

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO

OBSŁUGA RUCHU TURYSTYCZNEGO

Tomasz Cetnarowicz

POLSKIE HOTELARSTWO

W STATYSTYKACH.

Praca przygotowana w ramach przedmiotu „Rynki Turystyczne”

KRAKÓW 2007

SPIS TREŚCI

WSTĘP	3
Rozdział I	5
ISTOTA HOTELARSTWA I JEGO ROLA W OBSŁUDZE RUCHU TURYSTYCZNEGO	
1. Pojęcie hotelarstwa oraz istota obiektu hotelarskiego.....	5
2. Klasyfikacja obiektów hotelowych.....	7
Rozdział II	9
BAZA NOCLEGOWA W POLSCE	
1. Stan bazy noclegowej oraz podział hoteli ze względu na kategorie.....	9
2. Ilość dostępnych miejsc w obiektach noclegowych.....	15
3. Liczba turystów korzystających z zakwaterowania.....	20
Rozdział III	27
MOŻLIWOŚCI ROZWOJU POLSKIEGO HOTELARSTWA	
1. Analiza SWOT rynku hotelarskiego w Polsce.....	28
2. Doskonalenie jakości usług hotelarskich, przyszłością polskiego hotelarstwa....	31
3. Budownictwo hotelowe oraz kierunki jego rozwoju.....	33
Rozdział IV	36
ZAKOŃCZENIE	
BIBLIOGRAFIA	38

WSTĘP

Hotelarstwo, jako nieodłączna część biznesu turystycznego jest coraz częściej nazywana przemysłem XXI wieku. Ludność świata według ekspertów WTTC, wydała na turystykę i wypoczynek 13% swoich dochodów. Prowadzenie interesów w tej dziedzinie gospodarki uznane zostało za jeden z rodzajów działalności, która zapewnia szybki zwrot poniesionych nakładów inwestycyjnych. Szczególnie w Polsce turystyka, w tym hotelarstwo powinno stanowić integralny czynnik jeszcze szybszego rozwoju gospodarczego.

Zagraniczni inwestorzy, a także analitycy firm developerskich oceniają perspektywy rynku hotelarskiego w Polsce jako dobre. Przesłanki, na jakich oparte są analizy to przede wszystkim : rozwijający się sektor podróży służbowych zagranicznych i krajowych, turystyka kongresowa, turystyka przyjazdowa o charakterze poznawczym i wypoczynkowym, a także poprawa statusu materialnego części społeczeństwa.

Już dziś wiadomo, iż baza hotelowa w Polsce nie jest wystarczająca i nie zawsze jest w stanie zaspokoić potrzeb turystów licznie przybywających do naszego kraju. Na rynku polskim, przewidywany jest wzrost zapotrzebowania na usługi hotelarskie o dobrym standardzie. Część z istniejących już obiektów nie jest w stanie zapewnić noclegu turystom odwiedzającym Polskę zwłaszcza w sezonie turystycznym.

Współczesny ruch turystyczny w Polsce jest dość zróżnicowany. Wciąż brakuje hoteli średniej klasy, przeznaczonych głównie dla turystów indywidualnych zarówno z kraju jak i z zagranicy. Turyści oczekują od polskiego rynku hotelarskiego obiektów o dobrym standardzie turystycznym, takich jak na przykład Etap Ibis Hotel francuskiego systemu ACCOR.

Rynek hotelarski odczuwa również brak wysokiej klasy hoteli 5-gwiazdkowych w Warszawie i Krakowie. Budowa tego typu obiektów jest konieczna ze względu na duży napływ turystów czy biznesmenów, przybywających do Polski w interesach. Zwłaszcza oni zatrzymują się w ekskluzywnych hotelach, w których oferuje się wysoki standard obsługi i stwarza miłą atmosferę gościom, którzy zawsze mogą liczyć na profesjonalny i kompetentny personel.

Według analiz, w następnym dziesięcioleciu, powinno przybyć więc kilka kolejnych hoteli znanych sieci międzynarodowych. Równocześnie zaś należy spodziewać się działalności na mniejszą skalę nowopowstających hoteli turystycznych jedno- dwu- i trzy-gwiazdkowych oraz obiektów rodzinnych i pensjonatów.

Przy opracowaniu pracy wykorzystano informacje pochodzące z literatury tematycznej oraz z zasobów Instytutu Turystyki i Internetu. Zamieszczone tabele oraz dane źródłowe opracowane zostały na podstawie biuletynu „Hotelarz” i „Rynek Turystyczny” oraz Głównego Urzędu Statystycznego.

Rozdział I

ISTOTA HOTELARSTWA I JEGO ROLA W OBSŁUDZE RUCHU TURYSTYCZNEGO.

1. Pojęcie hotelarstwa oraz istota obiektu hotelarskiego.

Początkowo słowo „hotel” zarezerwowane było we Francji dla domostw wybitnych osobistości lub też miejskich obiektów publicznych. Rezydencje wybitnych osobistości, w których to goszczono przejezdnych, przyczyniły się do tego, że pojęciem „hotel” objęto we Francji zajazdy miejskie położone w centrum miasta, o wyższym stopniu komfortu. Gospody i zajazdy pozostały nadal na peryferiach miast, w miasteczkach i na wsiach. Ten typ usługi rozwijał się coraz bardziej tak, że powstała dziedzina działalności gospodarczej nazwana hotelarstwem.

W literaturze hotelarstwo określa się przede wszystkim jako „działalność usługową w wyniku której zaspokajane są potrzeby, lecz nie powstają nowe wyroby. To sfera usług niematerialnych, zaspakajająca zarówno potrzeby indywidualne jak i społeczne, polegające na udzieleniu zakwaterowania, wyżywienia i wszelkich usług osobom podróżującym i innym turystom czasowo zakwaterowanym”.

Z kolei według F. Buttle, hotelarstwo to wytwarzanie takich usług, które zaspokajają potrzeby zakwaterowania, żywienia z dala od domu. Ponadto autor uważa, że konsumenci poszukują czegoś więcej niż tylko korzyści praktycznych z wygodnego łóżka, zaspokajania pragnienia i głodu. Stąd te trzy produkty oferowane w ramach działalności hotelarskiej są wyposażone w różne atrybuty, przez co stają się bardziej atrakcyjne dla każdego gościa. Dlatego ważnym jest aby wszystkie usługi podstawowe i komplementarne były świadczone w sposób, który zapewni domową atmosferę w hotelu. Każdy z pracowników zakładu hotelowego, powinien czuć się jego posiadaczem i w związku z tym, działalność hotelarską można nazwać również jako zorganizowaną gościnność.

Przyjęty w języku polskim termin hotel wywodzi się łacińskiego źródłosłowu „hospes”, oznaczającego tak gościa jak i gospodarza. Słowo to zbiegiem czasu podlegało różnym zmianom, ostatecznie przybierając formę „hote”. Termin „hotel” zaś był już tylko efektem zabiegu etymologicznego.

Należy wyodrębnić pojęcie węższe „hotel” od szeroko rozumianego „zakładu hotelowego – czyli zakładu, gdzie wynajmuje się pokoje i miejsca podróznym i świadczy związane z tym usługi. Do tego rodzaju zakładów należy zaliczyć obok hoteli – motele, pensjonaty, schroniska, domy wypoczynkowe oraz pokoje gościnne. Jeszcze szerszym pojęciem jest obiekt hotelarski, czyli „budynek bądź zespół urządzeń terenowych, których główną funkcją jest świadczenie usług hotelarskich polegających na zapewnieniu potrzeb bytowych osób czasowo tam zakwaterowanych. Będą to więc oprócz wyżej wymienionych zakładów hotelarskich również domki i obozowiska turystyczne.

Z punktu widzenia użytkowników, na hotel składa się zespół elementów, do których należy zaliczyć :

- lokalizację – miejsce, gdzie hotel jest graficznie usytuowany, może ona wpływać na udogodnienia, dostępność, atrakcyjność lub przeciwnie, stwarzać niedogodności;
- urządzenia – tzn. pokoje hotelowe, bary, restauracje, sale konferencyjne, pokoje funkcyjne, urządzenia rekreacyjne. Wszystko to może być zróżnicowane względem rozmiaru, jakości, rodzaju itp.;
- usługi – różnią się one zasięgiem i możliwością świadczenia oraz jakością, szybkością i stopniem osobistego zaangażowania personelu;
- image – sposób w jaki hotel prezentuje się ludziom i sposób w jaki jest on przez nich postrzegany. To pochodna lokalizacji, urządzeń i usług, lecz powiększona o nazwę, atmosferę, wygląd i skojarzenia :
 - kto zatrzymuje się w hotelu
 - kto jest klientem gastronomii
 - co ludzie mówią o hotelu
 - jak hotel sam się przedstawia;
- cenę – wyraża wartość usług hotelowych, cech lokalizacji, image’u oraz satysfakcji użytkowników powstałej dzięki kombinacji wszystkich elementów hotelu.

