

Anna Przybylska

Przestrzenne różnicowanie bazy noclegowej w województwie wielkopolskim

Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 2 (34), 167-176

2016

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.

PRZESTRZENNE ZRÓŻNICOWANIE BAZY NOCLEGOWEJ W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

ANNA PRZYBYLSKA

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza
e-mail: anna.przybylska@amu.edu.pl

SŁOWA KLUCZOWE

baza noclegowa, Wielkopolska, lokalizacja przedsiębiorstw

STRESZCZENIE

Celem opracowania było ustalenie kierunków rozwoju bazy noclegowej w województwie wielkopolskim na przestrzeni ostatnich 30 lat. Analizy zostały dokonane w oparciu o zgromadzony materiał empiryczny, charakteryzujący szczegółowo lokalizację obiektów hotelowych. Analizie zostało poddanych 338 obiektów, które nie tylko podlegały zewidencjonowaniu, ale również stanowiły bazę do określenia czynników wpływających na politykę lokalizacyjną hoteli w Wielkopolsce.

Wprowadzenie

Od początku lat 90. XX wieku następuje wyraźna ekspansja procesu globalizacji połączona z szybkim rozwojem hoteli w Polsce. Obiekty noclegowe (hotele, motele, pensjonaty i inne) stanowią jeden z podstawowych elementów rynku usług turystycznych, jednocześnie świadcząc usługi niezbędne, aby ruch turystyczny mógł w ogóle zaistnieć. Na rynku usług hotelarskich istnieje

znaczna i cały czas wzrastająca konkurencja. Jest to szczególnie zauważalne na obszarze dużych miast, gdzie zagęszczenie obiektów noclegowych jest największe, i gdzie występuje mnogość elementów, które mogą kształtować ten rynek i decydować o sukcesie lub porażce nowo powstającego obiektu.

Jak zauważa Kowalczyk (2002), odwołując się do wielu autorów (Arbel, Pizam, 1977; Butowski, 1994; Dyduła, 1998; Klimczuk, 1995; Kot, Kowalczyk, 1998; Kowalski, 1998; Pearce, 1987), obiekty hotelowe są zlokalizowane w centralnej części miasta. Jest to cecha charakterystyczna dla dużych ośrodków miejskich, ściśle związana z modelem użytkowania ziemi w mieście, zgodnie z którym obiekty noclegowe zazwyczaj lokalizuje się pomiędzy centrum administracyjnym a dzielnicą handlową (Kowalczyk, 2000, za: Yokeno, 1968). Wynika to przede wszystkim z faktu udawania się turystów do centrum administracyjno-handlowego w celach służbowo-handlowych, jak również prywatnych.

Lokalizacja obiektu noclegowego zawsze związana jest z uzyskaniem zysku przez inwestora. Czynniki również istotnymi, mającymi bezpośredni wpływ, są potrzeby turystów i motywy ich podróżowania (Rettinger, 2014).

Jednym z podstawowych czynników dla każdego hotelu jest jego położenie, zarówno w samej przestrzeni, jak i względem innych obiektów. W porównaniu z przedsiębiorstwami działającymi w przemyśle lub świadczącymi usługi dla miejscowej ludności, przedsiębiorstwa z branży turystycznej, w tym hotele, muszą przywiązywać do swojego położenia szczególną wagę (Yang, Wong, Wang, 2012). Zmiana położenia po rozpoczęciu świadczenia usług jest niemal niemożliwa i zawsze bardzo kosztowna. Newell i Seabrook (2006) wskazują położenie, jako jeden z pięciu podstawowych czynników uwzględnianych podczas planowania nowej inwestycji.

Położenie hotelu determinuje nie tylko to, czy turyści w ogóle zdecydują się skorzystać z jego usług, ale także to, jaki rodzaj gości wybierze dany obiekt, z jakich usług zewnętrznych będzie mógł korzystać sam hotel w trakcie swojej działalności oraz jakie będą koszty eksploatacji obiektu (Urtasun, Gutiérrez, 2006).

