

Rafał Rouba

Przyczynek do dyskusji nad oceną atrakcyjności obiektów zabytkowych

Ekonomiczne Problemy Usług nr 52, 545-556

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.

RAFAŁ ROUBA

Uniwersytet Łódzki

**PRZYCZYNEK DO DYSKUSJI
NAD OCENĄ ATRAKCYJNOŚCI OBIEKTÓW ZABYTKOWYCH**

Wprowadzenie

Jedną z dynamicznie rozwijających się gałęzi hotelarstwa w Polsce są noclegi w obiektach zabytkowych, w szczególności w zabytkowych rezydencjach. Zabytkowe rezydencje, z uwagi na właściwy sobie nimb niezwykłości, wspomagają doskonale tworzenie USP (*Unique Selling Point*), który wyśmienicie pozwala odróżnić się od konkurencji i z sukcesem stawać w szranki na coraz bardziej nasyconym usługodawcami rynku turystycznym.

Dynamikę rozwoju zjawiska obrazuje najlepiej wzrost liczby usługodawców w sektorze zabytkowych rezydencji z ok. 250 w latach 2001/2002 do około 500 u progu drugiej dekady XXI w.

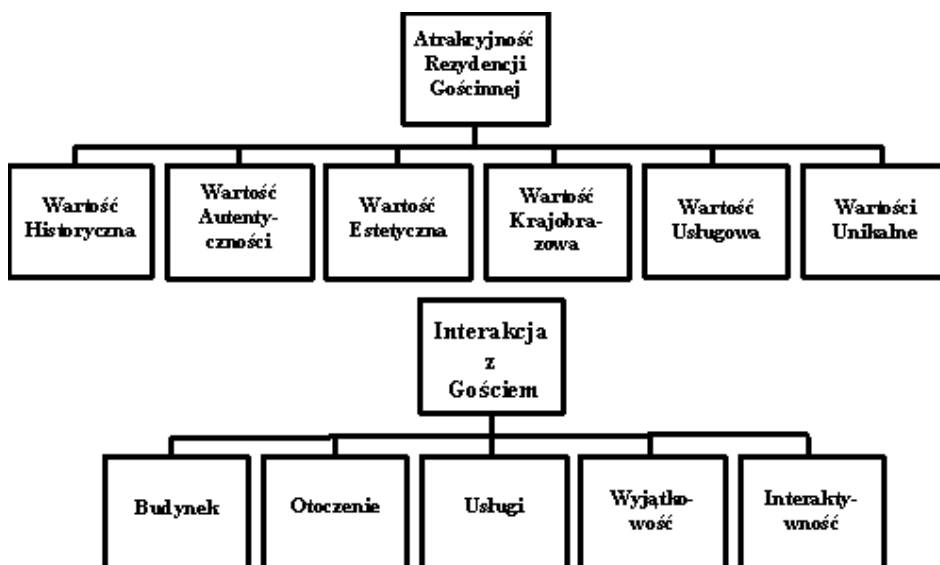
Patrząc z teoretycznego punktu widzenia, ważnym aspektem atrakcyjności obiektów hotelarskich jest użyteczność ich oferty nie tylko w sensie zaspokajania potrzeb fizjologicznych – snu, pożywienia, bezpieczeństwa, ale również w dostarczaniu doznań zajmujących wyższe poziomy piramidy Masłowa.

Użyteczność hoteli nowoczesnych sprowadza się w dużym stopniu wyłącznie do obsługi procesów życiowych gości. Siłą rzeczy pełnią więc one funkcję służebną względem elementów produktu turystycznego zaspokajających potrzeby wyższe. Obiekty noclegowe w zabytkowych rezydencjach, jeśli są dobrze zarządzane, mają użyteczność wieloraką – prócz czystej fizjologii obsługują sferę dążeń związanych z poznaniem, obcowaniem z pięknem, niezwykłością i harmonią, dowartościowaniem i metafizyką.

