

**Bujała, Barbara / Mierzejewska,
Justyna / Rakowski, Witold**

**Rozwój usług hotelarskich w Warszawie
w latach 1990-2004**

Rocznik Żyrardowski 3, 103-145

2005

Artykuł został zdigitalizowany i 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 oraz w kolekcji mazowieckich czasopism regionalnych mazowsze.hist.pl.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Barbara Bujala, Justyna Mierzejewska, Witold Rakowski

Rozwój usług hotelarskich w Warszawie w latach 1990–2004

Wstęp

Hotelarstwo to społecznie zorganizowana działalność usługowa, polegająca na udzielaniu gościnności przyjezdnym zaspokajając ich potrzebę wypoczynku, pożywienia, noclegu, higieny, opieki nad zdrowiem i mieniem, rozrywek kulturalnych oraz szeroko rozumianej łączności z otoczeniem¹.

Hotelarstwo, nierozdzielnie związane z turystyką, jest ważną gałęzią gospodarki narodowej. Wielkość, jakość i różnorodność bazy noclegowej danego kraju jest jednym z podstawowych czynników warunkujących jej rozwój na danym terenie.

Zgodnie z definicją przyjętą podczas konferencji ONZ w Rzymie w 1963 r. turystą nazywamy każdego odwiedzającego, który w kraju (miejscu) czasowego pobytu spędził przynajmniej jedną noc w bazie hotelowej w celach: wypoczynkowych, leczniczych, krajoznawczych, religijnych, sportowych, służbowych, rodzinnych, społecznych, politycznych itp.². Przytoczona definicja wskazuje na celowość łącznego traktowania tematu turystyki i hotelarstwa, co jest w praktyce stosowane.

Turystyka to dziedzina niezwykle ciekawa, zawierająca wiele aspektów dotyczących różnych gałęzi nauki – geografii, historii, socjologii, psychologii, ekonomii. W obecnych czasach mówiąc o turystyce mamy na myśli nie tylko jej funkcje poznawcze, wychowawcze, kulturowe i estetyczne, ale mówimy o niej również, a często przede wszystkim w znaczeniu ekonomicznym. Turystyka jest bowiem we współczesnym świecie jedną z najbardziej liczących się gałęzi gospodarki, dorównującą wielkością przychodów finansowych takim branżom, jak przemysł samochodowy czy naftowy.

Opierając się na tzw. Rachunku satelitarnym, umożliwiającym precyzyjne zmierzenie wkładu turystyki w gospodarkę poszczególnych krajów, służ-

¹ Cz. Witkowski, *Podstawy hotelarstwa*, WSE, Warszawa 2002, s. 10.

² W. Gaworecki, *Turystyka*, PWE, Warszawa 1998, s. 12, 13.

by informatyczne Unii Europejskiej (Eurostat) oceniają, że w krajach 15-tki z turystyki pochodzi około 6% dochodu narodowego³. Najwyższy udział ma turystyka w gospodarce Hiszpanii (10,7%) i Portugalii (8%), najniższy zaś w krajach bogatych, położonych na północy kontynentu, takich jak Szwecja czy Niemcy.

Światowa Rada Podróży i Turystyki podaje, że w 2000 roku światowe dochody z turystyki i podróży wyniosły 3,6 biliona dolarów (tj. prawie 11% światowego Produktu Krajowego Brutto), a do roku 2010 osiągną 6,6 biliona dolarów (tj. prawie 12% światowego PKB). WTO szacuje również, że liczba zatrudnionych w turystyce, która w 2000 roku przekroczyła 190 mln (8% miejsc pracy na świecie), wzrośnie w ciągu dziesięciu lat do ponad 250 mln (tj. ponad 9% miejsc pracy)⁴.

Od pięćdziesięciu lat międzynarodowy ruch turystyczny w Europie i na świecie rośnie. Światowa Organizacja Turystyki (WTO) przewiduje, że w następnych dwudziestu latach tempo wzrostu liczby turystów międzynarodowych na świecie utrzyma się na poziomie 4,8%, a w Europie na poziomie około 3% rocznie, a to oznacza, że zapotrzebowanie na miejsca w bazie noclegowej również będzie rosło przynajmniej w tym samym tempie⁵.

Warszawa, ze względu na pełnione funkcje stołeczne i atrakcyjność turystyczną, jest najważniejszym w Polsce ośrodkiem koncentracji hotelarstwa. W artykule pragniemy przedstawić rozwój hotelowej bazy noclegowej z uwzględnieniem kategorii i wykorzystania miejsc.

Napisanie tego artykułu było możliwe dzięki wykorzystaniu dostępnych na rynku i w bibliotekach książek, publikacji zamieszczonych w czasopiśmie branżowych oraz danych statystycznych Głównego Urzędu Statystycznego dotyczących rynku hotelowego.

Jeżeli chodzi o dane dotyczące dat otwarcia poszczególnych obiektów, liczby jednostek mieszkalnych, kategorii i ewentualnych jej zmian ustalono podczas bezpośrednich wywiadów lub ze stron internetowych poszczególnych hoteli. W przypadku obiektów nowo powstałych (2003 r.) lub będących w fazie realizacji, dane pochodzą z bieżącej prasy fachowej („Świat hoteli, „Hotelarz” itp.). Należy dodać, że dane pochodzące z wyżej wymienionych źródeł nie zawsze są ściśle i precyzyjne. Wynika to z ciągłych zmian na rynku hotelarskim, zarówno w skali globalnej, jak i poszczególnych obiektów. Zmiany te dotyczą głównie ilości jednostek mieszkalnych, miejsc noclegowych (modernizacje, przebudowy) oraz kategorii obiektu (nowe przepisy wy-

³ J. Walasek, *Czy Polska nie ma twarzy*, H.W. Syrena Sp. Z o.o., Warszawa 2001, s. 2.

⁴ Tamże.

⁵ Jw., s. 3.

muszają często zmianę kategorii obiektu). Ze względu na poufność materiałów dotyczących gospodarki finansowej hoteli nie jest możliwa analiza kosztów i ich rentowności.

Czynniki wpływające na rozwój hotelarstwa

Hotelarstwo jest częścią gospodarki turystycznej, ponieważ istnienie bazy noclegowej warunkuje w dużym stopniu realizację funkcji turystycznych danego terenu. Obiekty bazy noclegowej są podstawowym ogniwem zagospodarowania turystycznego. We współczesnym świecie wielkość i stan bazy noclegowej, jakość świadczonych przez hotele usług oraz ich lokalizacja odpowiadająca potrzebom ruchu turystycznego odgrywa rolę pierwszoplanową w tworzeniu warunków sprzyjających rozwojowi tej dochodowej gałęzi gospodarki danego kraju, jakim jest turystyka. Od poziomu oraz dostosowania hotelarstwa do potrzeb rynku zależy rozwój turystyki. Tak więc hotelarstwo może zapewnić turystom odpowiednie warunki pobytu, turystyka natomiast, znając potrzeby turystów określa zapotrzebowania wobec hotelarzy, a także dostarcza im gości i konsumentów. Światowe organizacje turystyczne wyodrębniają wśród obiektów bazy noclegowej:

- bazę hotelarską (hotelarstwo właściwe),
- bazę komplementarną (parahotelarstwo),
- pośrednie formy bazy noclegowej (np. apartotele, eurotele)⁶.

Przez pojęcie hotelarstwa rozumie się rodzaj działalności usługowej, polegającej na zaspokajaniu potrzeb w zakresie udzielania zakwaterowania, wyżywienia i innych związanych z tym potrzeb osobom podróżującym i innym osobom czasowo zameldowanym⁷. Ze względu na szeroki zakres działalności usługowej, uniwersalność lokalizacji hoteli oraz zróżnicowanie pod względem standardu oferowanych usług w występującej na świecie bazie noclegowej, hotel zajmuje czołową pozycję.

Czynniki wpływające na rozwój hotelarstwa są ściśle związane z czynnikami warunkującymi ogólny popyt turystyczny. Z kolei popyt ten jest związany z występowaniem dóbr turystycznych (walorów turystycznych) na danym terenie.

Walory turystyczne mogą być zarówno naturalne (rzeźba terenu, mikroklimat, zbiorniki wodne, ciekawa flora, fauna itp.), jak też stanowić je mogą

⁶ A. Konieczna-Domańska, *Funkcjonowanie przedsiębiorstw na rynku*, „Rocznik Dydaktyczny”, WSTH, Warszawa 1996, s. 52.

⁷ Jw., s. 52.

produkty pracy ludzkiej, nazywane w literaturze walorami turystycznymi środowiska antropologicznego. Te ostatnie dzieli się na historyczne i współczesne⁸. Do walorów historycznych zalicza się miejsca związane z ważnymi wydarzeniami historycznymi, wybitnymi ludźmi, dzieła architektury i urbanistyki, zbiory muzealne, stanowiska archeologiczne, miejsca kultu religijnego itp. W grupie walorów współczesnych umieszczane są nowoczesne miasta, interesujące obiekty przemysłowe, wybitne dzieła współczesnej architektury miejskiej, komunikacyjnej, a także obiekty współczesnej kultury (teatry, galerie, wystawy). Największa koncentracja bazy noclegowej w skali każdego kraju występuje właśnie w rejonach, gdzie są ww. walory turystyczne i gdzie koncentruje się ruch turystyczny. W Polsce, najwięcej obiektów świadczących usługi noclegowe i żywieniowe zlokalizowanych jest w dużych miastach o znaczeniu gospodarczym, politycznym i kulturalnym, jak Warszawa, Kraków, Poznań, Wrocław, Łódź, Katowice, Lublin itp. oraz w rejonach o największych walorach naturalnych, tj. w górach, nad morzem i na pojezierzach.

Rodzaj infrastruktury turystycznej również ma związek z konkretnym miejscem. Duże hotele o wysokim standardzie i cenach powstają w ważnych centrach gospodarczych i kulturalnych, gdzie koncentruje się ruch biznesowy albo też w znanych kurortach o międzynarodowym znaczeniu. W rejonach o walorach typowo wypoczynkowych, odwiedzanych głównie przez turystów krajowych, znajduje się zdecydowanie więcej pensjonatów, schronisk, turystycznych czy kwater prywatnych. Z kolei motele, których cechą charakterystyczną jest świadczenie usług noclegowych i technicznych (podstawowa obsługa pojazdów) dla turystów zmotoryzowanych są zlokalizowane przeważnie przy głównych trasach kołowych. Omawiając rozmieszczenie bazy noclegowej w skali kraju, należy zwrócić uwagę, że często jej powstawanie lub rozbudowa na danym terenie ma pozytywny wpływ na aktywizację rejonów słabo rozwiniętych, niedoinwestowanych gospodarczo i zaniedbanych pod względem kulturalnym. Rozwój turystyki przyjazdowej oraz związane z tym inwestycje, są szansą na nowe miejsca pracy w wielu gałęziach gospodarki, wytwarzających towary i usługi, których potrzebują turyści.

W skali globalnej (światowej) nie zawsze występowanie dóbr turystycznych pokrywa się z rozwojem turystyki i infrastruktury turystyczno-hotelarskiej na danym terenie. Często kraje o niskim dochodzie na jednego mieszkańca charakteryzują się wysoką atrakcyjnością turystyczną, mają np. ciepły klimat, bogatą florę i faunę, zabytki dziedzictwa kulturowego. Inwestując więc w rozwój bazy hotelowej, często o bardzo wysokim poziomie świadczonych usług, czerpią zyski z turystyki przyjazdowej, chociaż turystyka wyjazdowa

⁸ W. Gaworecki, *Turystyka*, PWE, Warszawa 1998, s. 102, 103.

z tych państw pozostaje na niskim poziomie. Państwa zamożne, o wysokim dochodzie na jednego mieszkańca i wysokim poziomie uprzemysłowienia od dawna traktowały turystykę jako ważną gałąź gospodarki i czerpią zyski ekonomiczne zarówno z turystyki przyjazdowej, jak i wyjazdowej. Baza hotelowa jest tam dobrze rozwinięta i stale udoskonalana oraz dostosowywana do zmieniających się potrzeb wciąż rozwijającej się cywilizacji. Zarówno w dużych miastach Europy i Ameryki, jak również w rejonach wypoczynkowych, o wysokich walorach turystycznych są świadczone usługi hotelarskie oraz szeroko rozumiane usługi dodatkowe o różnym standardzie skierowane do typowych, zwiedzających nowe miejsca turystów, biznesmenów i pracowników różnych branż podróżujących obecnie bardzo często w celach służbowych. Gospodarka turystyczna może więc stanowić znaczącą dziedzinę gospodarowania w skali państwa, przyczyniając się do tworzenia miejsc pracy dla mieszkańców o różnych kwalifikacjach i poziomie wykształcenia na terenach słabiej rozwiniętych przemysłowo oraz podnosząc ogólny poziom życia. Do wpływów pochodzących ze sprzedaży zintegrowanego produktu turystycznego, na który składa się działalność różnych branż (rolnictwo, przetwórstwo, rzemiosło, handel, transport, gastronomia, usługi finansowo-ubezpieczeniowe, telekomunikacja), 40–50% przypada na usługi hotelowe⁹.

Bardzo ważną rolę odgrywa w tym przypadku polityka danego państwa. Może być ona nastawiona na popieranie i rozwój turystyki przyjazdowej, a więc i rozbudowę bazy hotelowej lub też z różnych powodów może nie być zainteresowana powstawaniem nowych obiektów, chociażby rozwój tego typu usług na danym terenie był potrzebny i celowy. Taką sytuację nieprzychylną polityki władz w stosunku do turystyki przyjazdowej obserwowaliśmy w Polsce w okresie socjalizmu i gospodarki nakazowo-centralistycznej, kiedy byliśmy jednym z krajów z za tzw. „żelaznej kurtyny”. Obiekty hotelarskie powstające w tamtym okresie zasadniczo odbiegały od standardów światowych i zacofanie w tej sferze usług mimo budowy w ostatnich dwóch dziesięcioleciach wielu nowoczesnych hoteli, jest widoczne do tej pory. Z kolei ogromny rozwój wysokostandardowej bazy hotelowej oraz ekspansja na nasz rynek znanych, międzynarodowych łańcuchów hotelowych tuż po zmianach ustrojowych świadczy o tym, jak atrakcyjnym jesteśmy rynkiem i jak bardzo potrzebne było stworzenie odpowiednich warunków politycznych i ekonomicznych do przeobrażenia polskiej bazy hotelowej i przystosowania jej do europejskich oraz światowych standardów.

⁹ M. Kubicki, *Organizacja hotelarstwa w Polsce*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 1996, s. 44.

Początki hotelarstwa w Polsce¹⁰

Za pierwszą zorganizowaną formę świadczenia usług hotelarskich w Polsce uważa się hospicjum przyklasztorne w Poznaniu, gdzie w roku 1187 osiedliła się grupa rycerzy-zakonników z zakonu rycerskiego Joannitów, zwanych później kawalerami maltańskimi, którzy założyli tzw. Komandorię. Zbudowali oni klasztor i hospicjum oraz kościół św. Jana Jerozolimskiego, który istnieje do dziś, a dzielnica nazywa się Komandorią. W następnych latach joannici założyli komandoria w Tyńcu, Bardzie i Strzegomiu oraz na Pomorzu i na ziemi lubuskiej.