Podstawowym celem przeprowadzonych badań była analiza przestrzennego rozmieszczenia hoteli zlokalizowanych na terenie województwa wielkopolskiego, określenie najistotniejszych czynników, które wpływają na lokalizację tych obiektów w terenie (przy założeniu cech przestrzennych, a nie bezpośrednio wynikających z atrakcyjności turystycznej), jak również wskazanie pewnych tendencji w lokalizacji hoteli. Analizie zostały poddane hotele, motele, pensjonaty, schroniska, domy wycieczkowe i kempingi w województwie. Do najważniejszych czynników zaliczono: położenie na mapie województwa, atrakcje turystyczne, obiekty targowe i konferencyjne, aż w końcu połączenia z głównymi węzłami komunikacyjnymi. Przeprowadzone analizy umożliwiły jednocześnie wskazanie głównych trendów w bazie noclegowej, decydujących o rozmieszczeniu obiektów różnej klasy, jak również podstawy do wstępnego opisanie dynamiki tych zmian po roku 1977. Przeprowadzone badania zostały zakończone w roku 2014 i na tamten moment można mówić o ich aktualności. Informacje zostały zaczerpnięte w pierwszej kolejności z Ewidencji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego – Wykaz Obiektów Hotelowych w Wielkopolsce, który następnie został zweryfikowany wyjazdami terenowymi, kontaktem

telefonicznym lub też poprzez stronę internetową obiektu noclegowego. Inwentaryzację obiektów noclegowych w województwie wielkopolskim przeprowadzono w miesiącach marzec–grudzień 2014 roku. W badaniu zidentyfikowano łącznie 338 obiektów noclegowych reprezentowanych przez hotele, motele, schroniska, domy wycieczkowe, pensjonaty i kempingi.

Determinanty rozmieszczenia obiektów hotelowych

Elementy decydujące o umiejscowieniu obiektu hotelowego w danym miejscu, jak również zależności pomiędzy rodzajem i ofertą hotelu i jego położenia były przedmiotem wielu badań na świecie. Na ich podstawie można wyróżnić kilka potencjalnych czynników uznawanych za kluczowe dla kwestii rozmieszczenia hoteli w mieście.

Jednym z czynników najczęściej pojawiających się w literaturze jest odległość od centrum miasta, gdzie najbardziej atrakcyjne są lokalizacje blisko tego centrum, stanowiącego centralną dzielnicę biznesową (CBD – *central business district*) albo szeroko rozumiane stare miasto, będące skupiskiem atrakcji turystycznych (Shoval, 2006). W tym miejscu skupiają się na ogół miejsca będące przedmiotem zainteresowania gości hotelowych. Położenie w stosunku do centrum ma również wpływać na rodzaj hoteli powstających w danym miejscu – blisko śródmieścia lokują się hotele najwyższej klasy, podczas gdy wraz z oddalaniem się od centrum rośnie liczba tańszych obiektów (Egan, Nield, 2000).

Z położeniem w przestrzeni miasta wiąże się również umiejscowienie węzłów komunikacyjnych, takich jak lotniska i główne stacje kolejowe (Ashworth, Tunbridge, 1990) oraz autostrady. Część autorów wskazuje w swoich pracach na tak zwany efekt aglomeracyjny (*agglomeration effect*), polegający na tendencji do skupiania się przedstawicieli danej branży w swoim pobliżu. Takie działanie ma na celu zwiększenie efektywności działania na rynku, zapewnienie dostępu do usług oferowanych przez zewnętrzne podmioty oraz łatwiejsze wejście na rynek (Barros, 2005; Urtasun, Gutiérrez, 2006).