Wszystkie definicje „hotelu” ujmują dwie najważniejsze funkcje tego typu obiektu :
Po pierwsze – świadczenie usług gościom, zapewnienie odpowiedniego standardu usług i komfortu, takiego jakiego oczekuje gość i za jaki płaci. Hotele, odpowiednio do kategorii są zobowiązane w maksymalny sposób zaspokoić potrzeby swoich klientów.

To znaczy zapewnić :

- wygodny nocleg i wypoczynek w najlepszych warunkach bezpieczeństwa i higieny;
- zdrowy, urozmaicony posiłek, doraźnie o każdej porze dnia;
- zaopatrzenie w artykuły, których sprzedaż prowadzona jest w przy hotelowych sklepikach (słodycze, papierosy, pocztówki itp.);
- wyczerpującą informację turystyczną;
- zaspokojenie potrzeb kulturalno-oświatowych w granicach możliwych do osiągnięcia w danym hotelu;
- rozrywkę.

Po drugie – każdy hotel musi realizować planowane zadania finansowe i uzyskiwać efekty ekonomiczne. Umiejętność łączenia tych dwóch funkcji należy do fundamentalnych obowiązków dyrektora, członków kierownictwa i pracowników zakładu hotelarskiego.

2. Klasyfikacja obiektów hotelowych

Zakłady hotelarskie podlegają prawu ewolucji, ulegają ciągłym przeobrażeniom i zmianom. Proces różnicowania tych zakładów wiąże się z rozwojem turystyki, a szczególnie środków komunikacji.

Powszechnie znany podział zakładów hotelarskich na rodzaje i kategorie ma ułatwić gościom ogólną orientację co do zakresu i poziomu usług. Jednolite normy, odgrywają zatem ważną rolę w systemie ochrony prawnej gościa. Są również istotnym czynnikiem podnoszenia jakości świadczonych usług oraz niezbędnym narzędziem konkurencyjności własnego kraju na międzynarodowym rynku turystycznym. Dlatego też ustalanie przepisów dotyczących kategoryzacji i standardów usług jest w większości krajów zastrzeżone dla danego państwa.

W celu stworzenia informacji o możliwościach danego obiektu przeprowadza się ich kategoryzację. Kategoryzacja usług hotelarskich wprowadza wiele szczegółowych postanowień, które do ceny usług wprowadzają niezbędny element obiektywności. Kategoryzacja reprezentuje dany obiekt hotelarski. W większości krajów ogólnie dostępne zakłady hotelarskie podlegają zaliczeniu do określonej kategorii. W zasadzie każdy kraj ma własny system klasyfikacji i kategoryzacji.

W Polsce obowiązuje Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są prowadzone usługi hotelarskie.

Rozporządzenie wprowadziło następujące systemy zasady kategoryzacji:

- 5-gwiazdkowy system dla hoteli, moteli, pensjonatów
- 4-gwiazdkowy system dla kempingów i pól biwakowych
- 3-kategorie przewidziano dla domków wycieczkowych, schronisk młodzieżowych

Określono również minimalne wymagania co do wyposażenia w innych obiektach, w których świadczone są usługi hotelarskie. Wymagania owe dotyczą:

- zakresu usług i ich poziomu,
- standardu urządzeń technicznych i wykończenia budynku,
- jakości, jednolitości i kompleksowości wyposażenia,
- standardu i czystości urządzeń sanitarnych.

Zaszeregowania obiektów hotelarskich do poszczególnych rodzajów dokonuje, nadaje kategorie oraz prowadzi ich ewidencję wojewoda (właściwy ze względu na miejsce położenia obiektu, wójt, burmistrz lub prezydent.

Ustawa o usługach turystycznych mówi, że nazwy rodzajowe obiektów hotelarskich podlegają ochronie prawnej. Ochrona ta wzmocniona jest sankcją w kodeksie wykroczeń : „Kto świadcząc usługi hotelarskie używa nazw rodzajowych lub określenia kategorii bez decyzji lub niezgodnie z decyzją podlega karze ograniczenia wolności albo grzywny” – art.60

Na mocy ustawy wprowadzono okresowy system kontroli obiektów hotelarskich. Ma to zapobiegać spadkowi jakości usług świadczonych w danym zakładzie noclegowym. Najkrótszy okres, do jednego roku, w którym dany obiekt musi zostać poddany weryfikacji mają hotele i motele kategorii lux (5-gwiazdkowej). Te same zakłady noclegowe zaś, o niższej kategorii 4-gwiazdek, weryfikacje muszą przejść co 2 lata. Pozostałe objekty hotelarskie, w okresie nie dłuższym niż 3 lata.

Rozdział II

BAZA NOCLEGOWA W POLSCE.

1. Stan bazy noclegowej oraz podział hoteli ze względu na kategorie.

Analizując dane Głównego Urzędu Statystycznego, na przestrzeni lat 2001-2006 w Polsce zanotowano blisko 40% wzrost liczby hoteli oraz 56,8% wzrost ilości pokoi noclegowych.

Należy pamiętać, że w roku 1997 wdrożono ustawę o usługach turystycznych, która rygorystycznie przestrzega kryteriów kategoryzacyjnym, nadawanym obiektom noclegowym. To zmusiło niektórych przedsiębiorców zarządzających obiektami hotelowymi, do zmiany ich dotychczasowej przynależności. Wiele zakładów hotelarskich, klasyfikowanych uprzednio jako hotele, motele, domy wycieczkowe itp., do czasu spełnienia odpowiednich kryteriów, zaliczono do grupy „inne obiekty wykorzystywane dla turystyki”.

Według oficjalnych danych z roku 2006, Polska dysponuje 6.694 rejestrowanymi obiektami zakwaterowania zbiorowego, wśród których od 2003 roku nie ujmuje się kwater agroturystycznych, czyli prywatnej bazy noclegowej.

TAB. 1.1. Rejestrowana baza noclegowa według rodzaju obiektów. Liczba obiektów.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
OGÓŁEM	8 686	7 948	7 116	6 972	6 723	6 694
Obiekty zakwaterowania zbiorowego ogółem	7 613	7 050	7 116	6 972	6 723	6 694
Hotele i obiekty typu hotelowego	1 391	1 478	1 547	2 139	2 200	2 301
Hotele	966	1 071	1 155	1 202	1 231	1 295
*****	6	6	8	13	16	19
****	39	44	51	63	66	72
***	343	355	380	425	458	503
**	315	310	367	388	421	434
*	263	197	177	165	151	152
Hotele w trakcie kategoryzacji	.	159	172	148	119	115
Motele	118	120	132	116	116	109
Pensjonaty	307	287	260	241	238	242
Inne hotelowe	.	.	.	580	615	655
Obiekty wyspecjalizowane	710	701	718	693	678	680
Zakłady uzdrowiskowe	130	125	127	132	137	145
Schroniska	80	66	66	59	49	56
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	500	510	525	502	492	479

Pozostałe obiekty zakwaterowania zbiorowego	5 512	4 871	4 851	4 140	3 845	3 713
Zesp. ogólnodostępnych domków turystycznych	439	394	367	349	315	309
Campingi	175	149	139	138	136	128
Pola biwakowe	300	267	280	259	247	247
Schroniska młodzieżowe	427	415	388	75	74	66
Szkolne schroniska młodzieżowe	.	.	.	331	329	329
Domy wycieczkowe	146	123	103	84	78	70
Domy pracy twórczej	52	48	48	48	47	45
Ośrodki wczasowe	1 886	1 701	1 625	1 510	1 391	1 347
Ośrodki kolonijne	218	194	191	179	143	139
Obiekty wypoczynku sob.-niedz.	79	72	67	57	47	41
Inne niesklasyfikowane	1 790	1 508	1 643	1 110	1 038	992
Prywatna baza noclegowa	1 073	898
Kwatery prywatne
Kwatery agroturystyczne	1 073	898

Źródło: GUS "Turystyka w 2006 roku" (oraz poprzednie edycje)

Analizując tabelę 1.1. należy stwierdzić, iż liczba hoteli i obiektów hotelowych w Polsce znacznie wzrosła w porównaniu do lat poprzednich. W ciągu dwóch lat (2003-2006) ilość hoteli wzrosła o 754 to jest o ponad 30%.

W 2001 roku, liczba obiektów klasyfikowanych do rangi hoteli, wynosiła 1391. W następnych latach sukcesywnie wzrastała, by w 2006 roku osiągnąć liczbę 2301 obiektów. Tak więc, ilość hoteli zwiększyła się w ciągu 5 lat aż o blisko 40%.

Inaczej sytuacja wygląda w przypadku moteli, których ilość w 2001 r. GUS szacuje na 118. Następnie, z roku na rok, tego typu obiektów przybywało i ubywało. W 2003 roku było 132 motele, by po 3 latach, liczba ta zmniejszyła się o blisko 17%. Spadek ten miał wynikać głównie z zaostrzeniem przepisów dotyczących wymagań, jakie musiał spełniać obiekt by móc go nazywać motelem. Poza tym, wiele z tego typu obiektów przekształcono w obiekty zakwaterowania innego typu.

