

# Daniel Szostak

---

## Miejsce hotelarstwa w rozwoju lokalnego produktu turystycznego : analiza wybranych czynników zwiększających ruch turystyczny

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 75, 269-277

---

2011

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

dr DANIEL SZOSTAK  
Uniwersytet Szczeciński

## MIEJSCE HOTELARSTWA W ROZWOJU LOKALNEGO PRODUKTU TURYSTYCZNEGO – ANALIZA WYBRANYCH CZYNNIKÓW ZWIĘKSZAJĄCYCH RUCH TURYSTYCZNY

### Streszczenie

Hotelarstwo należy do najważniejszych elementów współczesnej infrastruktury i biznesu turystycznego, zarówno w ujęciu sektorowym, jak i realizowanej lokalnej polityki kreowania produktów turystycznych. Baza noclegowa jest istotnym elementem zagospodarowania turystycznego, która warunkuje funkcję oraz zdolność recepcyjną danego obszaru turystycznego, w którym koncentruje się ruch turystyczny. Odpowiednio rozwinięta funkcja turystyczna lokalnej gospodarki skorelowana z działalnością noclegową wielu gestorów powoduje m.in. wzrost jej konkurencyjności. I dlatego też współczesna turystyka opiera swoje funkcjonowanie i istotę przede wszystkim na dostępie do zróżnicowanej turystycznej bazy noclegowej w miejscu docelowym wyjazdów turystów.

Turysta poruszający się po danym obszarze turystycznym odczuwa wiele potrzeb towarzyszących podróży. Jedną z nich jest potrzeba noclegu poza miejscem stałego zamieszkania. Dlatego jednym z ważniejszych elementów systemu podaży usług turystycznych, ich rozwoju oraz promocji staje się turystyczna baza noclegowa, której podstawowym celem z punktu widzenia kreowanego i świadczonego lokalnego produktu turystycznego powinno być zaspokajanie zgłaszanego popytu na usługi noclegowo-gastronomiczne (dla gestorów bazy noclegowej podstawowym celem jest rentowność z prowadzonej działalności usługowej)<sup>1</sup>. Jednocześnie należy dodać, że bez oferty noclegowej lokalny produkt turystyczny będzie miał znikome znaczenie dla potencjalnego i możliwego

<sup>1</sup> R. Seweryn, *Wykorzystanie bazy noclegowej i jego determinanty na przykładzie Oddziału Orbis S.A. w Krakowie w latach 1986–1992*, „Folia Turistica” nr 5, Akademia Wychowania Fizycznego, Kraków 1995, s. 77.

do obsługi ruchu turystycznego. Lokalne działania proturystyczne, nawet sformalizowane w postaci lokalnej strategii rozwoju turystyki, nie będą miały sensu bez posiadania dostępnej i wystarczającej oferty noclegowej. Baza noclegowa nie powstaje od zaraz i ma zazwyczaj charakter kapitałochłonny oraz cechuje się w dużym stopniu infrastrukturalnym charakterem (usługi hotelarskie wymagają do swojego funkcjonowania wsparcia dobrami materialnymi w postaci budynków noclegowych wraz z niezbędnym wyposażeniem).