Znaczenie ma również rozmieszczenie i dostępność różnego rodzaju dodatkowych usług, zarówno o charakterze komercyjnym (banki, restauracje, centra handlowe), jak i niekomercyjnym (tereny rekreacyjne, obiekty użyteczności publicznej). Według badań, które prowadzili Rigall-I-Torrent oraz Fluvia (2007) hotele mające dobry dostęp do tego rodzaju miejsc wykazują większe obłożenie.

Co istotne, wszystkie wymienione wyżej czynniki mogą być zmienne w czasie, wraz z przestrzennym i funkcjonalnym rozwojem danego miasta. Obszary zurbanizowane na ogół nie podlegają stagnacji, zatem i elementy wpływające pozytywnie lub negatywnie na lokowanie w danym miejscu nowego hotelu mogą ulec zmianie. Dodatkowym bodźcem może być tutaj poważna zmiana w otoczeniu biznesowym, w tym znacząca zmiana w polityce danego kraju i sposobie gospodarowania. Yang, Wong i Wang (2012) zaprezentowali takie zjawisko na przykładzie Chin, jednak można je w pewnej skali odnieść również do przemian w Europie Środkowej i Wschodniej z okresu transformacji ustrojowej. Warto czasami zwrócić również uwagę na czynniki wewnętrzne,

związane bezpośrednio z konkretnym obiektem noclegowym. Tutaj najważniejsze znaczenie ma wielkość hotelu (Egan, Nield, 2000) oraz jego kategoryzacja.

Koncepcje dotyczące czynników kształtujących rozmieszczenie bazy noclegowej

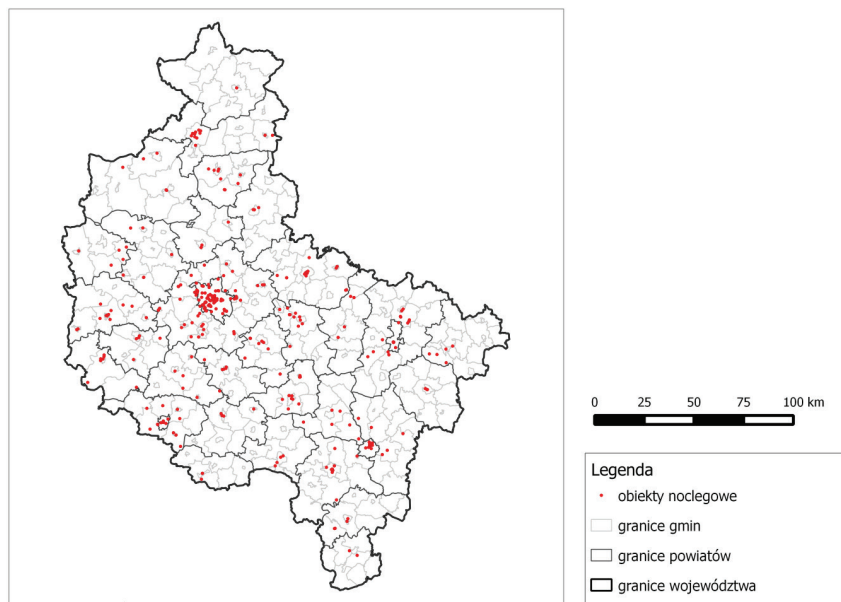
W literaturze przedmiotu można zauważyć dwa podejścia kształtujące rozmieszczenie bazy noclegowej. Pierwsze wskazuje jako czynnik sprawczy inwestora, który kieruje się zazwyczaj racjonalnymi przesłankami, drugie natomiast jest silnie powiązane ze sposobem funkcjonowania regionów i ewolucji inwestycji turystycznych w określonych miejscach (Dziedzic, 2014). Do najważniejszych czynników na bazie decyzji inwestycyjnych zaliczyć można: czynniki związane ze stanem infrastruktury i dostępnością komunikacyjną, czynniki związane z walorami turystycznymi, wizerunkiem miejscowości i stanem środowiska, czynniki dotyczące dostępności i kosztów czynników produkcji, polityki lokalnych władz i nastawienia lokalnej ludności oraz wielkości i struktury ruchu turystycznego (Januszewska, Januszewski, 2008).