Ze względu na wciąż dużą atrakcyjność terenów górzystych i rejonów nadmorskich, wzrasta obecnie liczba pensjonatów. Z tych obiektów, których ilość w 2006 roku wynosiła 242, korzystają głównie turyści krajowi. Są to zakłady noclegowe, oferujące stosunkowo niedrogi zakwaterowanie oraz często także standardowe usługi dodatkowe.

Równocześnie, w regionach turystycznych, zlokalizowanych jest wiele kwater prywatnych, funkcjonujących na podobnych zasadach co pensjonaty.

W przypadku zakładów uzdrowiskowych liczba ich rośnie od roku 2002 roku, gdy wynosiła 125, by po 4 latach zwiększyła się o prawie 15%, do 145 obiektów tego typu.

Jest to stosunkowo duży wzrost, ale pamiętać należy, że na polskim rynku hotelarskim zachodzi obecnie wiele zmian. Do najważniejszych można zaliczyć m.in. rozbudowę oraz modernizację bazy noclegowej. Poza tym, do Polski napływają zagraniczni inwestorzy z nowymi pomysłami oraz dużym kapitałem, który pozwala na sfinansowanie kosztownych przedsięwzięć inwestycyjnych.

Jednym z przykładów zainteresowania się obcego kapitału rynkiem hotelowym w Polsce jest umowa franchisingowa francuskiego systemu hotelowego ACCOR ze spółką akcyjną ORBIS.

Orbis S.A. posiadający 65 hoteli w 29 miastach Polski, ma na polskim rynku 25% udziałów reprezentując sieć hoteli 3-gwiazdkowych, 4-gwiazdkowych oraz 5-gwiazdkowych. W 1997 roku, rozpoczęto prywatyzację Orbis-u, wprowadzając spółkę do obrotu publicznego oraz oferując sprzedaż jej akcji na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Kupnem akcji Orbis S.A. zainteresowała się spółka Accor S.A.

Accor S.A. jest jednym z największych na świecie operatorów hoteli. Prowadzi ponad 4000 hoteli w 90 krajach świata. Wśród najbardziej znanych marek firmy są Sofitel, Novotel, Mercure, Thalassa, Ibis, Etap Hotel, Formule 1, Motel 6 i Studio 6. ACCOR prowadzi także biura podróży, restauracje, kasyna. Jest również pierwszym franczyzodawcą w Polsce. Od 1973 r. jako partner Orbisu uczestniczył w budowie i eksploatacji 10 hoteli.

Korzyści płynące z zawarcia umowy generalnej o franchisingu między dwiema spółkami są ogromne. Francuski Accor, deklarując podjęcie działań, mających na celu pełną integrację z Orbis-em, przyczynił się do tego, że część polskiej bazy hotelowej została lub zostanie odrestaurowana bądź zmodernizowana, a w przyszłości powstaną jeszcze nowe obiekty hotelowe.

Przyjrzyjmy się teraz jak dokładniej wygląda zagospodarowanie przez obiekty noclegowe polskiego rynku hotelarskiego.

Z ogólnej liczby 6.694 aż 850 obiektów, to jest ok. 14%, znajduje się na terenie województwa zachodniopomorskiego. Tereny nadmorskie sprawiają, że zapotrzebowanie na bazę noclegową jest duże. Liczni turyści z kraju i z zagranicy przybywają tu do wielu ośrodków wczasowych takich jak Kołobrzeg, Ustka, Gdańsk czy Sopot. Dość duży procent obiektów noclegowych stanowią tu mniejsze zakłady hotelowe, rodzinne pensjonaty czy domki letnie znajdujące się w mniejszych kurortach nadmorskich.

Częścią infrastruktury noclegowej na tych terenach są tzw. sezonowe zakłady noclegowe, oferujące usługi w okresie wzmożonego ruchu turystycznego, kiedy tysiące wczasowiczów ma ochotę „zażyć” kąpieli morskich i palącego słońca.

Za województwem małopolskim, plasują się województwa małopolskie i pomorskie. Tu ilość obiektów wynosi odpowiednio 819 i 797. Jednak według prognoz, w małopolskim liczba ta powinna wzrosnąć o kolejne kilka procent, w związku ze wzrostem popularności wśród zamożnej grupy turystów.

Województwo małopolskie jest mocno uprzemysłowione, a przede wszystkim znajdują się tu ważne ośrodki kultury i sportu, jak choćby Kraków czy Zakopane. Kraków, Europejskie Miasto Kultury i Zakopane, główny ośrodek sportów zimowych i letnich, posiadają stosunkowo dobrą bazę noclegową, jednak konieczny jest dalszy jej rozwój i modernizacja.

TAB. 1.2. Obiekty zakwaterowania zbiorowego według województw – liczba obiektów i miejsc noclegowych.

	2002		2003		2004		2005		2006	
	liczba obiektów	miejsc nocl. (tys.)	liczba obiektów	miejsc nocl. (tys.)	liczba obiektów	miejsc nocl. (tys.)	liczba obiektów	miejsc nocl. (tys.)	liczba obiektów	miejsc nocl. (tys.)
Razem	7050	601,4	7 116	596,5	6 972	584,7	6 723	569,9	6 694	574,6
dolnośląskie	819	53,0	782	49,6	727	47,7	712	45,6	694	45,0
kujawsko - pomorskie	333	24,7	340	25,5	352	25,7	338	26,3	317	25,5
lubelskie	348	22,1	344	21,3	352	21,9	331	19,5	314	19,0
lubuskie	299	18,0	291	18,1	304	20,3	280	17,9	300	19,6
łódzkie	245	18,0	231	15,2	230	15,7	224	15,4	229	15,8
małopolskie	820	69,0	878	65,1	873	65,3	825	61,5	819	62,7
mazowieckie	334	35,3	334	36,3	352	38,2	332	37,0	331	36,8
opolskie	88	6,0	102	7,0	127	7,9	118	7,5	114	7,5
podkarpackie	326	23,0	312	18,2	294	17,2	312	18,4	335	20,2
podlaskie	201	14,0	188	12,9	188	12,6	180	11,8	176	11,7
pomorskie	793	88,0	787	87,0	800	87,3	788	85,3	797	83,9
śląskie	378	30,2	474	35,1	454	35,4	441	35,3	426	35,2
świętokrzyskie	149	9,6	131	8,5	124	8,3	119	8,3	111	7,9
warmińsko - mazurskie	349	34,0	332	35,9	341	34,8	353	37,4	365	38,3
wielkopolskie	595	39,4	579	39,5	540	38,1	530	37,3	516	36,6
zachodniopomorskie	973	116,9	1 011	121,3	914	108,3	840	105,2	850	108,8

Źródło: GUS "Turystyka w 2006 roku" (oraz poprzednie edycje)

Analizując dane GUS, należy zwrócić uwagę na rozwój bazy noclegowej w województwie śląskim. W ciągu czterech lat, przybyło tu 48 obiektów hotelowych, z czego większość w centrach miast rozproszonych na tym obszarze, gdzie zauważa się znaczny wzrost ruchu turystycznego. Niemcy, często związani duchowo ze Śląskiem wraz z innymi turystami, mają możliwość skorzystać z zakwaterowania w obiektach noclegowych, których liczba w 2006 roku wynosiła 426. Oznacza to wzrost ilości obiektów w porównaniu do 2002 roku o prawie 11%.

Również województwo opolskie w 2006 roku zanotowało przyrost bazy noclegowej o 26 nowych obiektów, w stosunku do roku 2002.

Nieznacznie, bo tylko o ok. 0,9% zmniejszyła się liczba zakładów hotelowych w województwie mazowieckim. Za to baza noclegowa obejmuje tu hotele najwyższej klasy, których wciąż przybywa. Przyczynia się do tego głównie położenie w tym województwie Warszawy – stolicy Polski, którą coraz liczniej odwiedzają turyści zagraniczni jak również inwestorzy, widzący potencjał w gospodarce naszego kraju.

Tak jest również w przypadku ważnego regionu przemysłowego Polski, jakim jest Dolny Śląsk. Wielu gości, przebywających w województwie dolnośląskim, to byli mieszkańcy tych terenów lub ich bliższe i dalsze rodziny.

W województwie zachodniopomorskim o 10 zwiększyła się liczba obiektów w ciągu roku (2005-2006). Może to być spowodowane większym zainteresowaniem ze strony turystów tymi terenami. Tu bowiem, według ośrodków badań opinii publicznej Polacy chętnie przyjeżdżają, a co za tym idzie, zapotrzebowanie na usługi hotelowe wzrasta. Należy także wziąć pod uwagę fakt, iż nadmorskie kurorty odwiedza co roku wielu Niemców, którzy zwykle wybierają miejscowości położone blisko granicy.