W średniowieczu powstają również cechowe zajazdy i domy noclegowe w miastach, prowadzone przez cechy rzemieślnicze reprezentowane szczególnie licznie w danej miejscowości. Zakładano też gospody przed bramami miast warownych dla podróżnych, którzy przed ich zamknięciem nie zdążyli wejść do miasta. W miastach, takich jak Warszawa, Kraków czy Poznań pierwsze obiekty o przeznaczeniu podobnym do dzisiejszych hoteli zaczęły powstawać dopiero w końcu XVII wieku („Marywil” w Warszawie, „Hotel pod Różą” w Krakowie) oraz w wieku XVIII („Pod Białym Orłem” na Tłomackiej, „Hotel Pruski” na Wierzbowej w Warszawie). Istniały już również w tym czasie pierwsze pensjonaty w znanych ze swych leczniczych walorów uzdrowiskach, takich jak Kudowa Zdrój, Duszniki Zdrój, Cieplice Zdrój, Busko i Krynica Zdrój, Żegiestów.

W wieku XIX oraz początkach XX, w związku z rozwojem nowych środków komunikacji, a zwłaszcza kolei żelaznej, baza hotelowa w głównych miastach polskich zaczęła szybko się rozrastać. Największą, poza stolicą, bazę hotelową posiadał Poznań-miasto położone na skrzyżowaniu szlaków handlowych z północy na południe i z zachodu na wschód, w połowie drogi między Berlinem a Warszawą. W XIX stuleciu znane były takie poznańskie hotele, jak „Berliński”, „Wiedeński”, „Francuski” oraz do dziś istniejący, zbudowany w 1842 roku z inicjatywy K. Marcinkowskiego i H. Cegielskiego, hotel „Orbis-Bazar”. W okresie 20-lecia międzywojennego, w związku z mającą miejsce w Poznaniu w 1929 r. Powszechną Wystawą Krajową, został zbudowany duży i bardzo nowoczesny jak na ówczesne czasy hotel „Polonia”, w którym oprócz 370 pokoi znajdowały się restauracje, sale konferencyjne, klubowe, łaźnie, pralnie, zaplecze funkcjonalno-techniczne itp. W 1939 r. obiekt ten

¹⁰ Ta część artykułu, dotycząca historii hotelarstwa, została napisana na podstawie książki: M. Kubicki, *Organizacja...* op. cit.

został zajęty przez wojsko niemieckie na szpital, po wojnie nie zmieniono już tej funkcji i dalej mieści się tu szpital wojskowy.

Historia hotelarstwa warszawskiego

W Warszawie do końca XVII wieku brakowało zajazdów, spełniających warunki dzisiejszych hoteli, które zapewniałyby przyjezdnym nocleg oraz podstawowe usługi higieniczne i żywieniowe. Właściciele kamienic musieli udostępniać im kwatery początkowo bezpłatnie, a od 1764 roku ustalono urzędowo płaćność za tego typu usługi. Zajazdy i gospody zlokalizowane były w obrębie dzisiejszego Starego i Nowego Miasta, na przykład „Pod Gąsiorkiem” przy Długiej, „Dziekanka” przy Krakowskim Przedmieściu, „Rydzyn” przy Trębackiej czy zajazd zwany „Giełdą” przy ulicy Freta. W II połowie XVII wieku rozwój urbanistyczny stolicy i rozszerzenie jej terytorium w kierunku południowym, jak również ożywienie życia politycznego i gospodarczego, stworzyły konieczność budowy obiektu świadczącego usługi hotelarskie dla coraz liczniej przyjeżdżających tu kupców, posłów itp. Takim nowoczesnym obiektem łączącym funkcje handlowe, rozrywkowe i hotelarskie był zbudowany na przełomie lat 1691/92 „Marywil”. W 1695 r. Marywil był dalej rozbudowywany i oprócz hotelowej, pełnił również funkcje handlowe, kulturalne, a także przez pewien czas służył za rezydencję królewską. W późniejszych latach obiekt ten zmieniał właściciele oraz podstawowe funkcje, ale długo był jedynym hotelem w stolicy. W końcu wieku XVIII następuje dalszy rozwój hotelarstwa w Warszawie. W latach 1785–1787 został zbudowany hotel „Pod Orłem Białym” przy ulicy Tłomackiej. Poza pokojami posiadał on restaurację, sale rozrywkowe i sanitariaty na każdym piętrze. W 1792 roku powstaje przy ulicy Wierzbowej „Hotel Pruski” przemianowany później na „Hotel Angielski”, a przy Senatorskiej „Hotel de la Pologne”. W 1824 roku Dyrekcja Generalna Korpusu Inżynierów Dróg i Mostów Królestwa Polskiego wydała „Zbiór wzorów na dom zajezdny przy drogach bitych”. Zawarte w nim przepisy i projekty należy uznać za pierwszy nowoczesny akt prawny w zakresie budownictwa hotelowego. Już wówczas próbowano typizować zajazdy i gościńce, a obok dużych, wyposażonych w najnowsze wówczas elementy techniki – istnieją również liczne zajazdy, pensjonaty i małe hoteliki.

W wieku XIX, w dobie rozwoju przemysłu i nowych, coraz szybszych środków lokomocji, Warszawa stała się ważnym ośrodkiem tranzytowym i przemysłowym dla wschodniej części Europy. Spowodowało to dogodne warunki dla rozwoju bazy hotelowej w stolicy. Ogółem w 1844 roku Warszawa posiadała 18 hoteli oraz 28 domów zajezdnych. W latach 1855–1857 podjęto budowę nowego, dużego hotelu przy Krakowskim Przedmieściu o na-

zwie „Europejski” według projektu słynnego architekta Henryka Marconiego. Pod koniec wieku XIX w stolicy przybývają nowe hotele, z których wyróżnić należy hotel „Brüłowski” przy ulicy Freta, Grand Hotel Garni przy ulicy Chmielnej oraz najwspanialszy, jaki powstał na przełomie XIX i XX wieku hotel „Bristol” przy Krakowskim Przedmieściu. Następnym co do wielkości po Europejskim i Bristolu był wybudowany w 1913 roku hotel „Polonia” zlokalizowany w rejonie ówczesnego Dworca Głównego. Dysponował on 160 pokojami, pełnym asortymentem wygód z łazienkami ogólnymi (w części również przy pokojach), umywalkami w pokojach z zimną i ciepłą wodą, centralnym ogrzewaniem, telefonami, windą, garażami i szeroko rozbudowaną gastronomią. Lokalizacja hotelu w bezpośrednim sąsiedztwie dworca kolejowego była podyktowana związkiem potrzeby rozwoju bazy hotelowej wraz z rozwojem kolei i innych środków lokomocji oraz względami wygody i bezpieczeństwa podróży, co ma również wpływ na lokalizację współczesnych, miejskich hoteli. W początkach XX wieku zarówno w polskim, jak i warszawskim hotelarstwie działało się niewiele. Istniejące już obiekty zmieniały czasem właścicieli, nazwę lub były przebudowywane.

Kategoryzacja w hotelarstwie polskim

W zasadzie do lat 50. XX wieku nie było w Polsce oficjalnego podziału hoteli na kategorie. Brak formalno-prawnych uwarunkowań wcale nie oznaczał zaniechania dążeń do wprowadzenia rozróżniania hoteli. W okresie międzywojennym Eugeniusz Tychowski i Kazimierz Załuski¹¹ podjęli się takiego podziału, biorąc pod uwagę za podstawowe kryterium cenę, umeblowanie, posiadanie lub brak sal recepcyjnych, rozrywkowych, wydzielonych palarni itp. Wyróżnili oni grupy obiektów hotelowych określając je w następujący sposób:

1. Pełny hotel – obejmuje lokowanie obcych gości i stołowanie osób tak mieszkających w budynku, jak i poza nim. Zazwyczaj połączony jest również z wyszynkiem.
2. Hotel-pensjonat – lokuje gości, a stołuje tylko tych, co mieszkają w domu. Zazwyczaj bez wyszynku napojów alkoholowych.
3. Hotel-garni – nie stołuje swoich gości, a najwyżej podaje im śniadania i zimne przekąski. Ogranicza się na ogół do lokowania przyjezdnych.

Ważnym elementem zaliczania hotelu do odpowiedniej kategorii stanowił też czas pobytu gości. Pobyt krótki (jeden lub kilka noclegów) – mówio-

¹¹ G. Wolak, *Jak rodziła się kategoryzacja i standaryzacja w hotelarstwie polskim*, „Doradca Hotelarza” nr 04/2001.

no wtedy o hotelu „pasażerskim”. Jeśli pobyt był dłuższy (hotel świadczył więcej usług i mógł przez dłuższy czas zastąpić życie domowe) – nazywano go „familijnym”. Kształcono już wówczas kadry specjalistyczne do pracy w hotelarstwie¹².

Jednym z pierwszych dokumentów prawa, który oficjalnie i formalnie wprowadził podział kategoryzacyjny było wydane przez Ministra Gospodarki Komunalnej Zarządzenie nr 80 z 1958 roku w sprawie wyposażenia i kategorii hoteli tzw. komunalnych¹³. Według tej klasyfikacji (mającej w praktyce zastosowanie również w hotelach innych gestorów) wyodrębniono cztery kategorie: S, I, II i III. Do I kategorii wg tych kryteriów można było już zaliczyć hotel, w którym 215 pokoi nie posiadało bieżącej wody, a do kategorii III hotele bez wodociągów i kanalizacji. Wymagania te nie były więc wygórowane i dosyć wyraźnie odbiegały od kategoryzacji zalecanych przez Union Internationale des Organisations Officielles de Tourisme (UIOOT), przekształconej w 1975 roku w Światową Organizację Turystyki (WTO). Jednak przełomowym w tym zakresie stało się Zarządzenie Ministra Gospodarki Komunalnej oraz Przewodniczącego Głównego Komitetu Kultury Fizycznej i Turystyki z dnia 16.04.1966 r. w sprawie określenia rodzajów oraz kategorii hoteli i innych zakładów hotelowych¹⁴. W latach 60. XX wieku powstały też wyraźne różnice kształtujące „podział” bazy noclegowej. Hotele orbisowskie były przystosowane i nastawione głównie na obsługę ruchu turystycznego przyjazdowego do Polski, natomiast hotele komunalne miały z założenia pełnić funkcje recepcyjną dla krajowego ruchu turystycznego, głównie delegacyjnego. Podział ten odróżniał ww. grupy hoteli w bardzo istotny sposób, tak pod względem wyposażenia, jak i wielkości i jakości świadczonych usług. Dodatkowe zaplecze dla turystyki krajowej stanowiła baza Funduszu Wczasów Pracowniczych (FWP) oraz zakładowa baza socjalna, szeroko rozbudowywana w okresie socjalizmu i propagowanego równego dostępu do wypoczynku według narzuconego, podobnego dla wszystkich pracujących standardu. Lata 70. i coraz większy napływ do Polski zachodnich inwestycji, a wraz z nimi nowych trendów również i w hotelarstwie, przyniosły konieczność zmian oraz dostosowania chociaż w minimalnym stopniu naszych krajowych przepisów do standardów europejskich. W 1977 roku ustalono w Europie „Normy minimum klasyfikacji hoteli i obiektów równorzędnych”¹⁵. Dokonała tego Komisja

¹² Jw.

¹³ Jw.

¹⁴ Jw.

¹⁵ Jw.

Europejska Międzynarodowej Organizacji Turystyki. Normy te przewidują, że wszystkie obiekty hotelarskie muszą odpowiadać następującym wymaganiom:

- minimalna wielkość – 10 pokoi;
- urządzenia sanitarne dla gości oraz personelu w dobrym stanie;
- odpowiedni poziom czystości i higieny;
- bardzo dobra jakość materiałów budowlanych, mebli i wyposażenia;
- dostępna zimna i ciepła woda oraz ogrzewanie obiektu.

Do decyzji i uregulowań prawa krajowego pozostawiono takie elementy, jak kwalifikacje personelu oraz warunki budowy (prawo budowlane). W Polsce, w dniu 7.06.1977 r., Przewodniczący GKKFiT wydał Zarządzenie nr 18, w którym uregulował trzy podstawowe problemy ówczesnego polskiego hotelarstwa:

- minimalne wymagania, jakim powinny odpowiadać zakłady hotelarskie w poszczególnych kategoriach;
- organy do spraw kategoryzacji i rekomendacji zakładów hotelarskich oraz innych obiektów turystycznych;
- zasady i tryb zaliczania zakładów hotelarskich i obozowisk turystycznych do poszczególnych kategorii.

W tym samym roku ukazało się inne Zarządzenie Przewodniczącego GKKFiT z dnia 20.10.1977 r. w sprawie rodzajów oraz kategorii zakładów hotelarskich i obozowisk turystycznych¹⁶. Jednak w ciągu kilku lat obowiązywania ww. zarządzenia zostało ono bardzo negatywnie ocenione przez hotelarzy jako nieprzystające do tendencji rozwojowych hotelarstwa europejskiego i światowego. Dlatego też w 1985 roku Przewodniczący Głównego Komitetu Turystyki, zarządzeniem z dnia 24.06.1985 roku na nowo określił:

- rodzaje i kategorie zakładów hotelarskich, obozowisk i kategorii domków turystycznych;
- minimalne wymagania, jakim powinny odpowiadać zakłady hotelarskie, obozowiska i domki turystyczne;
- zasady zaszeregowania zakładów hotelarskich, obozowisk i domków turystycznych do poszczególnych kategorii¹⁷.

Zarządzenie to obowiązywało do 1989 roku, a w formie wytycznych do 1997. W 1997 r. problematykę standaryzacji obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie, uregulowała ustawa o usługach turystycznych z dnia 29.08.1997 roku (kilkakrotnie nowelizowana), w taki sposób, aby z jednej strony wpływać na jakość tych usług poprzez ich jednoznacznie sformułowane standardy, a z drugiej strony utrzymać dotychczasową swobodę podejmowania

¹⁶ Jw.

¹⁷ Jw.

i wykonywania działalności hotelarskiej. Zasadą jest tu, że współczesne obiekty hotelarskie muszą spełniać:

- wymagania co do wielkości obiektu, jego wyposażenia, kwalifikacji personelu oraz zakresu świadczonych usług (określone w załącznikach 1–5 do Rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 29.01.1999 r.),
- wymagania sanitarne, przeciwpożarowe oraz inne¹⁸.

Wyżej wymieniona ustawa przewiduje pięć kategorii (oznaczonych gwiazdkami) hoteli, moteli oraz pensjonatów, cztery kategorie kempingów oraz trzy kategorie domów wycieczkowych. Ustawa ta przewiduje ponadto, że według aktualnie obowiązujących przepisów to wojewoda dokonuje zaszeregowania obiektów hotelarskich do poszczególnych rodzajów, nadaje kategorię tym obiektom oraz prowadzi ich ewidencję. Takie zaszeregowanie obiektu hotelarskiego oraz nadanie mu kategorii następuje w drodze decyzji administracyjnej, przed której wydaniem wojewoda może zwrócić się do wyspecjalizowanych stowarzyszeń. Przed rozpoczęciem świadczenia usług hotelarskich każdy przedsiębiorca powinien uzyskać zaszeregowanie obiektu hotelarskiego do odpowiedniej kategorii. Podsumowując omawianie kategoryzacji polskiej bazy noclegowej należy dodać, że w temacie tym brak jest spójności i istnieje wiele nieścisłości zarówno w faktycznym standardzie niektórych hoteli w stosunku do przyznanych gwiazdek, jak i w podawaniu tego rodzaju informacji w różnych publikacjach i turystycznych informatorach. Ponadto, przydział gwiazdek w Polsce nie jest tożsamy z międzynarodowym systemem kategoryzacji. W kategoriach nowoczesności, komfortu, dostępnych urządzeń i usług, ale nie w przypadku ceny, zwłaszcza w Warszawie, miejscowe normy są o jedną gwiazdkę w tyle za normami międzynarodowymi. Poza tym zmiana kategorii czterogwiazdkowej na trzygwiazdkową ze względu na VAT (22%–7%), wypacza obraz, spychając obiekty czterogwiazdkowe do poziomu trzygwiazdkowych przy porównywaniu jakości względnej.

