

Anna Tokarz

Baza hotelowa jako element potencjału turystycznego Polski

Ekonomiczne Problemy Usług nr 52, 581-588

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ANNA TOKARZ

Uniwersytet Szczeciński

BAZA HOTELOWA JAKO ELEMENT POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO POLSKI

Wprowadzenie

Potencjał turystyczny tworzą „wszystkie elementy środowiska geograficznego i zachowania człowieka, które mogą być wykorzystywane do uprawiania turystyki bądź do zajmowania się turystyką, czyli wszelkie zasoby naturalne i funkcjonalne warunkujące rozwój turystyki na określonym terenie”¹. Jak wynika z przytoczonej definicji, do potencjału turystycznego można zaliczyć bardzo dużo czynników, m.in. potencjał społeczny przedsiębiorstw turystycznych, turystyczne walory naturalne i antropogeniczne, bazę gastronomiczną, bazę komunikacyjną, bazę noclegową, w tym hotelową.

Celem artykułu jest analiza struktury bazy hotelowej w Polsce. Artykuł został przygotowany w oparciu o krytyczną analizę literatury przedmiotu oraz dostępne opracowania statystyczne.

1. Hotele jako element bazy noclegowej

Hotelarstwo jest społecznie zorganizowaną, usługową działalnością gospodarczą, mającą na celu zaspokajanie podstawowych potrzeb bytowych osób przebywających czasowo poza swoim gospodarstwem domowym. Do potrzeb bytowych można zaliczyć przede wszystkim potrzebę wypoczynku, wyżywienia, noclegu,

¹ J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, *Produkt turystyczny albo jak organizować poznawanie świata*, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2002, s. 31.

higieny osobistej, opieki nad zdrowiem i mieniem, rekreacji, rozrywek kulturalnych, łączności z otoczeniem itd.

Z pojęciem hotelarstwa nierozzerwalnie związane jest pojęcie bazy noclegowej. Według Światowej Organizacji Turystyki bazę noclegową stanowią „obiekty noclegowe, który oferują podróżnemu nocleg w pokoju lub innym pomieszczeniu, przy czym liczba określonych miejsc musi być większa niż pewne określone minimum, a ponadto nie chodzi o zakwaterowanie pojedynczej rodziny; wszystkie miejsca w obiekcie muszą podlegać jednolitemu zarządowi na zasadach komercyjnych, nawet jeśli nie ma on charakteru komercyjnego”². W skład turystycznych zakładów zakwaterowania zbiorowego wchodzi:

- hotele i inne obiekty hotelarskie (hotele, motele, zajazdy),
- obiekty specjalistyczne (zakłady uzdrowiskowe, ośrodki kolonijne, miejsca sypialne w środkach transportu publicznego, ośrodki konferencyjne),
- inne obiekty zakwaterowania zbiorowego (kempingi, pola namiotowe, schroniska młodzieżowe i turystyczne, domy wycieczkowe).

Istotnym elementem bazy noclegowej są hotele, które można zdefiniować jako „budynki mieszkalne przeznaczone i przygotowane do czasowego pobytu gości”³. W literaturze przedmiotu można się spotkać z różnymi klasyfikacjami hoteli. A. Kowalczyk klasyfikuje hotele według celu pobytu gościa. Podział hoteli według ich przeznaczenia pozwala wyróżnić następujące ich rodzaje⁴:

- hotele biznesowe (zwane również miejskimi) – zlokalizowane w dużych i średnich miastach; z obiektów tych korzystają głównie osoby podróżujące w celach służbowo-handlowych; mają wyższy wskaźnik wykorzystania pokoi oraz całoroczne wykorzystanie (brak wyraźnych sezonów w skali rocznej);
- hotele wypoczynkowe – zlokalizowane na terenach o wysokich walorach turystycznych (wysoka atrakcyjność turystyczna); z obiektów tego typu korzystają przede wszystkim podróżujący w celach wypoczynkowych (często z rodzinami);
- hotele uzdrowiskowe – zlokalizowane najczęściej w miejscowościach o wysokich walorach turystycznych, w pobliżu miejsc występowania wód mineralnych i leczniczych, w rejonach o leczniczych właściwościach mikroklimatu, w strefach nadmorskich i uzdrowiskowych;
- hotele tranzytowe – są przygotowane do przyjmowania m.in. gości zmotoryzowanych; zlokalizowane wzdłuż ciągów komunikacyjnych (autostrad,

² Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO. Instytut Turystyki, Warszawa 1995, s. 14.