1. Atrakcyjność zabytkowych rezydencji pełniących funkcję hotelarską

W niniejszym artykule przyjęto rozumienie atrakcyjności turystycznej zabytkowych rezydencji jako, parafrazując W. Kurka, właściwości obiektu lub kompleksu rezydencjonalnego, wynikające z zespołu cech, które stanowią o zainteresowaniu ze strony turystów¹.

Ogół cech decydujących o atrakcyjności rezydencji pełniącej funkcję hotelarską i sumujących się na wrażenia gości można podzielić w taki sposób, jak na rysunku 1.



Rys. 1. Cechy decydujące o atrakcyjności badanych rezydencji gościnnych i płaszczyzny interakcji obiektu hotelarskiego z gościem

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Wśród najważniejszych czynników oddziałujących na klientów należy wyliczyć:

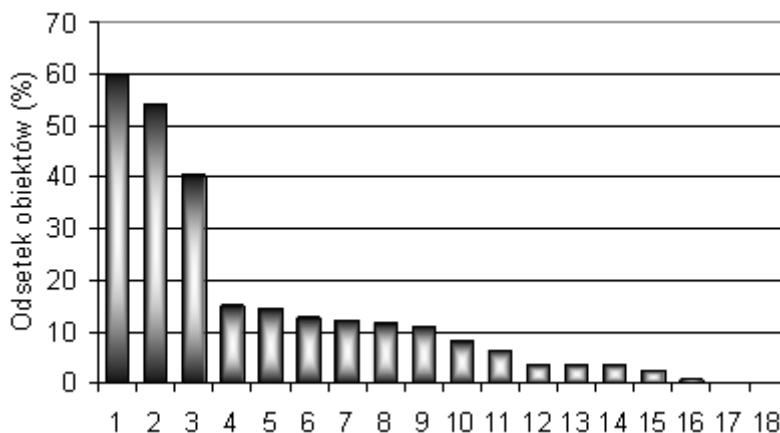
1. Budynek – oddziałuje na gości swoim kształtem, rozmiarem, kolorem, wyposażeniem i całościowym wrażeniem, jakie wywiera. Zaznaczyć należy, że nowoczesne hotele mogą również silnie wpływać na emocje gości poprzez piękną architekturę czy też wspaniałe wyposażenie.

¹ *Turystyka*, red. W. Kurek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

2. Otoczenie – zarówno bliższe, jak i dalsze, pełni kluczową rolę w kreowaniu więzi gości z obiektem. Otoczenie, będąc tłem i uzupełnieniem, stanowi wraz z budynkiem nierozłączną całość. Szczególnie wrażliwe na degradację otoczenia są zabytkowe rezydencje, gdzie bardzo łatwo spowodować rażący lub wręcz drażniący dysonans. Prowadząc, bądź dopuszczając do niefrasobliwej gospodarki przestrzennej wokół obiektu, można bardzo łatwo obniżyć jego walory estetyczne, a przez to także atrakcyjność w oczach gości. Przestrzeń wokół pałaców, dworów i zamków pełniących funkcję hotelarską powinna stanowić rodzaj „służby”, zapewniającej gościowi łagodne przejście i powrót z wymiaru rzeczywistego do historyczno-hotelarskiego. Pod pojęciem otoczenia kryją się również zagadnienia związane z dostępnością komunikacyjną, łatwością dojazdu i odległością od centrów generujących ruch.
3. Usługi – ich zakres, rodzaj i jakość stanowią fundament zadowolenia gości. Nierozłącznym elementem świadczonych usług są pracownicy, których profesjonalizm i gościnność jest ważnym ogniwem łańcucha wrażeń towarzyszących gościowi od przekroczenia progu hotelu.
4. Interaktywność – jest efektem działań kadry menedżerskiej i pracowników, polegających na czynieniu obiektu przyjaznym dla odwiedzających i gotowym do dzielenia się swoimi zasobami, zarówno materialnymi, jak również niematerialnymi.
5. Wyjątkowość – szerokie spektrum czynników, które mają wyróżnić obiekt na rynku i sprawić, by gość miał wrażenie doznań unikalnych i niepowtarzalnych. Najważniejszym elementem wyjątkowości zabytków pełniących funkcję hotelarską jest niezatarty autentyzm i ich „dawność”. Tworzą je na pierwszy rzut oka czytelne świadectwa pochodzenia z czasów odległych.