W 2002 roku Ministerstwo Gospodarki opracowało nowe rozporządzenie kategoryzacyjne, które zawierało wiele nowych, szczegółowych wymagań dotyczących zarówno standardu pokoi, restauracji, dostosowania obiektów dla potrzeb niepełnosprawnych, a także wyższych wymagań dotyczących wykształcenia i kwalifikacji personelu¹⁹.

Hotelarze nie zgadzali się jednak z wieloma postanowieniami ww. rozporządzenia, uważając je za zbyt wygórowane. W wyniku dyskusji i negocjacji środowiska hotelarskiego, ostatecznie nowe rozporządzenie weszło w ży-

¹⁸ Jw.

¹⁹ *Zgoda w sprawie gwiazdek*, „Świat Hoteli” nr 8/2002, artykuł redakcyjny.

cie z końcem 2003 roku w znacznie złagodzonej formie, przede wszystkim dostosowując polskie standardy kategoryzacyjne do obowiązujących w UE.

Stan bazy hotelowej w Warszawie w latach 1945–1989

II wojna światowa dokonała, tak jak we wszystkich dziedzinach życia gospodarczego, ogromnych strat w hotelarstwie polskim. Wiele obiektów hotelowych w różnych miastach zostało częściowo lub zupełnie zniszczonych, często zaś przejęte podczas wojny przez okupanta, pełniły zupełnie inne funkcje, a ich wyposażenie kompletnie zdewastowano. W Warszawie, nie zostały podczas działań wojennych zniszczone tylko dwa ważne hotele: „Bristol” oraz „Polonia”, która już w kwietniu 1945 r. wznowiła swoją działalność²⁰. W tym samym czasie niektóre obiekty były przekazywane do doraźnej dyspozycji jednostek zarządzających. Na przykład hotel „Bristol” w Warszawie był do 1949 roku wykorzystywany na cele biurowe przez różne publiczne instytucje. Według bardzo szacunkowych danych w 1948r. działało w całym kraju 587 hoteli i 666 pensjonatów o różnej formie własności²¹. Dekrety i inne akty prawne (m.in. dekret z dnia 26 X 1950 r. o państwowych przedsiębiorstwach) stworzyły w nowej, socjalistycznej Polsce podstawę do uspołecznienia wielu zakładów pracy, w tym również niektórych hoteli. W roku 1950 czynnych było w kraju około 400 hoteli dysponujących około 13 tys. miejsc noclegowych. W Warszawie zaś działało 5 hoteli o 672 pokojach posiadających w sumie 1075 łóżek²².

W tym samym okresie podjęto ustalenia dotyczące stanu własności i instytucji zarządzających istniejącymi już obiektami oraz pewne regulacje prawne, które miały na celu określenie wymagań co do kategorii i usystematyzowania ówczesnej bazy hotelowej, jak również ukierunkowanie rozwoju i działalności krajowej branży hotelarskiej. Niestety, próby te przyczyniły się do sztucznego podziału na hotele gorsze i lepsze, który zauważalny był w Polsce aż do lat 80. Już w 1950 roku reaktywowane po wojnie (1945 r.) Polskie Biuro Podróży ORBIS przejęło część dużych hoteli w Polsce, w tym „Bristol” w Warszawie. W sumie ORBIS, podlegający w tamtym okresie Ministerstwu Komunikacji, posiadał w Polsce 10 hoteli z liczbą 1828 łóżek, które odznaczały się najlepszym na owe czasy standardem i nastawione były głównie na obsługę zagranicznego ruchu przyjazdowego. Hotele nastawione głów-

²⁰ Z. Błądek, T. Tulibacki, *Hotele w Polsce*, WSTH, Warszawa 2001, s. 16.

²¹ Jw., s. 18.

²² Jw., s. 18.

nie na obsługę ruchu krajowego, a szczególnie delegacyjnego, tzw. „hotele komunalne”, podlegały Ministerstwu Gospodarki Komunalnej. Przed ORBIS-em i MGK powstało zadanie utrzymania przejętej bazy noclegowej oraz pilne podjęcie niezbędnych działań remontowo-modernizacyjnych. Prace remontowe podjęto w wielu hotelach w Polsce, m.in. w Warszawie zaczęto odbudowywać zniszczony w czasie wojny hotel „Warszawa”. Stopniowo też zaczęto poszerzać istniejącą bazę hotelową o nowe, bardziej nowoczesne obiekty. Jednym z pierwszych, zbudowanych od podstaw w powojennej Polsce był hotel „MDM” w Warszawie, będący przykładem urbanistyki i architektury socrealistycznej. Jego powstanie było ściśle związane z datą uchwalenia Konstytucji PRL w 1952 roku oraz otwarciem Placu Konstytucji. W związku z rosnącymi potrzebami turystyki tzw. „delegacyjnej” do Warszawy przystąpiono do budowy kolejnego hotelu w stolicy i w 1958 roku został oddany hotel „Grand” zlokalizowany przy ulicy Kruczej²³. Był to jak na owe czasy obiekt duży i bardzo nowoczesny, dorównujący podstawowym europejskim wymaganiom. Wszystkie jednostki mieszkalne (wyłącznie jedno- i dwułóżkowe) posiadały węzły higieniczno-sanitarne, hotel miał rozbudowaną gastronomię, a także basen kąpielowy, co było absolutną nowością w krajowym hotelarstwie. Następnym hotelem wybudowanym od podstaw w Warszawie był „Dom Chłopa”, którego budowa realizowana była w latach 1958–1961²⁴, przeznaczony głównie dla ludności wiejskiej przybywającej licznie do stolicy, jako indywidualni lub zorganizowani w grupach turyści. Z punktu widzenia standardu i funkcji użytkowych spełniał on również podstawowe wymagania europejskie. Zespół hotelowy „Domu Chłopa” składał się z trzech obiektów: hotelu głównego, turystycznego i młodzieżowego, które mieściły w 404 pokojach 615 gości. Obiekt posiadał też szeroko rozbudowane zaplecze gastronomiczne (restauracja, kawiarnia, bar – razem 770 miejsc), świetlice, klub hotelowy oraz pomieszczenia do organizacji imprez kulturalno-oświatowych. Pomimo powstania tych „sztandarowych” na ówczesne czasy obiektów, baza hotelowa wykazywała wciąż znaczne niedobory, zarówno pod względem ogólnej pojemności, jak też przyjętych w Europie standardów. Hotele komunalne, których średnia wielkość kształtowała się w granicach 30 pokoi, tj. około 60 łóżek, pochodziły w 70% z lat 1900–1920 i były to obiekty stare i wysłużone. Stan hoteli orbisowskich w tym czasie był pod względem wyposażenia i uzbrojenia technicznego znacznie lepszy, jednak również zbyt niski do europejskich standardów. Uwzględniając zarówno hotele orbisowskie, jak i komunal-

²³ Jw., s. 19.

²⁴ Jw., s. 20.

ne najwięcej, bo około 2000 miejsc noclegowych miała Warszawa, następne w kolejności były Kraków (ponad 900 miejsc) i Wrocław (ok. 700 miejsc)²⁵.

Pod koniec lat pięćdziesiątych zmiana stosunku władz państwowych do zagranicznej turystyki przyjazdowej, która zaczęła być traktowana jako potencjalne źródło dopływu do Polski dewiz, przyniosła też realną możliwość większych zmian w polskim hotelarstwie. W wyniku zatwierdzenia do realizacji, w kwietniu 1959 roku, czteroletniego planu zagospodarowania turystycznego Polski dla turystyki zagranicznej powstały w Polsce trzy duże hotele o wysokim standardzie, przeznaczone głównie dla turystów zagranicznych. Były to: Hotel „Merkury” w Poznaniu, Hotel „Cracovia” w Krakowie i Hotel „Europejski” w Warszawie²⁶. Temu ostatniemu obiektowi, przeznaczonemu po wojnie na cele wojskowe, przywrócono funkcję, jaką miał przed wojną. Przez wiele następujących lat były one w Polsce czołowymi, wzorcowymi obiektami hotelowymi ze względu na prawidłowe ujęcie funkcji, cech użytkowych oraz zastosowanego nowoczesnego wyposażenia. Następnym krokiem dla pozytywnych przemian w działalności na rzecz polskiej turystyki, jak również rozwoju hotelarstwa, było połączenie w 1960 roku Komitetu do spraw Turystyki z Głównym Komitetem Kultury Fizycznej²⁷. Do GKKFiT zostało przeniesione PBP ORBIS, dzięki czemu wszystkie najważniejsze instytucje zajmujące się turystyką międzynarodową znalazły się w jednym resorcie. Ponadto, w styczniu 1962 roku, utworzono branżową organizację społeczną hoteli i hotelarzy o nazwie „Zrzeszenie Polskich Hoteli Turystycznych”²⁸. Fakt ten miał istotne znaczenie dla przyspieszenia rozwoju i unowocześnienia polskiego hotelarstwa ze względu na podjętą na szeroką skalę działalność informacyjną i szkoleniową. W latach 60. powstaje w Polsce szereg nowych hoteli w tym „Metropol” w Warszawie. W tej samej dekadzie, za sprawą wspólnego działania MGK i GKKFiT, przeprowadzono wiele prac remontowo-modernizacyjnych w istniejących już obiektach, zarówno orbisowskich, jak i komunalnych w wielu miastach Polski, w tym dokonano modernizacji hotelu „Polonia” w Warszawie.

W pierwszej połowie lat 70. XX w. nastąpiło ożywienie gospodarcze Polski i rozszerzenie kontaktów z krajami systemu kapitalistycznego. W tych warunkach istniała konieczność rozbudowy bazy hotelarskiej i szukania rozwiązań dających szybkie efekty ilościowe i jakościowe. Nie rezygnując z otwierających się możliwości uruchamiania nowych inwestycji w krajowym wyko-

²⁵ Jw., s. 21.

²⁶ Jw., s. 21.

²⁷ Jw., s. 23.

²⁸ Jw., s. 23.

nawstwie – podjęto decyzję dotyczącą tzw. „importu inwestycyjnego”. Pierwszym efektem tej decyzji był wybudowany w okresie od stycznia do września 1973 roku hotel „Solec”²⁹ w Warszawie. Największym zaś przedsięwzięciem, zrealizowanym przez zagranicznego inwestora, które zapoczątkowało nowy etap w polskim hotelarstwie była budowa hotelu „Forum” w Warszawie. Prace budowlane, prowadzone przez szwedzką firmę „Skanska Cementgiuteriet” trwały 25 miesięcy³⁰. Efektem było powstanie w centrum stolicy ogromnego (750 j.m. = 1407 m.n., o kubaturze 112 100 m³, pow. użytkowej 32 505 m²) mogącego pomieścić 600 osób i niezwykle nowoczesnego w tamtym okresie hotelu. Obiekt ten posiadał rozbudowaną gastronomię, zespół wielofunkcyjny, przystosowany do organizacji zjazdów, konferencji, bankietów, podziemne garaże oraz nie stosowane dotąd w Polsce rozwiązania techniczne i kompleks handlowo-usługowy. Hotel „Forum” należał początkowo do sieci światowego systemu hotelowego IHC (International Hotels Corporation), posiadał standard czterogwiazdkowy i przeznaczony był głównie do obsługi zagranicznego ruchu biznesowego. W tym samym okresie w ramach krajowych inwestycji powstawało wiele zajazdów i moteli, zwłaszcza przy ważnych trasach komunikacyjnych oraz wybudowany w rekordowym tempie 20 miesięcy nowoczesny obiekt hotelowy „Polonez” w Poznaniu. Następstwem decyzji rządowej dotyczącej importu inwestycyjnego oraz następnej (z 4.10.1972 r.) w sprawie wykorzystania kredytów i wykonawstwa zagranicznego w celu budowy obiektów turystycznych, była budowa kolejnych hoteli. Należały do nich „Kasprowy” w Zakopanem (1974, 552 m.n.), „Novotel” w Olsztynie (1975, 308 m.n.), „Skalny” w Karpaczu (1976, 308 m.n.), „Novotel” w Sosnowcu (1975, 308 m.n.), „Novotel” w Poznaniu (1975, 96 m.n.), „Novotele” w Warszawie i Wrocławiu (1975, 306 m.n.), „Holiday Inn” w Krakowie (1975, 616 m.n.), „Posejdon” w Jelitkowie (1976, 592 m.n.), „Solny” w Kołobrzegu (1976, 308 m.n.), „Reda” w Szczecinie (1976, 284 m.n.), „Victoria” w Warszawie (1976, 742 m.n.).

Bardzo ważnym faktem dla rozwoju polskiego rynku hotelowego i „wyjścia” naszej bazy noclegowej na światowe rynki było powiązanie dziewięciu z ww. obiektów ze znanymi międzynarodowymi systemami hotelowymi (6 hoteli Novotel – Francja, 2 hotele Inter Continental Corporation – USA, i hotel Holiday Inn – USA). Nowe hotele stały się świetną bazą szkoleniową dla kształcącej się w Polsce kadry hotelarskiej, która dotychczas znała zastosowane w nich rozwiązania jedynie z teorii. Po raz pierwszy w niektórych z nich zasto-

²⁹ Jw., s. 30.

³⁰ Jw., s. 31.

sowano klimatyzację, kontrolowany układ pracy służb piętér, system nagłaśniania, kompleksy usług dodatkowych (gabinety odnowy biologicznej, siłownie, baseny). Bogato wyposażony w dodatkowe usługi, pięciogwiazdkowy hotel „Victoria” otwarty w ramach światowego łańcucha International Hotel Corporation w Warszawie (1976 r.) stał się w tamtym okresie najlepszym hotelem stolicy.

Efektem współpracy Centrali Turystycznej ORBIS z zagranicznymi inwestorami było powstanie w 1980 r. hotelu „Wrocław” we Wrocławiu, w 1981 r. hotelu „Warszawa” w Katowicach oraz w 1980 r. hotelu „Vera” w Warszawie. W roku 1989 wysokostandardowa baza noclegowa stolicy wzbogaciła się o dwa obiekty działające w ramach znanych międzynarodowych systemów hotelowych – czterogwiazdkowy „Holiday Inn” (572 m.n.) oraz pięciogwiazdkowy „Marriott” (484 pokoje i 34 apartamenty), obydwie zlokalizowane w bezpośrednim sąsiedztwie dworca kolejowego „Warszawa Centralna”. Hotele te wyposażone zostały w nowoczesne zespoły wielofunkcyjne (obsługa konferencji, zespoły odnowy biologicznej, punkty handlowe), różnorodną bazę gastronomiczną, nastawione głównie na obsługę zagranicznego ruchu biznesowego.