³ C. Witkowski, *Kierowanie przedsiębiorstwem hotelarskim*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Warszawie, Warszawa 1998, s. 5.

⁴ A. Kowalczyk, *Geografia hotelarstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2001, s. 71–96.

- dróg szybkiego ruchu), w pobliżu lotnisk, portów, dworców kolejowych itp.; formą funkcjonalną zbliżone są do moteli;
- hotele kongresowe (konferencyjne) – specjalizują się w organizacji konferencji, kongresów, zjazdów, posiadają odpowiednio przygotowane sale konferencyjne, zaplecze rekreacyjno-rozrywkowe, gastronomiczne; najczęściej zlokalizowane w dogodnych punktach komunikacyjnych; specyficznym rodzajem tego typu hoteli są hotele biznesowo-konferencyjne, bardzo często zlokalizowane w centrach miast oraz w pobliżu lotnisk;
 - hotele-kasyna – są to obiekty opierające swoje działania na funkcjonowaniu na ich terenie kasyn (najczęściej jest to główne źródło ich dochodu); obiekty te są lokalizowane w miejscowościach słynących z uprawiania hazardu; usługi noclegowe i gastronomiczne stanowią najczęściej uzupełnienie oferty hazardowej takiego hotelu;
 - hotele apartamentowe – jest to forma pośrednia między typowym hotelem a budynkiem z wynajmowanymi mieszkaniami; w obiektach tych występuje rotacja klientów, często należą do jakiegoś systemu hotelowego, natomiast występuje brak wyraźnego zaplecza gastronomicznego oraz jest ograniczona liczba personelu obsługującego.
- Większość hoteli poddawana jest procesowi kategoryzacji.

2. Kategoryzacja hoteli

Kategoryzacja jest to podział obiektów danego rodzaju (np. hoteli) na grupy według z góry przyjętych kryteriów, w celu określenia ich standardu. Jest to proces nadania odpowiedniej, zgodnej z wnioskiem i stwierdzonym stanem faktycznym, kategorii. Standard danego obiektu hotelarskiego to zespół przyjętych norm, wzorców, wymagań i cech jakościowych, wyznaczonych dla danej grupy⁵. Kategoryzacja nie ma charakteru normatywnego, a w praktyce jest charakteryzowana jako pojęcie zbiorcze dla określenia procesu zmierzającego zarówno do ustalenia rodzaju, jak i kategorii obiektu hotelarskiego.

System kategoryzacji obiektów hotelarskich jest zróżnicowany w poszczególnych krajach Unii Europejskiej. Są kraje, które oficjalnej kategoryzacji nie posiadają (np. Finlandia). Funkcjonujący natomiast system kategoryzacji może mieć charakter krajowy (np. Niemcy), jak i regionalny (np. Hiszpania), może być obowiązkowy (np. Portugalia) lub też dobrowolny (np. Francja). Klasyfikacja może być dokonywana przez administrację centralną (np. Portugalia), centralną i lokalną (np. Francja), administrację regionalną (np. Hiszpania), jak i przez stowarzyszenia

⁵ J. Raciborski, J. Sondel, K. Sondel, H. Zawistowska, *Prawo turystyczne*, Warszawa 2001, s. A169.

zawodowe (np. Niemcy). Na terenie Unii Europejskiej nie wprowadzono jednolitego, ogólnie obowiązującego systemu klasyfikacji i kategoryzacji obiektów hotelarskich. To, czy i jaki system ma obowiązywać w poszczególnych krajach członkowskich, zależy od tych państw⁶.

Kategoryzacja obiektów noclegowych jest w wielu krajach jednym z podstawowych mierników jakości usług hotelarskich. Nie oznacza to, że jest ona wszędzie taka sama i gość hotelowy może spodziewać się w konkretnym rodzaju i kategorii obiektu takiego samego minimalnego standardu usług hotelarskich. Normy kategoryzacyjne są zazwyczaj ustalane na poziomie minimum, co oznacza, że mają w stopniu minimalnym zaspokoić podstawowe potrzeby konkretnej grupy odbiorców usług hotelarskich. Niemniej kategoria obiektu niesie ze sobą pewną informację, ważną zarówno dla bezpośredniego konsumenta usługi, jak i dla wszelkiego typu pośredników, gdyż stanowi kwintesencję wiedzy o istotnych elementach usługi hotelarskiej, a także o orientacyjnym poziomie cen w porównaniu z poziomem cen w hotelach wyższej lub niższej kategorii. Informacja taka ułatwia klientowi dokonanie wyboru spośród większej liczby hoteli w danej miejscowości, rejonie lub wzdłuż trasy podróży i umożliwia mu zawężenie poszukiwań do obiektów o interesującym go standardzie, jest podstawowym materiałem służącym do analizy porównawczej, a dla hotelu może być cennym instrumentem marketingu. Dlatego też w wielu krajach istnieją oficjalne kategoryzacje zakładów hotelarskich bądź są one tworzone przez przedsiębiorstwa lub organizacje turystyczne na użytek informacji klientów.