Jeśli spojrzeć na dalsze badania w zakresie znaczenia poszczególnych czynników lokalizacji, można znaleźć autorów skłaniających się do następującego wydzielenia czynników, istotnych z punktu widzenia inwestora: poziom rozwoju regionalnego rynku turystycznego, różnorodność walorów turystycznych, stan rozwoju infrastruktury technicznej i społecznej, poziom rozwoju gospodarczego obszaru, jego stabilność polityczna oraz otwartość na turystów. Ponadto umiarkowane związki z wyborem lokalizacji odnotowano w przypadku kosztów pracy i inwestycji, natomiast bardzo słabe w odniesieniu do kursu walutowego oraz wielkości bezpośrednich inwestycji zagranicznych (Dziedzic, 2014, za: Ussi, 2011).

Wyniki badań

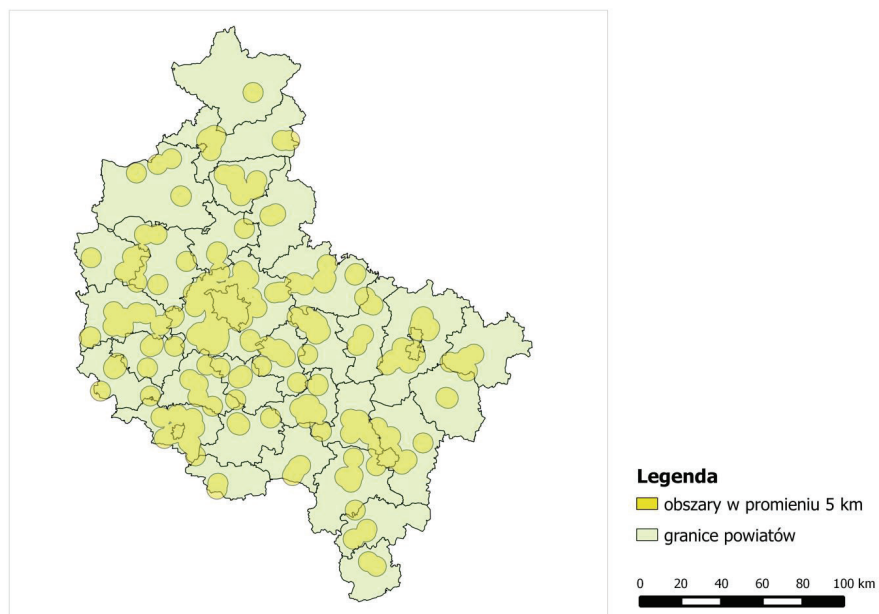
Na dzień 31 grudnia 2014 roku potwierdzono istnienie w województwie wielkopolskim 273 hoteli (3 obiekty pięciogwiazdkowe, 25 obiektów – 4 gwiazdkowych, 119 – 3 gwiazdkowe, 92 – 2 gwiazdkowe i 32 – jednogwiazdkowe), 25 moteli, 30 pensjonatów, 8 schronisk młodzieżowych, 1 dom wycieczkowy i 1 kemping (rys. 1). Zdecydowana większość obiektów noclegowych jest zlokalizowana w powiecie poznańskim (115 przedsiębiorstw), a w samym mieście Poznaniu – 70. Zagęszczenie obiektów noclegowych jest uzależnione od wielkości ośrodka miejskiego, w pobliżu którego są one zlokalizowane.

Sieć przedsiębiorstw noclegowych w województwie wielkopolskim jest tak gęsta, że po nałożeniu ekwidystanty o promieniu 1 km od obiektu, zostało pokryte 30% całego obszaru województwa (rys. 2). Jeśli promień ten zostanie zwiększony do 5 km, to pokrycie zwiększa się już do powyżej 70% (rys. 3). Intensyfikacja zabudowy noclegowej jest widoczna również w jednostkach administracyjnych o charakterze miejsko-wiejskim i wiejskim. Uzależnione jest to od występujących walorów przyrodniczych i antropogenicznych oraz od obecności znaczących szlaków komunikacyjnych.