Przypatrzmy się teraz zestawieniu hoteli podzielonych według kategorii. W porównaniu z 2001 rokiem liczba hoteli 1-gwiazdkowych zmniejszyła się o 42% w 2006 roku. Jednak hoteli wszystkich pozostałych kategorii przybyło. Ilość 2-gwiazdkowych zwiększyła się o prawie 27%, 3-gwiazdkowych o 32%, natomiast 4- i 5-gwiazdkowych w sumie aż o 50%.

TAB. 1.3. Hotele według kategorii - liczba obiektów w 2006 roku

Województwo	Liczba hoteli					
	ogółem	***** i ****	***	**	*	brak kat.
Polska	1295	91	503	434	152	115
dolnośląskie	161	12	69	43	29	8
kujawsko- pomorskie	78	6	31	31	1	9
lubelskie	37	1	13	9	1	13
lubuskie	54	2	13	22	10	7
łódzkie	52	1	22	20	9	0
małopolskie	158	17	76	47	12	6
mazowieckie	117	14	33	40	15	15
opolskie	24	0	11	6	2	5
podkarpackie	54	0	23	22	8	1
podlaskie	21	3	4	6	1	7
pomorskie	102	9	35	42	7	9
śląskie	112	11	40	32	11	18
świętokrzyskie	36	0	14	15	6	1
warmińsko- mazurskie	86	2	34	31	7	12
wielkopolskie	131	8	55	45	20	3
zachodnio- pomorskie	72	5	30	23	13	1

Źródło: GUS; "Turystyka w 2006 roku" (oraz poprzednie edycje)

TAB. 1.4. Hotele według kategorii - liczba obiektów w 2001 roku

Województwo	Liczba hoteli				
	ogółem	***** i ****	***	**	*
Polska	966	45	343	315	263
dolnośląskie	136	8	48	44	36
kujawsko-pomorskie	53	5	16	21	11
lubelskie	33	0	12	6	15
lubuskie	45	2	9	17	17
łódzkie	52	0	13	18	21
małopolskie	98	6	42	30	20
mazowieckie	90	8	34	28	20
opolskie	24	1	5	3	15
podkarpackie	46	0	15	19	12
podlaskie	15	1	5	7	2
pomorskie	77	3	28	28	18
śląskie	62	3	26	22	11
świętokrzyskie	21	0	5	9	7
warmińsko- mazurskie	68	2	26	18	22
wielkopolskie	96	2	43	31	20
zachodniopomorskie	50	4	16	14	16

Źródło: GUS; "Turystyka w 2002 roku" (oraz poprzednie edycje)

Jak wynika ze sporządzonego zestawienia, liczba hoteli 4-gwiazdkowych, sukcesywnie zwiększała się od 2001 roku. Dzięki szybkiemu procesowi rozbudowy, Polska baza noclegowa rozrosła się do liczby 91 obiektów hotelowych z tak zwanej Superior First Class (****).

Z roku na rok, obiektów First Class (***) przybywało, by w 2006 roku osiągnąć liczbę 503 rejestrowanych hoteli w Polsce. Jak łatwo zauważyć, w ciągu czterech lat, liczba obiektów noclegowych „pierwszej klasy” wzrosła w Polsce o 1/3.

Inaczej wygląda sytuacja z hotelami, zaszeregowanymi do kategorii 1-gwiazdkowej. Do roku 2006, ilość obiektów zaliczanych do tzw. Tourist Class (Economy Class **) uległa zmniejszeniu. Hoteli tej klasy było mniej, a jedną z przyczyn były zmiany zachodzące w przepisach kategoryzacyjnych.

Wciąż brakuje polskiej bazie noclegowej mniejszych hoteli, niższej klasy, które wychodziłyby naprzeciw oczekiwaniom gości średnio zamożnych. Wielu wczasowiczów i turystów urlopowych, korzysta z noclegu „na trasie”. Są oni tylko przejazdem, chcieliby odpocząć, a przy tym skorzystać z możliwie najtańszej formy zakwaterowania. Brak obiektów lub po prostu nie dostateczna ich ilość powodują, iż polscy turyści czy goście z zagranicy często muszą szukać hoteli w centrach miast. Budowa lub modernizacja mniejszych obiektów w miastach i na ich obrzeżach, powiększyłaby stan bazy hotelowej w Polsce, a przede wszystkim przyczyniłaby się do wzrostu zadowolenia wśród potencjalnych gości hotelowych.

2. Ilość dostępnych miejsc w obiektach noclegowych.

Teoretycznie każdy hotel, powinien swoje działania opierać na właściwej dla siebie polityce marketingowej. Im bowiem więcej wie się o istniejącej i potencjalnej klienteli – jej potrzebach i pragnieniach, jej postawach i zachowaniach – tym lepiej będzie się dany hotel mógł rozwijać i realizować swoje cele. Dlatego też wiele polskich hoteli proponuje swoje usługi konkretnym gościom, którzy są zainteresowani ofertą, skierowaną właśnie do ich upodobań. Polski rynek hotelarski wyodrębnia pięć podstawowych segmentów konsumenckich, są to:

1. Goście podróżujący w interesach
2. Grupy turystyczne
3. Turyści indywidualni
4. Krótkie pobyty (weekend i krócej)
5. Uczestnicy konferencji.

Wraz z nowobudowanymi zakładami hotelarskimi, zwiększa się również dostępność i liczba miejsc noclegowych, oferowanych poszczególnym grupom turystów.

Według danych z publikacji GUS, liczba miejsc w hotelach i obiektach typu hotelowego w 2006 roku zwiększyła się w porównaniu do 2001 roku o ok. 34%.

Z nieoficjalnych informacji wynika, że ilość miejsc noclegowych będzie systematycznie zwiększać się w ciągu najbliższych kilku lat. Z pewnością przyczyni się do tego również wielkie wydarzenie w Polsce, jakim bez wątpienia są Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej w 2012 roku.

**TAB. 1.4. Rejestrowana baza noclegowa według rodzajów obiektów.
Liczba miejsc noclegowych ogółem (w tys.)**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
OGÓŁEM	651,5	610,9	596,5	584,7	569,9	574,6
Obiekty zakwaterowania zbiorowego	640,4	601,4	596,5	584,7	569,9	574,6
Hotele i obiekty typu hotelowego	118,2	127,6	134,3	165,4	169,6	178,1
Hotele	97,9	109,3	117,1	123,0	127,5	133,8
*****	2,1	2,4	3,3	4,6	5,3	6,4
****	10,5	11,4	11,3	13,7	13,2	13,4
***	43,3	45,2	48,7	51,9	55,8	59,5
**	24,7	25,5	28,9	31,1	33,3	34,3
*	17,4	13,8	12,0	11,7	10,7	11,0
Hotele w trakcie kategoryzacji	.	10,9	12,9	9,9	9,2	9,2
Motele	4,8	4,4	4,9	4,4	4,3	4,1
Pensjonaty	15,4	13,9	12,3	11,2	11,0	11,1
Inne hotelowe	.	.	.	26,8	26,7	29,1
Obiekty wyspecjalizowane	76,0	78,5	78,2	76,7	76,5	78,3
Zakłady uzdrowiskowe	23,8	23,7	22,4	22,7	24,3	26,5
Schroniska	3,9	3,4	3,3	2,9	2,5	2,8
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	48,4	51,4	52,4	51,1	49,7	49,0
Pozostałe obiekty zakwaterowania zbiorowego	446,1	395,3	384,0	342,6	323,7	318,3
Zesp. ogólnodostępnych domków turystycznych	26,8	24,9	24,6	22,9	21,6	22,1
Campingi	38,1	26,0	25,0	24,1	24,9	24,9
Pola biwakowe	42,8	33,4	33,3	30,8	31,3	29,6
Schroniska młodzieżowe	21,7	21,0	22,1	4,3	4,3	3,8
Szkolne schroniska młodzieżowe	.	.	.	17,1	18,0	17,6
Domy wycieczkowe	10,7	8,3	7,1	5,8	5,7	5,0

Domy pracy twórczej	2,5	2,2	2,3	2,6	2,2	2,1
Ośrodki wczasowe	177,5	158,3	151,9	143,5	136,0	136,2
Ośrodki kolonijne	30,2	28,5	28,7	25,7	19,8	19,4
Obiekty rekreacji sob.-niedz.	3,3	3,2	3,4	2,7	2,1	1,7
Inne niesklasyfikowane	92,6	89,4	85,5	63,2	57,7	55,9
Prywatna baza noclegowa	11,2	9,6
Kwatery prywatne
Kwatery agroturystyczne	11,2	9,6

Źródło: GUS "Turystyka w 2006 roku" (oraz poprzednie edycje)

Z zestawienia w tab.1.4. wynika, że liczba miejsc noclegowych nie zmniejszyła się w hotelach. Wprost przeciwnie, dzięki nowym obiektom, wzrosła o blisko 60 tysięcy. To tyle ile w 2006 roku dysponowały miejscami noclegowymi hoteli 3-gwiazdkowe.