Kategorie poszczególnych rodzajów obiektów noclegowych na świecie mają różne oznaczenia, np. gwiazdki albo pierwsze litery alfabetu, diamenty, korony, rozety, symbole zwierząt (np. kraby, słonie) oraz słowa, które w swojej treści odnoszą się do standardu oferowanych usług hotelarskich, np. luxury, luxe, komfort, standard, budżet. W Polsce kategorie hoteli oznaczone są od 1977 roku⁷ gwiazdkami (od jednej do pięciu).

3. Struktura bazy hotelowej w Polsce

Na polskim rynku dominują hotele klasy średniej (trzy- i dwugwiazdkowe), ciągle za mało jest zaś hoteli luksusowych (cztero- i pięciogwiazdkowych). Szczegółowo liczbę hoteli w Polsce, z podziałem na poszczególne kategorie i województwa, zaprezentowano w tabeli 1.

⁶ *Hotelarstwo. Usługi – eksploatacja – zarządzanie*, red. A. Panasiuk, D. Szostak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 70.

⁷ S. Medlik, *Leksykon podróży, turystyki, hotelarstwa*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995, s. 129.

Tabela 1

Struktura hoteli w Polsce według województw

Województwo	Hotele 5*	Hotele 4*	Hotele 3*	Hotele 2*	Hotele 1*	Razem
małopolskie	10	27	141	60	13	251
wielkopolskie	1	13	75	85	32	206
dolnośląskie	3	14	91	62	35	205
mazowieckie	10	17	61	66	17	171
śląskie	4	15	60	50	18	147
pomorskie	6	9	42	55	14	126
kujawsko-pomorskie	1	8	42	38	5	94
zachodniopomorskie	0	12	41	23	14	90
warmińsko-mazurskie	1	6	41	35	6	89
podkarpackie	0	2	41	37	9	89
łódzkie	0	3	33	20	11	67
lubuskie	0	3	23	24	13	63
świętokrzyskie	0	2	21	24	12	59
lubelskie	0	4	20	10	2	36
opolskie	0	0	16	8	5	29
podlaskie	0	3	7	8	1	19
RAZEM	36	138	755	605	207	1741

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Piasta, A. Szafranski, *Raport: Rynek hoteli w Polsce 2009 – Inwestycje*, Instytut Hotelarstwa, Warszawa 2009, s. 18–25.

W przedstawionym w tabeli 1 rankingu województw pod względem ogólnej liczby hoteli pierwsze miejsce zajmuje województwo małopolskie. Najatrakcyjniejsze w tym województwie miejsca dla inwestycji – ze względu na osiągnięte stawki i stopę zwrotu – to Kraków oraz pasmo przygórskie, ze szczególnym uwzględnieniem Zakopanego, Krynicy i Szczawnicy. Najslabiej rozwinięta infrastruktura hotelowa jest w województwie podlaskim. Przyczyną tego faktu może być to, że znaczna część województwa zajmowana jest przez parki narodowe. Turystycznymi atrakcjami Podlasia są głównie obszary leśne (Puszcza Białowieska i Knyszyńska) oraz rozlewiska rzek – Narwi i Biebrzy. Na Podlasiu dominuje agroturystyka i małe obiekty noclegowe. Ponadto w tym regionie jest dość słabo rozwinięta infrastruktura komunikacyjna (najbliższe lotniska są w Warszawie i Gdańsku).

Analizując strukturę bazy hotelowej w Polsce pod względem kategorii obiektów i porównując ją ze strukturą światowej bazy hotelarskiej, można dostrzec pewne dysproporcje (tabela 2).

W światowym hotelarstwie obiekty pięciogwiazdkowe stanowią 6,8% ogółu hoteli, w Polsce tylko 2%. Dwa ostatnie lata (tj. 2007–2009) umocniły w Polsce

pozycję hoteli dwu- i trzygwiazdkowych. W sumie w Polsce zajmują one łącznie prawie 78,2% rynku, tymczasem na świecie niecałe 61%.