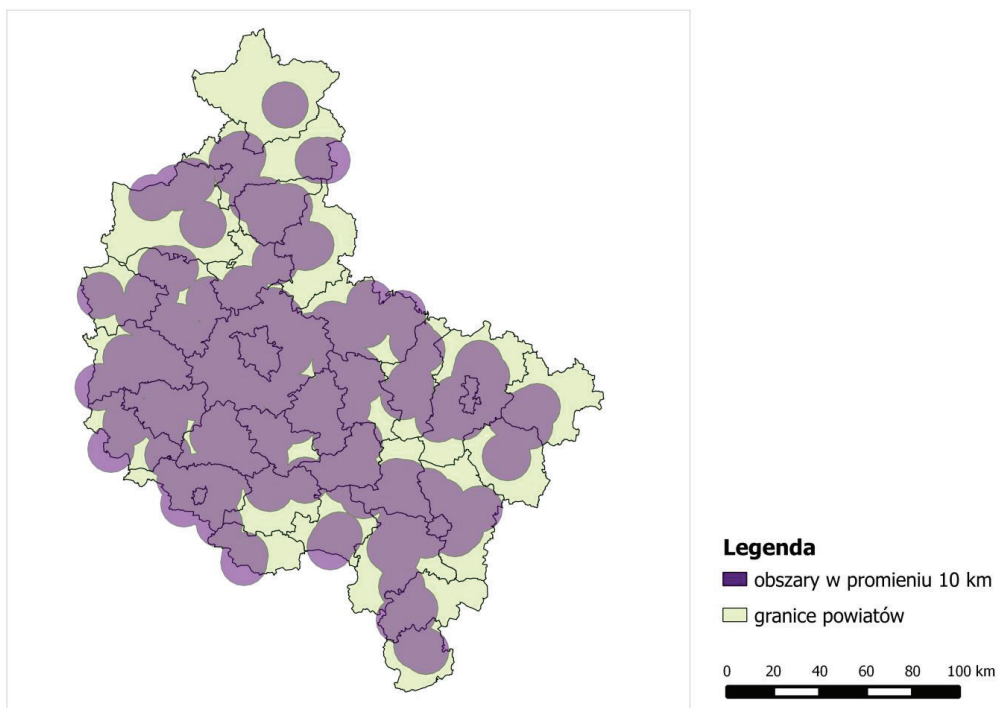
Rysunek 1. Schematyczne rozmieszczenie bazy noclegowej w województwie wielkopolskim

Źródło: opracowanie własne.



Rysunek 2. Ekwidystanta bazy noclegowej w województwie wielkopolskim o promieniu 1 km

Źródło: opracowanie własne.

