

**W rok 2023 wchodzimy z optymizmem, czyniąc ambitne plany – Jacek Piasecki, Airport Hotel Okęcie**

**O sukcesie, jakim było odzyskanie 65% pracowników, którzy w pandemii COVID-19 odeszli z hotelarstwa, a także szalejącej inflacji, galopującym popycie, dobrym wyniku finansowym, podsumowaniu 2022 roku i planach na 2023 rok rozmawiamy z Jackiem Piaseckim, Dyrektorem Generalnym w warszawskim [Airport Hotel Okęcie](#).**

**Właśnie do historii przechodzi rok 2022. Uciął w nim temat pandemii Covid, pojawiły się nowe sytuacje i problemy wywołane napaścią zbrojną Rosji na Ukrainę. Jak ocenia Pan ten rok? Jaki był dla polskiego rynku hotelarskiego?**

Był niczym rollecoaster. Choć nic nie zapowiadało, że będzie tak dynamiczny. Gdy się rozpoczynał, nikt w branży hotelarskiej pogrążonej w kryzysie wywołanym przez pandemię Covid19 nie podejrzewał, że może dostarczyć tylu zwrotów. Biorąc pod uwagę fakt, że przez dwa poprzedzające 2022 rok trudne lata, hotelarze zostali praktycznie pozbawieni możliwości prowadzenia biznesu i walczyli o to, by przetrwać, spodziewaliśmy się łagodzenia restrykcji covidowych i marzyliśmy, by móc wreszcie bez żadnych przeszkód zająć się naszą pracą i odbudowywaniem rynku. Tymczasem 2022 rok rozpoczął się kolejnym szokiem dla naszej branży i całej gospodarki – wybuchł konflikt zbrojny tuż za naszą granicą, na Ukrainie. A wojna z automatu dla turystyki oznacza kryzys, nie tylko na terytoriach objętych działaniami. Jednakże - tragiczna sytuacja, jaka dotknęła mieszkańców Ukrainy, którzy w większości uciekli do Polski – wywołała ogromny popyt na miejsca noclegowe, na który odpowiedziały w pierwszej fazie przede wszystkim hotele.

**Airport Hotel Okęcie także zaangażował się w pomoc uchodźcom. Ilu ich gościliście pod swoim dachem?**

Łącznie pomogliśmy 3200 osobom, które uciekły z objętej wojną Ukrainy i które nie miałyby możliwości skorzystania z naszych usług, gdyby nie lowcostowe, przygotowane specjalnie dla nich, stawki za nocleg jak i wyżywienie. W ramach świadczonej przez nas pomocy przede wszystkim udostępnialiśmy pokoje w oparciu o specjalne pakiety pobytowe dla najbardziej potrzebujących, a także poprzez gotowość przyjmowania uchodźców deklarowaną wobec Mazowieckiego Urzędu Wojewódzkiego.

**Mimo niepokoju, jaki wywoływała wojna za naszą granicą, wiosną 2022 r. rozpoczął się krajowy ruch turystyczny. Także branża MICE zaczęła w 2022 r. wracać do organizacji konferencji i innych eventów. Jaki jeszcze zdarzenia z 2022 roku, były istotne dla sektora hotelarskiego?**

Gdy tylko obostrzenia covidowe zniknęły, zaobserwowaliśmy gwałtowne i ogromne zainteresowanie ofertą eventów, w szczególności kongresów i konferencji. Po 2 latach covidowego lockdownu ludzie byli spragnieni spotkań, konferencji i szkoleń, które odbywałyby się twarzą twarzą, a nie poprzez internet. Ogromne ożywienie sektora MICE, który, podobnie jak hotelarstwo, mocno ucierpiał podczas lockdownów, spowodowały, że hotele walcząc o Klienta, najczęściej mocno grały ceną. Ustawianie hotelu na rynku poprzez ogromny popyt przypominało grę na giełdzie, gdzie Revenue Manager stał się brokerem hotelarstwa zmieniając cenę i praktycznie co chwilę dostosowując dostępność.

Muszę podkreślić, że dużą umiejętnością było dostosowanie się hoteli do tak gwałtownie zmieniającej się sytuacji w 2022 roku, gdyż w okresie pocovidowym w całej branży turystycznej występowały poważne problemy kadrowe, a hotele nie miały wystarczającej liczby personelu, by w rosnącym popycie móc obsługiwać wszystkich gości z należytą dla danego obiektu jakością.