Przeprowadzone badania wykazały, że wśród czynników decydujących o atrakcyjności badanych obiektów w oczach kadry zarządzającej i pracowników, prym wiodą trzy elementy, wyraźnie wyprzedzające czynniki pozostałe. Są one związane z takimi kategoriami, jak otoczenie i budynek (rysunek 2). Największym atutem obiektów okazała się cisza i spokój (60,1% wskazań) oraz atrakcyjność otoczenia (54,3%), na kolejnej pozycji (40,5%) znalazł się zabytkowy charakter kompleksu. Znacznie niższy wynik (15%) uzyskała atmosfera obiektu, na którą składają się po części czynniki materialne i niematerialne. Na dalekich pozycjach (po 12%) uplasowały się elementy czysto usługowe, takie jak kuchnia czy rozbudowana oferta. W opinii managerów i pracowników o atrakcyjności żadnego z obiektów nie decydują ceny i nowoczesne wyposażenie. Dużym zaskoczeniem była natomiast niska pozycja unikalności (6,3%), przy czym należy tu mieć świadomość, że unikalność miejsca jest pojęciem trudno definiowalnym, odczuwanym

i ocenianym przez odbiorcę bardzo subiektywnie, co też w jakiejś mierze może decydować o uzyskanym wyniku badań.



Przesłanka atrakcyjności: 1 – cisza i spokój, 2 – atrakcyjne otoczenie, 3 – zbytkowy charakter, 4 – atmosfera obiektu, 5 – łatwy dojazd, 6 – kuchnia, 7 – rozbudowana oferta, 8 – wysoki standard, 9 – historia obiektu, 10 – miła obsługa, 11 – unikalność, 12 – bliskość dużego miasta, 13 – imprezy towarzyszące, 14 – intymność, 15 – funkcja pozahotelarska, 16 – czystość, 17 – nowoczesne wyposażenie, 18 – ceny

Rys. 2. Czynniki decydujące o atrakcyjności pałaców, dworów i zamków pełniących funkcję hotelarską w oczach managerów i pracowników

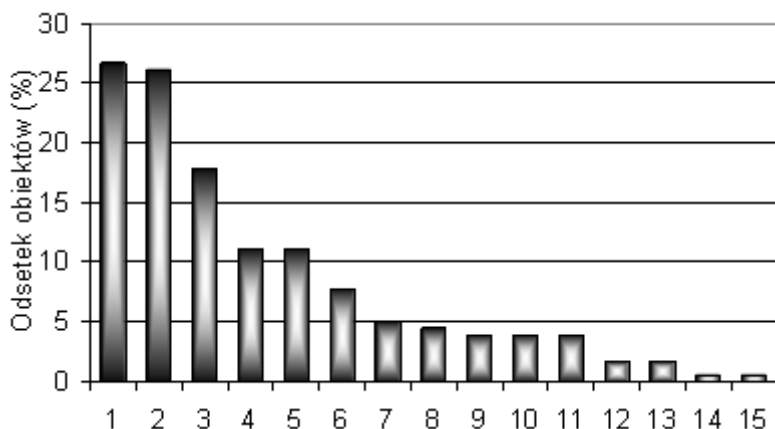
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Taka hierarchizacja odpowiedzi ukazuje specyfikę produktu turystycznego badanych obiektów, w których po pierwsze liczy się miejsce (w znaczeniu otoczenia i obiektu) i jego cechy tworzące odpowiedni klimat dla wypoczynku i pracy, a dopiero w dalszej kolejności występują czynniki decydujące o powodzeniu obiektów hotelarskich w znaczeniu tradycyjnym.

