

Kde tlačí topánka slovenských hotelierov?

Výsledky Veľkého HORECA prieskumu



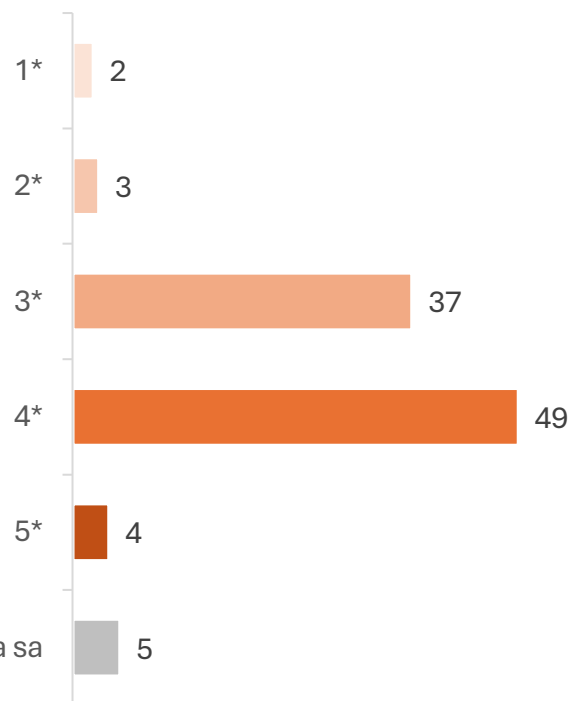
Metodika

- **Zber dát:**
DATA on Steroids
- **Cieľová skupina:**
majitelia, riaditelia hotelov, vyšší a stredný manažment
- **Počet otázok:**
93 otázok v 7 okruhoch
- **Veľkosť vzorky:**
211 respondentov
- **Dátum zberu:**
september - október 2024

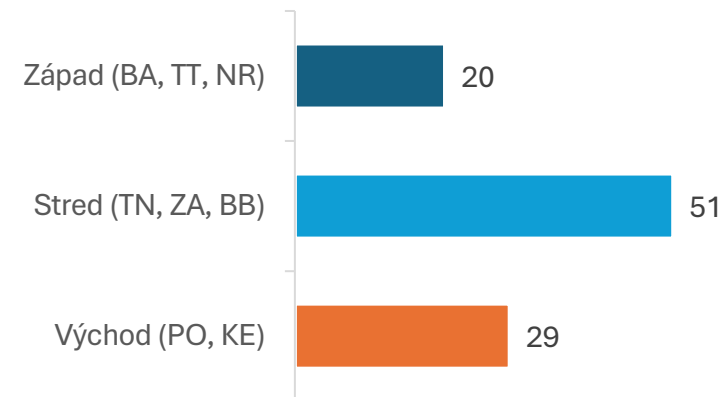


Typ zariadenia

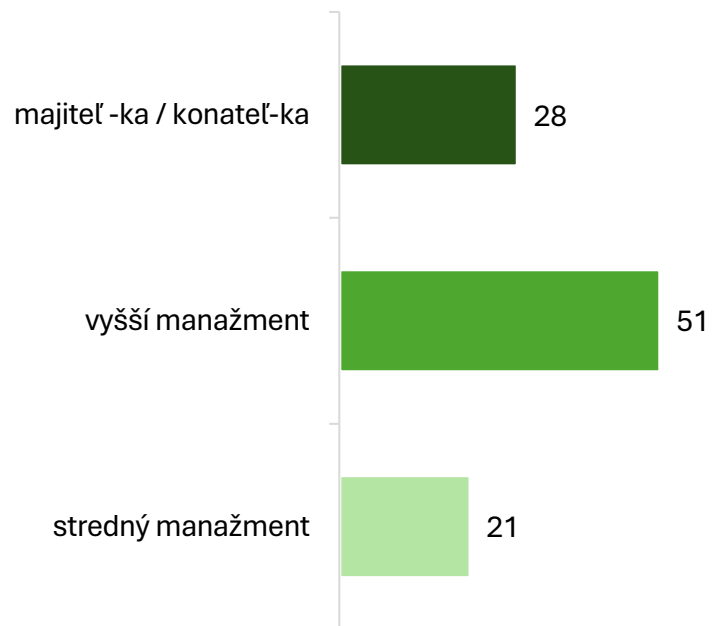
Trieda



Región



Pracovné zaradenie



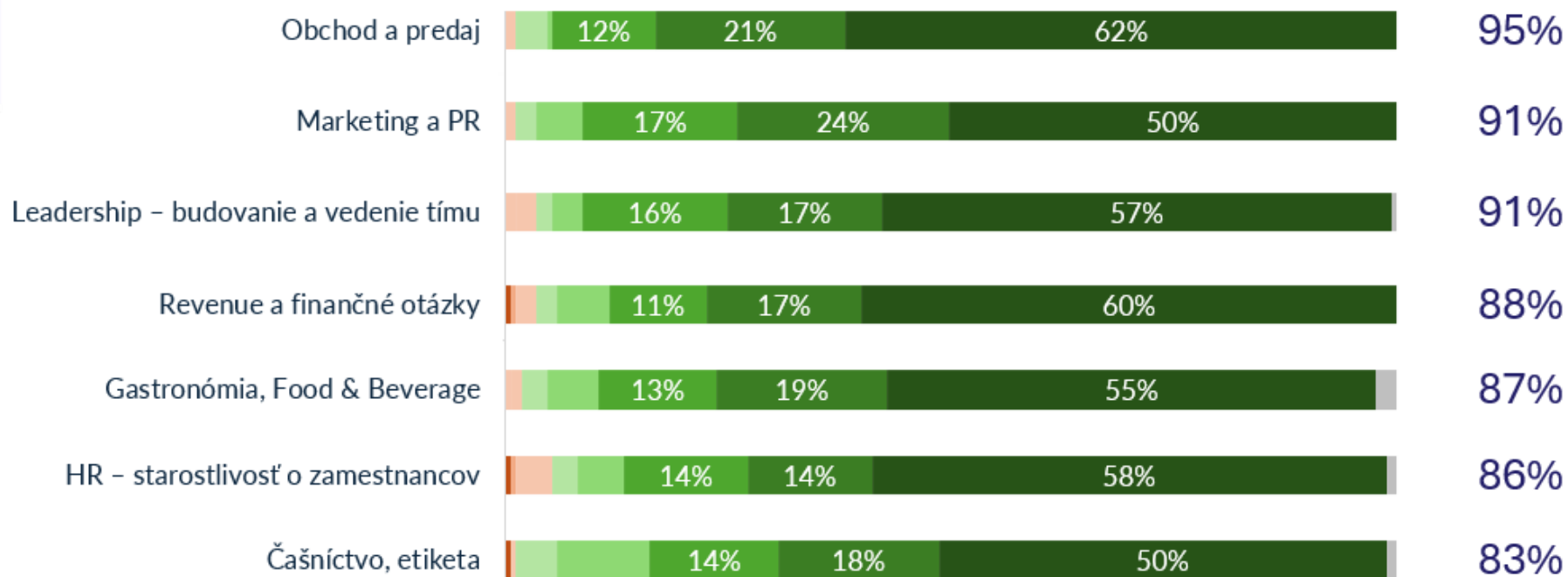
n = 173
v %

Skúmané okruhy

1. HR – starostlivosť o zamestnancov
2. Leadership – budovanie a vedenie tímu
3. Revenue a finančné otázky
4. Marketing a PR
5. Obchod a predaj
6. Čašníctvo, etiketa
7. Gastronómia, Food & Beverage



Čo je dôležité pre úspešný chod hotela

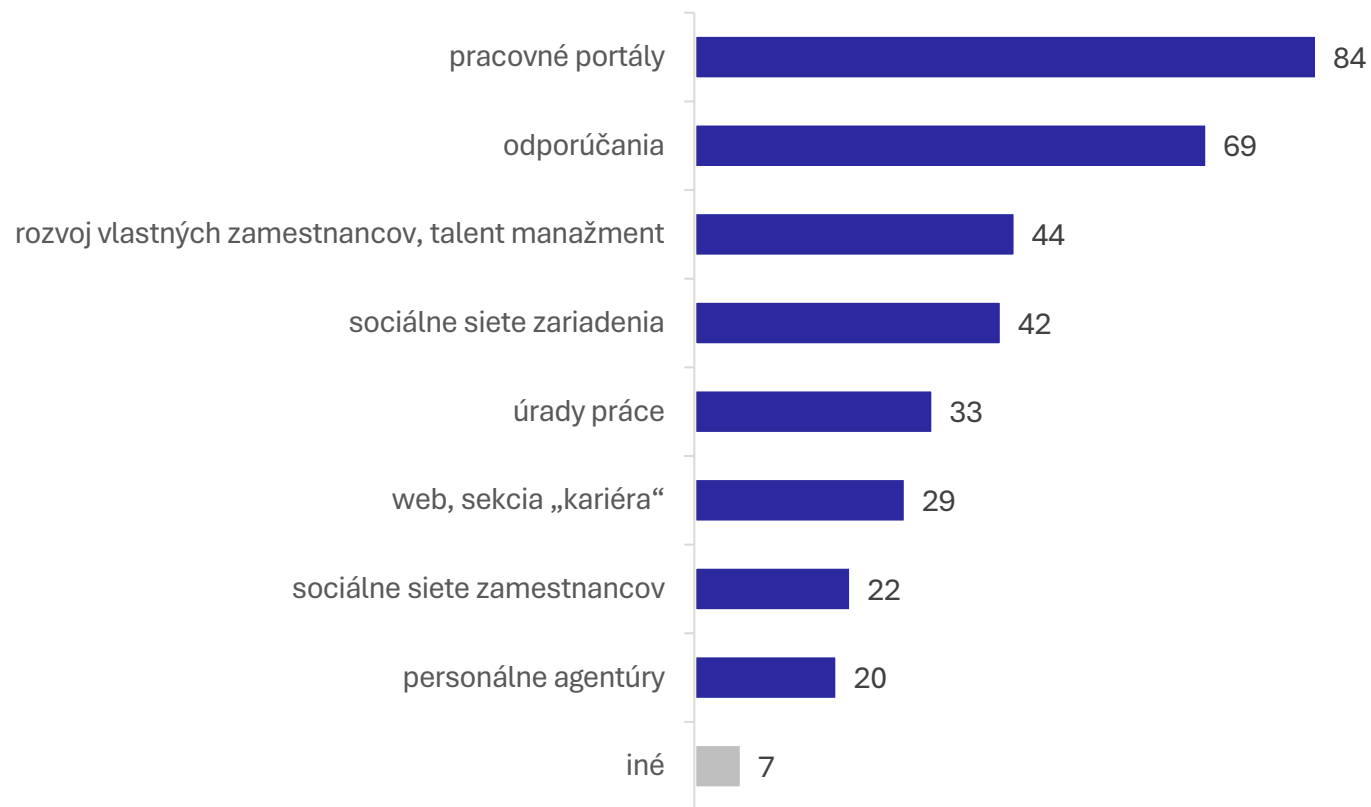


1. HR



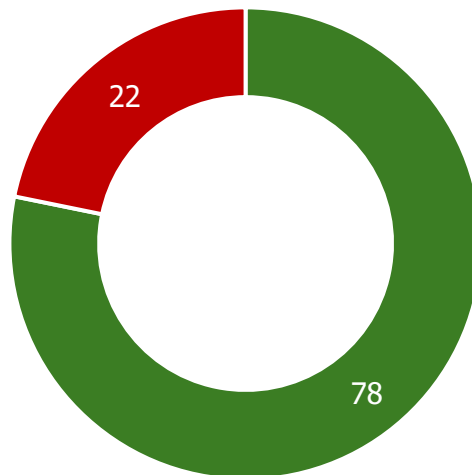
Pracovné portály a odporúčania sú najvyužívanejšie náborové formy.

Ako vyhľadávate nových zamestnancov?



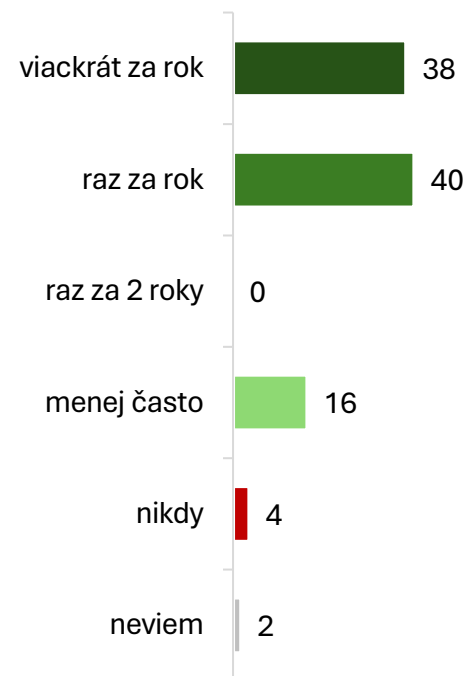
Viac ako 3/4 zariadení vykonáva prieskumy spokojnosti aspoň raz za rok.

Máte procesy na adaptáciu nových zamestnancov?