Hotelarstwo należy do najważniejszych elementów współczesnej infrastruktury i biznesu turystycznego, zarówno w ujęciu sektorowym, jak i realizowanej lokalnej polityki kreowania produktów turystycznych w ramach funkcjonowania lokalnych JST, zwłaszcza miast, gmin i kurortów turystycznych. Podstawową funkcją współczesnego hotelarstwa jest zaspokajanie potrzeb noclegowych gości hotelowych i turystów głównie poprzez dostarczanie wysokiej, akceptowalnej i pełnej oferty noclegowej, której rdzeniem jest przede wszystkim zakwaterowanie i wyżywienie. Dla lokalnej gospodarki turystycznej różnorodna, dostępna i właściwie zlokalizowana baza noclegowa jest warunkiem zaspokajania popytu turystycznego i konsumpcji walorów turystycznych dla większej części ruchu turystycznego (część podróżujących do regionu turystycznego to odwiedzający jednodniowi niekorzystający z bazy noclegowej). I dlatego też współczesne hotelarstwo stanowi ważny element każdego lokalnego produktu turystycznego i każdej lokalnej gospodarki turystycznej. Działa tu zasada sprzężenia zwrotnego: baza noclegowa w dużej mierze aktywizuje i warunkuje ruch turystyczny (nawet w 80%), a ruch turystyczny ma wpływ na rozwój hotelarstwa w określonym kierunku (rozwój pojemności noclegowej danej destynacji turystycznej). Konsumpcja walorów turystycznych jest uwarunkowana dostępnością do bazy noclegowej, a duży wpływ na rentowność i lokalizację działalności usługowej przedsiębiorstw hotelarskich ma dostępność i ranga walorów turystycznych, w pobliżu których funkcjonują. Z kolei jakość lokalnej gospodarki turystycznej w dużej mierze zależy od jakości infrastruktury turystycznej, w tym hotelarskiej i odwrotnie (usługi noclegowe są w pierwszej kolejności oceniane przez turystów i od nich zaczyna się kompletowanie elementów składowych każdego wyjazdu, nie tylko turystycznego). Turyści wybierając konkretną destynację turystyczną, szczególną uwagę zwracają na szereg różnych postulatów jakościowych, w tym technologicznych, które charakteryzują funk-

cjonowanie lokalnej gospodarki turystycznej, ze szczególnym uwzględnieniem jakości funkcjonowania lokalnych przedsiębiorstw hotelarskich<sup>2</sup>.

Baza noclegowa jest istotnym elementem zagospodarowania turystycznego, która warunkuje funkcję oraz zdolność recepcyjną danego obszaru turystycznego, w którym koncentruje się ruch turystyczny. Podaż usług hotelarskich jest sztywna w przekroju przestrzennym i względnie stała w ujęciu czasowym. Ma charakter umiejscowiony, lokalny. Szczególne znaczenie posiada dostępność do bazy noclegowej hotelowej, która jest określana jako główny czynnik kierujący ruchem turystycznym do krajów cechujących się wysokim wskaźnikiem zagospodarowania turystycznego (np. USA czy krajów Europy Zachodniej). Tymczasem popyt tego typu jest wysoce zmienny w czasie i przestrzeni, jest podatny na działanie wielu, nieraz trudnych do przewidzenia, czasami nieracjonalnych motywów i czynników o charakterze społecznym, ekonomicznym i politycznym. Różnorodność bazy noclegowej jest szczególnie widoczna w miejscowościach charakteryzujących się posiadaniem atrakcyjnych turystycznie walorów naturalnych. Bardzo często w takich miejscowościach podstawowymi obiektami bazy noclegowej są hotele wypoczynkowe, pensjonaty, ośrodki wczasowe oraz kwatery prywatne, przy czym hoteli jest zdecydowanie mniej niż innych obiektów noclegowych. Zróżnicowanie bazy noclegowej w miejscowości turystycznej wynika z reguły ze zróżnicowanych potrzeb potencjalnego turysty, jego zamożności oraz rodzaju uprawianej turystyki. Bardzo często też rodzaj bazy noclegowej determinuje dostępność do konkretnego waloru turystycznego, np. w górach dominują schroniska oraz hotele górskie, a w miejscowościach uzdrowiskowych – hotele uzdrowiskowe, sanatoria, zakłady uzdrowiskowe.

Baza noclegowa powinna zapewniać potencjalnemu turyście noclegi wraz z niezbędnymi usługami i urządzeniami uzupełniającymi i towarzyszącymi, takimi jak dostęp do węzłów sanitarno-higienicznych, wyżywienia, możliwość wypoczynku dziennego i nocnego, dostęp do informacji turystycznej itp. Zakres usług i urządzeń uzupełniających i towarzyszących uzależniony jest od wielu czynników, takich jak lokalizacja, rodzaj obsługiwanego ruchu turystycznego, typ obiektu, czas użytkowania, wymogi kategoryzacyjne, specyfika obiektu, wymagania indywidualne klientów, oczekiwania jakościowe klientów, oferowany standard usług.