Dokonana w badaniach próba zidentyfikowania elementów, które pozwolą podnieść atrakcyjność obiektów, wykazała, że zaledwie w 11,1% nie zauważono potrzeb żadnych zmian, a w 4,4% badani nie potrafili odpowiedzieć na zadane pytanie.

W 84,5% obiektów, w których dostrzeżono konieczność zmian, zdecydowanie przeważały odpowiedzi dotyczące czynników materialnych związanych z budynkami bądź ich otoczeniem. W bardzo niewielkim odsetku występują zastrzeżenia dotyczące strony niematerialnej przedsięwzięcia. Na pierwszym miejscu znajduje się wskazanie na konieczność rozbudowy bazy towarzyszącej (26,7%), w tym duży nacisk kładziony jest na poszerzenie oferty sportowo-rekreacyjnej (26,1%). Często

(17,8%) wskazywana była również potrzeba podniesienia standardu, w tym poprzez poprawę niematerialnej strony oferowanych usług. Zbliżone wyniki (od 3,9% do 7,8%) uzyskała konieczność udoskonalenia bazy materialnej – wskazywano na potrzebę remontu, unowocześnienia wyposażenia, restauracji lub pozostałej części obiektu oraz rozbudowy istniejącej bazy noclegowej. Uzasadnione zdziwienie może budzić odpowiedź dowodząca wpływu zwiększenia ilości miejsc noclegowych na atrakcyjność obiektu. Należy jednak pamiętać, że badania prowadzono na grupie zatrudnionych, patrzących na obiekt z innej perspektywy niż goście. Zgodnie z takim rozumowaniem, obiekt zaczyna znacznie zyskiwać na atrakcyjności w momencie, gdy jest w stanie przyjąć przynajmniej pełen autobus gości, tak więc odpowiedź dotycząca zwiększenia ilości miejsc noclegowych została uzyskana od obiektów małych.



Stymulatory atrakcyjności: 1 – oferta towarzysząca, 2 – zaplecze rekreacyjne, 3 – wyższy standard, 4 – nic, 5 – remont, 6 – nowoczesne wyposażenie, 7 – odbudowa reszty obiektu, 8 – nie wiem, 9 – zwiększenie ilości miejsc, 10 – inne położenie, 11 – bardziej historyczny charakter, 12 – gastronomia, 13 – dekoracja, 14 – połączenie budynków, 15 – niższe ceny

Rys. 3. Czynniki mające, w opinii zarządzających i pracowników, podnieść atrakcyjność pałaców, dworów i zamków pełniących funkcję hotelarską

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Mały odsetek (3,9%) obiektów dostrzegających możliwość zwiększenia atrakcyjności poprzez nacisk na elementy związane z historią obiektu świadczy o niedostatecznej wadze, jaka przywiązywana jest przez gestorów bazy do największego atutu badanych rezydencji.

Potwierdzeniem wcześniejszych wyników badań dotyczących wpływu ceny na atrakcyjność obiektów może być opinia pracowników mówiąca, że zaledwie w 0,6% przypadków obniżenie poziomu cenowego doprowadziłoby do wzrostu atrakcyjności obiektu.

2. Wartość historyczna i wartość autentyczności

Najważniejszym wyróżnikiem zabytkowych rezydencji pełniących funkcję hotelarską w stosunku do hoteli w znaczeniu tradycyjnym jest wartość historyczna i autentyczność. Wartość historyczna i autentyczność symultanicznie z funkcją hotelarską pełnią niebagatelną rolę edukacyjną. Urok i uroda rezydencji, wsparte aurą niezwykłości miejsca, zapewniają wręcz idealne tło pasjonującego przekazu edukacyjnego. Niestety, świadomie misję edukacyjną podejmuje zaledwie część obiektów, mimo że predyspozycje posiadają niemal wszystkie. Prym w tej dziedzinie wiodą obiekty pełniące oprócz hotelarskiej również funkcję muzealną, tak jak np. Łańcut, Nieborów, Książ oraz obiekty prowadzone przez pasjonatów zafascynowanych rezydencjami i ich historią, którzy chcą i potrafią dzielić się swoją niezwykłą wiedzą – Brodnica Śremska, Staniszków, Rydzyna, Rokosowo, Sobków i kilka innych. W opozycji znajduje się niebagatelny odsetek obiektów należących często do firm lub osób prywatnych, których pracownicy i szefowie nie posiadają w zasadzie żadnej wiedzy o obiekcie, a wartość historyczną budynków traktują wyłącznie w kategoriach narzędzia marketingowego lub nawet zła koniecznego.