Dalszy rozwój bazy noclegowej w Warszawie w latach 1990–2003

Proces zmian w gospodarce polskiej, zmierzający do przejścia od systemu rządzenia centralno-nakazowego do gospodarki rynkowej, nie ominął również hotelarstwa. Zmiany te, chociaż wprowadzane powoli, dotyczyły przekształceń zarówno w sferze materialnej, organizacyjnej, jak i mentalnej. Wzorcami w tym zakresie stały się głównie obiekty zarządzane przez zagraniczne systemy hotelowe. W roku 1994 ORBIS został przekształcony w ramach restrukturyzacji i prywatyzacji w spółkę akcyjną przyjmując nazwę „ORBIS S.A.” – korporacja hotelowa. ORBIS wsparty obiektami z „importu inwestycyjnego”, powiązany ze światowymi systemami hotelowymi zajął liczącą się pozycję na liście największych łańcuchów hotelowych na świecie. W 1990 r. w rankingu systemów hotelowych zajął 46 pozycję w 200 liczących się na świecie łańcuchach hotelowych. W 2000 roku 20% akcji w Spółce ORBIS kupiła francuska sieć hotelowa ACCOR, z którą współpraca sięga lat 70. i otwierania w Polsce pierwszych Novoteli. Od roku 2000 ACCOR stał się inwestorem strategicznym i branżowym ORBIS-u S.A. W wyniku tej oraz następnych transakcji (w 2003 r. Accor posiadał ponad 25% akcji Orbisu)³¹ oraz dalszych uzgodnień między ww. sieciami (umowa franczyzowa) część hoteli

³¹ *Orbis kupi udziały w Accorze*, „Świat hoteli” nr 4/2002, artykuł redakcyjny.

orbisowskich została poddana restrukturyzacji i włączona do odpowiadających ich standardom systemów hotelowych, wchodzących w skład ACCOR-u (Sofitel, Novotel, Mercure, Ibis). W Warszawie, w gestii ORBIS-u i ACCOR-u było w 2003 r. 8 obiektów: pięciogwiazdkowy „Sofitel-Yictoria”, czterogwiazdkowe: „Novotel Centrum” (dawny „Forum”) i „Holiday Inn”, trzygwiazdkowe: „Europejski”, „Grand”, „Solec”, „Vera”, „Novotel Airport” oraz trzy hotele dwugwiazdkowe wybudowane w ciągu ostatnich kilku lat już przez francuską sieć ACCOR działające w systemie hoteli „Ibis”. Trzeba dodać, że swój niewątpliwy sukces na rynku hotelowym (największa obecnie sieć hotelowa w Europie i trzecia na świecie), ACCOR zawdzięcza właśnie tak rozbudowanemu wachlarzowi marek hotelowych: od luksusowego Sofitela, przez trzy- i czterogwiazdkowe Novotele i Mercure po dwugwiazdkowe Ibisy i hotele ekonomiczne, których w Polsce jeszcze nie ma, o nazwie Etap Hotel i Formule I.

W 1993 roku zakłady hotelowe OST „Gromada”, będące właścicielem kilku obiektów w Polsce, a także za granicą (Niemcy), utworzyły organizację hotelarską opartą na modelu łańcucha hotelowego. Łańcuch ten stanowi sieć hotelową o określonym, jednolitym standardzie, odpowiadającą europejskim dwu- i trzygwiazdkowym hotelom. Jest on też otwarty na przyjmowanie do swej sieci innych zakładów hotelarskich o zbliżonym standardzie. W stolicy „Gromada”, poza wybudowanym jeszcze w latach 50., a w ostatnich latach rozbudowanym i zmodernizowanym „Domem Chłopa” (obecna nazwa „Hotel Gromada Centrum”), posiada otwarty w 1998 roku trzygwiazdkowy hotel „Gromada”. Jest to kompleks składający się z hotelu oraz motelu, położony w odległości 800 metrów od międzynarodowego portu lotniczego „Warszawa-Okęcie”, wyposażony w nowoczesne rozwiązania techniczne, odpowiadające standardowi trzech gwiazdek, posiadający rozbudowane zaplecze gastronomiczne i bankietowe. Dobudowane niedawno Centrum Kongresowe podnosi zdecydowanie atrakcyjność obiektu i zapewnia mu poza gośćmi „transzytowymi” (bliskość lotniska), klientów segmentu konferencyjno-biznesowego.

Warszawskie Przedsiębiorstwo Turystyczne SYRENA (powołane Zarządzeniem nr 35 Prezydenta Warszawy z dn. 26.06.1974 r.)³² zarządzające, podobnie jak w innych miastach bazą tzw. hoteli komunalnych, zostało w grudniu 1991 roku przekształcone w Spółkę o nazwie „Hotele Warszawskie SYRENA Sp. z o.o.”³³, której większość udziałów posiadał urząd miasta. W gestii Spółki pozostawało wówczas 5 czynnych hoteli o standardzie trzech

³² Informacja na I Walne Zgromadzenie Udziałowców H.W. „Syrena” Sp. z o.o., Warszawa 1998.

³³ Jw.

gwiazdek w centrum miasta: „MDM”, „Metropol”, „Polonia”, „Warszawa” i „Saski” oraz 2 dwugwiazdkowe: „Syrena” na Woli i „Nowa Praga” na Pradze-Północ. Decyzją władz miejskich w 1997 roku większość udziałów H.W. SYRENA została sprzedana austriackiej firmie budowlanej „Bau Holding AG”. Austriacy obiecywali zainwestowanie znaczących środków w przeprowadzenie remontów, modernizację i unowocześnienie obiektów wymagających podjęcia niezwłocznych inwestycji i nakładów finansowych do dalszego funkcjonowania oraz podniesienia standardu do nowych wymagań kategoryzacyjnych. Niestety, w ciągu sześciu lat zarządzania austriackiej firmy, Spółka Hotele Warszawskie SYRENA sprzedała dwa obiekty („Syrena” i „Nowa Praga”), dwa hotele są zamknięte i nie przyjmują gości („Saski” od 1999 roku i „Warszawa” od lipca 2003), zabytkowy hotel „Polonia” znajduje się od lipca 2001 r. w stanie remontu i generalnej modernizacji, a otwarte dla gości są jedynie dwa hotele trzygwiazdkowe: „MDM” i „Metropol”, remontowane jeszcze w czasach zarządzania nimi przez władze miasta.

Jak wynika z powyższych rozważań, ta transakcja zdecydowanie nie była korzystna i nie dość, że nie przyczyniła się do podniesienia jakości usług świadczonych w hotelach, to zamknięcie trzech obiektów średniej klasy w centrum Warszawy miało bezpośredni wpływ na odczuwalne w ostatnich latach braki w tańszej, dostępnej dla średnio zamożnych klientów bazie noclegowej stolicy.

Niedobór miejsc noclegowych o niższym standardzie na stołecznym rynku hotelowym po zamknięciu kilku obiektów H.W. SYRENA zrekompensowało, chociaż tylko w pewnym stopniu, otwarcie w minionym dziesięcioleciu trzy- i dwugwiazdkowych hoteli, przekształconych z dawnych hoteli robotniczych. W sierpniu 1996 roku, z inicjatywy pracowników przedsiębiorstwa „Hotele robotnicze” powstał nowy podmiot o nazwie „Polskie Stowarzyszenie Hotelarstwa i Turystyki”, działający na krajowym rynku turystycznym, głównie w zakresie tworzenia i świadczenia usług hotelowych na poziomie trzech, dwu- i jednej gwiazdki. Dawne hotele robotnicze na ogół nie są stare, więc po przeprowadzeniu niezbędnych remontów i odpowiednich zabiegów adaptacyjnych, mogą pełnić funkcję obiektów ogólnodostępnych. Już w roku 1996 został uruchomiony pierwszy dwugwiazdkowy (234 j.m.) hotel „Felix” na Pradze-Południe, następnym był gruntownie zmodernizowany hotel „Rejtan” (86 j.m.), posiadający standard trzech gwiazdek. W ciągu ostatnich kilku lat, dzięki dalszym pracom adaptacyjnym, Stowarzyszenie uruchomiło następne obiekty: jednogwiazdkowe hotele „Atos”, „Portos” i „Aramis” (265 j.m.) na warszawskiej Sadybie oraz w 2002 roku trzygwiazdkowy hotel „Hetman” (68 j.m.) i dwugwiazdkowy hotel „Praski” (66 j.m.). Działalność Polskiego Stowarzyszenia Hotelarstwa i Turystyki, które w całej Polsce zarządza bazą noclegową w ilości ponad 20 000 łóżek i około 3300 miejsc gastronomicznych jest

przykładem na możliwość utrzymania i udoskonalania polskiej bazy noclegowej za pomocą rodzimego kapitału.

W Warszawie, tak jak i w całym kraju, istnieje również część obiektów wybudowana i zarządzana przez prywatnych właścicieli bądź różne stowarzyszenia czy organizacje. Są to hotele i motele na ogół średniej klasy, najczęściej usytuowane przy trasach kołowych w okolicach granic stolicy, nie wszystkie są skategoryzowane. Do liczących się obiektów tego rodzaju należy zaliczyć trzygwiazdkowy hotel „Maria” (1995, 24 j.m.), który znany z wysokiej jakości usług zarówno noclegowych, jak i gastronomicznych oraz kameeralnej atmosfery cieszy się popularnością i posiada od lat stałych klientów. Wśród znanych z dobrej jakości usług i od lat niezmiennego standardu prywatnych obiektów, należy wymienić czterogwiazdkowy „Zajazd Napoleoński” (gmina Wawer) oraz trzygwiazdkowe hotele: „Boss” (gmina Wawer) i w 2002 r. „Lord” (168 m.n., przy trasie wylotowej z Warszawy na południe, niedaleko lotniska). Na początku 2003 roku został otwarty również trzygwiazdkowy, prywatny hotel „Fort Hotel” (70 j.m.), usytuowany przy ulicy Modlińskiej (trasa wylotowa w kierunku Olsztyna i Gdańska). Posiada on nowocześnie wyposażone, klimatyzowane pokoje (również dla niepełnosprawnych), rozbudowaną gastronomię, salę balową, sale konferencyjne, zespół odnowy biologicznej, liczne punkty handlowe i usługowe. Obiekt ten niewątpliwie dorównuje europejskim standardom trzech gwiazdek. Zagraniczne sieci hotelowe obecne w Warszawie, poza wspomnianym już ACCOR-em, który uruchomił 3 dwugwiazdkowe „Ibisy” (kwiecień 2000, 190 j.m., październik 2000, 137 j.m., październik 2003, 338 j.m.) inwestowały raczej w hotele o wyższym standardzie. Wymienić tu należy łańcuch hotelowy „Marriott International”, który poza działającym już od października 1989 r. obiektem w centrum, w listopadzie 2003 r. otworzył drugi hotel „Courtyard by Marriott” (226 j.m.) o standardzie czterech gwiazdek, usytuowany bezpośrednio przy lotnisku. Obiekt ten jest zarządzany bezpośrednio przez Spółkę „Tishman Hotel Corporation”. Pięciogwiazdkowe: „Sheraton” (1996, 352 j.m.) oraz „The Westin” (2003, 366 j.m.) są częścią międzynarodowej korporacji „Starwood Hotels & Resort”.

W 2001 roku został otwarty pięciogwiazdkowy hotel amerykańskiej sieci „Hyatt Regency” (324 j.m.), a w 2002 roku również pięciogwiazdkowy obiekt (310 j.m.) należący do szwedzkiej grupy specjalizującej się w budowie hoteli wysokiej klasy Radisson SAS Hotels & Resorts. W listopadzie 2003 roku nastąpiło oficjalne otwarcie kolejnego pięciogwiazdkowego hotelu amerykańskiej sieci „InterContinental” (328 j.m.), zlokalizowanego w centrum stolicy tuż koło Pałacu Kultury i Nauki. Wspomnieć należy również o odbudowanym i przywróconym do dawnej świetności słynnym, przedwojennym, warszawskim hotelu „Bristol” (standard 5 gwiazdek, 206 j.m.) na Krakowskim Przed-

mieściu, który od 1998 roku działa w ramach międzynarodowej sieci hotelowej „Le Meridien Hotels and Resorts”.

Nowością na warszawskim rynku są inwestycje francuskiej grupy „Orco Group”, która specjalizuje się w adaptowaniu starych, historycznych budynków na małe, ale luksusowe hotele, znane pod nazwą „Boutique hotels”. W 2003 roku otwarto pierwszy tego typu obiekt „Rialto” (inwestorem jest Spółka MOT) w przebudowanej kamienicy przy ulicy Emilii Plater. W pierwszym kwartale 2004 r. zostanie otwarty drugi czterogwiazdkowy obiekt o nazwie „Le Regina” w jednej z zabytkowych kamienic Nowego Miasta przy ul. Kościelnej.

Kolejną francuską siecią (drugą co do wielkości w Europie po grupie „ACCOR”), która rozpoczęła ekspansję na polskim rynku hotelowym i posiada już obiekty we Wrocławiu, Krakowie i Katowicach jest „Groupe Enverguere”. Wiosną 2004 roku został otwarty na warszawskim Placu Zawiszy kompleks składający się z trzech hoteli: trzygwiazdkowy „Kyriad”, dwugwiazdkowy „Campanile” oraz jednogwiazdkowy „Premiere Classe” (łącznie 495 j.m.). Jedynym wysokiej klasy hotelem (standard czterech gwiazdek, 428 j.m.), otwartym w Warszawie w 1992 roku o przewadze polskiego kapitału (ponad 50% bank PKO B.P. i S.A. oraz Spółka „Syrena International”) był hotel „Jan III Sobieski”.

Podsumowując omawianie głównych gestorów warszawskiej bazy hotelowej można stwierdzić, że zdecydowana większość tej bazy jest własnością bądź znajduje się w zarządzaniu zagranicznych właścicieli. Z analizy planów inwestycyjnych w branży hotelowej na najbliższe lata wynika, że rozwój warszawskiego hotelarstwa będzie w dalszym ciągu zdominowany przez zagranicznych inwestorów i budowę kolejnych hoteli sieciowych o różnym standardzie. Należy dodać, że jest to również naturalnym następstwem zbliżenia się w ostatniej dekadzie naszego kraju do Europy i świata. Turyści zagraniczni (głównie z Europy Zachodniej i USA), przyzwyczajeni są do konkretnej marki reprezentującej podobny na całym świecie zakres oraz standard usług i powinni mieć jak najszybciej zapewnioną możliwość korzystania z tej marki również i w Polsce. Międzynarodowe systemy hotelowe wchodzą więc na nasz rynek ze swoimi produktami. Szkoda tylko, że nie zawsze pokrywa się to z korzyściami ekonomicznymi, personalnymi i kulturowymi dla naszego rodzimego przemysłu turystyczno-hotelowego. Niestety, nawet znany do niedawna na świecie jako polska sieć hotelowa „ORBIS”, poprzez alians z francuskim ACCOR-em stracił swój prestiż i znaczenie na hotelowym rynku międzynarodowym.

Szybki rozwój bazy hotelowej w Warszawie po 1999 r. został spowodowany kilkoma czynnikami. Pierwszym powodem była zmiana ustroju polityczno-gospodarczego w Polsce, otwarcie naszego kraju dla zagranicznych

inwestorów i podjęcie procesu prywatyzacji. Już od połowy lat 80. liczba turystów odwiedzających nasz kraj zaczęła systematycznie rosnąć, co spowodowane było m.in. zniesieniem wiz dla mieszkańców Unii Europejskiej, a także ułatwienie przyjazdów dla turystów ze Wschodu. Warszawa była i w dalszym ciągu jest postrzegana jako bardzo atrakcyjny rynek dla zagranicznych inwestycji, w tym również turystycznych i hotelarskich. Ponadto, początek lat 90. to ogromne zainteresowanie Polską oraz jej dopiero odkrywanym przez Europę i świat potencjałem gospodarczym, historycznym, kulturowym. Dotyczyło to nie tylko zagranicznych biznesmenów, ale również i turystów ciekawych naszego kraju. W tych nowych warunkach warszawska baza hotelowa wydawała się niewystarczająca wobec rosnącego zainteresowania naszym krajem, a przede wszystkim jego stolicą. Badania statystyczne, przeprowadzone na zlecenie Stołecznego Biura Informacji i Turystyki w 1998 roku wykazały, że liczba turystów zagranicznych odwiedzających zarówno Polskę, jak i Warszawę od 1993 do 1997 roku regularnie wzrastała. Nieznaczny spadek nastąpił w roku 1997, a następnie w 1998 roku (patrz tabela 1). Niestety, ta

Tabela 1. Przyjazdy do Warszawy w latach 1993–98 według krajów (grup krajów) o największej frekwencji (w tys.)

