**Polscy turyści w hotelach narzekają na śniadania, baseny i… obecność innych turystów. Nowe dane SentiOne**

**Od początku roku polscy internauci napisali aż 55 tys. recenzji obiektów hotelowych, głównie tych położonych w Polsce. Wbrew temu, czego można by się spodziewać, najczęściej krytykowanym aspektem pobytów nie są ceny, ale hotelowe śniadania, obsługa i… baseny. Niechęć może też budzić obecność niemieckich turystów. Polacy chętnie natomiast chwalą dobrą lokalizację hoteli, wysoki standard pokoju czy obecność atrakcji dla najmłodszych.**

Wakacje w pełni - według danych [CBOS](https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2023/K_019_23.PDF) w tym roku turystyczne plany wyjazdowe na co najmniej dwa dni zadeklarowała ponad połowa Polaków, z czego 84 proc. zaplanowało urlop na terenie kraju. Udany wypoczynek w dużym stopniu zależy od warunków pobytu, dlatego SentiOne, polska firma zajmująca się m.in. monitoringiem Internetu z wykorzystaniem zaawansowanej technologii sztucznej inteligencji, sprawdziła, **na co polscy internauci zwracają uwagę w hotelach, co chwalą, a co krytykują**.

Analizie poddano **55 tys. recenzji obiektów hotelowych**, które Polacy napisali w Internecie tylko w 2023 r. Aż **28 tys. było pozytywnych**, a tylko **7 tys. negatywnych**. Pozostałe miały wydźwięk neutralny. Recenzje są zamieszczane przede wszystkim na portalach typu Booking.com oraz na Google Maps. Ok. **80 proc. dotyczy obiektów położonych w Polsce**, a pozostałe ok. 20 proc. zagranicznych - głównie w Grecji i Egipcie.

**Najważniejsza jest lokalizacja**

Polscy turyści cenią sobie przede wszystkim **dobrą lokalizację** obiektów noclegowych, chociaż dla każdego oznacza ona co innego. Najlepiej, by hotel był położony jednocześnie w centrum, blisko plaży, dworca, restauracji i innych atrakcji. Goście cenią sobie też urokliwe uliczki i zadbaną, spokojną okolicę - za te walory chwalą np. nadmorskie Darłówko.

W drugiej kolejności najczęściej zwracają uwagę na **standard pokoju**, przede wszystkim czystość, ciszę, widok z okna oraz wyposażenie, takie jak np. lodówka czy czajnik. Na trzecim miejscu wśród zalet obiektów hotelowych najczęściej wymieniane są **atrakcje dla dzieci** - takie jak sale zabaw czy basen, chociaż czasem do wzbudzenia zachwytu najmłodszych - i, co za tym idzie, zadowolenia rodziców - wystarczy nawet łóżko piętrowe czy akwarium przy recepcji.

**Cena? Wcale nie taka ważna**

*Do powyższej analizy wykorzystaliśmy widget SentiOne pozwalający na monitorowanie i analizowanie recenzji. Pomaga on właścicielom sklepów, hoteli czy usług automatycznie zbierać i analizować opinie konsumentów. Wbrew temu, czego można by się spodziewać, polskim turystom nie przeszkadzają tak bardzo wysokie ceny pobytu - te znalazły się dopiero na czwartej pozycji wśród najczęściej krytykowanych elementów. Pierwsze miejsce zajęły* ***hotelowe śniadania****, i tu z krytyką spotyka się w zasadzie wszystko - pory podawania, wybór jedzenia, jego jakość czy - to akurat zdecydowanie słusznie - obecność mrówek na talerzach. Bardzo często dostaje się taniej wędlinie i parówkom* - mówi **Martyna Knitter, Senior Product Manager w SentiOne**.

Drugim aspektem najczęściej krytykowanym przez polskich turystów jest **obsługa** - niemiła, ale też niekompetentna, powolna i nieodpowiadająca na maile i telefony. Na trzecim miejscu znalazły się… hotelowe **baseny**. Goście narzekają przede wszystkim na zimną wodę, brud i brak remontów, godziny dostępności czy dodawanie do wody zbyt wielu chemikaliów. Bardzo często krytykowanym elementem pobytu w danym miejscu są również **inni ludzie**. Niechętnie patrzy się na obecność niemieckich turystów oraz bawiących się i biegających dzieci, a także na odbywające się w hotelach imprezy.

Negatywne recenzje są wystawiane nie tylko przez niezadowolonych gości, ale również pracowników poszczególnych obiektów. Krytykują oni nadmiar obowiązków niepokrywających się z ustaleniami z umowy, niskie i wypłacane z opóźnieniem pensje oraz… innych pracowników.

Analiza została wykonana przy pomocy narzędzia **SentiOne Listen** - platformy analizującej wypowiedzi konsumentów na platformach społecznościowych, stronach internetowych, forach i blogach. Dziennie platforma **zbiera i analizuje 150 milionów wzmianek i wypowiedzi**. Od 2019 możliwe jest też **monitorowanie i analizowanie recenzji konsumentów**: na Google Maps, Booking.com, Trustpilot i innych. Jest to funkcja szczególnie przydatna firmom z branży retail, turystycznej i hotelarskiej.