---

<sup>2</sup> D. Szostak, *Regionalne uwarunkowania polityki marketingowej przedsiębiorstw hotelarskich*, w: *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrument. Partnerstwo i komunikacja w regionie*, red. G. Rosa, A. Smalec, Zeszyty Naukowe nr 596, Ekonomiczne Problemy Usług nr 56, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2010, s. 91.

Jak wskazują badania prowadzone przez naukowców i analityków rynku turystycznego, na wybór miejsca wypoczynku ma wpływ wielu czynników związanych z funkcjonowaniem bazy noclegowej oraz okolonoclegowych, takich jak:

- spokój i cisza w obiekcie noclegowym i jego okolicy,
- warunki noclegowe (pobytowe) w obiekcie noclegowym,
- dostępność komunikacyjna obiektu noclegowego, w tym posiadanie parkingu,
- cena usług hotelarskich,
- lokalizacja bazy noclegowej w pobliżu głównych atrakcji turystycznych lub przestrzeni, z którą związany jest przyjazd do danej miejscowości lub gminy.

Analiza warunków noclegowych obejmuje m.in. rodzaj wybranego obiektu noclegowego, różnorodność dostępnej bazy noclegowej, różnorodność dostępnych jednostek mieszkalnych, realizacja komfortu sanitarnego (dostęp do bieżącej wody, sanitariatów), możliwość zaparkowania samochodu lub innego środka transportu (np. autokaru, motoru, roweru), zagwarantowanie bezpieczeństwa mienia i osób, dostęp do usług gastronomicznych, brak punktów krytycznych w obsłudze gości obiektu noclegowego<sup>3</sup>. Ważnymi elementami produktu turystycznego, które stanowią niekiedy istotny element konsumpcji i wiążą się z miejscem pobytu są cisza i spokój, a przede wszystkim sposób ich zagwarantowania. Te elementy oraz wiele innych, które są skorelowane z jakością konsumowanego produktu turystycznego danej destynacji stanowią obszar uaktywnianych punktów krytycznych obsługi gości i turystów, i obniżają poziom zadowolenia. Mimo że dany obiekt noclegowy nie jest celem wyjazdu i pobytu w danej miejscowości lub gminie sam w sobie, to jednak wiele elementów pro-jakościowych identyfikowanych przez turystów odnosi się właśnie do niego. Szczególne znaczenie ma pojemność i zdolność obsługowa infrastruktury turystycznej danej destynacji. Ważne miejsce ma właśnie pojemność noclegowa oraz ilościowo-jakościowa zdolność bazy noclegowej do obsługi aktualnego i potencjalnego ruchu turystycznego. Brak lub niewystarczająca liczba miejsc noclegowych w danej miejscowości lub gminie ogranicza w sposób istotny wielkość ruchu turystycznego. Najczęściej ma to miejsce w kilku szczególnych przypadkach, tj. m.in.:

---

<sup>3</sup> W. Kozłowski, J. Michalak, *Atrakcyjność turystyczna Olsztyna*, w: *Marketing przyszłości...*, s. 52–53.

- w trakcie sezonu turystycznego, kiedy to wielkość popytu turystycznego niekiedy w znacznym stopniu przewyższa możliwości obsługowe bazy noclegowej; prowadzi to bardzo często do wzrostu cen usług hotelarskich oraz obniżenie ich jakości;
- w trakcie realizacji różnego rodzaju imprez masowych, turystycznych sportowych czy też o charakterze kulturalnym, kiedy to w danym momencie popyt na usługi noclegowe kilkakrotnie przewyższa podaż; problem ten osłabia możliwości realizacyjne tychże imprez;
- w związku z realizacją różnego rodzaju form turystyki, np. biznesowej, konferencyjnej, zdrowotnej, motywacyjnej; wiele miejscowości turystycznych nie posiada odpowiedniej jakościowo i ilościowo odpowiedniej bazy noclegowej, która zaspokajałaby możliwości realizacji tychże form turystyki.