Kraje	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Kraje byłego ZSRR	2100	2850	1900	2700	2040	1690
Niemcy	1300	950	1500	1500	1290	1070
Kraje skandynawskie	220	140	220	110	160	140
Kraje Beneluksu	110	130	230	160	130	140
Francja	90	150	100	130	130	120
USA	80	140	130	120	120	140
Wielka Brytania	60	130	70	70	110	70
Austria	50	180	220	170	140	130
Czechy i Słowacja	50	230	220	210	160	190
Włochy	40	*	110	80	80	100
Pozostałe kraje	400	500	500	350	340	410
Razem:	4500	5400	5200	5600	4700	4200
W ramach krajów byłego ZSRR						
Rosja	650	1200	500	700	570	240
Białoruś	550	800	650	800	630	430
Litwa	400	300	350	200	430	280
Ukraina	250	250	200	900	230	440
Pozostałe kraje byłego ZSRR	250	300	200	100	180	300
Razem:	2100	2850	1900	2700	2040	1690

Źródło: Instytut Turystyki, opracowanie z 1998 r.

spadkowa tendencja przyjazdów turystów do Warszawy utrzymała się do końca 2003 roku. Instytut Turystyki prognozuje, że tendencja wzrostowa powróci w roku 2005 lub 2006³⁴. Największy odsetek turystów zagranicznych w warszawskich hotelach na przestrzeni lat 1990–2003 stanowią obywatele Niemiec, USA, Wielkiej Brytanii, Francji, a także krajów byłego Związku Radzieckiego, zwłaszcza sąsiadujących z Polską. Liczną grupę gości warszawskich hoteli stanowią też znani ze swego zainteresowania podróżami Japończycy oraz obywatele Izraela.

Według danych Instytutu Turystyki wydatki turystów zagranicznych, korzystających z bazy hotelowej wyniosły w 2002 roku średnio 165 USD na cały pobyt, którego średnia długość wynosi według tego samego źródła 3 noclegi³⁵.

Wobec faktu otwarcia się Polski na świat i wzrostu zagranicznego ruchu turystycznego (zwłaszcza przyjazdowego), warszawska baza hotelowa z początku lat 90. okazała się niewystarczająca. Zauważyli to również zagraniczni inwestorzy oraz zarządzający sieciami hotelowymi o międzynarodowym zasięgu. W latach 90. oraz 2000–2003 międzynarodowe sieci hotelowe rozpoczęły ekspansję na polski i stołeczny rynek hotelowy. Wysoki standard zagranicznych inwestycji wymagał również na krajowych gestorach konieczność rozbudowy i modernizacji wielu obiektów z zastosowaniem w nich nowoczesnych rozwiązań od dawna stosowanych w Europie i na świecie. Z roku na rok baza noclegowa stolicy wzbogacała się o nowe obiekty o różnicowanym standardzie (tabela 2).

Tabela 2. Liczba hoteli w Warszawie w latach 1991–2003

Standard	Liczba hoteli			
	1991	1996	2001	2003
5*	2	3	3	8
4*	11	4	5	5
3*	2	11	17	20
2*	5	5	14	10
1*	–	1	10	5
Ogółem:	20	24	49	48

Źródło: *Turystyka w 2001 r.*, stan na dzień 31.08.1992 r. oraz późniejsze edycje, GUS.

³⁴ K. Olszewski, *Ponad 4 miliony Niemców*, „Świat hoteli” nr 08/03.

³⁵ Jw.

2005— Podaż bazy noclegowej stolicy w ostatnich 13 latach znacznie się zwiększyła. Zdecydowanie też daje się zauważyć, że najbardziej widoczny wzrost nastąpił w segmencie hoteli cztero- i pięciogwiazdkowych. Należy też zwrócić uwagę na fakt, że hotele sieciowe, których najwięcej otwarto w latach 1995–2003 są obiektami dużymi (200–300 j.m.), o czym świadczy przyrost pokoi hotelowych w stolicy w latach 1991–2003 (tabela 3).

Tabela 3. Liczba pokoi hotelowych w Warszawie w latach 1991–2003 (wg standardu)

Standard	Liczba jednostek mieszkalnych (pokoi)			
	1991	1996	2001	2003
5*	885	1090	1214	2437
4*	2648	1506	1723	1993
3*	360	2082	2914	3039
2*	766	663	1130	1226
1*	–	22	1096	–
Ogółem:	4659	5787	8077	8695

Źródło: *Turystyka w 2001 r.*, stan na dzień 31.08.1992 r. oraz późniejsze edycje, GUS.

Spadek liczby jednostek mieszkalnych w obiektach czterogwiazdkowych i wzrost w trzygwiazdkowych, zanotowany w 1996 roku w stosunku do roku 1991, jest wynikiem zmian kategorii niektórych obiektów z czterech gwiazdek na trzy. Przykładem mogą być hotele „Grand”, „Mercure Fryderyk Chopin”, „Nowotel-Centrum”.

Tabela 4. Liczba pokoi hotelowych w Warszawie w latach 1991–2003 (wg standardu)

Standard	Liczba miejsc noclegowych			
	1991	1996	2001	2003
5*	1322	1527	1958	3952
4*	4566	2740	3167	3619
3*	1350	3171	4893	4990
2*	2336	1199	2202	2316
1*	–	44	2503	–
Ogółem:	7734	8681	14 723	14 877

Źródło: *Turystyka w 2001 r.*, stan na dzień 31.08.1992 r. oraz późniejsze edycje, GUS.

Największy przyrost pokoi, jak i miejsc noclegowych w latach 1991–2003 nastąpił w hotelach trzygwiazdkowych (tabela 4). Nie wchodząc w dokładne wyliczenia warto tu podać, że tylko w 2003 roku w stolicy przybyło sześć hoteli, które w sumie oferują 1321 jednostek mieszkalnych z 2687 miejscami noclegowymi (tabela 5).

Tabela 5. Hotele otwarte w Warszawie w 2003 roku

Nazwa obiektu	Standard	Liczba pokoi	Liczba miejsc noclegowych	Cena podst. w EURO (pn-pt)	Cena podst. w EURO (pt-nd)	Lokalizacja	Operator
The Westin	5*	361	722	239	95	Centrum, Al. Jana Pawła II 21	Starwood Hotels and Resort
Inter Continental	5*	326 + 75 ap.ext end. stay	652	166	133	Centrum, ul. Emilii Plater 49	Inter Continental Hotels
Rialto (Boutique)	5*	44	50	1-os. 209 2-os. 262	1-os. 125 2-os. 157	Centrum, ul. Wilcza 73	Spółka MOT
Courtyard by Marriot	4*	226	452	85–120	55–65	Przy lotnisku Okęcie	Zarządca: Tishman Hotel Corporation
Ibis-Stare Miasto	2*	338	676	65 + śniad.5,5	44 + śniad.5,5	Centrum, ul. Mura-nowska	Accor
Fort Hotel	3*	70	135	1-os. 62 2-os. 75	1-os. 50 2-os. 60	ul. Modlińska (trasa z Warszawy)	Prywatny – Danuta Piontek

Źródło: opracowanie własne, na podstawie miesięcznika „Świat hoteli” oraz własnych wywiadów.

W 1991 roku w stolicy działały tylko dwa hotele o najwyższym standardzie (5 gwiazdek), podczas gdy w grudniu 2003 r. było ich osiem. Biorąc pod uwagę wszystkie skategoryzowane obiekty, od 1991 do 2003 roku w Warszawie wybudowano czternaście nowych obiektów hotelowych i tyle samo rozbudowano bądź gruntownie zmodernizowano. Wraz z przyrostem miejsc noclegowych przybyło na warszawskim rynku hotelowym wiele sal kongresowo-konferencyjnych, wyposażonych w nowoczesne urządzenia techniczne i medialne.

W roku 2004 do eksploatacji mają być oddane dalsze 4 hotele z przeszło 500 pokojami (tabela 6), przy czym większość z nich będzie w hotelach najtańszych (jedno- i dwugwiazdkowych), ale na 2005 r. planuje się oddanie dużego hotelu pięciogwiazdkowego „Hilton”.

Tabela 6. Hotele w Warszawie – planowane otwarcie w 2004 roku

Nazwa obiektu	Standard	Liczba pokoi	Operator	Lokalizacja
Le Regina (Boutique)	5*	63	Orco Group	Nowe Miasto ul. Kościelna
Kyriad Prestige	3*	144	Groupe Envergure	Centrum, (Plac Zawiszy)
Camoanile	2*	194	Groupe Envergure	Centrum, (Plac Zawiszy)
Première Classe Ibis-Stare Miasto	1*	126	Groupe Envergure	Centrum, (Plac Zawiszy)
Hilton (2005 r.)	5*	320	Hilton Hotels Corporation	Wola (ul. Grzybowska/Wronia)

Źródło: opracowanie własne, na podstawie miesięcznika „Świat hoteli”.

Należy zwrócić uwagę na fakt, że przytoczone w tabelach 2–5 dane, zaczerpnięte z opracowań Głównego Urzędu Statystycznego (za rok 2003 zebrane też podczas bezpośrednich wywiadów w hotelach), nie zawsze oddają faktyczny stan bazy noclegowej. Ankiety, które hotele wypełniają na potrzeby statystyk GUS-u nie zawsze wypełniane są według takiego samego wzoru. Niektóre hotele nie podają pokoi wynajętych np. na biura lub wyłączonych w jednym roku, a podają je w następnym. To samo odnosi się do przydzielanych gwiazdek. Jak już wspomniano, wymagania kategoryzacyjne zmieniają się (w latach 1997–2003 były zmieniane kilkakrotnie) i hotele często nie są w stanie w krótkim czasie na tyle się zmodernizować i dostosować, ażeby sprostać wymaganiom dotyczącym ich dotychczasowego standardu. Taka właśnie sytuacja miała miejsce w ostatnim kwartale 2003 roku w hotelu „Metropol”, który początkowo (lata 60., 70.) miał cztery gwiazdki, następnie był hotelem trzygwiazdkowym i istnieje duże prawdopodobieństwo, że w przyszłości będzie zaliczany do bazy noclegowej o standardzie dwóch gwiazdek.

Z kolei należący do tej samej Spółki „Hotele Warszawskie Syrena” również trzygwiazdkowy hotel „Warszawa” jest uwzględniany we wszystkich statystykach dotyczących 2003 roku, podczas gdy został niespodziewanie zamknięty dla gości 1 lipca 2003 r. Istnieją też rozbieżności w danych spowo-

dowane tym, że niektóre obiekty funkcjonowały w poprzednich latach, ale nie były oficjalnie skategoryzowane i w statystykach były umieszczane w pozycji „pozostałe obiekty”. Powyższe przykłady mają na celu zwrócenie uwagi na fakt, że przytaczane „suche” dane liczbowe nie zawsze świadczą jedynie o nowych inwestycjach i bez znajomości problemu mogą być nawet niezrozumiałe dla przypadkowego odbiorcy.

Wykorzystanie miejsc noclegowych

Ze względu na duży przyrost miejsc noclegowych w hotelach Warszawa ma ogromną nadpodaż oferowanych usług hotelowych, dlatego obniża się stopień ich wykorzystania (tabela 7) i obniżenie opłacalności.

Tabela 7. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach warszawskich (1999–2002) według standardu (w procentach)

Standard	1999	2000	2001	2002
*****	49,6	49,4	46,6	39,8
****	51,5	46,5	39,6	39,4
***	52,5	46,2	39,3	35,8
**	55,3	50,9	39,2	37,5
*	58,2	39,2	40,6	30,3
Ogółem Warszawa:	52,7	46,6	40,6	36,5

Źródło: J. Walasek, *Czy Polska nie ma twarzy*, H.W. SYRENA Sp. z o.o., Warszawa 2002.

Obłożenie warszawskich hoteli od 1999 roku systematycznie spada. Powodem m.in. jest fakt, że na początku lat 90. dużo przedsiębiorstw z Zachodu dopiero zaczynało działalność biznesową na polskim rynku. Wiele z nich wynajmowało pokoje w hotelach na częste lub bardzo długie pobyty dla swoich przedstawicieli, którzy nawiązywali kontakty handlowe, a później zakładali przedsiębiorstwa lub ich filie. Sytuacja ta uległa jednak zmianie. Cudzoziemców przyjeżdża mniej, a polskie firmy nastawione na redukcję kosztów w każdej dziedzinie, ograniczają wydatki na rezerwację drogich hoteli. Z danych Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową wynika, że o blisko pół punktu procentowego zmniejszył się na przestrzeni lat 1998–2003 udział gospodarki turystycznej (hotele, restauracje, organizacja podróży) w genero-

waniu PKB w Polsce, w 2001 roku udział ten wynosił 4,5%³⁶. Oczywiście wstąpienie Polski do UE może przyczynić się do zwiększenia przyjazdów i lepszego wykorzystania miejsc w hotelach o niższym standardzie, natomiast hotele luksusowe 4- i 5-gwiazdkowe mogą nie znaleźć większej liczby gości, tym bardziej że nadal rozwijać się będzie sieć hoteli dwu- oraz jednogwiazdkowych i generalnie stołeczny rynek hoteli ekonomicznych oferujących niższe ceny.

Polityka cenowa stosowana w warszawskich hotelach

W wyniku wzrastającej konkurencji hotele zmuszone są prowadzić bardzo elastyczną politykę cenową, która jest częścią szeroko pojętej strategii marketingowej. W systemie gospodarki centralnie planowanej decyzje dotyczące obowiązujących cen były podejmowane na szczeblu ministerstwa i niezależnie od szczegółowych rozwiązań cena określonej usługi w całym kraju była w zasadzie identyczna bądź w znacznym stopniu zbliżona. Ostatnia ingerencja w wysokość cen usług hotelarskich miała miejsce w 1991 roku, kiedy to Ministerstwo Finansów zobowiązało hotele do zrównania cen usług dla gości krajowych i zagranicznych³⁷. Tak więc do początku lat 90. hotele stosowały ceny stałe dla klientów indywidualnych (niższe dla gości krajowych, wyższe dla zagranicznych) i ewentualne ceny specjalne dla grup zorganizowanych, głównie kierowanych przez biura podróży. W Warszawie przy zbyt małej liczbie hoteli, zwłaszcza o wyższym standardzie, w stosunku do potrzeb, nie istniał problem poszukiwania sposobów zdobywania klientów. Ponadto, dla turystów dewizowych, którzy często wymieniali dolary po kursie tzw. „czarnorynkowym”, cena 20–30 USD³⁸ za noc nie była wysoka. W latach 70. Warszawa była więc bardzo atrakcyjnym miastem dla turystów z Europy Zachodniej oraz Bliskiego Wschodu szukających rozrywki. Również turyści krajowi, często służbowo kierowani do stolicy, stanowili znaczną część gości hotelowych, dla których cena hotelu nie miała większego znaczenia, ponieważ na ogół za tzw. „delegację” płaciła instytucja państwowa.