**Jak kształtował się popyt na usługi noclegowe w Airport Hotel Okęcie i co dla Państwa zespołu stanowiło w związku z nim największe wyzwanie?**

Pod względem obłożenia pokoi 2022 rok był dla nas doskonały. Nawet w okresie wakacyjnym, gdzie zazwyczaj dla Airport Hotel Okęcie był to raczej low season, mieliśmy bardzo wysokie obłożenie. Były one wręcz rekordowe – w lipcu 97,3%, w sierpniu 98,1%, a w ciągu całego roku aż w 7. miesiącach osiągnęliśmy OCC

powyżej 91%. Wskutek dużej ilości klientów indywidualnych oraz szybkiej adaptacji ze strony Revenue Managera, zmienił się również nasz biznes-mix z korzyścią dla segmentów indywidualnych.

W 2022 roku dużym wyzwaniem - z powodu rosnącej inflacji jak i kosztów surowców, mediów - było utrzymanie kosztów w ryzach, co nam się udało zrobić i wypracowaliśmy odpowiedni zysk. Mieliśmy też wiele innych wyzwań, jednak dziś podsumowując ostatnie 12 miesięcy, mogę zdecydowanie powiedzieć, że zespół AHO stanął na wysokości zdania i przede wszystkim dał naszym Gościom najwyższy standard usług za co jestem jego członkom bardzo wdzięczny.

**Jeden z ważniejszych problemów, na jaki skarżyła się branża w 2022 r., dotyczy rynku pracy i braku odpowiednich kadr. Problem ten nasilił się po sytuacji z COVID-19 i stał się szczególnie dotkliwy w turystyce i branży hotelarskiej. Na ile był odczuwalny był także w AHO i w jaki sposób Pan sobie z nim radził?**

Rzeczywiście problem był znaczący, dlatego jeszcze przed 2022 r. rozpocząłem proces odbudowy zespołu utraconego w pandemii. Byłem w podobnej sytuacji jak koledzy z branży. W okresie od kwietnia 2022r. potencjalni kandydaci do pracy stawiali bardzo wysoko poprzeczkę finansowa związana z wynagrodzeniem, oferując niejednokrotnie nieadekwatne kwalifikacje. Zaczęła się tworzyć dysproporcja pomiędzy wynagrodzeniami pracujących a rozpoczynających pracę.

Agencje outsourcingowe również miały problem z odpowiednią ilością kadr, bo takiego zapotrzebowania od hotelarzy nie było chyba nigdy. Airport Hotel Okęcie stawiał jednak od zawsze na zdecydowaną większość własnego personelu – a jedynie eventy wzmocniał pracownikami pozyskiwanymi z agencji outsourcingowych, co zawsze przekładało się na większe zadowalanie naszych gości. Obecnie mam mocny i niemalże kompletny zespół z udziałem ponad 65% odzyskanych osób, które odeszły w pandemii. Okres przejściowy był bardzo trudny, ale trzeba go było przetrwać. Przydała się tu multiuniwersalność zespołu, jaką wypracowaliśmy na szkoleniach w czasie pandemii. Poza z tym w AHO jeszcze przed wybuchem wojny w skład naszego zespołu wchodziło wielu Ukraińców, pracujących u nas od lat. W momencie, kiedy nastąpił napływ uchodźców nasi pracownicy polecali AHO jako bezpieczne i przyjazne miejsce pracy. Dzięki temu pozyskaliśmy znacząco więcej personelu, który w dużej części pracuje do dnia dzisiejszego. Najlepiej sprawdził się nasz wewnętrzny dział kadr – polecenia przez pracowników za co dziękujemy AHO TEAM !