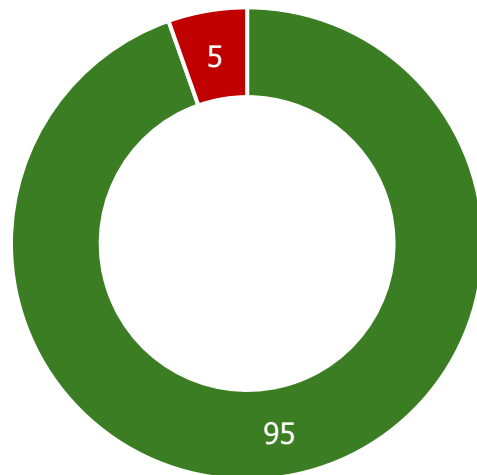
■ áno ■ nie

Ako často vykonávate prieskumy spokojnosti zamestnancov?



Služby a výhody poskytované priamo zariadením sú najčastejšie benefity.

Ponúkate nejaké benefity pre zamestnancov?



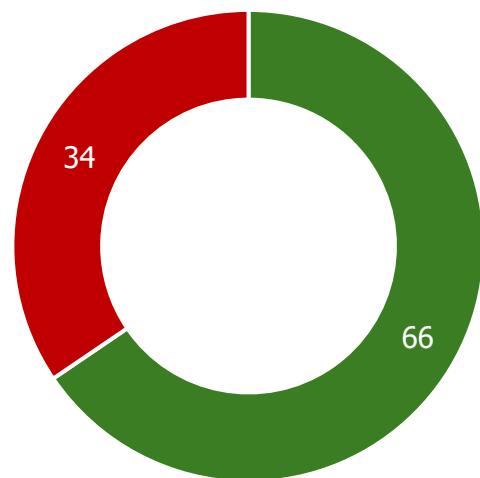
■ áno ■ nie

Aké benefity ponúkate?



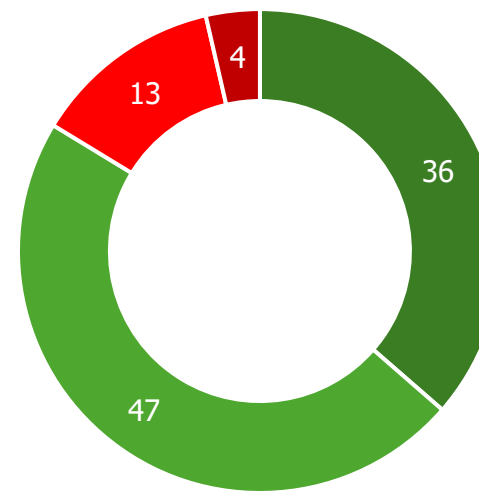
2/3 zariadení má motivačné systémy, pričom o ich účinnosti pochybuje len 17% opýtaných.

Máte systém na motiváciu
zamestnancov?



■ áno ■ nie

Ako vo všeobecnosti hodnotíte
účinnosť týchto systémov pri
znižovaní fluktuácie zamestnancov?

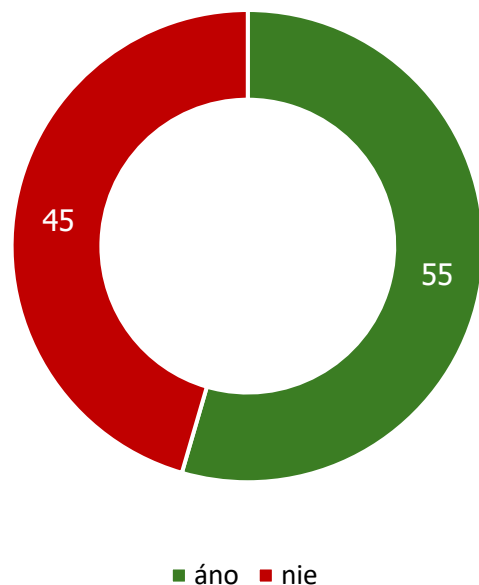


■ účinné ■ skôr účinné ■ skôr neúčinné ■ neúčinné

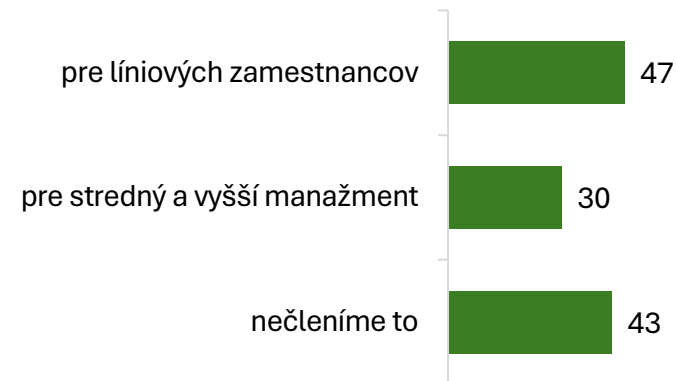


System vzdelavania

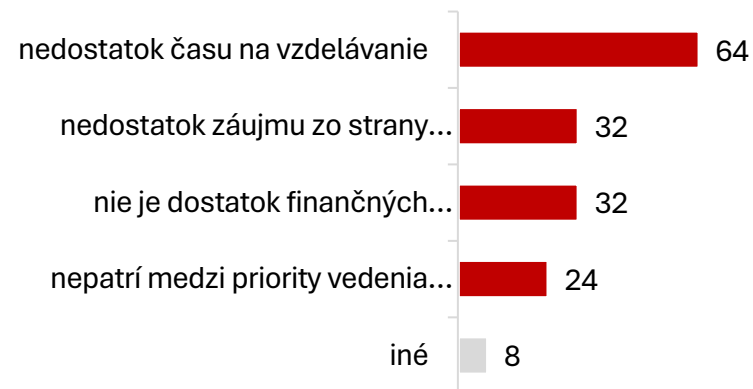
Máte interný systém vzdelávania zamestnancov?



Aké vzdelávanie poskytujete?

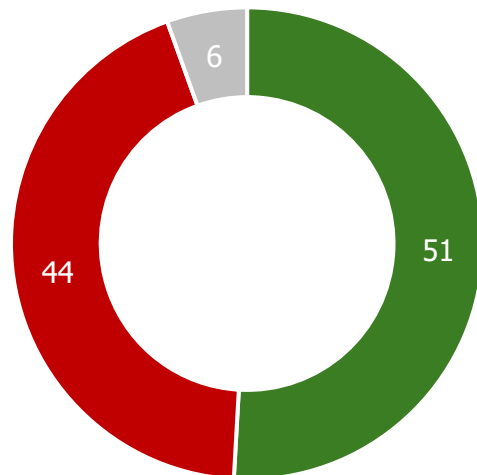


Prečo nemáte systém vzdelávania?



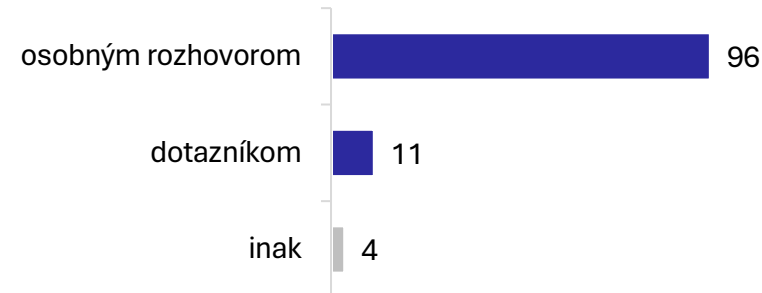
Každé druhé zariadenie má problémy s fluktuáciou. Dôvody riešia väčšinou osobným pohovorom.

Pocítujete vo Vašej spoločnosti, zariadení problémy s fluktuáciou zamestnancov?



■ áno ■ nie ■ neviem

Ako zisťujete dôvody odchodu zamestnancov?



Až 2/3 opýtaných uviedlo, že najväčší problém pri udržaní zamestnancov sú financie.

Aké sú podľa Vás vo všeobecnosti na trhu najväčšie výzvy pri udržiavaní zamestnancov?

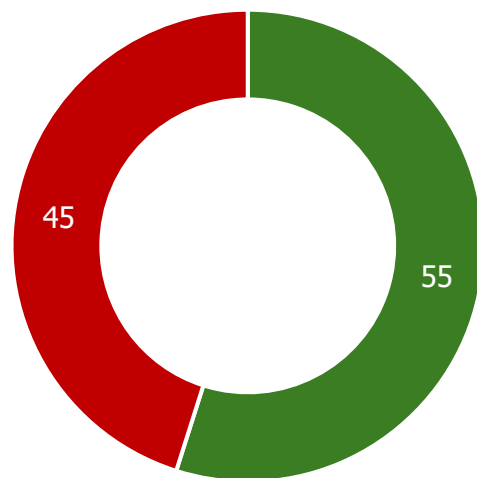


2. Leadership- budovanie a vedenie tímu



Len o niečo viac ako polovica opýtaných deklarovala, že absolvovala kurz na správne budovanie a vedenie tímu.

Absolvovali ste si niekedy kurz leadershipu?

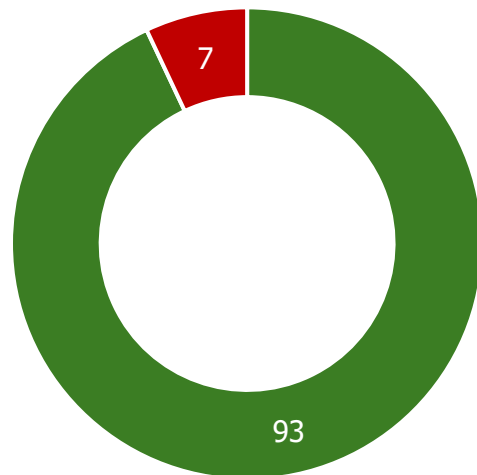


■ áno ■ nie



Spätná väzba je v HORECA segmente bežnou záležitosťou. Len 7% uviedlo, že ju neposkytuje.

Poskytujete svojim zamestnancom pravidelnú spätnú väzbu?



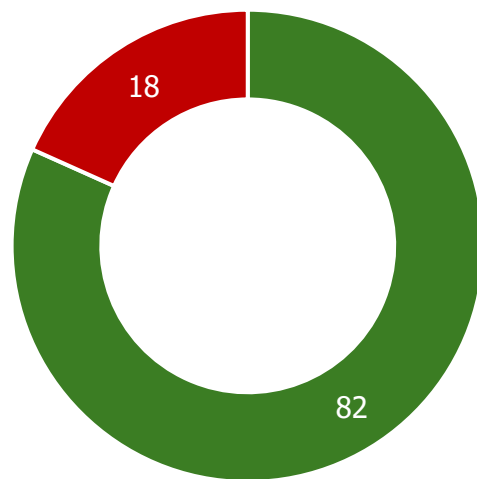
■ áno ■ nie

O ktorých témach pravidelne komunikujete so svojim tímom?



Rovnako, vysoký podiel zariadení (82%) má jasne komunikovanú ich víziu a hodnoty.

Máte v zariadení jasne komunikovanú víziu a hodnoty organizácie?

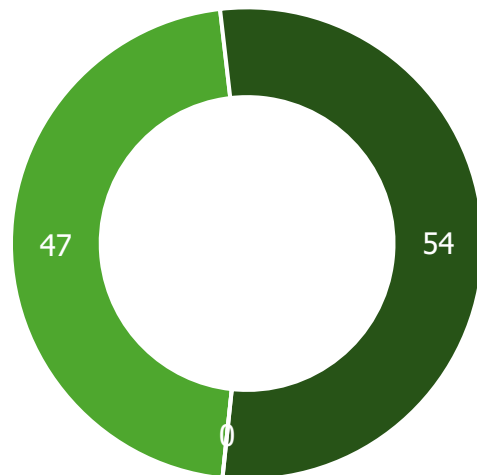


■ áno ■ nie



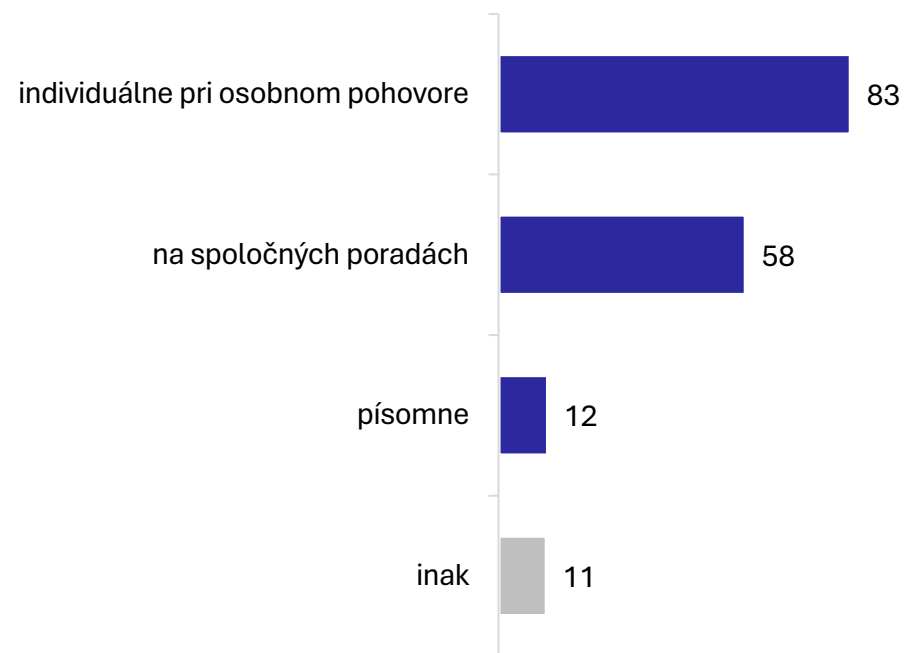
Oceňovanie je absolútnu samozrejmosťou. Robia tak najčastejšie individuálne pri osobnom pohovore.