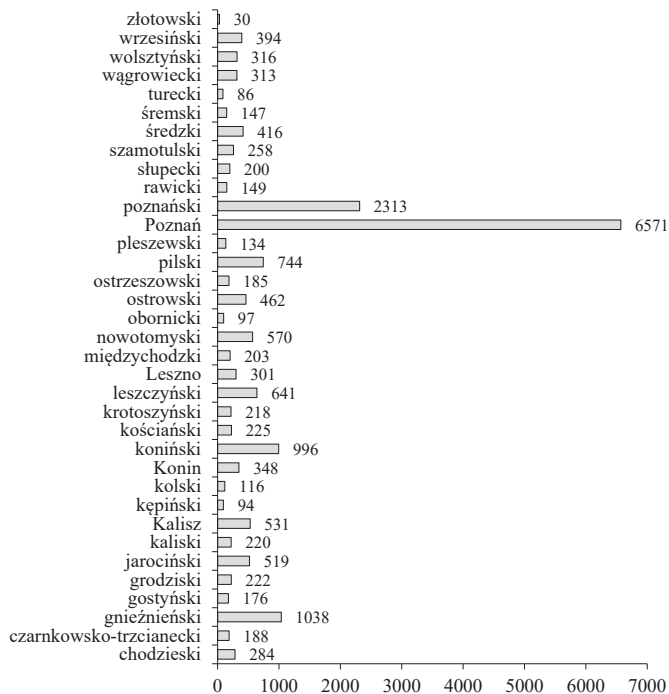


Rysunek 3. Ekwidystanta bazy noclegowej w województwie wielkopolskim o promieniu 5 km

Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowana większość analizowanych obiektów noclegowych to obiekty stosunkowo małe. Obiekty dysponujące do 50 miejscami noclegowymi to aż 209 przedsiębiorstw i kolejno: 84 obiekty (51–99 miejsc), 40 obiektów (100–299 miejsc) i 5 obiektów dysponujących powyżej 300 miejscami noclegowymi. Tutaj sytuacja oczywiście jest podobna, jak w przypadku liczby przedsiębiorstw noclegowych w poszczególnych powiatach; również największą liczbą miejsc noclegowych dysponują powiaty grodzkie (rys. 4).

Obserwując rozwój wielkopolskiego rynku noclegowego w czasie, można zauważyć niewielkie zmiany w liczebności przedsiębiorstw noclegowych na przestrzeni lat do roku 1990 włącznie. W czasie tym odnotowano w województwie wielkopolskim istnienie jedynie 12 obiektów, 6 z nich powstało do roku 1980 i kolejne 6 do roku 1990. W obu przypadkach były to tylko i wyłącznie obiekty hotelowe. Dopiero po roku 2000 dynamika przyrostu bazy noclegowej uległa zwiększeniu i w okresie tym odnotowano pojawienie się już kolejnych 44 przedsiębiorstw, z czego 41 to były hotele, 2 – pensjonaty i 1 schronisko. Kolejne dziesięciolecie było czasem niesamowitej ekspansji obiektów noclegowych na terenie województwa wielkopolskiego, gdyż w czasie tym zewidencjonowano pojawienie się kolejnych 210 obiektów. Po roku 2010 zdecydowanie następuje czas spowolnionego wzrostu i pewnego rodzaju stagnacji. Widoczny jest kryzys w branży hotelarskiej, czego dowodem jest pojawienie się do roku 2014 zaledwie kolejnych 18 obiektów. Wspomniany

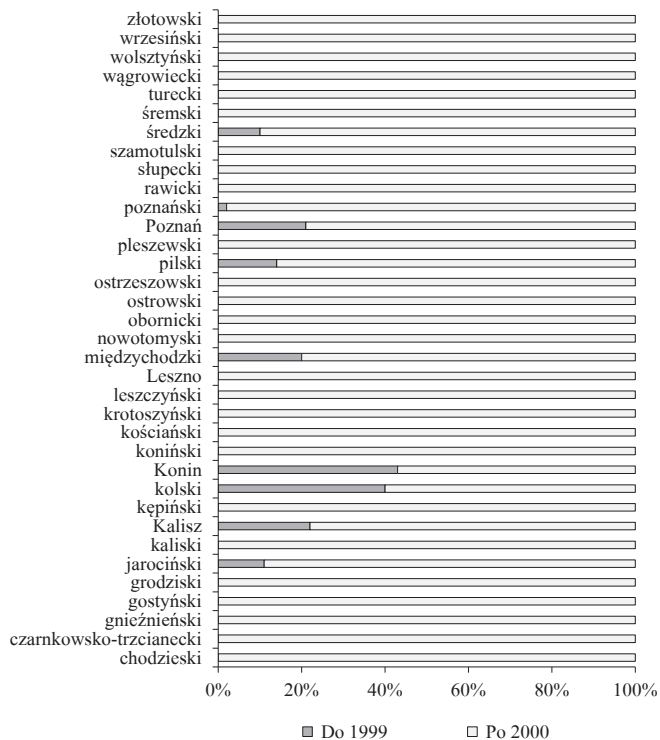


Rysunek 4. Obiekty noclegowe w województwie wielkopolskim według liczby miejsc noclegowych

Źródło: opracowanie własne.