**Powiedział Pan, że mimo inflacji, udało się zarządzanemu przez Pana hotelowi utrzymać koszty w ryzach i osiągnąć zysk. Mógłby Pan zdradzić, z jakim wynikiem AHO kończy 2022 rok?**

Jako doświadczeni hotelarze postanowiliśmy lata 2020 oraz 2021 uznać za nieważne pod względem wyników jak i danych, gdyż podobnie jak reszta rynku, a w naszym wypadku jako hotel niezależny, walczyliśmy o zwiążanie końca z końcem i utrzymanie na pokładzie naszego doskonałego zespołu. W 2022 roku, pomimo bardzo słabych pierwszych dwóch miesięcy, udało nam się wygenerować przychód o 3,5% większy niż w stosunkowo rekordowym 2019 roku. W segmentach gościa indywidualnego wypracowaliśmy o 50,5% większy obrót niż w 2019 r. zaś segmenty MICE miały obrót o 15% mniejszy. Powodem pogorszenia się wyników w segmencie MICE dla naszego hotelu był znacznie niższy wskaźnik ADR w tych segmentach oraz aż o 21% mniejszy wskaźnik OCC. Przyczyną tego była mniejsza niż zazwyczaj liczba gości korporacyjnych, których segment w czasie COVID-19 prawie zanikł oraz słabe styczeń i luty – miesiące, w których eventy podlegały jeszcze restrykcjom pandemicznym oraz stopniowej odbudowy segmentów MICE. Wolumeny te na jesieni wyrównały się, a w niektórych miesiącach przewyższyły te z 2019.

Jeśli chodzi o kwestie finansowe, Airport Hotel Okęcie zamyka ten rok z dobrym wynikiem. W zakresie przychodów podnieśliśmy sobie poprzeczkę o 4% w stosunku do rekordowego 2019 roku, a zapracowaliśmy na to w ostatnich 10. miesiącach. Jest to świetny wynik, bowiem te ostatnie 10 miesięcy zamykamy ze wskaźnikiem GOP na poziomie 40%. Natomiast jeśli chodzi o sam zysk, to muszę powiedzieć, że w ciągu ostatnich 10 miesięcy 2022 roku w porównaniu z analogicznym okresem z 2019 osiągnęliśmy 12% wzrost.

## **A gdybyśmy wskaźniki, które Pan wymienia, zamienili na liczbę gości i świadczonych przez Airport Hotel Okęcie usług?**

To liczby te wyglądałyby jeszcze bardziej imponująco. W tym roku w Airport Hotel Okęcie gościliśmy ponad 120 tysięcy osób, wydaliśmy 75 tysięcy śniadań, obsłużyliśmy ponad 1300 najwyższej jakości eventów.

## **Co uważa Pan za największy sukces Airport Hotel Okęcie w mijającym 2022 r.?**

Dobre pytanie. Kiedy na początku stycznia słuchaliśmy wszyscy o kolejnej fali covidowej, a następnie w lutym, że Rosja zaatakowała Ukrainę - myślałem głównie o tym, jak utrzymać hotel. Rysowałem w głowie różne scenariusze. Dziś wiem, jaka jest odpowiedź na pytanie o największy sukces. To zespół pracowników i współpracowników Airport Hotel Okęcie, utrzymanie go i rozwój, a nade wszystko odbudowa zaufania do hotelu jako pracodawcy. Ostatnia kwestia dotyczy ogólnej sytuacji na rynku pracy w branży hotelarsko-turystycznej, spowodowanej pandemią COVID-19, w wyniku której wiele osób straciło pracę, zmieniło zawód bądź miejsce zatrudnienia na bardziej stabilne niż w turystyce. Odzyskanie z „rynku” ponad 65% takich pracowników, którzy mieli już inny pomysł na siebie, traktuję jako kluczowy sukces. To oni – zespół AHO na początku roku, w stosunkowo niepełnym jeszcze składzie, wspomagali działanie operacyjne hotelu. Pomagali uchodźcom, których Airport Hotel gościł bezkosztowo, świadczyli jak najlepsze usługi gościom indywidualnym korzystających z regularnej oferty hotelu. To oni przyczynili się do sukcesu finansowego firmy i utrzymali, pomimo tak wysokiego obłożenia hotelu, wysoki standard świadczonych usług, czego potwierdzeniem są liczne pisemne podziękowania od organizatorów konferencji, kongresów, eventów i gali. Wynik 9,1 wskaźnika oceny Klientów na portalu BOOKING.COM również jest potwierdzeniem tego faktu. Doskonałe oceny naszej pracy ze strony naszych Gości są dla nas największą satysfakcją i sukcesem.