Oceňujete svojich
zamestnancov?



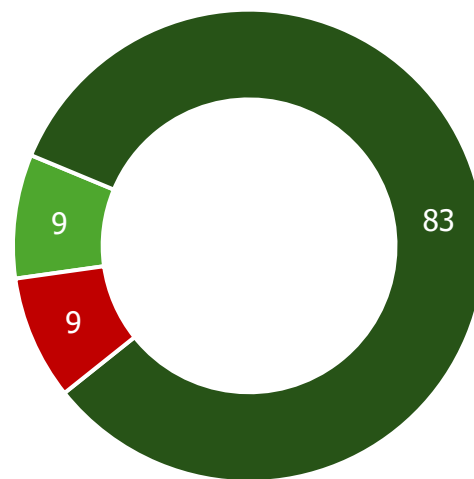
■ áno, občas ■ áno, pravidelne ■ nie

Ako zvyknete oceňovať svojich
zamestnancov



Až 83% opýtaných manažérov sa považuje za priateľsky typ.

Za aký typ manažéra sa skôr považujete?



■ autoritatívny ■ priateľsky ■ neviem posúdiť

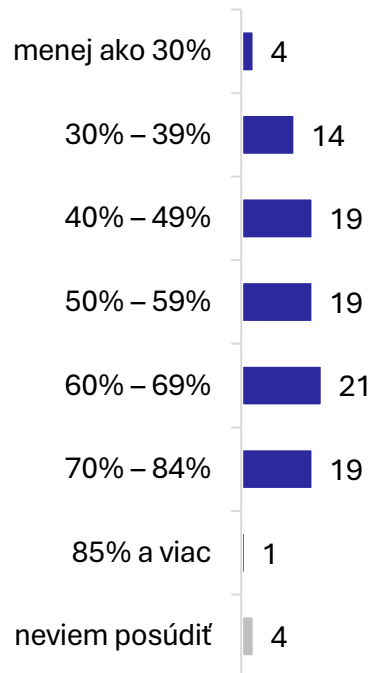


3. Revenue a finančné otázky

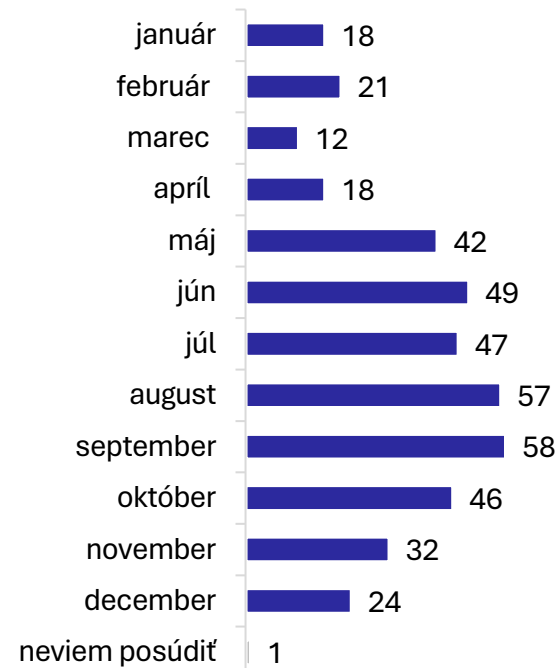


Priemerná obsadenosť je pomerne rovnomerne rozdelená v intervale 30-85%.

Aká je priemerná ročná obsadenosť Vášho ubytovacieho zariadenia?

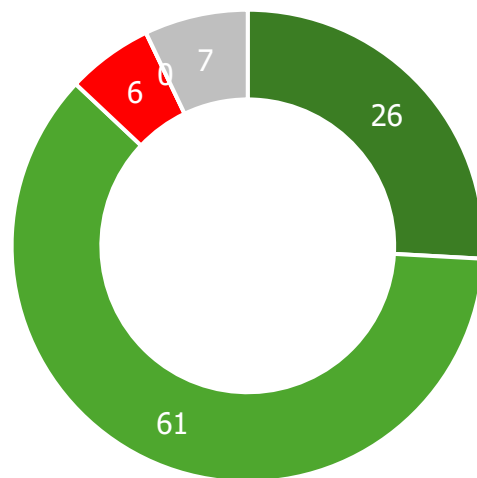


Ktoré mesiace v roku sú pre Vaše zariadenie najziskovejšie?



Až 87% opýtaných sa domnieva, že má správne určenú cenovú stratégiu.

Myslíte si, že máte správne určenú cenovú stratégiu pre jednotlivé segmenty?

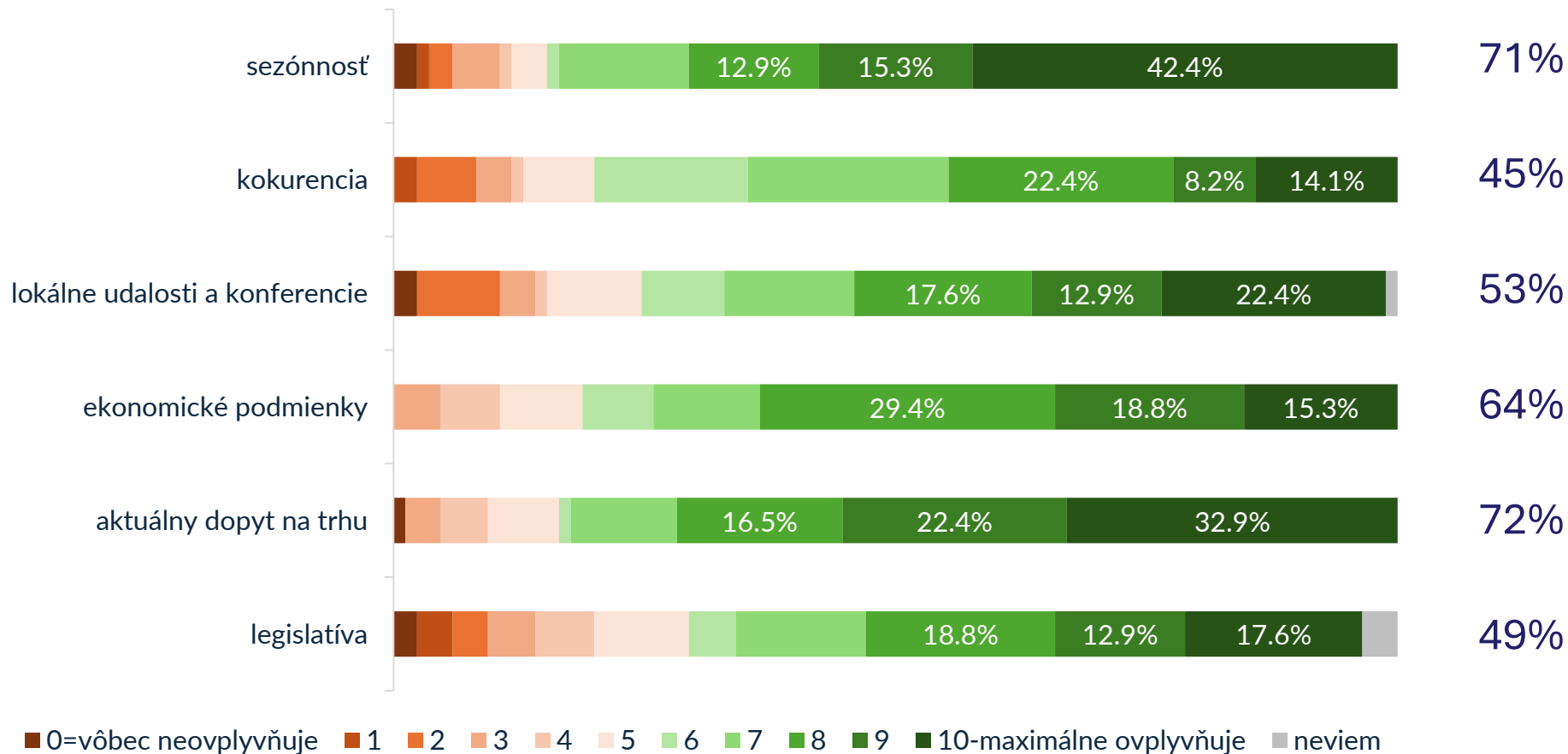


■ áno ■ skôr áno ■ skôr nie ■ nie ■ neviem posúdiť



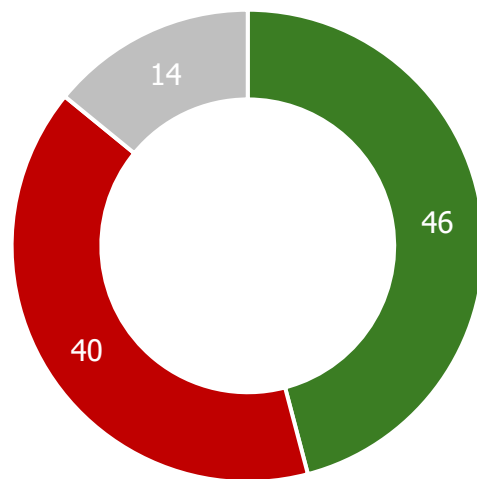
Do akej miery ovplyvňujú externé faktory Vašu cenovú stratégiu?

TOP 3



Revenue manažment má potenciál rozvoja – iba necelá polovica zodpovedných zamestnancov ho má zvládnuť.

Majú všetci zodpovední
zamestnanci dostatočne
zvládnutý revenue manažment?



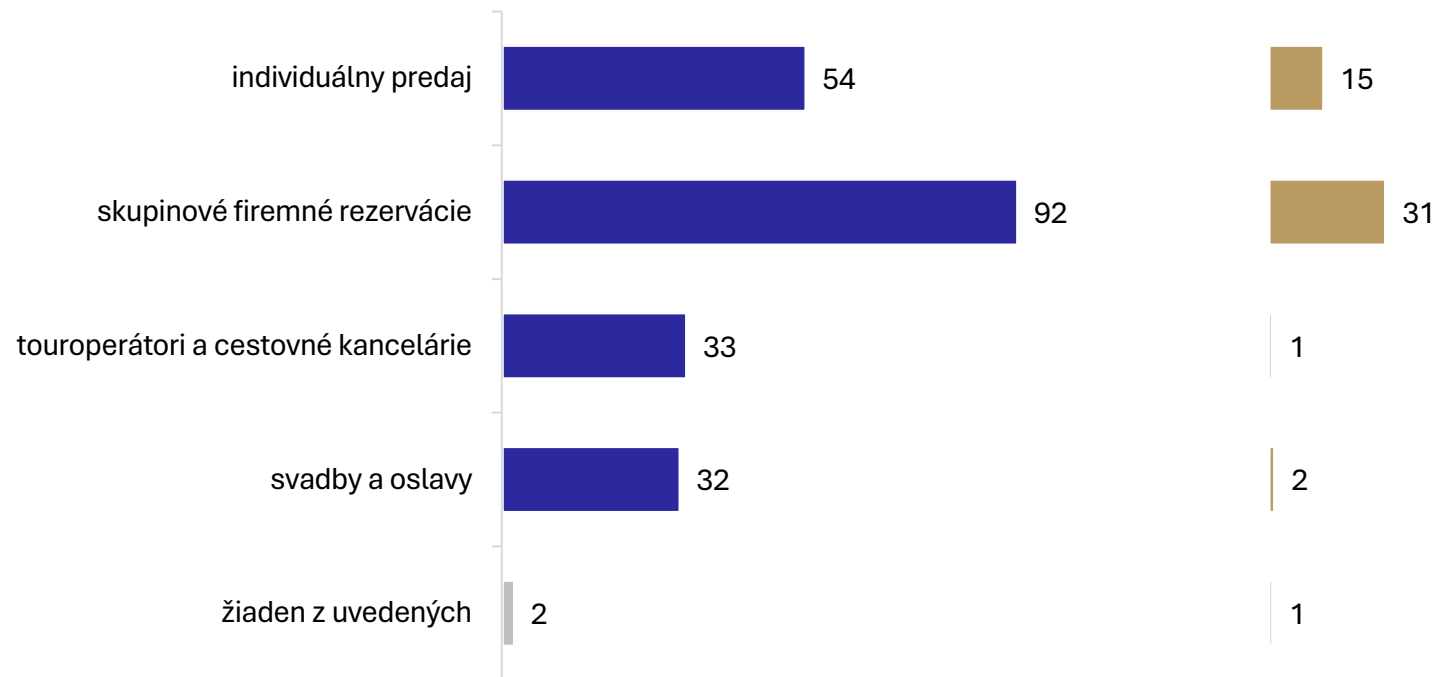
■ áno ■ nie ■ neviem



Skupinové firemné rezervácie sú jednoznačne segmentom s najväčšou prioritou rozvoja.