Przeprowadzone badania wykazały, że tylko 59,6% pałaców, dworów i zamków informuje gości o swojej przeszłości, 8% czyni to tylko na żądanie, a 32,4% ignoruje ten fakt zupełnie. Takie wyniki wytłumaczyć można ciągle niewielką świadomością wśród zarządzających na temat tego, że to właśnie historia stanowi o inności i jest największym atutem rezydencji. Innym powodem takiego stanu jest brak emocjonalnego związku z obiektem, który traktowany jest wyłącznie jako narzędzie do zarabiania pieniędzy.

3. Narzędzie oceny atrakcyjności

Próba klasyfikacji zabytkowych rezydencji z punktu widzenia ich atrakcyjności jest zadaniem bardzo trudnym, ze względu na subiektywizm podejmowanej oceny. Percepcja atrakcyjności zależy od bardzo wielu czynników, pośród których należy wymienić indywidualne preferencje, przygotowanie do odbioru, wrażliwość estetyczną i wcześniejsze doświadczenia turystów. Nie bez znaczenia pozostaje stan psychofizyczny, jak również pory roku, mocno wpływające na postrzeganie naturalnego otoczenia, będącego nierozłącznym tłem badanych rezydencji. Należy mieć

świadomość, że ocena atrakcyjności z punktu widzenia turystów może być, a nawet na pewno będzie, rozbieżna z oceną dokonaną przez specjalistów – biegłych w zakresie ewaluacji zabytkowej architektury.

Na postrzeganie atrakcyjności rezydencji składają się cztery główne elementy:

- atrakcyjność zespołu budynków rezydencji,
- atrakcyjność otoczenia/lokalizacji,
- paleta świadczonych usług,
- „wartość dodana”.

Niebagatelny wpływ na ocenę atrakcyjności pałaców, dworów i zamków ma „wartość dodana”, tzn. czynnik niematerialny, którego istnienie zostało zasygnalizowane wcześniej.

Pojęcie klasyfikacji w ujęciu S. Liszewskiego rozumiane jest jako systematyczny podział zjawiska na klasy, działy, poddziały według określonej zasady². Klasyfikacja atrakcyjności obiektów i dobór cech oparta została na rozważaniach W. Deja, w których autorka wskazuje właściwe drogi ewaluacji atrakcyjności obiektów architektonicznych³. Przy próbie klasyfikacji obiektów można wykorzystać metodę bonitacji punktowej. Wybranim cechom, uznanym w niniejszym opracowaniu za istotne i mające wpływ na postrzeganie atrakcyjności obiektu, przyporządkowano określoną liczbę punktów, najczęściej od 0 do 5; w przypadku niektórych zjawisk skala jest nieciągła. Ostateczna ocena atrakcyjności poszczególnych obiektów polega na sumowaniu uzyskanych punktów, po czym rezydencję klasyfikuje się na podstawie zgromadzonej sumy punktów.

4. Atrakcyjność zespołu budynków rezydencji

Okres powstania

Jednym z najistotniejszych elementów wpływających na postrzeganie atrakcyjności zespołu rezydencjonalnego jest okres jego powstania. W licznych przypadkach istotnym problemem jest określenie dokładnej daty powstania zespołu rezydencjonalnego, ponieważ poszczególne jego elementy powstawały w różnych okresach, były wielokrotnie niszczone, burzone i przebudowywane. Za datę powstania należy przyjąć datę znalezioną w literaturze, w ostateczności ustaloną na podstawie danych uzyskiwanych na miejscu, datę wzniesienia budynku rezydencji, jego głównej istniejącej do dziś części bądź też całkowitej odbudowy. W niniejszym opracowaniu założono, że im obiekt jest starszy, tym wyższa jest jego wartość

² S. Liszewski, *Ruch turystyczny krajowy i zagraniczny w Polsce. Metodologia pomiaru i analizy ruchu turystycznego*, „Problemy Turystyki” nr 1/2, Instytut Turystyki, Warszawa 1991, s. 97.