## **A co stanowiło największe wyzwanie, z jakim musieliście w zespole AHO się mierzyć?**

Wyzwanie 2022 to galopujące w górę koszty w każdym możliwym wymiarze prowadzenia biznesu. Nie przypominam sobie tygodnia, żeby nie pojawiła się od parterów biznesowych, usługodawców, dostawców produktów spożywczych - a jest ich łącznie kilkudziesięciu informacja o podwyżce (nawet po kilka razy w roku). Zresztą każdy z Państwa zarządzający biznesem miał podobne wyzwanie. Większość producentów, pośredników innych firm swoje podwyżki mogła/ była zmuszona po części przerzucić na swojego klienta, hotele w pewnym stopniu zrobiły podobnie, ale jaką podwyżkę zaakceptuje gość – gdzie jest granica bólu, jaką cenę sprzedaży usług zaproponuje konkurencja?

Poza tym ogromny kilkudziesięcioprocentowy wzrost odnotowaliśmy w związku z wynagrodzeniami dla pracowników. I tu myślę, że trochę Państwa zaskoczę ale to wyzwanie w pewnym stopniu udało się przekuć na sukces. Brzmi to co najmniej dziwnie, ale jednak. Oczywiście koszty utrzymania firmy wzrosły, jednak wg skali podwyżek przy ograniczonej możliwości wzrostu ceny usług hotelowych, procent ten został znacznie zniwelowany. Odpowiednio opracowane strategie działań, przyniosły właściwy skutek.

## **Jakie były to strategie i działania?**

Po pierwsze – w czasie pandemii wypracowaliśmy w Airport Hotele Okęcie plan crosstreningów dla zespołu w różnych działach hotelu. Nasz team stał się bardziej wszechstronny i uniwersalny. Pomimo trudnego czasu, inwestowaliśmy w szkolenia zarówno wewnątrz jak przy udziale firm zewnętrznych dla zespołów sprzedaży oraz kadry kierowniczej. To między innymi pozwoliło na to, aby nasz Dział Handlowy w odpowiednim momencie, w maksymalnie aktywnej formie zintensyfikował proces pozyskiwania Klientów biznesowych, a zespół kadry kierowniczej efektywniej zarządzał większym obszarem odpowiedzialności.

Po drugie – została zmieniona struktura zakupowa. Jeszcze bardziej intensywnie aniżeli do tej pory dokonywaliśmy weryfikacji rynku dostawców i poszukiwania wysokich jakościowo produktów w najlepszej cenie co wydawało się bardzo trudne, ale - jak się okazało- możliwe i przynoszące bardzo wymierne korzyści.

Poza tym zespół Szefów Kuchni przy współpracy z Dyrektorem Operacyjnym dokonał również rekonfiguracji ofert gastronomicznych w części punktów restauracyjnych i barowych oraz segmencie ofert bankietowych i

konferencyjnych. Ponownie, bez obniżenia jakości, wskaźnik FC został w 2022 roku utrzymany na poziomie lat poprzednich. Airport Hotel Okęcie zawsze był doceniany za jakość gastronomii i miniony rok przyniósł zarówno Restauracji Polskiej, Mirage oraz bankietowej wysokie oceny.

**Z jakimi wyzwaniami AHO wkracza w 2023 rok i czy czegoś się Pan obawia, biorąc pod uwagę inflację, która daje się we znaki w całej Europie?**

Rok 2023 może być szczególnie ciężki dla hotelarzy ze względu na ciągle rosnące koszty mediów, surowca jak i ludzkiej pracy. Dużym wyzwaniem będzie trzymanie kosztów w ryzach, żeby osiągnąć zamierzony GOP bez utraty na jakości naszych usług. Jak wiemy ceny surowca wzrosły średnio około 24%, wynagrodzenia również poszły w górę średnio o 30 %, a podwyżki cen prądu wyniosły średnio 150%, a do tego dochodzą wzrosty cen innych mediów.

Dodatkowo ze względu na trudną sytuację na rynku pracy, nadal borykamy się ze znalezieniem odpowiednich specjalistów z doświadczeniem na stanowiska od recepcji po dział handlowy. A w Airport Hotel Okęcie zawsze stawiamy sobie poprzeczkę wysoko i zatrudniamy nieprzeciętnych ludzi, takich, którzy lubią wyzwania, mają motywację do ciągłego rozwoju, które hotel przy dobrym wynagrodzeniu zapewnia.