Turystyka odgrywa istotną rolę w rozwoju gospodarczym i społecznym wielu miast i gmin. Odpowiednio rozwinięta funkcja turystyczna lokalnej gospodarki powoduje wzrost jej konkurencyjności, ograniczenie bezrobocia poprzez tworzenie nowych miejsc pracy, rozwój inwestycyjny oraz rozbudowę niezbędnej infrastruktury turystycznej (głównie noclegowej) i okolicy turystycznej. Ponadto miejscowości i gminy atrakcyjne turystycznie odwiedza duża liczba turystów, którzy konsumują różnego rodzaju dobra i usługi, co ma odzwierciedlenie we wzroście dochodów mieszkańców i przedsiębiorców turystycznych (głównie gestorów bazy noclegowej i gastronomicznej). Zważając na znaczenie turystyki w aktywizacji gospodarczej tychże obszarów, powinny być podejmowane m.in. przez władze lokalne działania i przedsięwzięcia proturystyczne mające na celu wzmocnienie funkcji turystycznej (wzrost ruchu turystycznego, zwiększanie przychodów turystycznych), promocję lokalnego produktu turystycznego (m.in. reklama, udział w targach turystycznych, organizacja imprez masowych, np. sportowych, kulturalnych, kulinarnych), jak i wprowadzenie nowych rozwiązań i pomysłów związanych z rozwojem turystyki na danym obszarze (np. tworzenie i rozwijanie nowych form ruchu turystycznego i turystyki, zagospodarowywanie miejsc i obiektów atrakcyjnych turystycznie)<sup>4</sup>.

Identyfikując specyfikę lokalnych uwarunkowań, które mają wpływ na działalność bazy noclegowej na lokalnym rynku turystycznym, należy uwzględnić takie zagadnienia, jak:

- a) zakres powiązań między branżą hotelarską a lokalną gospodarką turystyczną;

<sup>4</sup> D. Szostak, *Regionalne uwarunkowania...*, s. 89.

- b) czynniki popytowo-podażowe wpływające na rozwój lokalnej gospodarki turystycznej, w tym hotelarskiej;
- c) wskazanie miejsca hotelarstwa w realizacji lokalnych polityk i strategii rozwoju turystyki oraz strategii marketingowych;
- d) wskazanie geograficznych i przestrzennych czynników kształtujących i warunkujących funkcjonowanie bazy noclegowej na lokalnym rynku turystycznym;
- e) ocenę dostosowania infrastruktury noclegowej i oferty usług przedsiębiorstw hotelarskich dla potrzeb lokalnego przyjazdowego ruchu turystycznego;
- f) ocenę stopnia integracji poszczególnych przedsiębiorstw hotelarskich z innymi usługodawcami turystycznymi w zakresie zaspokajania kompleksowych potrzeb przyjazdowego ruchu turystycznego;
- g) ocenę stopnia zapotrzebowania lokalnej gospodarki turystycznej na produkt hotelarski o różnym standardzie;
- h) ocenę jakości współpracy między przedsiębiorstwami hotelarskimi a podmiotami odpowiedzialnymi za tworzenie i zarządzanie lokalnym produktem turystycznym.

W ramach lokalnego systemu obsługi ruchu turystycznego najistotniejsze znaczenie w rozwoju i promocji lokalnego produktu turystycznego mają:

- władze gminy turystycznej (lub gminy nastawionej na turystykę) odpowiedzialne m.in. za rozwój infrastruktury techniczno-ekonomicznej turystyki (określaną często infrastrukturą paraturystyczną lub komplementarną wobec turystyki), czyli sieć kanalizacyjną, zaopatrzenie w wodę, urządzenia ochrony środowiska, urządzenia sportowo-rekreacyjne, sieć drogową, oświetlenie ulic itp.;
- lokalne przedsiębiorstwa turystyczne, dla których świadczenie usług turystycznych jest podstawą działalności gospodarczej, a więc przewoźnicy turystyczni, przedsiębiorstwa hotelarskie i gastronomiczne, biura podróży (organizatorzy i pośrednicy turystyczni) i inne;
- przedsiębiorstwa turystyczne, które mają swoje oddziały w danym regionie i wpływają na wielkość i jakość podaży usług turystycznych;
- podmioty ukierunkowane na turystykę, czyli te, które uzupełniają podstawową ofertę produktu turystycznego, a więc firmy: produkujące wyposażenie turystyczne i sportowe, pamiątkarskie, świadczące usługi wydawnicze i kartograficzne i inne;

- podmioty, których przychody pośrednio zależą od zgłaszanego popytu turystycznego, tj. świadczące usługi określane jako towarzyszące, a więc banki i instytucje ubezpieczeniowe, przedsiębiorstwa budowlane, biura projektowe, placówki ochrony zdrowia, rolnictwo, rzemiosło, sieć handlowa<sup>5</sup>.

Dlatego też do wybranych celów praktycznych lokalnej polityki turystycznej należy m.in.:

- stała obserwacja społeczno-ekonomicznych skutków rozwoju turystyki i lokalnej gospodarki turystycznej;
- dywersyfikacja lokalnej gospodarki;
- identyfikacja docelowej pojemności turystycznej miejscowości, zwłaszcza noclegowej;
- łączenie usługodawców w lokalne struktury producenckie;
- inspirowanie proturystycznych rozwiązań prawnych, podatkowych i finansowych;
- selektywna rozbudowa infrastruktury turystycznej;
- dostosowanie budownictwa, w tym hotelowego w miejscowości turystycznej do rodzaju krajobrazu, który jest tradycyjny dla danej miejscowości;
- prowadzenie wspólnego marketingu, a przede wszystkim promocja miejscowości turystycznej;
- uprzywilejowanie miejscowej społeczności w wykorzystaniu rozwoju turystyki;
- informowanie we właściwym czasie miejscowej ludności o zamiarach zagospodarowania turystycznego i możliwości jej współdziałania;
- podnoszenie świadomości turystycznej wśród społeczeństwa lokalnego;
- podejmowanie działań w zakresie wydłużenia sezonu turystycznego;
- preferowanie turystyki jako pracodawcy na lokalnym rynku turystycznym<sup>6</sup>.

Do istotnych wskazówek przy realizacji polityki kreowania lokalnego produktu turystycznego należy zaliczyć:

- a) racjonalne wykorzystanie naturalnych walorów turystycznych danej miejscowości oraz tradycji i zwyczajów miejscowej ludności w celu zachowania jej indywidualnego charakteru;

<sup>5</sup> I. Jędrzejczyk, *Nowoczesny biznes turystyczny*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 34.

<sup>6</sup> W. Gaworecki, *Kurorty w strukturze miejscowości turystycznych*, w: *Turystyka uzdrowiskowa. Stan i perspektywy*, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Sopocie, Gdańsk 1999, s. 71.



- b) w przypadku miejscowości turystycznej o charakterze międzynarodowym, ofertę gospodarki turystycznej w zakresie usług wypoczynkowo-rozrywkowych, która powinna być dostosowana do narodowości, wieku, dochodów i gustów turystów;
- c) zapewnienie turystom atmosfery gościnności przez cały czas pobytu w danej miejscowości;
- d) poziom cen na miejscowym rynku turystycznym, odpowiadający możliwościom nabywczym turystów;
- e) program zagospodarowania turystycznego, cechujący się pewną elastycznością i pozwalający z jednej strony, na rozbudowę komplementarnych dóbr turystycznych, a z drugiej – gwarantujący zachowanie walorów turystycznych podlegających eksploatacji turystycznej<sup>7</sup>.