To właśnie w tej kategorii hoteli przybyło najwięcej miejsc noclegowych w ciągu pięciu lat (2001-2006). Ich liczba wzrosła o ¼. Dość pokaźną liczbą miejsc, mogą poszczycić się ośrodki wczasowe. W 2006 roku zarejestrowano ich ponad 136 tysięcy. Są to zwykle obiekty, wybudowane w atrakcyjnych regionach Polski, zarówno w górach, nad morzem jak i innych rejonach o wzmożonym ruchu turystycznym. Wiele z tych ośrodków, należy do przedsiębiorstw państwowych i prywatnych.

Za przykład może służyć krakowski HUT-PUS, przedsiębiorstwo usług socjalnych, które posiada 6 ośrodków wczasowych, dysponujących sumą 900 miejsc noclegowych.

Wielka szkoda, że ze statystyk zniknęły kwatery prywatne i agroturystyczne. Wciąż mają one szanse na rozkwit w Polsce a nadal wiele osób na wsi nie chce zdecydować się na tego typu działalność. O turystyce poza miastem mówi się sporo, podpowiada się w jaki sposób organizować takie gospodarstwa. Społeczeństwo wiejskie jest jednak ubogie i boi się ryzyka, padają pytania czy to się opłaci, a czy to aby jest przyszłościowe ?

Te i podobne kwestie, budzą wątpliwości, nie zawsze słuszne. Mimo wszystko jest to jednak najczęściej brak środków finansowych na przedsięwzięcie lub niezdecydowanie do podjęcia działań.

Niewielką liczbą miejsc noclegowych, dysponują motele. Obiekty te, zwykle znajdujące się blisko dróg, służą często jako „przystanki” na odpoczynek dla zmotoryzowanych gości. Mimo że zapotrzebowanie na motele w Polsce jest znaczne, ilość miejsc noclegowych w tych obiektach przekroczyła nieznacznie 4 tysiące w 2006 roku. Nastąpił więc spadek miejsc zakwaterowania w ciągu 5 lat o ok. 700.

Przyjrzyjmy się teraz tabeli 1.5., która określa liczbę miejsc noclegowych na przestrzeni 5 lat, w różnych województwach.

Według danych GUS, w 2001 roku liczba dostępnych miejsc noclegowych w Polsce wynosiła blisko 98 tysięcy. Pięć lat później, ilość ta zwiększyła się do prawie 134 tysięcy, co stanowi 27% wzrostu.

Zestawienie w tab. 1.5. dowodzi, że najwięcej turystów mogły przyjąć w 2001 roku województwa mazowieckie i dolnośląskie. Sytuacja trochę się zmieniła w ciągu następnych pięciu lat, gdyż w 2006 roku województwo mazowieckie nadal zachowało pozycję lidera (ponad 22 tys. miejsc), lecz na drugiej pozycji uplasowało się woj. małopolskie z liczbą ponad 17 tys. miejsc noclegowych. Natomiast woj. dolnośląskie znalazło się na trzecim miejscu z liczbą miejsc bliską 15 tysiącom.

TAB. 1.5. Miejsca noclegowe ogółem według województw w 2006 roku

Województwo	Liczba miejsc noclegowych (w tys.)					
	ogółem	***** i ****	***	**	*	brak kat.
Polska	133,8	19,7	59,5	34,3	11,0	9,2
dolnośląskie	14,9	3,0	6,8	3,3	1,3	0,4
kujawsko- pomorskie	5,6	0,8	2,4	1,8	0,0	0,6
lubelskie	3,2	0,1	1,1	1,0	0,1	0,9
lubuskie	3,7	0,2	1,1	1,3	0,8	0,3
łódzkie	4,6	0,1	2,5	1,6	0,4	0,0
małopolskie	17,2	3,3	8,8	4,1	0,9	0,2
mazowieckie	22,1	5,8	8,0	4,5	2,8	1,0
opolskie	1,3	0,0	0,7	0,2	0,1	0,3
podkarpackie	3,6	0,0	2,1	1,0	0,4	0,0
podlaskie	2,3	0,7	0,5	0,6	0,1	0,4
pomorskie	10,6	1,2	5,1	3,4	0,3	0,7
śląskie	12,3	1,7	3,8	3,1	0,9	2,7
świętokrzyskie	3,2	0,0	1,4	1,0	0,8	0,1
warmińsko- mazurskie	9,6	0,3	5,8	2,1	0,3	1,2
wielkopolskie	11,3	0,9	6,0	3,3	0,9	0,2
zachodnio- pomorskie	8,3	1,5	3,6	2,0	1,0	0,1

Źródło: GUS "Turystyka w 2006 roku" (oraz poprzednie edycje)

TAB. 1.6. Miejsca noclegowe ogółem według województw w 2001 roku

Województwo	Liczba miejsc noclegowych (w tys.)				
	ogółem	**** i ****	***	**	*
Polska	97,9	12,6	43,3	24,7	17,4
dolnośląskie	12,2	2,0	5,0	3,3	1,9
kujawsko-pomorskie	4,0	0,6	1,5	1,3	0,6
lubelskie	2,7	0,0	1,2	0,3	1,2
lubuskie	3,2	0,2	0,8	0,8	1,3
łódzkie	4,0	0,0	1,4	1,9	0,8
małopolskie	11,0	1,3	5,4	2,9	1,4
mazowieckie	17,5	5,1	6,0	3,3	3,0
opolskie	1,4	0,1	0,4	0,2	0,7
podkarpackie	3,2	0,0	1,7	1,0	0,6
podlaskie	1,9	0,5	0,6	0,6	0,2
pomorskie	8,1	0,6	4,1	2,2	1,2
śląskie	6,1	0,6	2,9	2,0	0,7
świętokrzyskie	1,3	0,0	0,6	0,4	0,3
warmińsko- mazurskie	7,4	0,3	4,3	1,3	1,5
wielkopolskie	8,4	0,2	5,1	2,2	0,8
zachodniopomorskie	5,5	1,2	2,4	0,9	1,1

Źródło: GUS "Turystyka w 2001 roku" (oraz poprzednie edycje)

Z roku na rok przybywało obiektów hotelowych w województwie śląskim, tym samym więc, zwiększyła się liczba miejsc noclegowych i w 2006 roku wyniosła ponad 12 tys. W porównaniu do 2001 roku stanowi to wzrost o ponad 50%.

Najmniej turystów jednocześnie mogło przyjąć województwo opolskie. W 2001 roku ok. 1.4 tys. gości, a pięć lat później mogło już zaoferować 100 miejsc mniej. Nieco większą ilością, dysponowało wówczas województwo zachodniopomorskie (5.5 tys.) i liczba miejsc tam wzrosła o ok. 33% w stosunku do roku 2006.

Zbliżoną ilość miejsc noclegowych posiadały obiekty hotelowe w województwie lubuskim i podkarpackim. Oba te regiony mogły przyjąć w 2001 roku po ok. 32 tys., a w 2006 roku po ok. 36 tys. turystów jednocześnie.

Podobnie porównywalną liczbą miejsc, dysponowały województwa lubelskie i świętokrzyskie, gdzie do przyjęcia podróżnych przygotowanych było ponad 32 tys. miejsc noclegowych. Natomiast w łódzkim i kujawsko-pomorskim, równocześnie mogło zamieszkać odpowiednio ponad 46 tys. i 56 tys. gości.

Tymczasem w małopolsce, sytuacja wydaje się być o wiele korzystniejsza. Tu bowiem, ogólna ilość miejsc noclegowych zwiększyła się na przestrzeni 5 lat o ponad 36%. Jest to dobry wynik, który według prognoz, powinien stać się jeszcze lepszy.

3. Liczba turystów korzystających z zakwaterowania.

Według danych z 2006 roku, z bazy noclegowej w Polsce, skorzystało ogółem ponad 17.512 turystów, zarówno z kraju jak i z zagranicy. Większą część stanowili Polacy, bo ok. 75% ogółu. Obcokrajowców przybyło 4.313, a największa ich liczba zatrzymała się w województwie małopolskim.

Dużą grupę turystów, przyjęły także regiony: nadmorskie, a więc zachodniopomorskie i pomorskie oraz południowe: dolnośląskie oraz śląskie. Zarówno turyści krajowi jak i zagraniczni, najchętniej decydowali się na zakwaterowanie w województwie małopolskim (2633.8), najmniej zaś wykorzystywana była baza noclegowa opolszczyzny (195.9). Tam też zatrzymało się nieco ponad 33 tys. obcokrajowców.