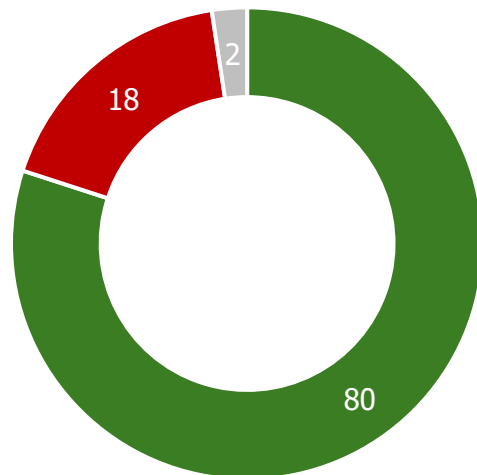
V ktorých segmentoch by ste chceli dosahovať lepšie výsledky a mať viac rezervácií?

Ktorý segment je pre Vás kľúčový?



8 z 10 opýtaných má pripravený plán tržieb. Veľký podiel zariadení taktiež plánuje svoju obsadenosť, polovica aj priemernú cenu.

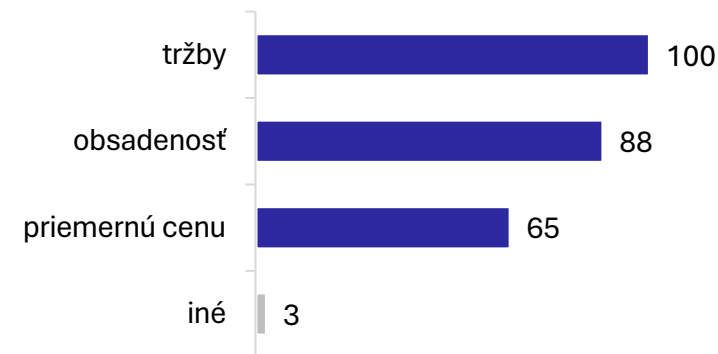
Máte pripravený plán tržieb,
ktoré chcete dosiahnuť tento rok
na svojom hoteli?



■ áno ■ nie ■ neviem

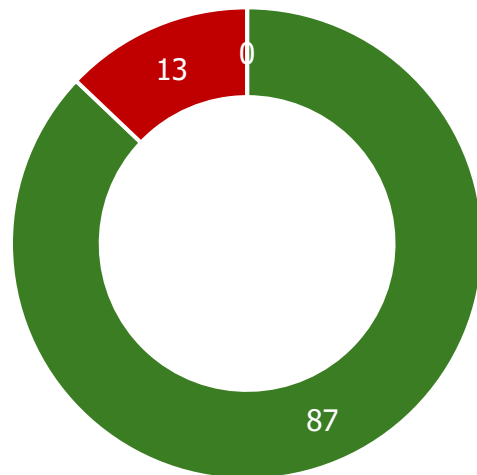


Čo zahŕňajú Vaše plány?



Takmer 9/10 zariadení má vlastný rezervačný systém. Najväčší potenciál rozvoja vidia v technickej podpore.

Máte vlastný rezervačný systém?



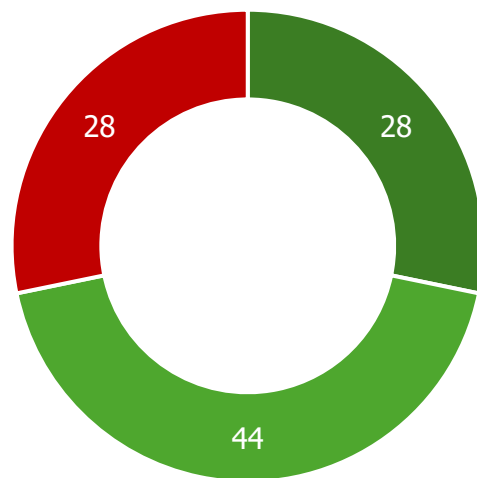
■ áno ■ nie ■ neviem

Čo by ste chceli zlepšiť v rezervačnom systéme, ktorý v súčasnosti používate?



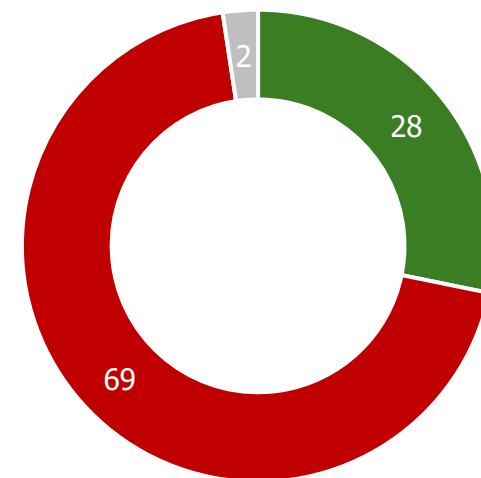
Traja zo štyroch opýtaných majú vo svojom zariadení zamestnanca, ktorý sa venuje revenue otázkam.

Máte vo Vašom zariadení zamestnanca, ktorý sa venuje revenue otázkam?



■ áno, revenue manažéra ■ áno, iná pracovná pozícia ■ nie

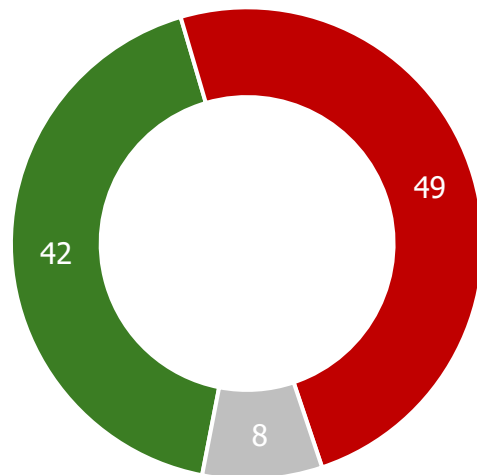
Využívate služby externých odborníkov na revenue oblasť?



■ áno ■ nie ■ neviem

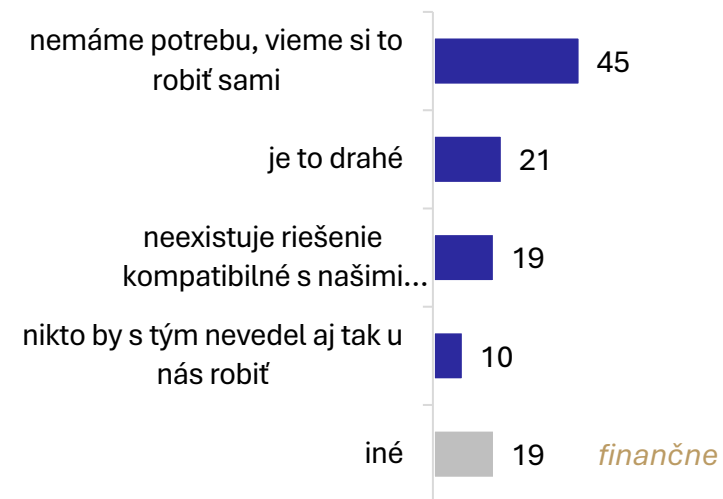
Polovica zariadení nevyužíva revenue SW. Najčastejším dôvodom je sebestačnosť, vedia to pokryť vlastnými zdrojmi.

Využívate revenue management softvér?



■ áno ■ nie ■ neviem

Prečo nevyužívate revenue management SW?



4. Marketing a PR



Štyria z desiatich opýtaných hodnotia úroveň ich marketingu neutrálne. Ďalších 12% je k tomuto úseku kritických.

Ako hodnotíte súčasnú úroveň Vášho marketingu?

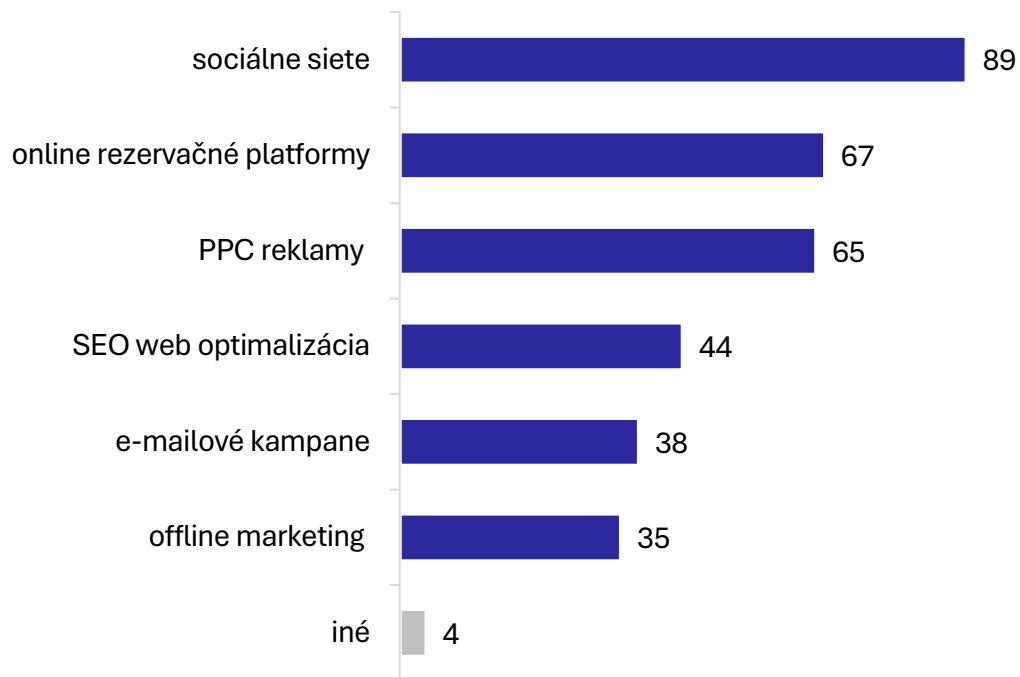


■ 1=velmi vysoká úroveň ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5=velmi nízka úroveň ■ neviem



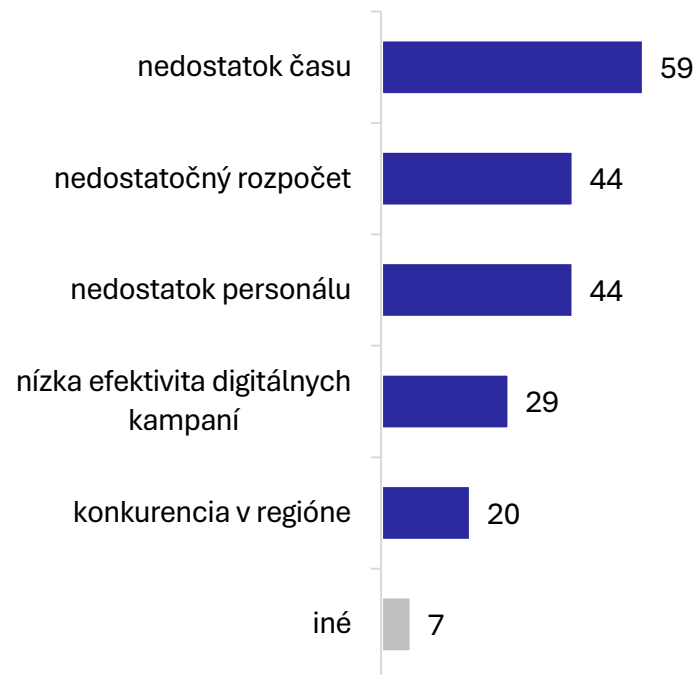
Na prítiahnutie nových zákazníkov sa javia najefektivejšie sociálne siete.

Aké marketingové kanály, ktoré používate, sú aktuálne najefektívnejšie na prítiahnutie nových zákazníkov?



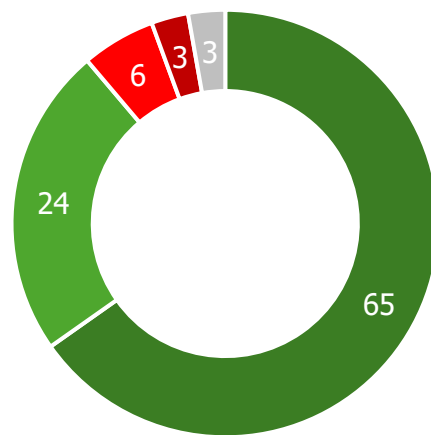
Najväčšou bariérou pri zvýšených marketingových aktivitách je čas.

Aké sú najväčšie výzvy, ktorým čelíte v oblasti marketingu?



2/3 opýtaných sú však s existujúcou klientelou v častom kontakte.

Ako často pracujete s existujúcou klientelou?