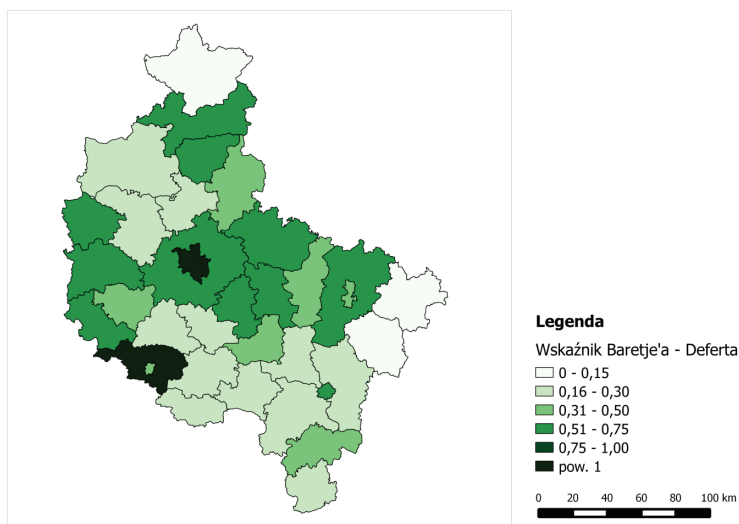
czas ekspansji to nie tylko pojawianie się nowych przedsiębiorstw, to również czas zamykania się innych. Na grudzień 2014 roku jednocześnie odnotowano zamknięcie 13 innych przedsiębiorstw noclegowych, na które składało się 12 hoteli oraz jeden pensjonat. Znikanie obiektów z mapy województwa było raczej proporcjonalne do liczby obiektów zlokalizowanych w poszczególnych powiatach: 5 obiektów zamkniętych w powiecie poznańskim, 2 w Koninie i kolejno po jednym w powiatach: śremskim, wągrowieckim, gnieźnińskim, znińskim, wrzesińskim, śłupeckim i w Kaliszu. Dostyc ważne uwagi jest to, iż zdecydowana większość zamkniętych obiektów były to przedsiębiorstwa utworzone po roku 2000 (tylko jeden powstał w 1977 roku) (rys. 5).

Analiza wskaźnika Baretje'a-Deferta umożliwia określenie miejsca mniejszych jednostek administracyjnych względem wielkości bazy noclegowej w stosunku do liczby mieszkańców województwa. Wyniki najwyższe osiągają miasto Poznań i powiat Leszno (z wyłączeniem samego miasta), uzyskując jednocześnie wartości wskaźnika powyżej 1. W następnej grupie, charakteryzującej się kolejno najwyższymi wskaźnikami, znalazły się powiaty: wolsztyński, nowotomyski, międzychodzki, poznański, gnieźniński, międzychodzki, średzki, koniński, pilski i chodzieski. Natomiast najniższe wartości wskaźnika, jednocześnie potwierdzające istnienie bazy noclegowej na bardzo niskim poziomie, zewidencjonowano na terenie powiatu złotowskiego, kolskiego i tureckiego (rys. 6).



Rysunek 5. Tworzenie nowych przedsiębiorstw noclegowych do roku 1999 i po 2000

Źródło: opracowanie własne.