Istnieją trzy główne kryteria wskaźników efektywności hoteli. Są to: średnie „obłożenie”, przeciętna cena za pokój (cena netto po odjęciu podatku i ulg podzielona przez liczbę pokoi sprzedanych) oraz zysk z pokoju. Wszystkie te czynniki stanowią główne wyznaczniki rentowności i wraz z analizą

³⁶ *Spadek w turystyce*, „Świat hoteli” nr 8/2002, artykuł redakcyjny.

³⁷ Z. Błądek, T. Tulibacki, *Hotele w Polsce*, WSTH, Warszawa 2001, s. 55.

³⁸ Jw., s. 56.

kosztów są podstawą do ustalania i zmian cen na usługi hotelowe o określonym standardzie w poszczególnych okresach i tzw. sezonach (uzależnionych też od lokalizacji obiektu).

Na ogólny poziom cen w zakładzie hotelarskim składa się wiele elementów. Należą do nich przede wszystkim: wysokość ponoszonych kosztów, istniejący lub tworzony właśnie popyt, założona jakość usług oraz istnienie i działalność przedsiębiorstw konkurencyjnych.

Jedną z podstawowych cech hotelarstwa jest jego sezonowość. Może ona dotyczyć hotelu nie tylko w skali roku kalendarzowego, ale również w krótszych okresach: miesiąca, tygodnia, a nawet dnia, gdy poranny szczyt śniadaniowy i wyjazdów gości powoduje bardziej intensywną pracę recepcji, gastronomii i służby pięt. Natomiast problemem, zwłaszcza dużych hoteli miejskich typu biznesowego, jest spadek frekwencji w końcowych dniach tygodnia. Wiele hoteli i łańcuchów hotelowych stosuje wówczas różnego rodzaju programy promocyjne. Sezonowość w skali roku powoduje nawet, że niektóre hotele (głównie w kurortach) zawieszają działalność w okresach tzw. „martwego sezonu”, po to, by zredukować do minimum koszty, których pokrycie przychodami w tym czasie jest niemożliwe. Z tego samego powodu powszechnym stało się stosowanie tzw. „outsourcingu”, to znaczy wynajmowania firm zewnętrznych do wykonywania różnego rodzaju usług, takich jak sprzątnięcie, pranie, ochrona, często dodatkowa obsługa bankietów, konferencji lub gastronomii.

Jedną z różnic, dostrzeganą pomiędzy hotelarstwem a innymi dziedzinami gospodarki, jest duża intensywność pracy ludzkiej. Stąd głównym elementem kosztów hotelu są wynagrodzenia pracowników. Charakterystyczne jest to, że im wyższej kategorii jest hotel, tym więcej zatrudnionych pracowników przypada średnio na jeden pokój hotelowy³⁹. Jeszcze wyższą intensywność zatrudniania obserwujemy w działalności gastronomicznej, której efektywność gospodarcza jest z tego powodu niższa od działalności noclegowej hotelu. Zasadnicze wpływy hotelu pochodzą tymczasem właśnie z działalności noclegowej i gastronomii i muszą pokryć poza wspomnianymi już kosztami osobowymi, również koszty energii, napraw, utrzymania nieruchomości i inne.

Inwestycje hotelowe charakteryzują się też dużym udziałem środków trwałych w aktywach przedsiębiorstwa hotelowego. Wartość nieruchomości, budynku, urządzeń i instalacji technicznych oraz wyposażenia łącznie z umeblowaniem powodują, że średni koszt budowy pokoju w hotelu trzygwiazdkowym waha się od 70 tys. do 110 tys. USD⁴⁰.

³⁹ I. Węglowski, *Rachunkowość zarządcza w hotelarstwie*, „Rocznik dydaktyczny”, WSTH, Warszawa 1997, s. 66.

⁴⁰ Jw.

Na wysokość cen usług na danym rynku, w tym również usług hotelowych, znaczący wpływ ma także polityka państwa. Interwencja państwa przejawia się w ustalaniu (podwyższaniu, obniżaniu, udzielaniu indywidualnych zniżek) wysokości podatków lub innych świadczeń o podobnym charakterze, wysokości odpisów amortyzacyjnych, wprowadzeniu lub zniesieniu obowiązku rozliczania niektórych kosztów w czasie, oprocentowaniu kredytów itp. Po roku 1990, wraz z rozwojem bazy hotelowej, a zwłaszcza ekspansją licznych międzynarodowych sieci hotelowych, ceny noclegów również wzrosły. Pojawiło się też zróżnicowanie, głównie w zależności od standardu i lokalizacji, ilości i jakości usług dodatkowych. Mimo że ceny w warszawskich hotelach były dosyć wysokie w stosunku do większości krajów europejskich (średnia cena w 1995 r. 140 \$)⁴¹, to przy wspomnianym już wyżej dużym zainteresowaniu turystów naszym krajem w latach 1990–1997 większość hoteli wciąż jeszcze nie narzekała na brak klientów o czym świadczy wskaźnik tzw. średniego obłożenia kształtujący się w 1997 roku dla warszawskich hoteli na poziomie 68,1% przy średniej cenie 156 \$⁴². Sytuacja uległa zmianie po roku 1997 wraz ze spadkiem ilości przyjazdów do naszego kraju turystów zagranicznych, zdecydowanie gorszą koniunkturą w gospodarce, przy równoczesnym znacznym zwiększeniu liczby miejsc noclegowych wszystkich kategorii (w latach 2000–2003 o około 1255 pokoi). Według danych GUS-u, który bada wyniki finansowe netto wypracowywane przez przedsiębiorstwa, wynika, że w 2002 roku hotele i restauracje odnotowały pogorszenie wskaźników poziomu kosztów i wskaźników rentowności obrotów netto⁴³.

Od 1994 roku średnie stawki za pokój stopniowo wzrastały, aby osiągnąć 158,86 \$ w 1999 roku. Już jednak w 2000 roku nastąpił spadek średniej ceny pokoju o 4,8% do 151,22 \$⁴⁴. Spowodowane to było głównie wzmożoną podażą, która zmusiła właścicieli hoteli do obniżenia stawek, celem sprostania konkurencji – zwłaszcza poza sezonem. Chociaż średnia stawka hotelowa w Warszawie w latach 90. wydawała się rosnąć, to w rzeczywistości poziom inflacji oznaczał jej realny spadek. W rezultacie stawki za pokój w 2000 roku były niższe aż o 48,6% w porównaniu z poziomem z roku 1994.

Zmiany średniej ceny za pokój w Warszawie w latach 1999–2003 przedstawiały się następująco (w USD)⁴⁵:

1999	–	159
2000	–	151

⁴¹ Jw.

⁴² Jw.

⁴³ „Świat hoteli” nr 12/2002, artykuł redakcyjny.

⁴⁴ Jw.

⁴⁵ „Świat hoteli” nr 1/2002 i 11/2003.

2001	–	147
2002	–	144
2003	–	122

Stołeczne Biuro Promocji i Informacji Turystycznej poinformowało, że w 2003 roku ceny w warszawskich hotelach spadły, ale nadal należą do wysokich, zwłaszcza na tle innych stolic europejskich. W niektórych hotelach różnej klasy, ceny są często wyższe niż w porównywalnych obiektach w Wiedniu, Berlinie czy Pradze⁴⁶. Za pokój w warszawskich hotelach o standardzie pięciu, czterech gwiazdek, turysta indywidualny musi zapłacić w tygodniu 150–250 EUR (w weekend ok. 30–50% mniej). W hotelach średniej klasy (trzy- lub dwugwiazdkowych) cena podstawowa w tygodniu kształtuje się pomiędzy 70 a 120 EUR, w weekend wszystkie hotele stosują zniżki⁴⁷.

W tych warunkach polityka cenowa musiała stać się zdecydowanie bardziej elastyczna, co jest jednym z powodów dalszego spadku realnej średniej ceny za pokój. W warunkach ostrej konkurencji i przewagi podaży miejsc noclegowych nad popytem, zapewnienie tzw. „obłożenia” dla hotelu ma ścisły związek ze stosowaną polityką cenową. Mając na uwadze rodzaj (segment) gości stanowiący przeważającą grupę klientów danego obiektu, jak również wspomniana wyżej sezonowość, zarówno na przestrzeni roku, jak i tygodnia, przyjmowane są różne stawki cenowe, które w zależności od długości pobytu, liczby osób itp. mogą podlegać negocjacom. Ustalonej do pewnej wysokości zniżki (przeważnie do 20%) ma prawo udzielić recepcjonista, wyżej – kierownik lub dyrektor hotelu. Różnica cen za taki sam pokój hotelowy może wynieść nawet do kilkudziesięciu dolarów pomiędzy poszczególnymi sezonami. Wszystkie warszawskie hotele stosują niższe ceny weekendowe, niektóre ustalają specjalne oferty cenowe – często niższe nawet o 50–60% (tabele 8, 9).

Tabela 8. Ceny za pokój w 2004 r. w warszawskim hotelu Sheraton (5*) w EUR (ze śniadaniem i podatkiem VAT)

Rodzaj pokoju	01.09–31.10 w tygodniu	Weekend
1-osobowy (standard)	235	134
2-osobowy (standard)	257	155
1-osobowy (de-luxe)	262	161
2-osobowy (de-luxe)	284	182

Źródło: www.polhotels.com/warsz/Sheraton/prices2.htm, Internet.

⁴⁶ L. Olchowik, *Jest źle, a nawet dobrze*, „Hotelarz” nr 9–10/2003.

⁴⁷ Jw.

W pięciogwiazdkowym hotelu „Sheraton” widać wyraźną różnicę w cenach pokoi pomiędzy poszczególnymi okresami roku, jak i pomiędzy dniami roboczymi i weekendem. We wrześniu i październiku, kiedy hotel przyjmuje zwykle najwięcej gości, ceny pokoi są o około 15% wyższe niż w okresie od listopada do marca. W piątek, sobotę i niedzielę ceny są niższe od cen obowiązujących od poniedziałku do piątku od 50% do 75% w zależności od sezonu.

Tabela 9. Ceny za pokój w 2004 r. w warszawskim hotelu Courtyard by Marriott (4*) w EUR (bez śniadania i podatku VAT)

Pokój 1/2-osobowy	Tydzień	Weekend
1.01–31.03	85	55
1.04–30.06	120	65
1.07–31.08	99	55
1.09–31.12	120	65

Źródło: www.polhotels.com/warszMarriottCourtyard/prices2.htm. Internet.

Na przykładzie otwartego w końcu 2003 r. czterogwiazdkowego hotelu Courtyard by Marriott widać (tabela 9), że wyższe ceny są stosowane w okresach przewidywanego zwiększonego popytu na usługi hotelowe (kwiecień–czerwiec, wrzesień–grudzień), natomiast w weekendy i okresy charakteryzujące się mniejszą liczbą turystów przyjeżdżających do Warszawy (styczeń–marzec, lipiec–sierpień) ceny są niższe, aby w ten sposób przyciągnąć turystów.

Tabela 10. Ceny za pokój w 2004 r. w warszawskim hotelu MDM (3*) w EUR (ze śniadaniem i podatkiem VAT)

Rodzaj pokoju	Ceny w poszczególnych okresach				Oferta specjalna
	01.04–30.06 01.09–16.12		01.07–31.08 17.12–28.02		
	Pn.–Czw.	Pt.–Nd.	Pn.–Czw.	Pt.–Nd.	
1-osobowy (standard)	93	235	81	49	56
2-osobowy (standard)	117	257	100	60	70
2-osobowy (de-luxe)	126	262	107	64	76
pokój typu Suite	188	284	188	113	131

Źródło: cennik podstawowy na rok 2004, Biuro Marketingu H.W. Syrena Sp. z o.o.

Trzygwiazdkowy, stołeczny hotel „MDM”, poza zróżnicowaniem cen pomiędzy tzw. „sezonem” i „posezonem” o około 15% i niższą o 40% od cen podstawowych ceną weekendową przez cały rok, publikuje również atrakcyjne tzw. „oferty specjalne”. Są to zwykle 50–60-procentowe rabaty udzielane wszystkim gościom korzystającym z usług hotelowych w okresach świąt (Boże Narodzenie, Nowy Rok) oraz przedłużonych weekendów, kiedy „obłożenie” warszawskich hoteli, obsługujących głównie segment gości biznesowych i konferencyjnych, drastycznie spada.

Hotele, zwłaszcza sieciowe, stosują ponadto różnego rodzaju promocje (weekend z zakupami – hotele ORBIS-u, weekend z musicalem – hotel „Jan III Sobieski” itp.), które mają poprzez zaoferowanie dodatkowych atrakcji przyciągnąć gości właśnie do tego, a nie innego hotelu.

Znane są również liczne tzw. „programy lojalnościowe” stosowane w hotelach, polegające na tym, że po wykupieniu pewnej ilości noclegów, klient dostaje specjalną kartę uprawniającą go do korzystania ze specjalnych preferencji, zniżek lub pobytów „gratis” na przykład podczas weekendu. Karty członkowskie programów lojalnościowych liczących się sieci międzynarodowych uprawniają często do zniżek lub darmowych przelotów samolotami współpracujących z hotelami linii lotniczych czy jak np. w przypadku ORBIS-u przy wynajmie samochodów.

Notowany w ciągu ostatnich kilku lat, zwłaszcza po ataku terrorystycznym w USA na World Trade Center 11.09.2001 r., zamachach terrorystycznych w różnych częściach świata oraz konfliktach zbrojnych na Bliskim Wschodzie, kryzys w branży turystycznej sprawił, że w większości krajów, a głównie w USA spadły średnie ceny usług hotelowych, a właściciele bazy noclegowej prześcigają się w stosowaniu promocji i aktywizacji działalności marketingowej, która w tym trudnym okresie ma zapewnić „obłożenie” obiektów, pozwalające przetrwać kryzys. Ponieważ usługi hotelowe odznaczają się wysokim udziałem kosztów stałych, przy często trudnym do przewidzenia popycie, istnieje obecnie wśród zarządzających bazą noclegową silna tendencja do ich obniżania. Aby sprostać coraz silniejszej konkurencji, hotele coraz częściej przygotowują i oferują klientom całe pakiety usług (nocleg, usługi konferencyjne, zwiedzanie miasta, rozrywkę), co daje możliwość dalszej elastyczności cenowej, w zależności od wynegocjowania cen usług cząstkowych tak, aby była ona jak najbardziej atrakcyjna dla klientów, do których jest często w sposób bezpośredni (tzw. „sprzedaż bezpośrednia”) kierowana.

Innym elementem polityki obniżania kosztów jest stała współpraca między hotelami poszczególnych sektorów (hotele o podobnym standardzie ale nie będące dla siebie bezpośrednią konkurencją). Współpraca ta ma miejsce w relacjach:

- 1) hotel–klient (odbiorca usług),
- 2) hotel–dostawca usług.