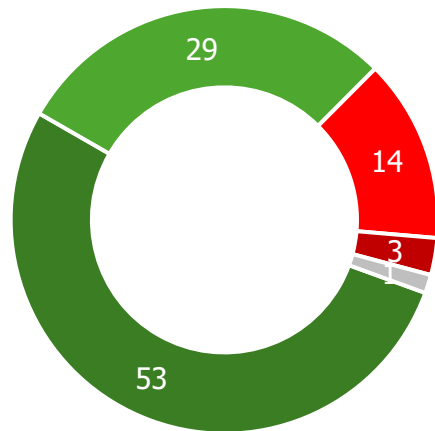


■ často ■ občas ■ zriedka ■ nikdy ■ neviem



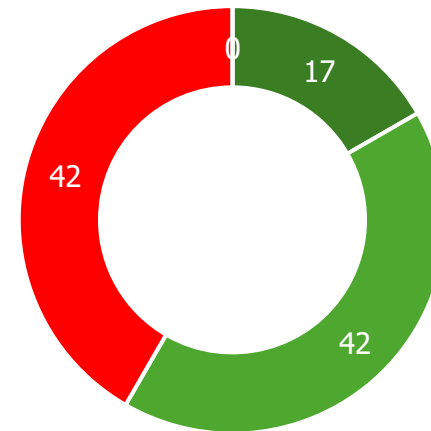
Viac ako polovica zariadení často využíva online recenzie a hodnotenia.

Ako často využívate online recenzie a hodnotenia?



■ často ■ občas ■ zriedka ■ nikdy ■ neviem

Plánujete v blízkej budúcnosti využívať online recenzie a hodnotenia?

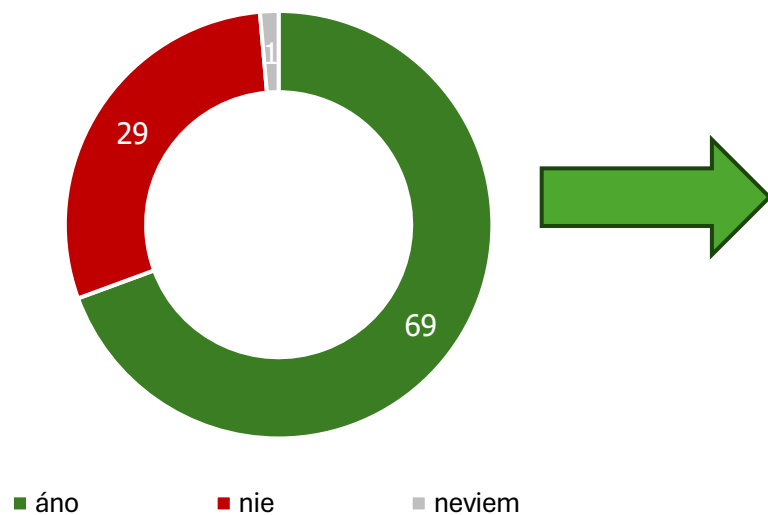


■ určite áno ■ skôr áno ■ skôr nie ■ určite nie

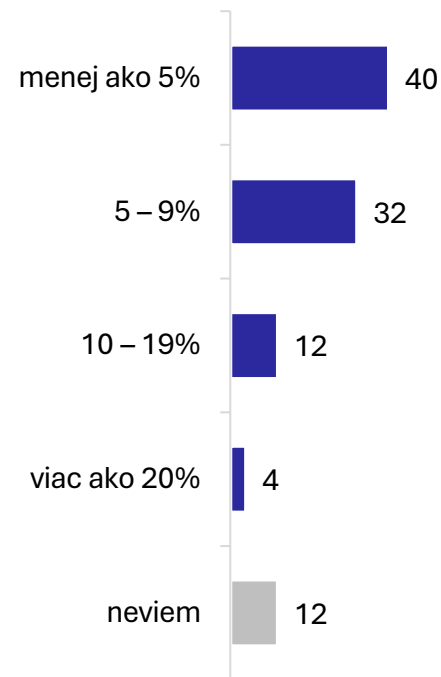


Až 3 z 10-tich oslovených nemajú marketingový rozpočet. Tí, čo ho majú, mkt rozpočet tvorí do 10% z celkového.

Máte vyhradený rozpočet na marketingové aktivity?

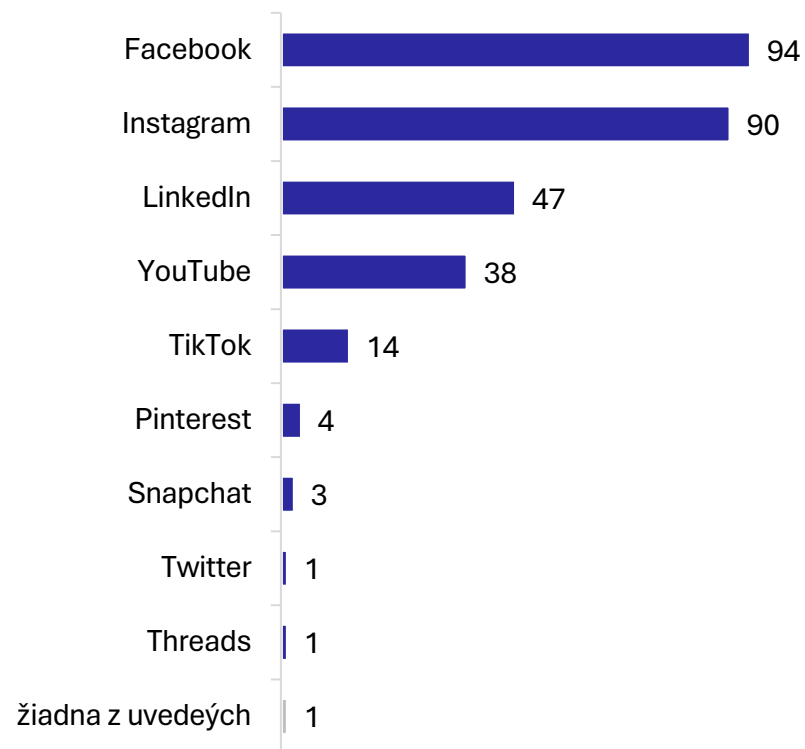


Aké percento Vášho celkového rozpočtu je alokované na marketing?



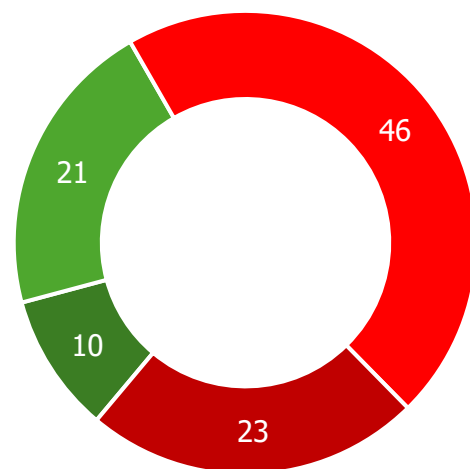
Ubytovacie zariadenia sú podľa očakávaní najaktívnejšie na Facebooku a Instagrame. Využívajú aj LinkedIn a YouTube.

Na ktorých sociálnych sieťach ste aktívni?



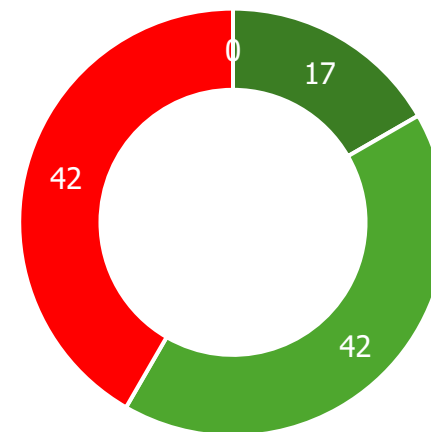
7 z 10-tich oslovených neškolí svojich zamestnancov v marketingovej oblasti a 42% z nich to neplánuje ani v budúcnosti.

Ako často investujete do školení a vzdelávania vašich zamestnancov v oblasti marketingu?



■ často ■ občas ■ zriedka ■ nikdy

Plánujete v blízkej budúcnosti využívať marketingové školenia a kurzy?

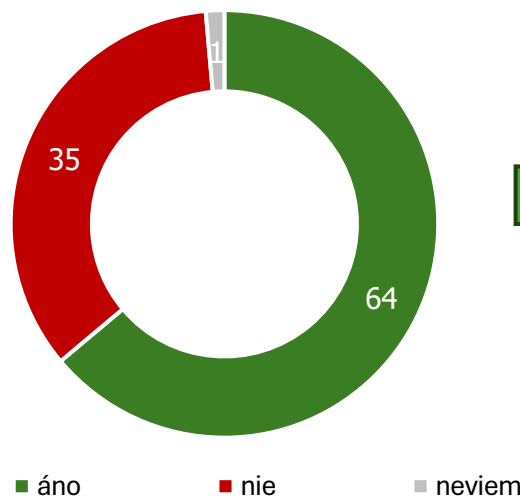


■ určite áno ■ skôr áno ■ skôr nie ■ určite nie

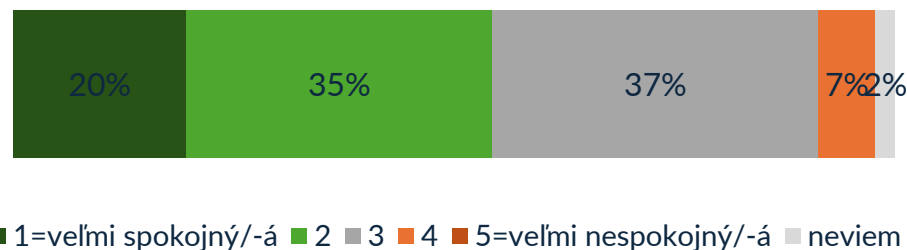


2/3 zariadení spolupracuje s externými marketingovými agentúrami, pričom prevláda s nimi spokojnosť (55%).

Spolupracujete s externými partnermi (agentúry, konzultanti) na Vašom marketingu?



Ako ste spokojný/-á so spoluprácou s externými marketingovými agentúrami?

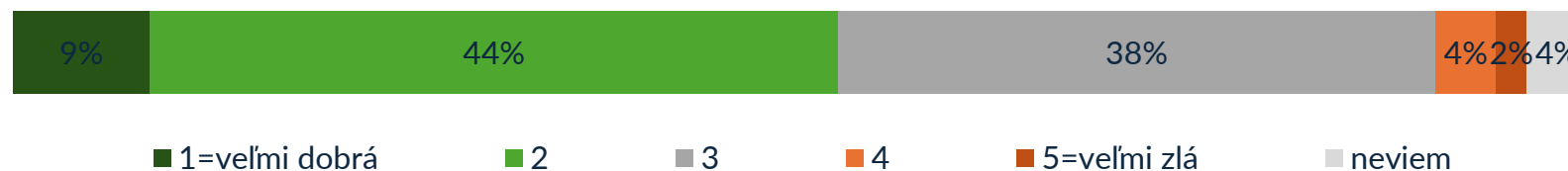


5. Obchod a predaj



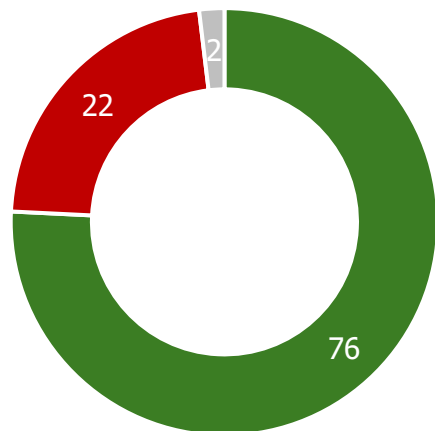
Viac ako polovica opýtaných hodnotí efektivitu a úspešnosť predajných procesov na recepcii pozitívne.

Ako hodnotíte efektivitu a úspešnosť aktuálnych
predajných procesov na recepcii?



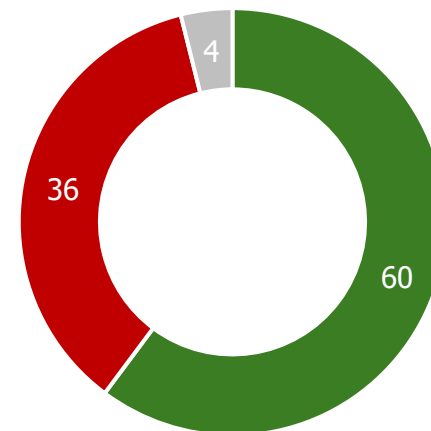
Up-sellingovú stratégiu má zavedených 76% zariadení, kým cross-selligovú len 60%.

Máte zavedenú up-sellingovú predajnú stratégiu?



■ áno ■ nie ■ neviem

Máte zavedenú cross-selligovú predajnú stratégiu?

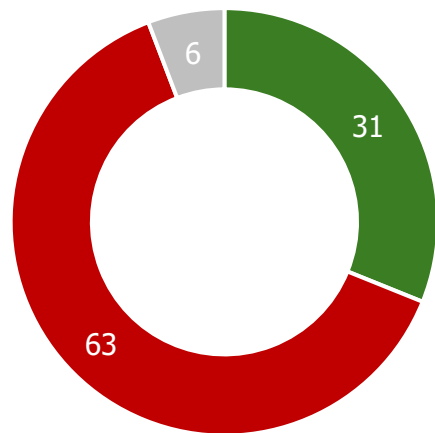


■ áno ■ nie ■ neviem



Len necelá tretina prevádzok pravidelne školí svoj personál na recepcii.

Má Váš personál na recepcii pravidelný tréning v oblasti predajných zručností?