TAB. 1.6. Polacy korzystający z bazy noclegowej według województw (tys.)

rodzaj	rok 2001	rok 2002	rok 2003	rok 2004	rok 2005	rok 2006
Razem	11079.0	11028.7	11312.4	11811.6	12286.8	13198.5
dolnośląskie	1371.1	1251.8	1220.6	1246.5	1269.1	1362.6
kujawsko-pomorskie	479.3	466.2	493.5	548.4	576.0	615.1
lubelskie	394.2	404.8	444.4	456.5	451.6	464.8
lubuskie	345.1	354.4	374.8	374.0	388.6	401.0
łódzkie	447.5	464.3	468.6	497.3	522.1	614.2
małopolskie	1385.0	1408.0	1493.4	1579.5	1603.6	1698.8
mazowieckie	1014.3	1235.4	1098.8	1224.6	1366.8	1538.3
opolskie	118.4	117.3	137.3	155.7	156.1	162.7
podkarpackie	440.3	451.8	436.5	416.3	484.6	500.3
podlaskie	281.5	266.4	282.7	297.1	312.3	314.9
pomorskie	990.0	987.2	1017.9	1036.9	1051.3	1136.8
śląskie	1034.4	919.5	1020.2	1142.7	1267.8	1305.3
świętokrzyskie	257.9	262.0	262.1	269.4	270.5	309.7
warmińsko-mazurskie	520.8	504.3	508.6	545.9	538.8	632.2
wielkopolskie	908.1	871.0	909.6	947.1	959.6	1022.6
zachodniopomorskie	1090.8	1064.2	1143.4	1073.7	1068.1	1119.4

Źródło: GUS "Turystyka w 2006 roku" (oraz poprzednie edycje);

TAB. 1.7. Cudzoziemcy korzystający z bazy noclegowej według województw (tys.)

rodzaj	rok 2001	rok 2002	rok 2003	rok 2004	rok 2005	rok 2006
Razem	3151.5	3145.4	3331.9	3934.9	4310.4	4313.6
dolnośląskie	315.2	320.8	371.6	433.3	471.0	487.1
kujawsko-pomorskie	72.5	64.5	67.8	79.2	86.7	85.3
lubelskie	90.9	85.5	91.9	90.1	92.0	99.7
lubuskie	128.9	146.8	127.7	155.0	153.7	167.4
łódzkie	70.9	74.7	73.7	92.6	96.4	109.3
małopolskie	509.5	527.9	553.7	725.6	889.5	935.0
mazowieckie	667.4	619.5	650.5	767.0	795.3	782.0
opolskie	30.5	27.2	29.2	34.4	33.0	33.2
podkarpackie	74.0	73.6	62.7	61.9	62.2	64.1
podlaskie	82.2	85.2	88.3	79.0	86.0	89.0
pomorskie	234.9	234.1	245.5	272.4	293.8	286.6
śląskie	147.1	135.3	150.3	196.3	263.1	273.7
świętokrzyskie	25.5	28.3	29.3	33.3	25.1	24.9
warmińsko-mazurskie	198.3	204.9	200.0	216.8	219.2	186.5
wielkopolskie	227.8	218.9	252.6	267.5	267.1	265.0
zachodniopomorskie	276.0	298.3	337.0	429.7	476.3	424.6

Źródło: GUS "Turystyka w 2006 roku" (oraz poprzednie edycje);

Liczba turystów, korzystających z zakwaterowania w Polsce wyraźnie wzrosła w przeciągu 5 lat. W 2001 roku, z bazy noclegowej skorzystało 14230 tys. osób, a 5 lat później aż 3281.5 tys. więcej. Najwyraźniej wzrastała liczba podróżnych decydujących się na zakwaterowanie w województwie małopolskim. W roku 2001 wynosiła niespełna 1895 tys. turystów, by w 2006 roku osiągnąć już liczbę 2633.8 tys.

Podobnie wyglądała sytuacja w województwie mazowieckim, gdzie w 2001 roku przybyło 1681.7 tys. turystów, a następnie w ciągu pięciu lat liczba ta zwiększyła się o 638.6 tys. Co stanowi wzrost o ok. 38%.

Poza województwem małopolskim, bardzo liczną grupę turystów stanowili cudzoziemcy, którzy mieli potrzebę zakwaterowania w województwie mazowieckim. Jak wiadomo znajduje się tu stolica Polski – Warszawa, będąca centralnym ośrodkiem kraju, gdzie najszybciej rozwijają się różnorodne gałęzie gospodarki, a co za tym idzie biznes. Tak więc w stadium zaawansowanego rozwoju jest tu turystyka biznesowa, zarówno krajowa jak i zagraniczna.

Podsumowując, od 2001 do 2006 roku liczba turystów z zagranicy, korzystających z noclegu wzrosła w niemal wszystkich województwach, za wyjątkiem : świętokrzyskiego, warmińsko – mazurskiego oraz podkarpackiego.

Dane te mogą świadczyć o coraz większej atrakcyjności i popularności naszego kraju wśród turystów zagranicznych, w tym również biznesowych .

Zestawienie danych w tab. 1.8. przedstawia liczbę turystów, korzystających z noclegu w poszczególnych obiektach zakwaterowania. Ogółem w 2001 roku, z bazy noclegowej w Polsce, skorzystało 11147 tys. rodzimych turystów. Po 5 latach nastąpił wzrost o ok. 15%, co w 2006 roku dało liczbę 13198.5 tys. turystów z kraju.

Okazuje się, że najczęściej nasi rodacy mieszkali w hotelach (3678.7), według danych za 2001 rok. Następnie liczba ta stopniowo wzrastała, aby w roku 2006 osiągnąć 5945.8 tys., co dało niemal 40% wzrost w ciągu 5 lat.

Polacy mniej chętnie korzystali z moteli oraz pensjonatów. Tu liczba turystów krajowych zmniejszyła się odpowiednio o ok. 20% oraz ponad 25%. Zapewne spowodowane było to rozbudową infrastruktury noclegowej o wyższym standardzie (hotele), a nie wygórowanych cenach za pobyt w tego typu obiektach.

TAB. 1.8. Polacy korzystający z bazy noclegowej według obiektów (tys.)

rodzaj	rok 2001	rok 2002	rok 2003	rok 2004	rok 2005	rok 2006
OGÓŁEM	11147.0	11094.3	11312.4	11811.6	12286.8	13198.5
Obiekty zakwaterowania zbiorowego	11079.0	11028.7	11312.4	11811.6	12286.8	13198.5
Hotele i obiekty typu hotelowego	4339.9	4580.4	4834.1	6272.7	6804.7	7563.9
Hotele	3678.7	3984.2	4251.4	4777.3	5250.1	5945.8
****	41.4	44.5	65.6	112.5	154.0	219.0
****	280.7	301.2	309.0	427.5	476.8	531.4
***	1694.2	1647.1	1745.6	1971.3	2187.8	2486.1
**	1071.3	1126.4	1198.3	1390.7	1562.5	1748.4
*	591.0	536.9	533.7	525.6	525.7	555.5
Hotele w trakcie kategoryzacji	0.0	328.2	399.3	349.4	343.2	405.4
Motele	293.4	267.5	271.0	232.2	230.7	237.6
Pensjonaty	367.7	328.6	311.7	266.6	281.4	271.6
Inne hotelowe	0.0	0.0	0.0	996.5	1042.3	1108.9
Obiekty wyspecjalizowane	1469.3	1505.6	1633.4	1621.0	1612.6	1706.7
Zakłady uzdrowiskowe	336.2	313.5	343.5	335.2	361.8	417.9
Schroniska	115.6	101.9	104.4	102.9	101.1	98.7
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	1017.5	1090.2	1185.5	1182.9	1149.6	1190.1
Pozostałe obiekty zakwaterowania zbiorowego	5269.8	4942.7	4844.9	3917.8	3869.4	3928.0

Zesp. ogólnodostępnych domków turystycznych	244.5	235.7	218.5	214.6	213.9	230.9
Kempingi	135.9	150.8	161.4	122.9	127.7	142.5
Pola biwakowe	138.8	132.1	145.5	92.9	108.6	102.6
Schroniska młodzieżowe	458.6	463.3	448.2	108.8	94.3	87.3
Szkolne schroniska młodzieżowe	0.0	0.0	0.0	366.3	382.6	399.4
Domy wycieczkowe	283.5	291.3	220.4	200.8	194.0	171.4
Domy pracy twórczej	70.2	69.9	60.7	60.4	55.5	55.9
Ośrodki wczasowe	1592.8	1515.3	1527.2	1461.0	1464.7	1491.9
Ośrodki kolonijne	152.6	137.8	154.6	149.9	114.8	116.2
Obiekty rekreacji sob.-niedz.	31.8	33.1	61.3	46.2	54.1	30.7
Inne obiekty wykorzystywane dla turystyki	2161.2	1913.6	1847.0	1093.4	1058.8	1099.2

Źródło: GUS "Turystyka w 2006 roku" (oraz poprzednie edycje).

Na przestrzeni 5 lat (2001-2006), liczba Polaków korzystających z bazy noclegowej zwiększyła się o 15%. Nie jest to zapewne oszałamiający wzrost lecz wciąż wskazuje na stopniowe, większe zainteresowanie się polskich turystów walorami przyrodniczymi i kulturalnymi naszego kraju.

Poza tym liczniejsze podróże mogą świadczyć o lepszej sytuacji majątkowej niektórych osób podróżujących, które nie tylko chcą odpocząć w „innym” otoczeniu, ale także potrzebują rozerwać się, by choć na chwilę zapomnieć o codzienności i problemach.