³ W. Deja, *Ocena atrakcyjności turystycznej obiektów architektonicznych*, w: *Metodologia badań w turystyce*, monografie, podręczniki, skrypty AWF w Poznaniu 1980, nr 129, s. 201–213.

obiektywna i turystyczna, a także oddziaływanie na wyobraźnię. Na tej podstawie zaproponowano następujący system punktowania:

- XVI w. i wcześniej – 5 punktów,
- XVII w. – 4 punkty
- XVIII w. – 3 punkty,
- XIX w. – 2 punkty,
- XX w. – 1 punkt.

Stan techniczny i wygląd

Dla postrzegania atrakcyjności zespołu rezydencjonalnego, szczególnie przez osoby bez fachowego przygotowania, ważny jest stan techniczny rezydencji i jej wygląd. Rezydencje zadbane, czyste, z uzupełnionymi drastycznymi brakami postrzegane są jako atrakcyjniejsze niż te przed remontem, z brakującymi elementami i w niedbałym otoczeniu. Próba oceny zagadnień związanych ze stanem technicznym i estetyką obiektów jest bardzo trudna i może owocować różnicami w poglądach pomiędzy znawcami i laikami w dziedzinie zabytkoznawstwa. Próby poprawy stanu technicznego i wyglądu dokonywane poprzez nieumiejętne remonty budynków postrzegane przez niewyrobionych odbiorców jako podnoszące atrakcyjność obiektów – w oczach specjalistów mogą zdecydowanie obniżyć ich wartość, zacierając „dawność” i czyniąc z zabytkowej rezydencji niedopuszczalny pokaz opakowania nową skorupą zabytkowych murów. Często obrazu zniszczeń dopełniają nowoczesne tanie materiały (plastikowa dachówka, panele podłogowe, gładzie gipsowe), które zdecydowanie kontrastują z charakterem budynku.

Z pełną świadomością względności oceny, w opracowaniu zaproponowano poniższą skalę oceny stanu budynku:

- bardzo dobry – 5 punktów,
- dobry – 3 punkty,
- dostateczny – 1 punkt,
- niedostateczny – 0 punktów.

Spójność chronologiczna – wygląd zewnętrzny

O atrakcyjności kompleksu zabytkowego w dużym stopniu decyduje jego spójność historyczna, dająca możliwość odbicia „podróży w przeszłość”. Aby takowa była możliwa, konieczne jest koherentne otoczenie, w którym elementy współczesne w najmniejszym możliwym wymiarze przeplatają się z częścią zabytkową. W niniejszym artykule świadomie zdecydowano się na posługiwanie uproszczeniami, dzieląc budynki na historyczne (jako continuum bez podziału na epoki) i współczesne. Skala ocen spójności chronologicznej kompleksu oparta została o odsetek, jaki stanowią budynki historyczne w całym kompleksie. Im jest on wyższy, tym wyższa przyznana ilość punktów:

- 100% – 5 punktów,

- 75–99% – 3 punkty,
- 50–74% – 1 punkt,
- poniżej 50% – 0 punktów.

Spójność chronologiczna – wnętrza

Jako istotny czynnik atrakcyjności zabytkowych rezydencji należy wymienić zharmonizowanie wyposażenia i umeblowania z duchem rezydencji. Im więcej występuje elementów oryginalnych lub umiejętnie stylizowanych, tym atrakcyjność można uznać za większą. Odrębna punktacja została zastosowana dla jednostek mieszkalnych i części ogólnodostępnej. Każdy obiekt ocenia się przy pomocy jednej wartości dla pomieszczeń ogólnodostępnych i jednej dla jednostek mieszkalnych. W przypadku gdy w jednym obiekcie występują różne rodzaje umeblowania, należy wybrać wartość najwyższą. Dodatkowe punkty przyznawane są za zachowany oryginalny lub prawie oryginalny układ pomieszczeń w budynku rezydencji. Rzadkość występowania oryginalnej struktury wnętrza jest efektem masowych przebudów, dokonywanych w okresie socjalistycznym, podczas których ściankami dzielono duże pomieszczenia rezydencji, dopasowując je do potrzeb „ludu pracującego”.