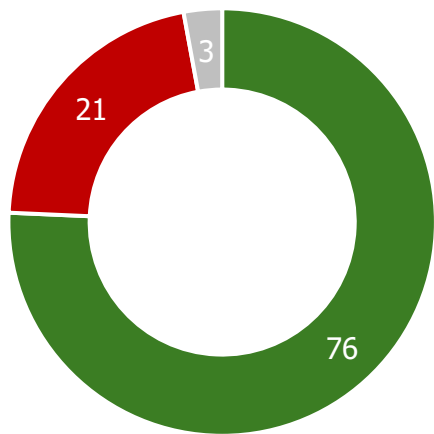


■ áno ■ nie ■ neviem



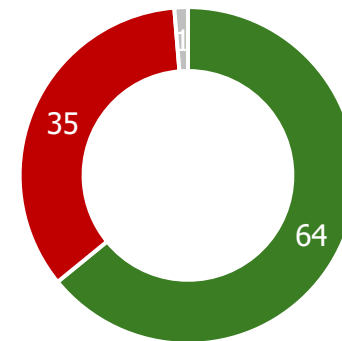
Dynamické ceny

Používate dynamické ceny na predaj ubytovania?



■ áno ■ nie ■ neviem

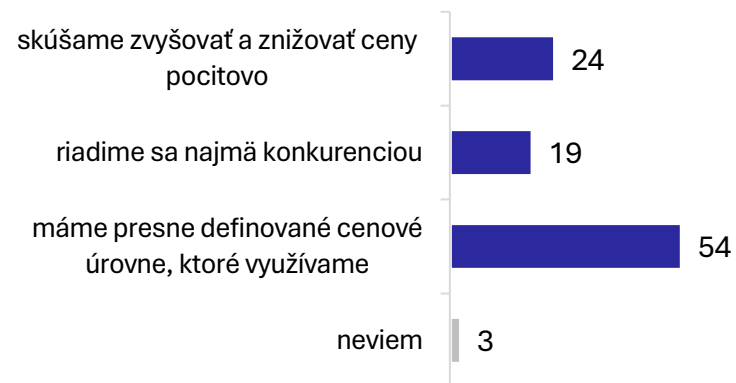
Využívate nástroje alebo softvéry na správu dynamických cien?



■ áno ■ nie ■ neviem

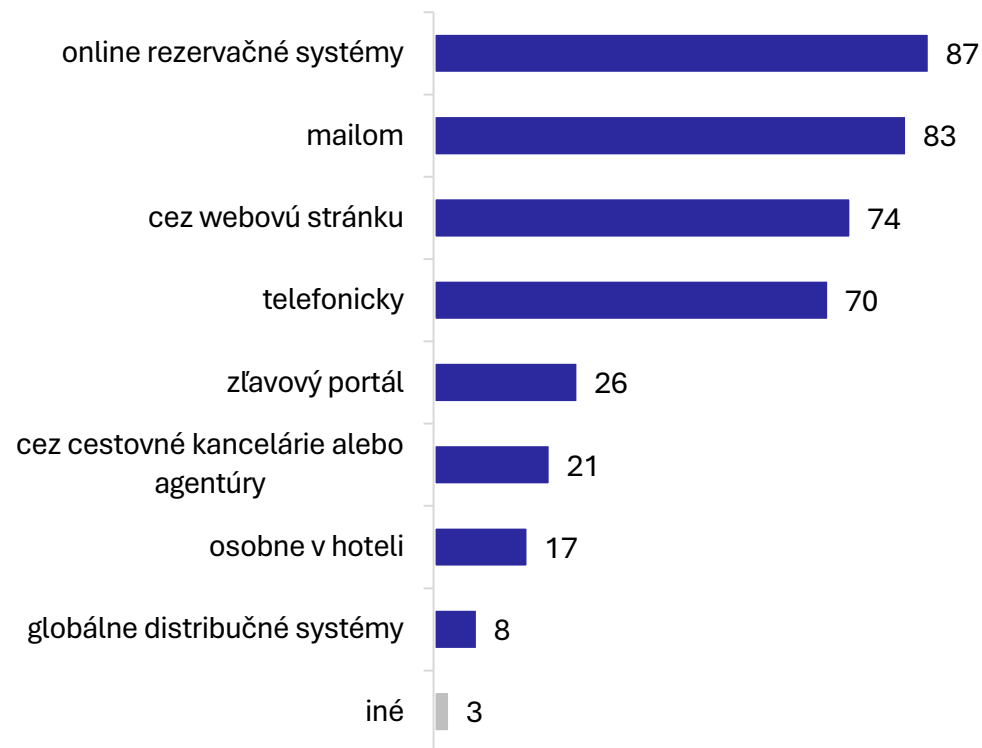


Aké percento Vášho celkového rozpočtu je alokované na marketing?



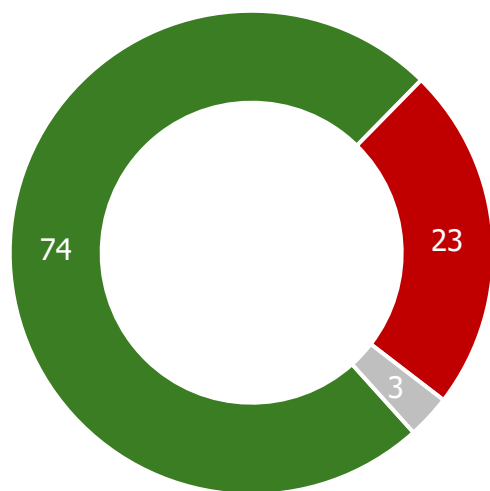
Ubytovanie si zákazníci najčastejšie rezervujú cez online systémy, mailom, prípadne cez web alebo telefonicky.

Ako hostia zvyčajne rezervujú svoje ubytovanie?



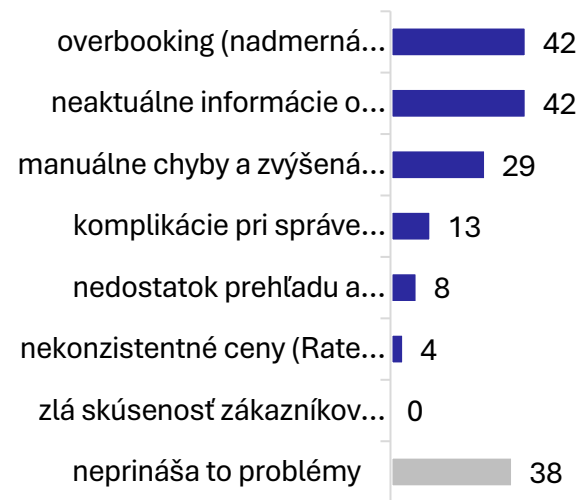
Necelá štvrtina opýtaných nemá prepojené predajné systémy automaticky. 40% z ich to neprináša žiadne problémy.

Je váš online predaj na webe prepojený s predajom na Booking.com / OTA cez channel manager automaticky?



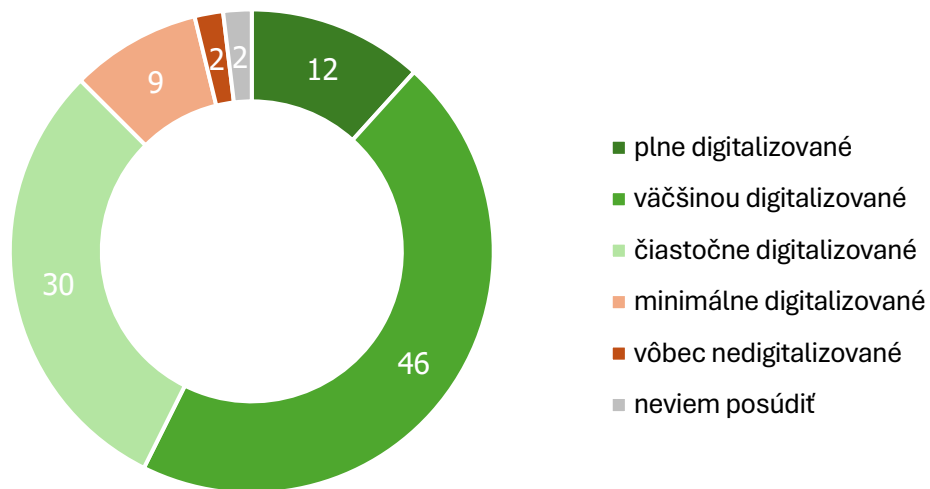
■ áno ■ nie ■ neviem

Prináša Vám to niektoré z nižšie uvedených problémov?



Takmer 9 z 10-tich oslovených zariadení majú svoje obchodné procesy aspoň čiastočne digitalizované.

Do akej miery sú vaše obchodné procesy digitalizované?



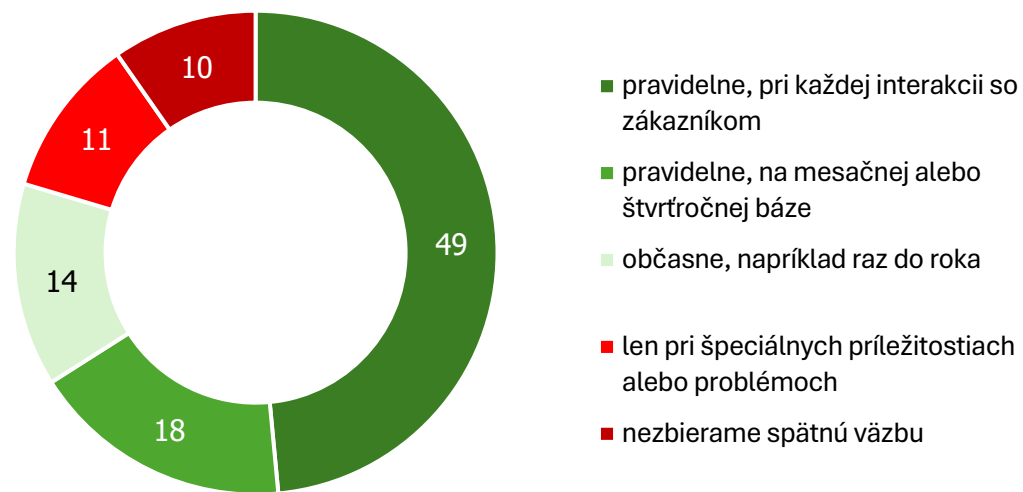
Najväčšími bariérami pri automatizácii sa v súčasnosti ukazuje nedostatok znalostí ako aj financií.

Aké výzvy vidíte pri implementácii automatizácie do obchodných procesov?



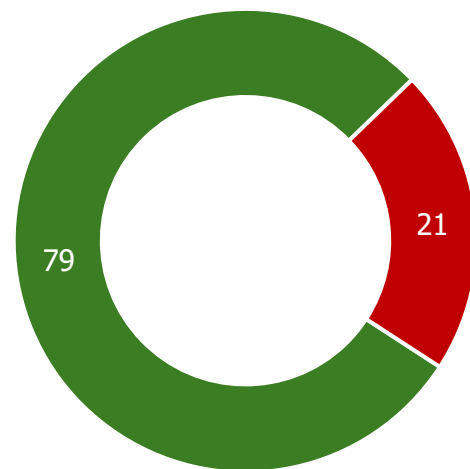
Každé druhé oslovené zariadenie zbiera spätnú väzbu na predajné procesy od svojich zákazníkov pri každej interakcii.

Ako často zbierate spätnú väzbu od zákazníkov na vaše cenové stratégie a predajné procesy?



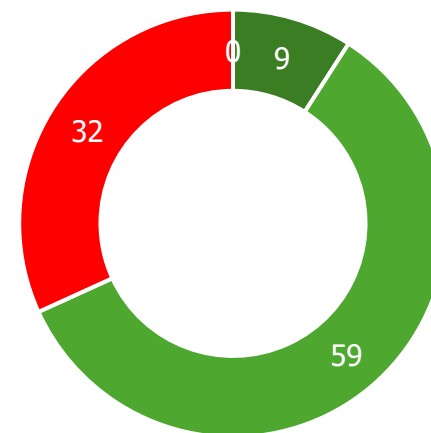
Len pätina opýtaných nevyužíva spätnú väzbu na prispôsobenie predajných stratégií. Dve tretiny z nich to však zvažujú.

Využívate spätnú väzbu na prispôsobenie vašich predajných stratégií?



■ áno ■ nie

Plánujete v blízkej budúcnosti využívať spätnú väzbu pri tvorbe stratégií?