**Jakie plany w tym inwestycyjne ma zamiar realizować AHO w 2023 r.?**

Plany mamy i to bardzo ambitne licząc, iż pomimo kolejnego roku, który serwuje nam porządna dawkę niepewności związanego z sytuacją gospodarczą i ekonomiczną oraz trwającym konfliktem zbrojnym przy naszej granicy uda nam się je zrealizować.

Cześć z nich rozpoczęliśmy już w 2022. Między innymi przeprowadziliśmy remont w dwóch salach konferencyjnych, zmieniając również całą infrastrukturę związaną ze sprzętem audio wizualnym. Wymieniliśmy telewizory w ponad 118 pokojach na duże 55-calowe odbiorniki. Zakupiliśmy nowe uniformy pracownicze w całkowicie nowym designie dla zespołów gastronomii, działu konferencji oraz bankietów. Z końcem grudnia dotarły do nas nowe samochody które częściowo wymienią dotychczasową flotę naszych Shuttlebus – wyjątkowej usługi bezpłatnego transportu naszych gości na lotnisko.

Na rok 2023 planujemy trzy kluczowe inwestycje: generalną rewitalizację systemu audio -wizualnego w największych salach konferencyjnych hotelu, zmianę (po 20 latach) całego systemu oprogramowania gastronomicznego wraz z programem magazynowym oraz najbardziej znacząca, a zarazem związana z dużym budżetem inwestycja - remont 6 kondygnacji hotelu, w części A.

**Czego oczekuje Pan jako Dyrektor Generalny AHE od 2023 roku?**

Patrząc na rok 2022, który mocno zaskoczył całą branżę hotelarską, w rok 2023 wchodzimy z optymizmem, czyniąc ambitne plany. Duża dynamika zmian cen w segmentach indywidualnych oraz elastyczność w stosunku do budżetów gości konferencyjnych stawia przed całym zespołem AHE spore wyzwanie - wybór odpowiedniego modelu działania, które zapewni osiągnięcie zakładanych wyników.

Niemniej jednak patrząc na globalną sytuację oraz poczynania największych graczy z różnych branż mam pewne obawy. Na horyzoncie spodziewać się można spowolnienia gospodarczego spowodowanego wysoką inflacją oraz nadchodzącą recesją, która może dotrzeć do naszego kraju w 2023. Mamy jednak nadzieję, że popyt na usługi hotelarskie będzie wzrastał lub zostanie na podobnym poziomie co w 2022, dzięki czemu będziemy w stanie zrealizować założone plany budżetowe.

W branży staramy się wierzyć, iż w tym trudnym roku będziemy mogli liczyć na wsparcie ze strony rządu zważywszy na sytuację gospodarczą lub przynajmniej niewprowadzanie rozwiązań, które w obecnej rzeczywistości pomocne raczej nie będą.

**A czego życzy Pan koleżankom i kolegom Hotelarzom?**

Wszystkim życzę w Nowym Roku realizacji planów tych biznesowych i prywatnych.

Hotelarzom życzę zajętych pokoi i obłożonych sal konferencyjnych.

Kompletnych zespołów.

I zdrowia.

I... żywię nadzieje, że nic i nikt, poza tym o czym wiemy, nie będzie nam przeszkalał w ich realizacji. Wówczas z pewnością to będzie lepszy rok niż poprzedni.

**I niech się z wzajemnością spełnią. Dziękuję za rozmowę.**

[Airport Hotel Okęcie\\*\\*\\*\\*](#) działa od 2001 roku i mieści się w Warszawie, 800. metrów od lotniska, przy ul. Komitetu Obrony Robotników 24. Posiada 263 pokoi, z 515 miejscami noclegowymi. Hotel specjalizuje się w ofercie biznesowej, MICE, dysponuje imponującym centrum konferencyjno-eventowym, na które składa się: 17 sal konferencyjnych o powierzchni 2200 m2. Jego znakiem rozpoznawczym jest doskonała kuchnia, której specjałów kosztować można w pięciu punktach gastronomicznych: restauracjach, barach i czekoladziarni, rozlokowanych w różnych częściach hotelu. Do dyspozycji Gości ponadto są Centrum fitness oraz Centrum Wellness, bezpłatny Shuttle bus na lotnisko i z powrotem.

Infrastruktura, zaplecze, wyposażenie hotelu, a także zgrany zespół profesjonalistów wykonujących swoją pracę z pasją, umożliwiają realizację każdego wydarzenia biznesowego. Strona www: <https://airporthotel.pl/>