Cały obiekt:

- oryginalna struktura wnętrza – 3 punkty,
- częściowo oryginalna struktura wnętrza – 1 punkt.

Pomieszczenia ogólnodostępne:

- umeblowanie zabytkowe – 5 punktów,
- umeblowanie mieszane z zabytkowym – 3 punkty,
- umeblowanie stylizowane – 3 punkty,
- umeblowanie nowoczesne ze stylizowanym – 1 punkt,
- umeblowanie nowoczesne – 0 punktów.

Jednostki mieszkalne:

- umeblowanie zabytkowe – 5 punktów,
- umeblowanie stylizowane – 3 punkty,
- umeblowanie nowoczesne – 0 punktów.

5. Atrakcyjność świadczonych usług

Dla całościowej oceny atrakcyjności zabytkowych rezydencji pełniących funkcję hotelarską ważne są świadczone w nich usługi hotelarskie. Ocenić je można pośrednio, posługując się ewaluacją stopnia rozwoju wachlarza usług towarzyszących, świadczonych gościom. Przyjęto założenie, że im szersza oferta obiektu, tym większa możliwość wyboru i usatysfakcjonowania zróżnicowanych gustów. Zrezygnowano z subiektywnego nadawania wagi poszczególnym usługom, jako że różni-

ce w postrzeganiu atrakcyjności solarium, pola golfowego i basenu uzależnione są niemal wyłącznie od indywidualnych upodobań klientów. W procesie badawczym nadano po 1 punkcie za każdą z usług towarzyszących, które to punkty następnie zsumowano.

Kolejny krok stanowi wyliczenie wskaźnika **Rozwoju Usług Towarzyszących**:

$$RUT_x = \frac{U_{MOD}}{U_x} * 100$$

RUT_x – wskaźnik rozwoju usług towarzyszących,

U_{MOD} – średnia usług towarzyszących w badanej grupie,

U_x – ilość usług towarzyszących w obiekcie x .

Otrzymany wskaźnik charakteryzuje stopień rozwoju usług towarzyszących poprzez porównanie ze średnią świadczonych usług towarzyszących na obiekt, wyliczoną dla całej badanej próby. Poszczególne przedziały wyznaczono metodą odchylenia standardowego, posługując się skalą od 0 do 5 punktów, w zależności od poziomu wskaźnika.

6. Atrakcyjność otoczenia

Park

Podobnie jak kiedyś, tak również obecnie istotnym elementem otoczenia polskich rezydencji są parki i ogrody. Parki pełnią rozliczne funkcje, podnosząc znaczenie atrakcyjności pobytu w pałacu, dworze lub zamku. Tworzą klimat miejsca, zapewniają odpoczynek i cień w okresie upalnego lata, urocze tereny do spacerów i rozmyślań, czasem są galerią sztuki. Pośród funkcji pełnionych obecnie przez parki można wymienić: rekreacyjną, estetyczną, poznawczą, ochronną, izolującą, orientacyjną, uzupełniającą. Bazując na tych przesłankach, zaproponowana została skala ocen, na którą wpływ ma zarówno wielkość, jak również stan parku:

- park duży (powyżej 5 ha) i zadbane – 5 punktów,
- park duży (powyżej 5 ha) – 3 punkty,
- park mały (do 5 ha) i zadbane – 3 punkty,
- park mały – 1 punkt,
- brak parku – 0 punktów.