■ určite áno ■ skôr áno ■ skôr nie ■ určite nie

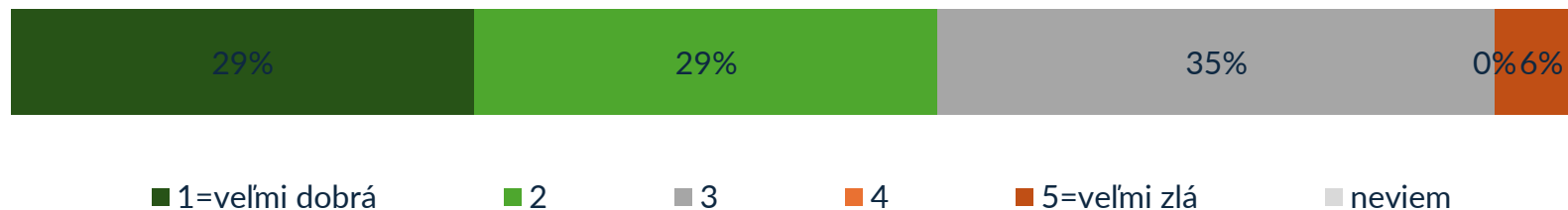


6. Čašnictvo a etiketa



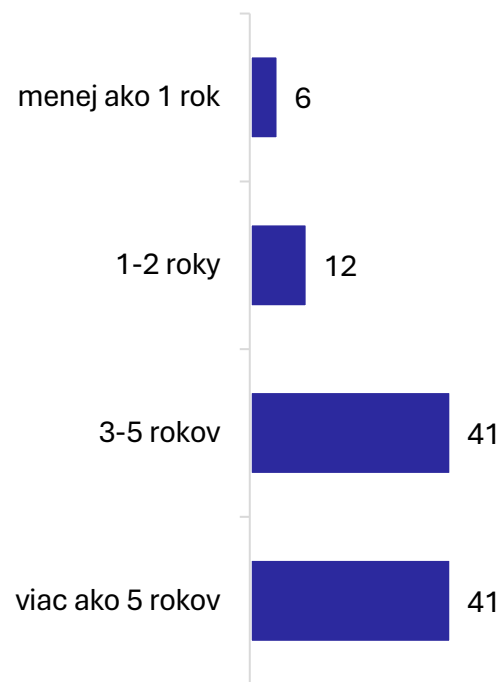
58% oslovených zariadení hodnotí odbornú úroveň svojich čašníkov pozitívne.

Ako hodnotíte úroveň odborných znalostí vašich čašníkov?



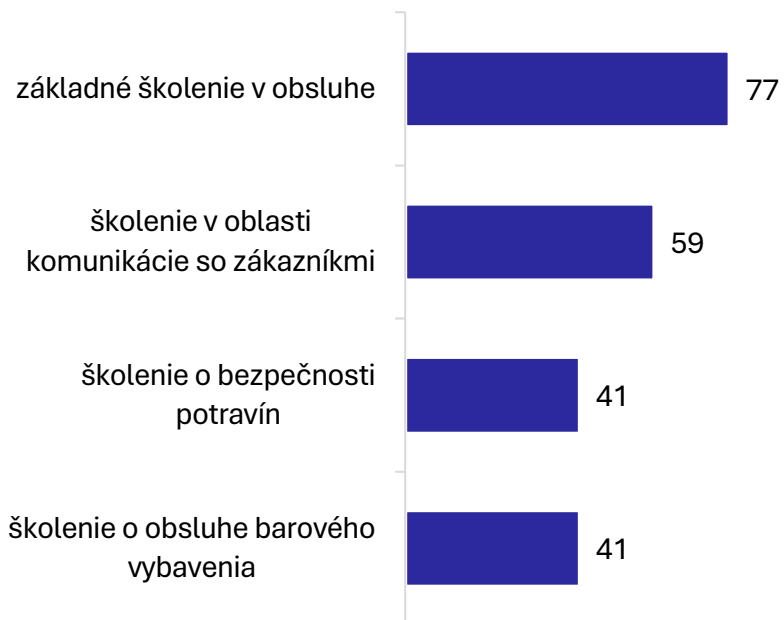
82% čašníkov pre vybrané zariadenia pracuje 3 a viac rokov.

V priemere aké skúsenosti majú Vaši čašníci v obore?

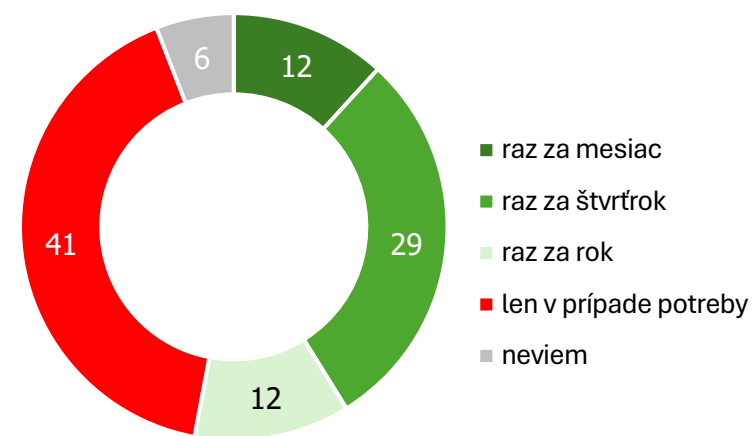


Školenia a tréningy pre čašníkov

Aké školenia absolvujú Vaši
čafnáci pred nástupom do
zamestnania?

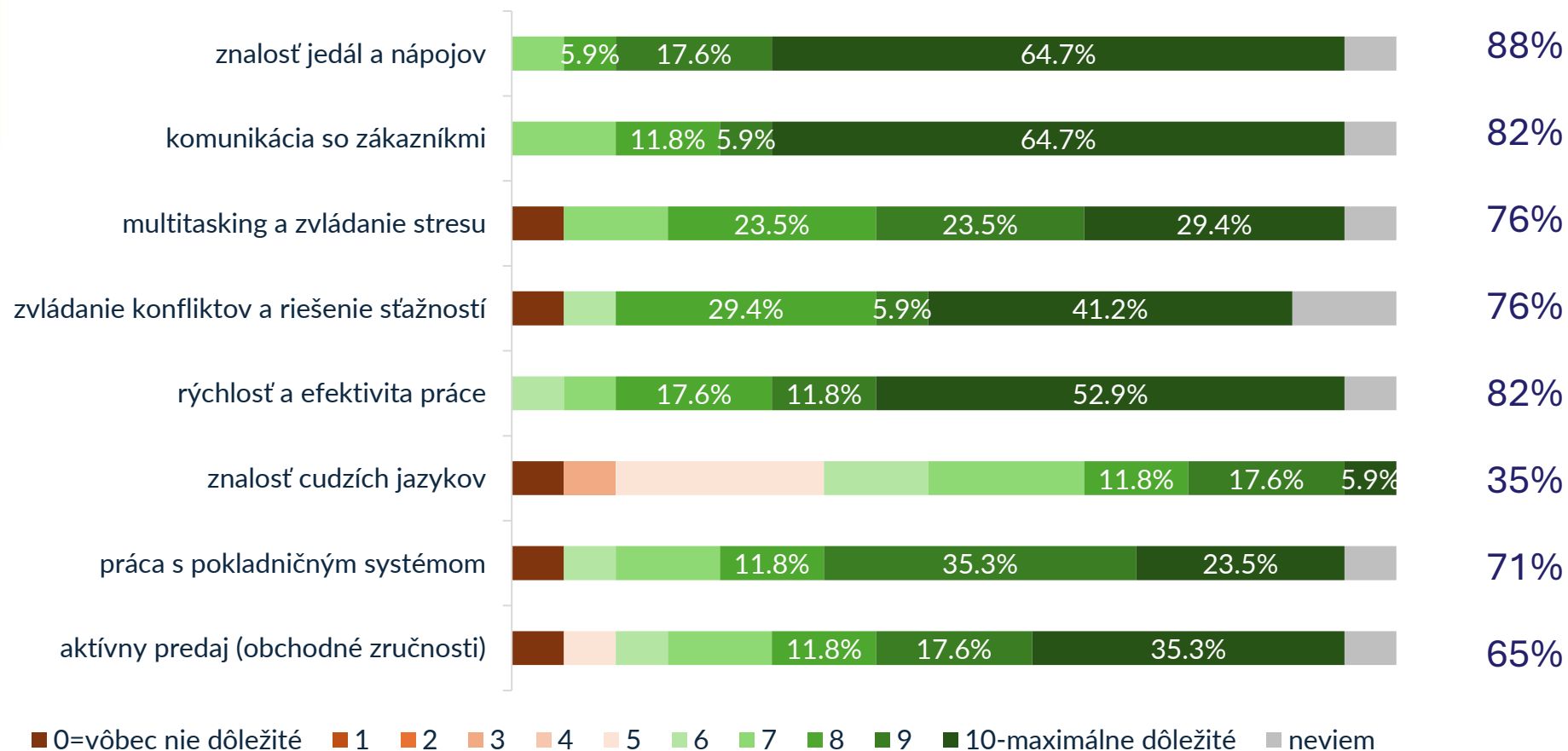


Ako často organizujete školenia
alebo tréningy pre čašníkov vo
vašom zariadení?

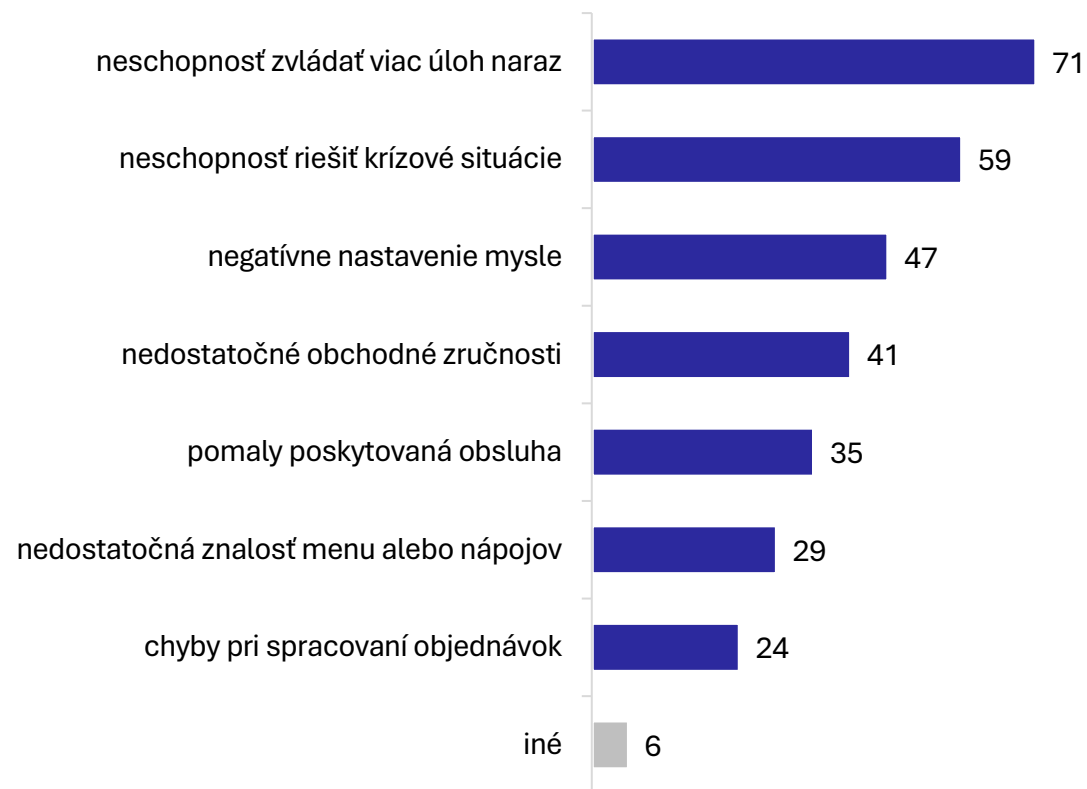


Do akej miery sú dôležité nasledujúce zručnosti pre profesiu čašníka?

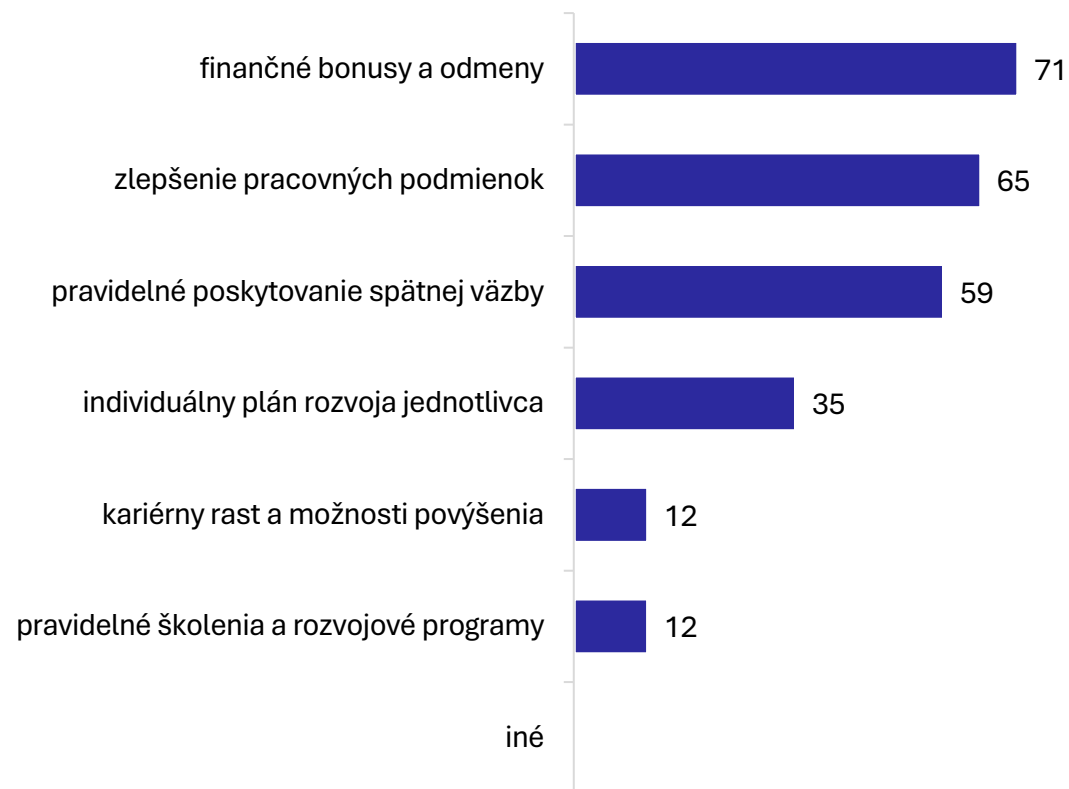
TOP 3



Aké sú najčastejšie problémy, s ktorými sa stretávate pri práci Vašich čašníkov?