Polskie przepisy kategoryzacyjne, w porównaniu z wieloma krajami Europy, stawiają o wiele wyższe wymagania wobec obiektów noszących nazwę hotel. Gdyby zostały one złagodzone, to – jak szacuje Instytut Hotelarstwa⁸ – do 1741 hoteli dysponujących ponad 152 tys. miejsc noclegowych mogłoby dołączyć ok. 2400 obiektów oferujących niemal 185 tys. łóżek i wówczas wskaźnik nasycenia na 10 tys. mieszkańców wzrósłby dwukrotnie. Obecnie wskaźnik ten nieznacznie przekracza 53 miejsca, podczas gdy w krajach Unii Europejskiej już w 2007 roku wynosił 234,4.

Tabela 2

Struktura bazy hotelowej w Polsce i na świecie według kategorii

Kategoria hotelu	Struktura hoteli w %	
	na świecie	w Polsce
Hotele 5*	6,8	2,01
Hotele 4*	15,8	7,93
Hotele 3*	34,2	43,39
Hotele 2*	26,5	34,77
Hotele 1*	16,7	11,90

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Piasta, A. Szafrąński, *op.cit.*, s. 8.

Warto też zwrócić uwagę na duże dysproporcje w nasyceniu poszczególnych regionów w Polsce miejscami w hotelach. W województwie warmińsko-mazurskim na 10 tys. mieszkańców przypada obecnie 60,08 miejsca w hotelu, natomiast w lubelskim zaledwie 11,1 miejsca (tabela 3).

⁸ J. Piasta, A. Szafrąński, *op.cit.*, s. 4.

Tabela 3

Wskaźnik nasycenia miejscami hotelowymi w poszczególnych województwach

Województwo	Wskaźnik nasycenia miejscami hotelowymi	
	2007	2009
warmińsko-mazurskie	56,5	60,8
zachodniopomorskie	55,4	59,7
małopolskie	55,5	57,4
dolnośląskie	47,7	56,4
pomorskie	45,0	50,2
mazowieckie	46,6	48,4
lubuskie	36,4	45,8
wielkopolskie	34,3	37,8
śląskie	25,8	31,3
kujawsko-pomorskie	23,3	29,7
świętokrzyskie	22,5	29,5
podkarpackie	18,2	22,3
łódzkie	17,2	24,4
podlaskie	13,2	15,2
opolskie	11,9	13,5
lubelskie	10,0	11,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Piasta, A. Szafranski, *op.cit.*, s. 18–25.

Największe wskaźniki nasycenia miejscami hotelowymi są w województwach: warmińsko-mazurskim, zachodniopomorskim, małopolskim i dolnośląskim, najslabiej wypadają zaś pod tym względem województwa: lubelskie, opolskie i podlaskie. We wszystkich województwach można zaobserwować w okresie 2007–2009 wzrost liczby miejsc w hotelach.

Podsumowanie

Podsumowując powyższe rozważania, należy stwierdzić, że zarówno liczebnie, jak i pod względem oferowanych łóżek na polskim rynku dominują hotele klasy średniej, czyli o standardzie trzech gwiazdek. Stanowią one ponad 43,4% wszystkich hoteli. W skali całego kraju za mało jest obiektów najwyższej kategorii. Istniejące hotele pięciogwiazdkowe zlokalizowane są głównie w aglomeracjach. Aż 23 hotele (czyli prawie 66%) zlokalizowane są w Warszawie, Krakowie

i Trójmieście. Połowa polskich regionów nie posiada w ogóle obiektów o standardzie pięciu gwiazdek, a w województwie opolskim nie ma nawet hotelu cztero-gwiazdkowego.

Optymistyczne jest to, że baza hotelowa w Polsce systematycznie się powiększa, w szczególności widoczne to jest w przypadku aglomeracji miejskich oraz miejscowości turystycznych. W ciągu dwóch lat (od lipca 2007 do lipca 2009 roku) w Polsce przybyło 261 hoteli i ponad 20,8 tys. miejsc hotelowych.

HOSPITALITY SECTOR AS A PART OF POLISH TOURISM POTENTIAL

Summary

The aim of an article is to present the structure of hotels in Poland. Article has been prepared on the basis of literature analysis and available statistical data.

Translated by Anna Tokarz