Przykładem współpracy hotel–klient są przede wszystkim programy lojalnościowe (porozumienia), funkcjonujące między hotelami o podobnym standardzie (reprezentującymi ten sam sektor). Polegają one na tym, że hotele usytuowane np. w różnych miastach reklamują wzajemnie swe usługi gościom, oferując im również atrakcyjne rabaty w obiektach objętych danym porozumieniem. Konkretnym przykładem takiego programu, przynoszącym wymierne korzyści uczestniczącym w nim hotelom jest zainicjowany przez dyrektora warszawskiego hotelu „Jan III Sobieski” – „Polish Prestige Hotels”. Oprócz ww. stołecznego hotelu należy do niego jeszcze 19 innych polskich hoteli o ustalonym i corocznie weryfikowanym wysokim standardzie usług znajdujących się w różnych miastach Polski. Goście korzystający z usług któregośkolwiek z nich dostają pełną informację o pozostałych obiektach objętych porozumieniem oraz specjalny „paszport” uprawniający do 20% zniżki przy korzystaniu z usług w każdym hotelu partnerskim. W przypadku obiektów „nie sieciowych”, bo takimi są ww. hotele skupione w „Polish Prestige Hotels”, ta inicjatywa pozwala na zwiększenie zainteresowania wśród klientów i wpływa na wzrost sprzedaży usług w dobie coraz silniejszej konkurencji, zwłaszcza ze strony hoteli znanych systemów międzynarodowych.

Współpraca hotel – dostawca usług polega na tym, że porozumiewają się między sobą i wspólnie składają bardzo duże zamówienia na konkretne towary lub usługi zewnętrzne u tych samych dostawców i tym samym mają podstawę do wynegocjowania znacznie niższej ceny za dany towar.

Akcesja Polski do Unii Europejskiej a warszawski rynek hotelarski

Rynek hotelowy w bardzo dużym stopniu zależy od sytuacji gospodarczej świata, który z kolei jest silnie powiązany z ogólnym stanem gospodarki danego kraju. Okresem obfitującym w podejmowanie decyzji o budowie hoteli w Warszawie były lata 1997–1998. Bazowano wówczas na statystykach wzrostu gospodarczego z połowy lat dziewięćdziesiątych. W tamtym okresie tempo wzrostu PKB wynosiło 7% (w 2003 r. 3,6%)⁴⁸, a wielu obcokrajowców odwiedzało nasz kraj, szukając tu miejsca do ulokowania swych inwestycji. Po roku 2000, jak już wspomiano poprzednio, sytuacja ta znacząco się zmieniła, a wzrost gospodarczy został poważnie zahamowany.

⁴⁸ www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/999613188.html, Internet.

Pomimo utrzymywanej w naszym kraju niskiej stopy inflacji (1,7% grudnia 2003) i dające się zauważyć w czwartym kwartale 2003 roku nieznacznego ożywienia gospodarczego (wzrost 4,5%), to 20% bezrobocie na koniec 2003 roku i znaczny deficyt mają znaczący wpływ na pogorszenie się koniunktury, również jeśli chodzi o branżę turystyczną i hotelarską⁴⁹.

Problemy gospodarcze naszych sąsiadów, w tym Rosji i Niemiec oraz ogólna recesja na świecie, niewątpliwie wpłyną na rynek hotelarski. O ile jednak sytuacja ekonomiczna w Europie i w Polsce poprawi się, prognozy dla polskiego i warszawskiego rynku hotelowego wydają się korzystne.

Wraz z rozwojem gospodarki i poprawą koniunktury oraz przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej można spodziewać się wzrostu zapotrzebowania na usługi hotelowe na rynku krajowym, wraz ze wzrostem oczekiwań co do komfortu, udogodnień i usług w hotelach. Ponadto, jako członek Wspólnoty Europejskiej, Polska może otrzymać znaczące środki pomocowe z funduszy unijnych, w tym również na turystykę. Z niskoprocentowych kredytów przeznaczonych przede wszystkim na rozwój infrastruktury, skorzysta w dużym stopniu przemysł budowlany, który powinien pociągnąć do góry resztę gospodarki. To z kolei przełoży się na większą atrakcyjność Polski dla biznesu międzynarodowego i pośrednio na hotele. Wraz z rozwojem i doskonaleniem sieci komunikacyjnych oraz budową autostrad w Polsce będzie postępowała dalsza ekspansja międzynarodowych sieci hotelowych, zwłaszcza o średnim standardzie i dla mniej zamożnych klientów. Zdaniem fachowców, Polska to przyszłościowy rynek dla hotelarstwa, m.in. ze względu na swe tranzytowe położenie pomiędzy Niemcami a Rosją. Przewiduje się, że w przyszłości ruch pomiędzy tymi krajami będzie miał charakter masowy.

Polska, pomimo że nie jest krajem typowo turystycznym, ma wiele do zaoferowania i istnieją u nas szerokie możliwości w dziedzinie rozwoju turystyki, ale jak na razie niedostatecznie wykorzystywane. Przede wszystkim brakuje dobrej reklamy w Europie, ponieważ co roku zmniejszany jest budżet przeznaczony na działalność polskich ośrodków informacji turystycznej (POIT), których celem jest promocja polskich produktów turystycznych w Europie i USA.

Zdaniem prezesa norweskiej sieci hotelowej QUBUS HOTEL, Steffena Oklanda, (Świat Hoteli, 12/2001), w Skandynawii mało kto wie, jakie Polska posiada atrakcje turystyczne, np. plaże czy „dziewicze”, nieskażone tereny w rejonach naszych pojezierzy lub Bieszczad. Natomiast zbyt duży nacisk kładzie się na promocję wśród turystów zagranicznych głównie naszych walorów kulturalnych, a to przyciąga bardzo wąską grupę ludzi. Zdaniem S. Oklanda trzeba zaoferować coś bardziej masowego, np. wesołe miastecz-

⁴⁹ Jw.

ka czy Aquaparki, które zachęcą do przyjazdu całe rodziny. Poza tym na terenie całego kraju wciąż brakuje obiektów o europejskim standardzie, turystów zagranicznych zraża też niski poziom czystości, sanitariatów, jak również niski poziom bezpieczeństwa, zagrożenie kradzieżami np. samochodów.

W krajach rozwiniętych ponad 50% gości w hotelach stanowią obywatele własnego kraju⁵⁰, gdy tymczasem polskich turystów w większości nie stać na korzystanie z hoteli, zwłaszcza tych o wyższym standardzie. Przykładem na to jest fakt, że w 2001 roku w sieci hoteli ORBIS, z których większość posiada „trzy gwiazdki”, Polacy stanowili tylko około 35% wszystkich gości⁵¹.

W raporcie firmy consultingowej „Healey & Baker” z kwietnia 2001 roku można przeczytać, że Polak wydaje rocznie na rozrywkę i różne formy spędzania wolnego czasu 111 ECU – tymczasem Brytyjczyk 1500 ECU. Według Anny Somorowskiej – Prezesa Polskiej Agencji Turystyki, w Polsce, w grupie potencjalnych odbiorców usług turystycznych, w tym hotelowych (standard powyżej 3 gwiazdek), 7–10% (ok. 3 mln) to płatnicy górnych progów podatkowych. Pozostali to ludzie o dużo niższych zarobkach. Te dane niestety źle rokują, ponieważ wskazują na ograniczenie popytu wewnętrznego⁵².

Według prognoz Instytutu Turystyki, również w Warszawie, podobnie jak w całej Polsce, będzie hoteli przybywać. Przewiduje się, że w 2006 roku będziemy mieli w kraju 1183 obiekty hotelowe, podczas gdy w 2000 roku było ich 924⁵³. Zdaniem krajowych specjalistów z dziedziny turystyki i hotelarstwa, obszarem największych szans w inwestycjach hotelowych jest rozwój ośrodków konferencyjnych.

Innym rodzajem działalności hotelowej, który zdaniem fachowców z branży hotelowej będzie cieszył się w przyszłości powodzeniem, jest wynajem apartamentów, głównie dla zagranicznych biznesmenów, tzw. „extended stay”. Niektóre warszawskie hotele zarówno te najwyższej kategorii, np. „Radisson”, „InterContinental”, jak i średniej klasy, np. hotel „Praski” już teraz posiadają w swej ofercie specjalne kilkupokojowe apartamenty z kuchnią i możliwością samodzielnego przygotowywania posiłków, które wynajmowane są na pobyty co najmniej kilkutygodniowe. Ceny w tego typu jednostkach mieszkalnych są tańsze (w niektórych przypadkach nawet o 50%), tańsze są też rozmowy telefoniczne i usługi biznesowe dla gości je zamieszkujących.

W Polsce oraz na innych rynkach Europy Środkowej i Wschodniej (Czechy, Węgry, Słowacja) istotnym czynnikiem zachęcającym do inwestowania,

⁵⁰ *Dla kogo są hotele*, „Świat hoteli” nr 09/2001, artykuł redakcyjny.

⁵¹ M. Grelowski, *Hotel czy turysta, co powinno być pierwsze*, „Rynki Turystyczne” nr 8/2002.

⁵² *Hotele podszewką na wierzch*, „Hotelarz” nr 9/2002, artykuł redakcyjny.

⁵³ *Między podażą a rentownością*, „Świat Hoteli” nr 01/2001, artykuł redakcyjny.

także i w bazę hotelową, są znaczące ulgi podatkowe. Ponadto, zwiększa się też coraz bardziej zaufanie zachodnioeuropejskich banków do gospodarek tego regionu i uzyskanie kredytu na budowę obiektu hotelowego czy biurowego nie sprawia specjalnych trudności. Szacuje się, że w Warszawie stopa zwrotu z inwestycji kształtuje się na poziomie 17–18% rocznie, co również zadowala zagranicznych inwestorów. W Polsce jednak spotykają się oni z wieloma problemami natury prawnej, ekonomicznej i społecznej (rozbudowana, uciążliwa biurokracja), nieistniejącymi w Europie Zachodniej. Jednym z podstawowych problemów są nierozstrzygnięte kwestie tytułu własności gruntów i nieruchomości. Wynajęcie renomowanej firmy prawniczej do rozstrzygnięcia niejasności jest bardzo czasochłonne i kosztowne. Banki zachodnie udzielając kredytów zakładają, że koszty budowy luksusowego hotelu np. w Warszawie będą niższe niż w zachodniej Europie, co zdaniem inwestorów nie jest prawdą. W Polsce musi się wiele zmienić, zwłaszcza w zakresie usprawnienia procedur i systemu prawnego, aby przyciągnąć zagranicznych inwestorów właśnie do nas, a nie do konkurencyjnych, również i pod względem położenia i zabytków, Budapesztu czy Pragi. Dalsze czynniki powodzenia inwestycji to sprawne finansowanie i koszty budowy, które powinny odpowiadać sztywnej regule odpowiedniego stosunku całościowych kosztów budowy pokoju w stosunku do ogólnych kosztów budowy hotelu. Nie mniej istotne jest zapewnienie renomowanego operatora hotelowego. Ostatnim warunkiem, by wybudowany już hotel odniósł sukces, musi być stabilna i rozwijająca się gospodarka danego kraju. Właśnie spełnienie tego ostatniego warunku będzie miało wpływ na rozwój turystyki i nowe inwestycje w całym kraju, które przyniosą możliwości wzrostu zatrudnienia i ożywienie gospodarcze nie tylko w stolicy, ale również w słabiej rozwiniętych przemysłowo rejonach Polski.

Nowe inwestycje i prognozy dla warszawskiego rynku hotelowego

Co roku do Warszawy przyjeżdża około 5 mln turystów zagranicznych. Wydają oni około miliarda dolarów rocznie. Dane wskazują, że dla 32% turystów zagranicznych Warszawa jest docelowym miejscem podróży, a 73% odwiedzających naszą stolicę podaje cel służbowy (biznesowy), a tylko 27% urlopowy (stricte turystyczny). Znaczną część odwiedzających stolicę można by zachęcić odpowiednią ofertą do podróży w inne regiony kraju, tym bardziej że średnia cena pokoju hotelowego w stolicy wynosi około 510 zł, podczas gdy w innych miastach naszego kraju tylko około 210 zł⁵⁴.

⁵⁴ *Dla kogo hotele*, „Świat Hoteli” nr 09/2002, artykuł redakcyjny.

Warszawa będzie, co prawda ze względu na bliskość granicy wschodniej, bramą do całego regionu, ale musi być wspomagana w tym zakresie przez inne ośrodki. Pomocne będzie w tym także rozbudowywane lotnisko „Okęcie” oraz podpisane w końcu 2003 roku porozumienie o polityce tzw. „otwartego nieba”, co oznacza możliwość wejścia na rynek lotniczy tanich przewoźników (Rynair, Easy Jet) i zwiększenie liczby turystów.

Inicjatywy na rzecz promocji Warszawy i Polski oraz bazy hotelowej

Istniejąca baza hotelowa w Warszawie, jak i w innych ośrodkach kraju, jak to wykazano, jest słabo wykorzystana. Tymczasem planuje się dalszy rozwój bazy hotelowej. Jej wykorzystanie zależeć będzie od bardziej efektywnego marketingu i promocji Polski za granicą. Właśnie w celu poprawy wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach grupa hoteli biznesowych stolicy (Marriot, Yictoria Sofitel, Bristol, Sheraton, Radisson S.A., Holiday Inn, Hyatt, InterContinental, Westin) założyły fundację pod nazwą „Warsaw Destination Alliance” (WDA), której celem ma być wspieranie rozwoju i promocja Warszawy, jako miasta atrakcyjnego zarówno turystycznie, jak i miejsca organizowania międzynarodowych i ogólnopolskich konferencji. Założona przez hotele fundacja, której pomysłodawcą i inicjatorem jest Alex Kloszewski – Dyrektor Generalny hotelu Inter-Continental, podpisała z władzami stolicy 27.06.2003 roku umowę o wspólnym promowaniu na świecie Warszawy jako kierunku biznesowego i turystycznego⁵⁵. Fundacja WDA oraz przedstawiciele miasta uzgodnili, że będą wspierać wszelkie działania budujące markę Warszawy.

Promocja stolicy odbywać się będzie poprzez m.in. kampanie reklamowe i wydarzenia kulturalne. WDA jest organizacją, której celem jest promowanie Warszawy na rynkach międzynarodowych. Tworzą ją przede wszystkim międzynarodowe sieci hoteli, ale również linie lotnicze, wypożyczalnie samochodów, restauracje, galerie, muzea oraz koncerty spożywcze. Współzałożyciel tego przedsięwzięcia – Alex Kloszewski twierdzi, że takie akcje, dzięki którym wypromowano np. San Antonio w Texasie oraz wyspy Aruba na morzu Karaibskim, przyczyniły się do nawet dziesięciokrotnego zwiększenia przyjazdów turystów oraz wzrostu „obłożenia” hoteli o około 10% na przestrzeni kilkunastu lat działania programu. Rocznie, na promocję Aruby na świecie wydaje się około 20 mln dolarów⁵⁶. Podobnie, spójna promocja Egip-

⁵⁵ K. Olszewski, *Wsparcie dla stolicy*, „Świat hoteli” nr 11/2002.

⁵⁶ Jw.

tu w międzynarodowej stacji CNN, na którą wydano zgromadzone fundusze (ok. 5 mln dolarów), przyniosła temu krajowi 17% (2002 r.) wzrost dochodów z turystyki w porównaniu z rokiem poprzednim, pomimo że w powszechnym odczuciu nie jest to miejsce bezpieczne. Fundusze na działalność warszawskiego stowarzyszenia pozyskiwane są ze składek członkowskich, dobrowolnych opłat marketingowych na promocję Warszawy, darowizn, zbiórek, aukcji, imprez. Na rok 2003 budżet funduszu wyniósł 3,5 mln dolarów, ale w przyszłości, w wyniku zainteresowania nim większej liczby firm i instytucji jest przewidywany na sumę 10 mln dolarów.