Podobnymi argumentami, uzasadniają swoją chęć wyjazdów, a przy tym korzystania z noclegu turyści z zagranicy. Obcokrajowcy, często przyjeżdżają do Polski na urlop, ale nie rzadko także w interesach. Korzystając na ten czas z zakwaterowania, najchętniej decydują się na hotele (7209 tys. osób), gdy tymczasem z pensjonatów skorzystało ich w 2006 roku nieco ponad 77 tys. Ogólna liczba turystów zagranicznych wynosiła wówczas ponad 13198 tys., a według prognoz do 2012 powinna wzrosnąć o dalsze 25%.

Turyści spoza Polski korzystali licznie również z zakładów uzdrowiskowych, które są doskonałą alternatywą dla drogich tego typu ośrodków w wielu państwach Europy. W 2006 roku, zanotowano ponad 858 tys. obcokrajowców, którzy zdecydowali zatrzymać się w zakładach uzdrowiskowych, co stanowi wzrost w ciągu poprzednich pięciu lat o blisko 60% wzrost (367.8 tys. w 2001 roku).

Również w 2006 roku znaczna okazała się liczba turystów zagranicznych, mających potrzebę zakwaterowania w ośrodkach wczasowych. Blisko 580 tys. podróżnych zza granicy skorzystało z noclegu w tego rodzaju obiektach.

TAB. 1.9. Cudzoziemcy korzystający z bazy noclegowej według obiektów (tys.)

rodzaj	rok 2001	rok 2002	rok 2003	rok 2004	rok 2005	rok 2006
OGÓŁEM	7015.2	7105.0	7828.2	9313.7	10542.3	10555.1
Obiekty zakwaterowania zbiorowego	6990.5	7085.0	7828.2	9313.7	10542.3	10555.1
Hotele i obiekty typu hotelowego	4918.3	4999.3	5450.4	6876.1	7868.7	7910.7
Hotele	4686.7	4784.2	5239.0	6271.6	7196.9	7209.5
*****	246.1	262.0	308.8	489.3	705.7	842.3
****	930.6	896.5	903.5	1121.3	1155.0	1082.8
***	2473.9	2401.7	2645.6	3154.2	3663.7	3577.4
**	715.0	750.6	867.1	1042.5	1214.9	1252.6
*	321.1	262.7	257.8	258.2	256.3	239.9
Hotele w trakcie kategoryzacji	0.0	210.7	256.1	205.8	200.9	214.4
Motele	86.2	66.9	70.8	74.0	72.9	77.4
Pensjonaty	145.4	148.2	140.6	161.2	201.0	180.3
Inne hotelowe	0.0	0.0	0.0	369.1	397.7	443.5
Obiekty wyspecjalizowane	585.7	674.3	828.5	983.3	1129.3	1120.3
Zakłady uzdrowiskowe	367.8	420.9	560.7	708.6	853.2	858.4
Schroniska	9.1	10.7	9.3	8.6	9.7	9.2
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	208.8	242.7	258.6	266.0	266.3	252.6
Pozostałe obiekty zakwaterowania zbiorowego	1486.6	1411.5	1549.3	1453.4	1544.2	1524.2
Zesp. ogólnodostępnych domków turystycznych	38.7	43.7	51.4	46.1	44.5	46.2
Kempingi	77.6	102.8	121.6	148.3	199.4	183.3
Pola biwakowe	19.2	20.9	28.3	26.6	32.6	27.9
Schroniska młodzieżowe	100.3	93.1	104.2	59.5	59.7	49.9
Szkolne schroniska młodzieżowe	0.0	0.0	0.0	64.1	64.0	82.3
Domy wycieczkowe	84.1	73.3	68.2	52.6	51.7	41.1
Domy pracy twórczej	11.4	12.2	11.7	10.2	10.1	9.3
Ośrodki wczasowe	354.2	436.2	495.0	609.9	620.0	578.8
Ośrodki kolonijne	9.2	10.8	5.0	10.9	10.6	12.7
Obiekty rekreacji sob.-niedz.	2.3	2.0	3.5	4.5	5.1	5.0
Inne obiekty wykorzystywane dla turystyki	789.5	616.4	660.5	420.1	446.1	487.7
Prywatna baza noclegowa*	24.6	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Źródło: GUS "Turystyka w 2006 roku" (oraz poprzednie edycje).

Liczna grupa cudzoziemców zatrzymała się na kempingach i w szkolnych schroniskach młodzieżowych. Ze względu na walory przyrodnicze i kulturalne regionów Polski, ilość młodych turystów zza granicy, korzystających z tego typu zakładów noclegowych wyniosła w 2006 roku odpowiednio 183.3 tys. oraz 82.3 tys. Stanowi to wzrost w przypadku tych pierwszych o prawie 60% (w stosunku do 2001 roku), a tych drugich o ok. 20% (porównując do roku 2003).

Cyklicznie, bo co roku, wzmożony ruch turystyczny w Polsce powoduje, iż zarówno goście z zagranicy jak i z kraju, najchętniej korzystają z bazy noclegowej w miesiącach: maj, czerwiec, lipiec, sierpień, wrzesień, październik. W maju 2001 roku, w obiektach noclegowych udzielono noclegów 330.6 tys. obcokrajowcom, a w sierpniu liczba ta wzrosła o ponad 20%. Podobny wzrost nastąpił w tym samym okresie w 2006 roku, gdzie w maju roku ilość cudzoziemców wynosiła 439.1 tys., ale na przełomie lipca i sierpnia sięgnęła już 581.1 tys.

W maju 2006 roku w obiektach noclegowych polskich turystów gościło ok. 1190.5 tys., a w lipcu ta liczba zwiększyła się o dalsze 400 tys. Podobna sytuacja miała miejsce w 2001 roku, gdzie nasi rodacy najchętniej wybierali miesiąc lipiec, jako czas wypoczynku, a tym samym korzystania z infrastruktury noclegowej.

Podsumowując, najatrakcyjniejszymi miesiącami generalnie dla turystyki są miesiące ciepłe (wiosna, lato), nie bez znaczenia jest również czas urlopowy, dotyczący zarówno Polaków jak i gości z zza granicy. Jak pokazują statystyki, turyści rzadziej decydują się na wypoczynek w Polsce w miesiącach zimowych. Ta sytuacja jednak ulega i będzie nadal ulegać zmianie. Coraz liczniej zimowe ośrodki turystyczne w naszym kraju oferują usługi, w tym również noclegowe na najwyższym poziomie dla amatorów śnieżnego szaleństwa.

TAB. 1.10. Polacy korzystający z bazy noclegowej według miesięcy (tys.)

rodzaj	rok 2001	rok 2002	rok 2003	rok 2004	rok 2005	rok 2006
OGÓŁEM	11079.0	11028.7	11312.4	11811.6	12286.8	13198.5
I kwartał	2082.0	1992.9	1955.1	2139.3	2203.7	2440.5
styczeń	667.2	670.8	633.3	671.5	739.6	775.9
luty	686.1	664.9	654.1	723.6	732.9	790.7
marzec	728.7	657.1	667.7	744.0	731.1	873.8
II kwartał	3009.0	3039.5	3038.2	3212.8	3328.7	3498.9
kwiecień	752.0	787.3	689.7	771.7	844.1	887.0
maj	1117.2	1102.1	1173.0	1149.4	1149.2	1190.5
czerwiec	1139.8	1150.2	1175.5	1291.7	1335.3	1421.5
III kwartał	3768.5	3780.1	4006.4	3984.1	4113.9	4378.2
lipiec	1403.6	1384.0	1443.7	1437.4	1488.9	1590.8
sierpień	1379.0	1386.2	1491.5	1426.1	1439.6	1487.2
wrzesień	986.0	1009.8	1071.1	1120.5	1185.2	1300.2
IV kwartał	2219.5	2216.3	2312.8	2475.3	2640.3	2880.9
październik	868.4	872.8	920.4	974.4	1025.5	1132.3
listopad	714.0	721.5	736.8	782.6	854.7	912.4
grudzień	637.1	621.9	655.5	718.1	760.0	836.2

Źródło: GUS "Turystyka w 2006 roku" (oraz poprzednie edycje).

