym modelu. Co trzeci ankietowany (36 proc.) deklaruje więcej niż jeden wyjazd w takim modelu odpoczynku. Co piąty respondent (22 proc.) korzysta z niego raz do roku, a rzadziej niż raz do roku – 19 proc. respondentów.

Trendy na najbliższe lata

Polska wyrasta na jeden z najbardziej perspektywicznych rynków hotelarskich w Europie, przyciągając zarówno podróżnych, jak i inwestorów. Zgodnie z danymi w raporcie CoSTAR w latach 2023–2025 Warszawa i Kraków odnotowują wzrost liczby obiektów hotelowych odpowiednio o 8 proc. i 2 proc. W nadchodzącym roku rozwinięciem się również infrastruktura podróżnicza. Z Lotniska Chopina w Warszawie pod koniec 2024 r. wystartowały loty na Teneryfę i do Innsbrucku, zaś w lutym 2025 r. otwarte zosta-

nie bezpośrednie połączenie do Lizbony. Lotnisko w Krakowie proponuje nowe połączenia do takich miast, jak: Bolonia, Włocławek, Bukareszt, Mediolan Malpensa, Marrakesz, Birmingham oraz Izmir. Te zmiany otwierają nowe możliwości dla rynku hotelarskiego, zwiększając dostępność Polski dla międzynarodowych gości i wzmacniając jej pozycję jako centrum podróży biznesowych i turystycznych.

W samej stolicy również prowadzone są działania, aby zwiększyć komfort przemieszczania się turystów i mieszkańców. Jednym z nich jest oddanie do użytku podziemnego przejścia dla pieszych między Dworcem Centralnym a Varso Tower, w którym znajduje się drugi z hoteli sieci Leonardo w Warszawie – NYX Hotel Warsaw.

Wzrost średniego przychodu z pokoju (RevPAR) wskazuje na

opłacalność inwestycji w sektorze hotelowym, przyciągając uwagę inwestorów na polskim rynku. W odpowiedzi na rosnące oczekiwania gości – zarówno pod względem komfortu, jak i jakości obsługi – nowe obiekty oraz podnoszony standard usług stają się kluczowym elementem wzrostu wartości rynku. Warszawa i Kraków umacniają swoją pozycję jako atrakcyjne lokalizacje inwestycyjne, przyciągające wymagających podróżnych i podkreślające rozwój sektora turystycznego w Polsce.

* Źródło danych: Eurostat

** Badanie przeprowadziła agencja SW Research na zlecenie Leonardo Hotels Polska w maju 2024 roku. Metoda badawcza: wywiady on-line (CAWI) na panelu internetowym SW Panel. Próba badawcza i respondenci: przeprowadzono 802 ankiety z reprezentatywną próbą Polek i Polaków powyżej 18 roku życia, zgodnie z rozkładem płci, wieku i klasy wielkości miejscowości.

REKLAMA



Obniż koszty i skróć czas obsługi gości nawet o 30%

Wszystko, czego potrzebujesz w jednym urządzeniu!

All in One

- System POS
- Drukarka fiskalna
- Terminal płatniczy