Od 01.01.2004 roku hotele zrzeszone w programie wprowadzą półtora-procentowe opodatkowanie swoich usług i uzyskane w ten sposób pieniądze przeznaczą na wspólny program promocyjny. Ten podatek będzie płacił gość i można go porównać do istniejącej w niektórych regionach opłaty klimatycznej. Z kolei inne firmy, które chcą uczestniczyć w programie (np. Coca-cola, TP S.A.) będą przekazywać ustalone kwoty ze sprzedaży swoich usług lub produktów na terenie Warszawy właśnie na rzecz jej promocji na świecie. Inicjatorzy akcji przewidują, że w wyniku wspólnych działań, za kilka lat wszyscy jej uczestnicy mogą liczyć na zwiększenie zysków ze sprzedaży różnych usług i produktów turystom, znacznie liczniej odwiedzającym Warszawę. Ponadto, zgodnie z założeniami programu, 80% budżetu ma być przeznaczona na działania marketingowe, a reszta na różnego rodzaju szkolenia dla personelu i menedżerów mające na celu podniesienie jakości świadczonych w stolicy usług. Ponadto fundacja będzie wydawać publikację pod tytułem „Paszport Warszawy”, w którym zawarte będą informacje o wszystkich jej uczestnikach⁵⁷.

Hotele będą udostępniać ww. publikację swoim gościom, którzy dowiedzą się o oferowanych im zniżkach, np. przez partnerskie linie lotnicze, wypożyczalnie samochodów czy też restauracje. W ten sposób firmy wspierające budżet programu będą korzystały z reklamy, a jednocześnie podniesie się standard obsługi zagranicznych klientów. Dalsze plany stowarzyszenia WDA, zakładają możliwość nawiązania współpracy z innymi stolicami Europy Środkowowschodniej, np. z Budapesztem i Pragą. Po podpisaniu porozumień promocyjnych te trzy stolice można by przedstawiać jako wspólny, ciekawy kierunek turystyczny.

Z kolei Urząd Miasta zapowiedział wspieranie rozwoju tańszego hotelarstwa, ponieważ jego przedstawiciele uważają, że w stolicy brakuje „oferty środka”. Program, który jest w tym celu przygotowywany, nazywa się roboczo „Sleep cheap in Warsaw” czyli „Śpij tanio w Warszawie”⁵⁸.

⁵⁷ Jw.

⁵⁸ A. Szarlik, *Butik z apartamentami*, „Życie Warszawy” 28–29.02.2003.

Wiele środowisk, organizacji i instytucji związanych z turystyką i hotelarstwem nie tylko widzi potrzebę, ale także podejmuje konkretne działania na rzecz promocji Polski, co w efekcie ma pomóc również ożywieniu na rynku usług turystycznych i hotelowych.

Piętnaście agencji, przedsiębiorstw turystycznych i instytucji publicznych zawarło 10 września 2003 roku „Porozumienie na rzecz promocji Polski – Promotion Network Poland”⁵⁹. Jego celem jest opracowanie i realizacja spójnej jednolitej strategii kreowania wizerunku naszego kraju za granicą, tak aby przyciągnąć tu nowych turystów. Porozumienie objęło instytucje gospodarcze, kulturalne, turystyczne i sportowe oraz publiczne media i firmy. Podpisały się pod nim m.in. Polska Organizacja Turystyczna, Krajowa Izba Gospodarcza, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Polska Konfederacja Sportu, Polski Komitet Olimpijski oraz Polskie Linie Lotnicze LOT i PKP. Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej, Andrzej Kozłowski, inicjator tego cennego przedsięwzięcia powiedział, że jego celem jest zebranie rozproszonych środków finansowych i przeznaczenie je wspólnie na najważniejsze działania kształtujące wizerunek Polski na świecie⁶⁰. Przy Polskiej Izbie Hotelarstwa powstał w 2003 roku „Klub Liderów Aktywnej Promocji”⁶¹. Jego celem jest udostępnianie informacji o budowie nowych obiektów hotelarskich oraz modernizacjach i remontach hoteli już istniejących, które będą przeprowadzone w ciągu najbliższych dwóch–trzech lat.

Inicjatorem tego pomysłu jest prezes Polskiej Izby Hotelarstwa – Krzysztof Milski. Do klubu mogą należeć tylko członkowie Izby, którzy deklarują pełną lojalność wobec siebie i nieprzekazywanie informacji o nowych inwestycjach osobom trzecim.

Kolejną inicjatywę mającą na celu wspieranie i promocję branży turystyczno-hotelarskiej podjęło Polskie Zrzeszenie Hoteli, zawierając z organizacją „Międzynarodowe Targi Poznańskie” porozumienie o współpracy (w latach 2003–2008), w zakresie targów turystyczno-hotelarskich oraz promocji branży wyposażenia hoteli i gastronomii. W związku z tą inicjatywą, w Warszawie, w siedzibie PZH uruchomione zostanie Przedstawicielstwo Międzynarodowego Salonu Turystycznego „Tour Salon”, Wystawy Produktów i Usług dla Hotelarstwa i Gastronomii Gastro-Invest-Hotel i Forum Hotel Market.

Wszystkie ww. działania zmiierzają do wspólnego celu: stworzenia i wypromowania polskiego produktu turystycznego, konkurencyjnego na światowym rynku oraz zgromadzenia i wspólnego wykorzystania na ten cel środ-

⁵⁹ *Porozumienie na rzecz promocji Polski*, „Świat hoteli” nr 10/03, artykuł redakcyjny.

⁶⁰ Jw.

⁶¹ *Klub Liderów Aktywnej Promocji*, „Świat hoteli” nr 10/03, artykuł redakcyjny.

ków finansowych od zainteresowanych podmiotów, które w przyszłości będą mogły czerpać wymierne korzyści z ożywienia w polskim sektorze turystyczno-hotelarskim.

Podsumowanie i wnioski

Z przedstawionej analizy rozwoju rynku hotelowego w Warszawie wynika, że:

1. Baza noclegowa stolicy w latach 1990–2003 rozrosła się w imponującym tempie, zwiększając swój potencjał z 7734 miejsc noclegowych w 1991 roku do około 20.000 w roku 2003. Powstało wiele nowoczesnych obiektów głównie wysoko standardowych, a stare obiekty zostały zmodernizowane bądź zmieniono ich przeznaczenie.
2. Według informacji Warsaw Convention Bureau, ponad 30%, tj. około 7000 łóżek, oferują hotele cztero- i pięciogwiazdkowe⁶⁴.
3. W związku z rygorystycznym przestrzeganiem kryteriów kategoryzacji obiektów noclegowych, wiele z nich zaliczało się w roku 2003 do grupy: „inne niesklasyfikowane”. Obiekty takie nie były omawiane w niniejszej pracy.

Z tego również powodu dane dotyczące standardu niektórych hoteli w poszczególnych latach są nieścisłe, ponieważ obiekty zmieniały na przestrzeni lat liczbę gwiazdek, w niektórych przypadkach kilkakrotnie. Zaostżenia kategoryzacyjne zawarte w ustawie o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 roku oraz późniejszych rozporządzeniach (rozporządzenie dot. zasad kategoryzacji obiektów z 1999 r.)⁶⁵, spowodowały m.in., że podczas wywiadów telefonicznych ustalono, iż tylko cztery obiekty w Warszawie miały prawo w 2003 roku do standardu jednej gwiazdki, podczas gdy dane GUS-u dotyczące bazy hotelowej w 2002 roku podają ich aż dziesięć.

4. Niezależnie jednak od tych rozbieżności, które dotyczą głównie obiektów niższej kategorii, stołeczna baza noclegowa liczyła w sumie w 2002 roku 11.459 pokoi, z tego najwięcej w hotelach ekskluzywnych (5-, 4-gwiazdkowe) – 3772, a najmniej w najtańszych (jednogwiazdkowych i innych – 3300)⁶⁶.

⁶² Porozumienie PZH i MTP, „Świat Hoteli” nr 10/03, artykuł redakcyjny.

⁶³ *Turystyka*, GUS, Warszawa 1992.

⁶⁴ A. Skiba, *Puste pokoje w Warszawie*, Biuletyn prasowy POT nr 73, 04.12.2003.

⁶⁵ J. Gospodarek, *Prawo turystyczne*, PWN, Warszawa 2001, s. 312.

⁶⁶ L. Olchowik, *Jest źle, a nawet dobrze*, „Hotelarz” nr 9–10/2003.

5. Ponad 1/3 gości korzystających z warszawskich hoteli stanowią turyści zagraniczni. Najwięcej do stolicy przyjeżdża Niemców, Amerykanów i Brytyjczyków, a także gości z państw sąsiadujących z Polską na wschodzie (Ukraina, Białoruś, Rosja, Litwa). Znaczny spadek przyjazdów obywateli państw zza wschodniej granicy spowodowało wprowadzenie w 2003 roku obowiązku posiadania przez nich wiz wjazdowych do Polski.
6. Powodem załamania na rynku turystycznym i hotelarskim, jak również w wielu innych dziedzinach gospodarki pod koniec lat 90., był spadek aktywności gospodarczej polskich przedsiębiorstw, słabsze niż przewidywano tempo wzrostu gospodarczego, wyższa inflacja i restrykcyjna polityka fiskalna rządu. W tej niekorzystnej sytuacji makroekonomicznej, zaplanowane wcześniej i realizowane na stołecznym rynku hotelarskim inwestycje, szybko spowodowały nadpodaż pokoi hotelowych, przede wszystkim w segmencie hoteli luksusowych. Spadać zaczęła też rentowność warszawskich hoteli. Odnotowano też znaczący spadek tzw. „średniego obłożenia” z około 65–70% w roku 1997 do 45–50% w roku 2003⁶⁷.
7. Poprawy sytuacji na rynku hotelarskim w stolicy należy się spodziewać w 2004 r. wraz z akcesją Polski do Unii Europejskiej. W związku z tym spodziewać się należy wzrostu przyjazdu urzędników, inwestorów, a także zwykłych turystów, przede wszystkim z krajów „piętnastki”. Właściciele i zarządzający hotelami liczą na wzrost zarówno „obłożenia” obiektów, jak też zwiększenie popytu na ofertę konferencyjną, tj. wynajem sal konferencyjnych oraz zwiększenie sprzedaży usług gastronomicznych, świadczonych przez hotele.
8. Przewiduje się zahamowanie budowy luksusowych hoteli w stolicy, ponieważ rynek wysoko standardowych pokoi hotelowych jest już nasycony. Natomiast zarówno inwestorzy, jak i władze miasta widzą potrzebę dalszego rozwoju tańszej bazy noclegowej średniej klasy, a zwłaszcza hoteli ekonomicznych. W 2004 roku planowane jest oddanie do użytku kompleksu francuskich hoteli grupy „Envergure”, dysponującym około 1000 łóżek w standardzie trzech, dwóch i jednej gwiazdki.
9. Należy sądzić, iż jedną z głównych przyczyn spadku liczby przyjazdów turystów zagranicznych do Polski, który jest notowany systematycznie od 1998 roku, jest właśnie przeznaczenie niedostatecznych środków finansowych na rozwój szeroko rozumianej infrastruktury turystycznej oraz na promocję naszego kraju za granicą.

⁶⁷ K. Olszewski, *Ponad 4 miliony Niemców*, „Świat hoteli” nr 8/2003.

10. Hotelarze i władze miasta oraz zainteresowane przedsiębiorstwa planują wiele inicjatyw, mających na celu konsolidację środków finansowych oraz wspólną promocję Warszawy w Europie i na świecie.
11. Promocja turystyki jest ważną częścią polityki społeczno-gospodarczej państwa. Od skuteczności działań w tej dziedzinie zależy m.in. dochód narodowy, bilans płatniczy, inwestycje i zatrudnienie.
12. W polityce państwa stosowanej wobec turystyki, której ważnym elementem jest baza hotelowa, zauważalny jest brak spójności w działaniach promocyjnych, a także koordynacji działań podejmowanych przez różne resorty na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym.
13. Zmniejsza się z roku na rok zainteresowanie Polską jako krajem, w którym dokonały się historyczne przemiany ustrojowe. W przyszłości o wyborze naszego kraju, jako destynacji turystycznej, będzie decydowała atrakcyjność oferowanych produktów turystycznych, dostępność komunikacyjna, bezpieczeństwo oraz jakość usług oferowanych cudzoziemcom.
14. Powodem mniejszego popytu na usługi hotelarskie jest zahamowanie wzrostu gospodarczego odczuwalne na początku XXI w. nie tylko w Polsce, ale w wielu znacznie bardziej rozwiniętych krajach. Kryzys gospodarczy (wzrost bezrobocia, spadek dochodu narodowego na jednego mieszkańca) dotyczy zarówno największych państw starego kontynentu, w tym naszych sąsiadów i głównych partnerów gospodarczych – Niemców, jak i USA. Jednak beczynne oczekiwanie na poprawę światowej koniunktury może okazać się dla Polski niewystarczające.
15. Warszawska baza hotelowa w roku 2003 i 2004 wydaje się być już porównywalna z innymi dużymi miastami Europy. Jednak z próby analizy zachodzących na rynku hotelowym przemian, zwłaszcza w latach 1980–2003 wynika także, że powrót na ścieżkę wzrostu, również w dziedzinie turystyki i hotelarstwa, wymaga zmiany i reorientacji polityki promocyjnej oraz podjęcia zdecydowanych działań. W dobie globalizacji i silnej konkurencji musimy szukać bardziej skutecznych narzędzi promocji naszej oferty turystycznej i hotelarskiej na rynku międzynarodowym.
16. Nowe hotele, które powstają w Warszawie, wpisały się w monotony dotychczas krajobraz urbanistyczny stolicy i dla wielu mieszkańców kraju i gości zagranicznych stanowią także pewną atrakcję turystyczną.
17. Jednym z podstawowych warunków zwiększenia atrakcyjności turystycznej Polski i Warszawy jest zapewnienie:
 - a) bezpieczeństwa przed napadami, kradzieżą mienia,
 - b) dobrego odżywienia zdrową, nieskażoną chemicznie żywnością,
 - c) bardzo dobrej obsługi i rozrywki.

The development of hotel industry services in Warsaw between 1990 and 2004

Summary

The expansion of Poland's contacts with the world, the necessity to modernise the economy, the increase in Poland's attractiveness for foreign entrepreneurs, the integration of Poland with the EU – these are what largely contributed to the growth in demand for hotel services throughout Poland, and particularly in Warsaw, which performs the functions of the capital of the country and has aspirations to grow to perform metropolitan role in Central Europe.

As the number of hotel beds available was far from sufficient, and the domestic capital was too modest for heavy investment in hotel industry, there was an inflow of foreign capital, mostly American and French, into Poland, and the hotel network became part of the international system. Between 1991 and 2003, the number of hotels in Warsaw increased from 20 to 49, and the number of hotel beds available rose from 7,734 to 14,877. The rise in the number of hotel beds available, and a simultaneous fall in inbound tourism resulted in the overall fall in hotel occupancy rates.

In order to attract guests, hotels expand their offer of services, use flexible pricing policies with prices adjusted to season and weekly variations in numbers of guests, and strive for cost reduction by means of offering whole packages of services, by establishing firm business relationships with other hotel of similar standard and by joining the international chain of hotel industry. Nevertheless, the demand for hotel services will depend on the business conditions in the world, and especially the economic development of Poland's neighbours. It will also be determined by the level of safety of the journey and stay in a foreign country, and the promotion of tourism.

The standard of hotels in Warsaw and the quality of services they provide are compatible to those offered in other European or American cities, since most of the Warsaw hotels have become part of the international network of hotels.