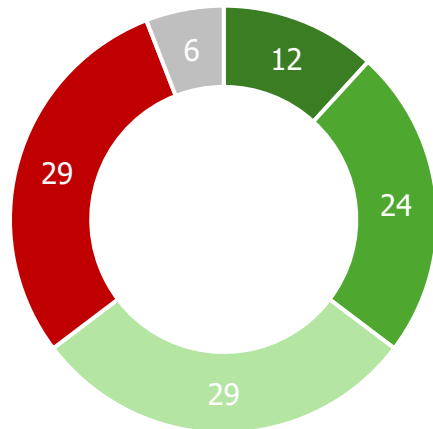


Aké kroky podnikáte na zlepšenie spokojnosti a motivácie Vašich čašníkov?



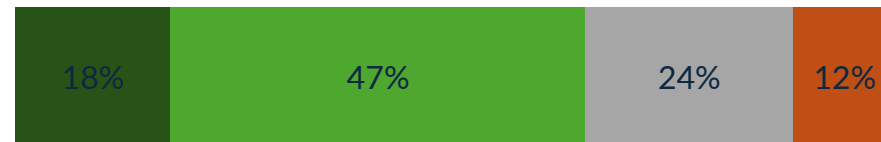
Etiketa a profesionálne správanie

Majú Vaši zamestnanci absolvované školenia v oblasti etikety a profesionálneho správania sa k hosťom?



■ všetci ■ väčšia ■ iba niektorí ■ nikto ■ neviem

Ako hodnotíte úroveň praktického dodržiavania etikety vašimi zamestnancami?



■ 1=veľmi vysoká úroveň ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5=veľmi nízka úroveň ■ neviem

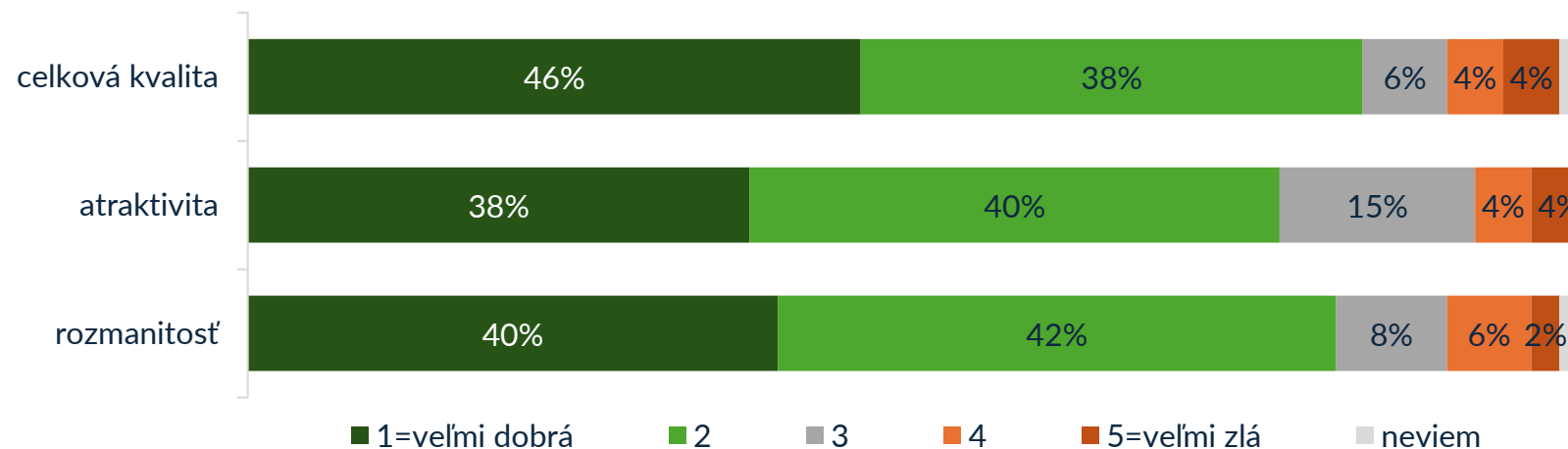


7. Gastronómia, Food & Beverage



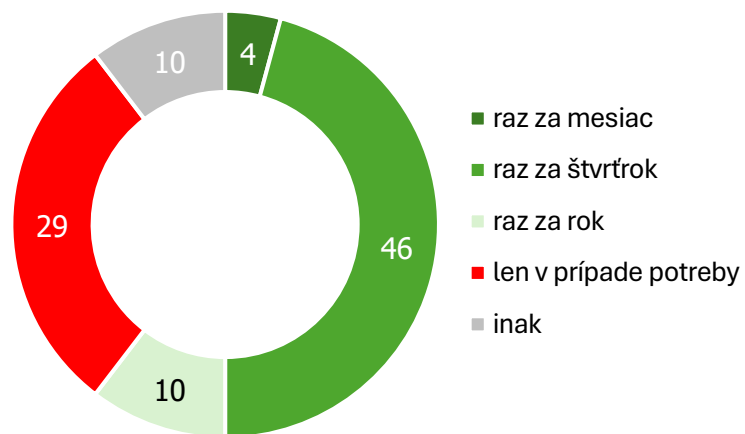
Celková kvalita ako aj rozmanitosť a atraktivita jedálneho lístka je hodnotená veľmi pozitívne.

Ako hodnotíte Váš jedálny lístok?



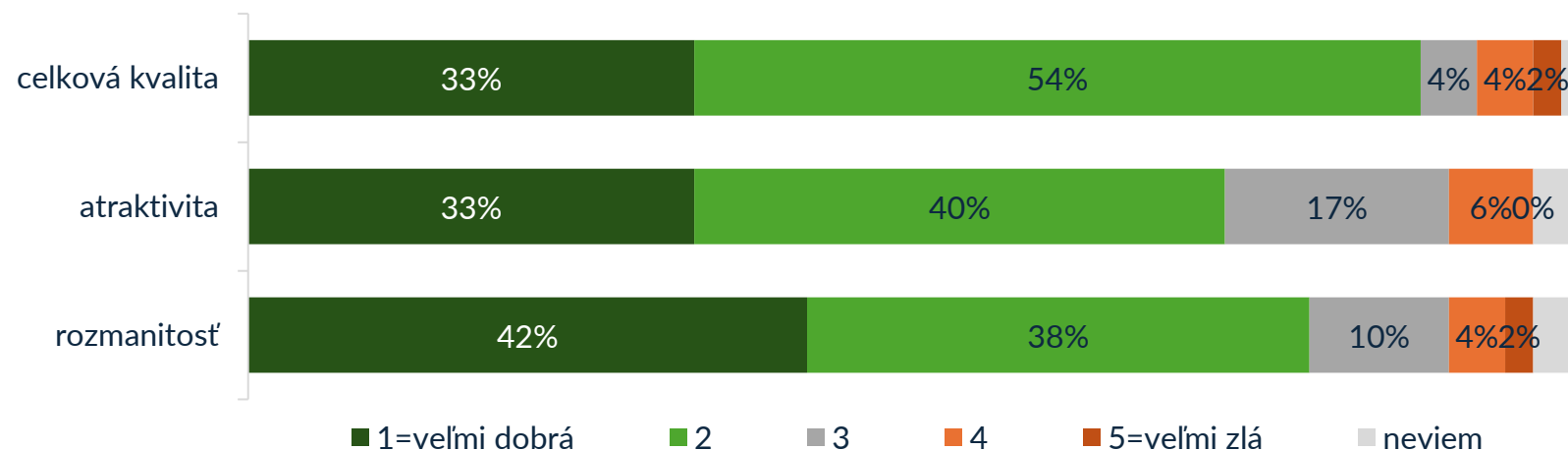
Takmer polovica zariadení reviduje svoj jedálny lístok na kvartálnej báze.

Ako často revidujete a aktualizujete svoj jedálny lístok?



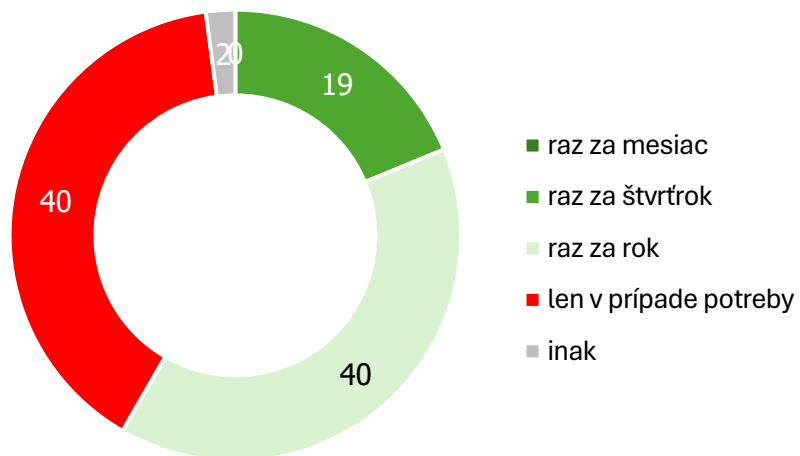
Rovnako hodnotene nápojového lístka je oslovenými zariadeniami hodnotená veľmi pozitívne.

Ako hodnotíte Váš nápojový lístok?



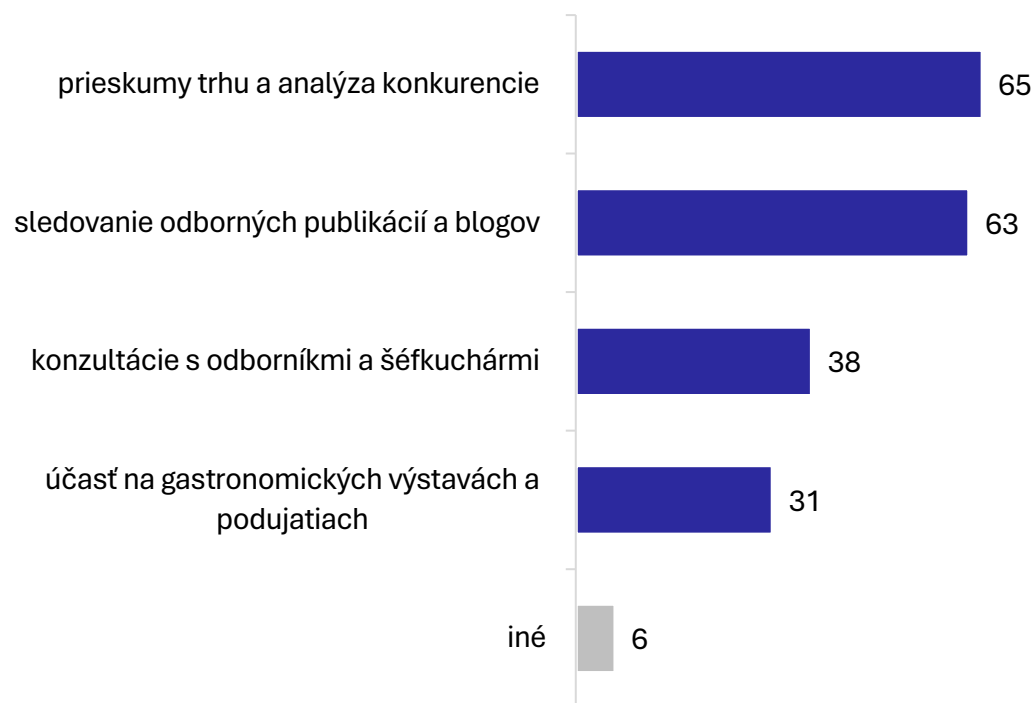
Nápojový lístok sa však logicky reviduje menej často – na ročnej báze alebo podľa potreby.

Ako často revidujete a aktualizujete svoj nápojový lístok?



Prieskumy trhu, odborné publikácie a blogy sú najčastejšími zdrojmi informácií o aktuálnych trendoch.

Ako monitorujete a implementujete aktuálne trendy v gastronómii a Food & Beverage?



Využívanie technológií je zastúpené pomerne rovnomerne, vidieť však priestor na intenzívnejšie zavedenie do praxe.

Ako využívate technológie na zlepšenie služieb v oblasti Food & Beverage?



Realizátor Veľkého HORECA prieskumu



Ďakujem za pozornosť



Iveta Hrabovská
Autorka projektu ŠŤAVA do HORECA