Podsumowując można stwierdzić, że współczesna turystyka opiera swoje funkcjonowanie i istotę przede wszystkim na dostępie do zróżnicowanej turystycznej bazy noclegowej w miejscu docelowym wyjazdów turystów. Baza hotelarska systematycznie się powiększa, w szczególności widoczne to jest w przypadku aglomeracji miejskich oraz miejscowości turystycznych. Statystyki międzynarodowe w zakresie turystyki i hotelarstwa wskazują na systematyczny rozwój ruchu turystycznego oraz ilościowo-jakościowy rozwój bazy noclegowej. Te dwa zjawiska są ze sobą ściśle skorelowane. Mimo dużej różnorodności obiektów noclegowych, w tym hotelarskich, we współczesnej turystyce zasadniczą treścią ich funkcjonowania pozostaje wspólny „mianownik”, a mianowicie udzielanie gościnności oraz zaspokajanie potrzeb osób podróżujących (przede wszystkim turystów) pod względem zapewnienia wygody oferowanych urządzeń noclegowych (zwłaszcza łóżka jako najważniejszego wyposażenia każdego pokoju obiektu noclegowego), komfortu pobytu (np. akustycznego, sanitarno-higienicznego), wysokiej jakości spożywanych posiłków, odpowiednio przygotowanego personelu. Współczesne hotelarstwo stale dostosowuje się do nowych potrzeb turystycznych swoich potencjalnych klientów, tworząc nowe formy udzielania gościnności, czego przykładem są boatele, flytele, rotele, obiekty wykorzystywane na cele hotelarskie turystyki w czasie sezonu turystycznego itp.

Tworzenie i rozwój lokalnego produktu turystycznego musi polegać na inwestowaniu w turystykę, czyli w zagospodarowanie turystyczne. Nie wystarczy posiadanie pięknego krajobrazu czy też czystego środowiska, aby mówić o produkcie turystycznym, tym bardziej markowym. Góry, morza, jeziora i inne wa-

<sup>7</sup> Ibidem, s. 69.

lory przyrodnicze nie zostały stworzone w celach komercyjnych. Człowiek dodał do nich jedynie infrastrukturę turystyczną, aby ułatwić podziwianie przyrody i korzystanie z jej uroków<sup>8</sup>. Należy zatem zorganizować na odpowiednim poziomie jakościowym i standardzie zaplecze noclegowe i gastronomiczne oraz przygotować ofertę spędzenia wolnego czasu poprzez organizację tras pieszych i rowerowych, wypożyczalnie sprzętu turystycznego, imprez kulturalnych itd. Ważnym uzupełnieniem produktu turystycznego jest infrastruktura komunalna oraz usługowa okolicy turystycznej (np. bankowa, telekomunikacyjna, pocztowa, rzemieślnicza, medyczna). Te wszystkie elementy sprawnie ze sobą współpracujące, tworzące jednolitą funkcjonalną całość i cechujące się wysokim standardem, mają duży wpływ na kreowanie markowości danego produktu turystycznego. Zagospodarowane atrakcje i walory turystyczne powinny przynosić swoim kreatorom wymierne korzyści ekonomiczne i pozaekonomiczne. Żeby tak się stało, należy wykreowany produkt turystyczny umiejętnie sprzedąć. Dużo w tym zakresie zależy od postawy podmiotów zarówno ogólnej, jak i lokalnej polityki turystycznej.

## **THE HOSPITALITY ROLE IN LOCAL TOURISM PRODUCT DEVELOPMENT – THE ANALYSIS OF CHOSEN FACTORS INCREASING TOURISM TRAFFIC**

### **Summary**

Hospitality is one of the most important elements of modern infrastructure and tourism business, both in sectoral approach and in implementation of local policies of tourism products creations. Accommodation base is an important element of tourist development, which determines the function of tourist reception and the ability of an area where tourism movement concentrates. Properly developed tourism function of local economy correlated with the activity of accommodation of many entities causes, among others, increase of its competitiveness. Thus the modern tourism bases its functioning and essence primarily on access to diverse tourist accommodation base in tourist travel destination.

---

<sup>8</sup> A. Kondej, *Polowanie na klienta*, Wyd. SBK Marketing, Białystok 2003, s. 152.