Rysunek 6. Wartości wskaźnika Baretje'a-Deferta dla poszczególnych powiatów w województwie

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

Rozmieszczenie bazy noclegowej w województwie wielkopolskim jest nierównomierne. Wynika to przede wszystkim z istnienia ośrodków miejskich, powiązaną z tym dostępnością komunikacyjną, jak również obecnością walorów przyrodniczych i kulturowych. Obecność ośrodka miejskiego to jednocześnie centrum biznesu, które warunkuje zróżnicowanie standardu występującej bazy. Na podstawie analizy powyższych elementów można sformułować następujące wnioski:

- a) dynamika zmian w zakresie bazy noclegowej jest stosunkowo duża, szczególnie po roku 2000;
- b) zdecydowana największa część przedsiębiorstw noclegowych zlokalizowanych jest w powiecie poznańskim i mieście Poznań, jednak ze względu na charakter oddziaływania miasta zmiany te również są zauważalne w powiatach okalających, co bezpośrednio związane jest z poszukiwaniem przez turystów terenów oddalonych od centrów. Sytuacja taka dotyczy nawet 30% zewidencjonowanych przedsiębiorstw noclegowych;
- c) zauważalna jest zmniejszona koncentracja bazy noclegowej na skrajach województwa, szczególnie dotyczy to części: północnej, południowej i zachodniej;
- d) średnia liczba miejsc noclegowych przypadająca na jeden obiekt wynosi 58, co pozwala wnioskować, że zdecydowana większość przedsiębiorstw są to obiekty małe i średnie;
- e) warto podkreślić, że wraz ze wzrostem odległości od centrum Poznania zmianie ulega wielkość i struktura bazy noclegowej. Maleje liczba obiektów świadczących usługi noclegowe, zmniejsza się również całkowita liczba miejsc noclegowych, maleje także przeciętna liczba miejsc noclegowych przypadających na jeden obiekt.

Literatura

- Ashworth, G.J., Tunbridge, J.E. (1990). *The Tourist-Historic City*. London: Belhaven Press.
- Barros, C.P. (2005). Evaluating the efficiency of a small hotel chain with a Malmquist productivity index. *International Journal of Tourism Research*, 7 (3), 173–184.
- Dziedzic, E. (2014). Czynniki kształtujące podaż usług turystycznych w Polsce. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 3 (27).
- Egan, D.J., Nield, K. (2000). Towards a theory of intraurban hotel location. *Urban Studies*, 37 (3), 611–621.
- Januszewska, M., Januszewski, M. (2008). Uwarunkowania procesów inwestycyjnych dla pod-miotów gospodarki turystycznej w powiecie jeleniogórskim. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 11, 73–85.
- Kowalczyk, A. (2002). *Geografia turystyki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Newell, G., Seabrook, R. (2006). Factors influencing hotel investment decision making. *Journal of Property Investment & Finance*, 24 (4), 279–294.
- Rigall-I-Torrent, R., Fluvia, M. (2007). Public goods in tourism municipalities: formal analysis, empirical evidence and implications for sustainable development. *Tourism Economics*, 13 (3), 361–378.
- Shoval, N. (2006). The geography of hotels in cities: An empirical validation of a forgotten theory. *Tourism Geographies*, 8 (1), 56–75.
- Urtasun, A., Gutierrez, I. (2006). Hotel Location in Tourism Cities. Madrid 1936–1998. *Annals of Tourism Research*, 33 (2), 382–402.
- Ussi, M., Wei, J. (2011). The Location Determinants for Hotel Foreign Direct Investment in Zanzibar. *Management and Service Science*, 8, 105–112.

Yang, Y., Wong, K., Wang T. (2002). How do hotels choose their location? Evidence from hotels in Beijing. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 675–685.

SPATIAL DIVERSITY OF ACCOMMODATION FACILITIES IN GREATER POLAND

KEYWORDS | accommodation, Greater Poland, location businesses

ABSTRACT | The purpose of the study was to determine the direction of development of hotel accommodation in Greater Poland over the last 30 years. Analyses were made based on collected empirical material, characterized in detail the location of the objects. The analysis was subjected to 338 objects that are not only subject to register, but were also a basis for determining the factors that influence the policy of a location hotels in Greater Poland.