Lokalizacja

Duży wpływ na postrzeganie atrakcyjności rezydencji ma jej lokalizacja na tle warunków przyrodniczych i sieci osadniczej. Jako podstawowe czynniki atrakcyjności lokalizacji należy wskazać:

- rzeźbę terenu na działce należącej do obiektu (wzniesienie, skarpa, dolina),
- ukształtowanie otaczającego działkę terenu w zasięgu wzroku,
- usytuowanie względem wód powierzchniowych (jeziora, rzeki, morze),
- występowanie obszarów leśnych,
- lokalizację na obszarach o wysokiej wartości przyrodniczej, usankcjonowanej ochroną prawną (w parkach narodowych i krajobrazowych, rezerwach),
- położenie na tle sieci osadniczej (wieś – miasto, samodzielne – skraj – centrum miejscowości, zabudowa otaczająca: zwarta – rozproszona).

Powyższe elementy, występując wspólnie, wchodzą w interakcje, tworząc układy synergiczne, oddziałujące na gości wielopłaszczyznowo. Takie układy należy uznać za najbardziej atrakcyjne i dlatego zostały premiowane dodatkową liczbą punktów:

- nad jeziorem – 5 punktów,
- nad rzeką – 4 punkty,
- w lesie – 5 punktów,
- teren górzysty – 5 punktów,
- pagórkowaty – 3 punkty,
- równinny – 0 punktów,
- położenie na szczycie wzniesienia – 3 punkty,
- na wsi – 2 punkty,
- w mieście – 0 punktów,
- na skraju miejscowości – 1 punkt,
- samodzielnie – 3 punkty,
- interakcje rzeźby z wodą – 2 punkty,
- interakcje wody z lasem – 2 punkty,
- lokalizacja na obszarach o wysokiej wartości przyrodniczej usankcjonowanej ochroną prawną (w parkach narodowych i krajobrazowych, rezerwach) – 5 punktów.

Unikalność

W tej grupie znalazły się czynniki unikalne, niemożliwe do zakwalifikowania do żadnej z wcześniejszych grup, a składające się na atrakcyjność obiektów. Jako jedną z takich cech wskazać można prowadzenie obiektu przez potomków przedwojennych właścicieli. Wpływ na atrakcyjność daje tu o sobie znać w postaci bardzo emocjonalnej, nacechowanej pasją relacji z obiektem, dużej dbałości i staranności, jak również traktowania klientów jak swoich własnych gości. W kategorii wartości unikalnych wpływających na atrakcyjność znalazł się fakt, że obiekty te są zamkami – budowlami chyba najbardziej zmitologizowanymi i oddziałującymi na wyobraźnię. Także pełniona funkcja muzealna i organizacja ciekawych imprez

uznane zostały za czynniki stanowiące o unikalności badanych obiektów. Proponowana skala ocen jest następująca:

- obiekty prowadzone przez potomków właścicieli – 5 punktów,
- zamek – 5 punktów,
- pełnienie dodatkowo funkcji muzealnej – 5 punktów,
- organizacja imprez ogólnodostępnych (wystawy, koncerty, zawody, festyny) – 5 punktów.

EVALUATION OF HERITAGE BUILDINGS TOURIST POTENTIAL – SETTING A STONE ROLLING

Summary

In Poland there are nearly 500 hotels located in historical palaces, manors and castles. Contemporary hotel service in historical buildings is a unique combination of hotel service and tourism, providing not only a safe place to stay, a comfortable bed and tasty meals, but also contact with history – an exceptional opportunity to experience different aspects of national history and culture.

Giving the guests an unforgettable experience and enabling them to be in contact with the sublime beauty of historical buildings is one of the greatest advantages of historical hotel service in its finest form – hospitality in palaces, manors and castles.

Tourist potential of historical building is very difficult to evaluate, author of the paper presents evaluation tool which he worked out for his dissertation. Attractiveness factors having impact on customer could be divided into 5 groups:

- building related
- surrounding related
- service related
- interactivness
- uniqueness

To each category author presents set of indicators helping to classify and compare attractiveness of historical properties.

Translated by Rafał Rouba