TAB. 1.11. Cudzoziemcy korzystający z bazy noclegowej według miesięcy (tys.)

rodzaj	rok 2001	rok 2002	rok 2003	rok 2004	rok 2005	rok 2006
OGÓŁEM	3151.5	3145.4	3331.9	3934.9	4310.4	4313.6
I kwartał	481.0	471.3	461.1	532.2	601.0	637.3
styczeń	138.3	132.0	133.9	150.6	180.5	187.4
luty	133.2	133.1	128.8	147.7	163.1	181.6
marzec	209.5	206.2	198.4	233.8	257.3	268.3
II kwartał	932.6	928.0	952.6	1123.6	1267.9	1203.6
kwiecień	238.1	233.5	239.9	276.9	304.5	321.5
maj	330.6	339.1	351.5	403.1	472.6	439.1
czerwiec	363.9	355.4	361.2	443.5	490.7	443.1
III kwartał	1167.4	1173.5	1298.8	1529.9	1655.6	1591.1
lipiec	405.4	400.0	430.0	516.6	576.6	534.9
sierpień	420.3	421.5	483.1	572.4	603.7	581.1
wrzesień	341.7	352.1	385.7	440.8	475.2	475.0
IV kwartał	570.5	572.6	619.4	749.0	785.6	881.6
październik	256.1	258.7	286.4	350.5	353.0	397.5
listopad	174.3	169.9	178.0	210.3	243.8	267.3
grudzień	140.2	144.0	154.9	188.2	188.7	216.9

Źródło: GUS "Turystyka w 2006 roku" (oraz poprzednie edycje).

Rozdział III

MOŻLIWOŚCI ROZWOJU POLSKIEGO HOTELARSTWA.

1. Analiza SWOT rynku hotelarskiego w Polsce.

W poprzednich rozdziałach pracy, przytoczone zostały informacje oraz dane liczbowe, charakteryzujące polskie hotelarstwo. Aby jednak przyjrzeć się dokładniej sytuacji w jakiej znajduje i może się w przyszłości znaleźć rynek hotelarski, warto przeprowadzić analizę SWOT. Jest ona jedną z najczęściej stosowanych metod analizy strategicznej, polegającej na badaniu silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń przedmiotu analizy.

Nazwa SWOT jest akronimem angielskich słów Strengths (mocne strony), Weaknesses (słabe strony), Opportunities (szanse w otoczeniu), Threats (zagrożenia w otoczeniu).

Analiza ta, oparta jest na schemacie klasyfikacji, dzielącym wszystkie czynniki mające wpływ na bieżącą i przyszłą pozycję organizacji na:

- a) zewnętrzne w stosunku do organizacji i mające charakter uwarunkowań wewnętrznych,
- b) wywierające negatywny wpływ na organizację i mające wpływ pozytywny.

Ze skrzyżowania tych dwóch podziałów powstają cztery kategorie czynników:

- 1) zewnętrzne pozytywne - szanse. Szanse to zjawiska i tendencje w otoczeniu, które gdy odpowiednio wykorzystamy staną się impulsem rozwoju oraz osłabiają zagrożenia.
- 2) zewnętrzne negatywne - zagrożenia. Zagrożenia to wszystkie czynniki zewnętrzne, które są postrzegane jako bariery dla rozwoju firmy, utrudnienia, dodatkowe koszty działania. Istnienie zagrożeń ma destrukcyjny wpływ na rozwój organizacji lub powodzenie inwestycji. Jednocześnie nie pozwala na pełne wykorzystanie szans i mocnych stron.
- 3) wewnętrzne pozytywne - mocne strony, czyli atuty organizacji. Mocne strony to walory organizacji, które w pozytywny sposób wyróżniają ją pośród konkurencji. Mocne strony mogą być wynikiem wielkości organizacji, polegać na dużym udziale w rynku, niskich kosztach jednostkowych, dysponowania nowoczesną technologią, jakością produkcji itd.

- 4) wewnętrzne negatywne - słabe strony organizacji. Słabe strony to konsekwencja ograniczeń zasobów i niedostatecznych kwalifikacji. Mogą one dotyczyć całej organizacji, jak i jej części. Każda organizacja posiada słabe strony. Jednak zbyt duża ich ilość może spowodować, że organizacja nie utrzyma się na rynku konkurencyjnym, a inwestycja może przynieść starty, zamiast spodziewanych zysków.

ANALIZA S.W.O.T.

MOCNE STRONY

- Polska krajem tranzytowym
- metropolitarne funkcje kraju (turystyka biznesowa)
- korzystne walory turystyczno – krajobrazowe (turystyka kwalifikowana)
- bogactwo historyczne i kulturowe, przyciągające turystów
- duża liczba obiektów noclegowych w aglomeracjach kraju
- zabytkowe hotele, odrestaurowane w historycznych kamienicach
- rezerwy terenowe pod budownictwo poza obszarami miejskimi
- wysoki poziom wyposażenia obiektów noclegowych
- wysoki standard usług oferowanych w obiektach hotelowych
- dobra jakość oferowanego produktu hotelowego
- dobrze rozwinięta gałąź rynku turystycznego
- duży napływ turystów z krajów Europy i Ameryki Północnej
- duże zainteresowanie się inwestorów zagranicznych rynkiem hotelarskim
- dobrze rozwinięta sieć połączeń komunikacyjnych
- dogodne warunki do rozwoju różnych form turystyki i rekreacji
- duży procent ludzi wykształconych w kierunku turystyki i hotelarstwa.

SŁABE STRONY

- długi czas oczekiwania na zyski w przypadku działalności hotelowej
- brak rezerw terenowych w centrach dużych miast
- niekorzystna struktura własności, regulowana przez polskie prawo
- brak dostatecznej ilości zakładów noclegowych średniej i niskiej klasy
- dominacja małych zakładów w ogólnej liczbie obiektów noclegowych
- wysokie koszty inwestycyjne przy rozpoczęciu świadczenia usług hotelarskich
- wysoki odsetek zatrudnienia w turystyce i hotelarstwie
- brak skutecznej promocji rynku hotelarskiego
- słabe zaangażowanie ludności w rozwój turystyki – mała ilość kwater i gospodarstw świadczących usługi agroturystyczne
- niewielka świadomość ludzi z korzyści wynikających z działalności turystycznej (np. prowadzenia obiektu noclegowego)

SZANSE

- rozwój agroturystyki na wsiach i w małych miasteczkach
- sławni ludzie wypoczywający w obiektach noclegowych Polski
- możliwość promocji turystyki i hotelarstwa w mediach (np. internet)
- Polska w Unii Europejskiej
- szeroko rozumiana współpraca hotelarzy z tour-operatorami
- integrowanie się małych zakładów hotelowych
- zainteresowanie się przez duże systemy polskim rynkiem hotelarskim
- wprowadzenie korzystnej polityki podatkowej państwa
- doskonalenie jakości usług poprzez kontakty polskim hotelarzy z zagranicznymi
- rozwój proekologiczny państwa polskiego
- programy budowy autostrad i portów lotniczych
- większe zainteresowanie się Polaków turystyką krajową

ZAGROŻENIA

- coraz silniejsza i liczniejsza konkurencja
- brak preferencyjnych kredytów na rozbudowę bazy noclegowej i dalszy rozwój agroturystyki
- wysoka skala podatkowa, zwłaszcza dla większych przedsiębiorstw hotelowych
- konkurencyjność terenów wypoczynkowych w Czechach i Słowacji
- dewastacja środowiska naturalnego, a zwłaszcza regionów atrakcyjnych turystycznie (tereny górskie, leśne, nadmorskie)
- zbyt duży napływ turystów w stosunku do potencjału bazy noclegowej Polski
- wzrastające koszty utrzymania obiektu noclegowego
- ograniczenia lub utrudnienia prawne w zakresie inwestycji
- niedostosowanie standardów jakościowych do Unii Europejskiej

Ogólne wytyczne wynikające z analizy SWOT są bardzo proste, ale niestety trudne do realizacji:

- unikać zagrożeń,
- wykorzystywać szanse,
- wzmacniać słabe strony,
- opierać się na mocnych stronach.

Należy podkreślić, że analiza SWOT jest narzędziem uniwersalnym. Umożliwia ona, przejście od analizy strategicznej do planowania strategicznego oraz pozwala sformułować koncepcje rozwoju badanego „przedmiotu”. Poza tym, zaletą analizy jest także zróżnicowanie nie tylko czynników na które można wpłynąć i na których powinno się koncentrować. Ale również tych niezależnych, które należy brać pod uwagę zarówno przy projektowaniu strategii przedsiębiorstwa czy to badaniu rynku hotelarskiego.

2. Doskonalenie jakości usług hotelarskich, przyszłością polskiego hotelarstwa.

Nie ulega wątpliwości, że jakość jest jednym z najważniejszych elementów działalności produkcyjnej i usługowej, gdyż obok ceny najważniejszą przyczyną, przesądzającą o wyborze przez klienta, tego a nie innego produktu lub usługi.

W dzisiejszych czasach ludzie przywiązują coraz większą wagę do jakości – konsumenci stają się bardziej wrażliwi na to co wybierają na rynku, jakie produkty i usługi kupują. Producenci tych towarów i usług muszą więc sprostać ich wymaganiom co do jakości. Coraz więcej firm skupia swoją uwagę konkurencyjną na zapewnieniu jak najwyższej jakości, która często pojmowana jest jako nowa filozofia marketingu.

Jakość to pojęcie abstrakcyjne i trudne do zdefiniowania, jest uważane za coś nieuchwytnego, na czym znają się fachowcy lub co wyczuwają klienci, czego nie można ująć w realnych pojęciach. Philip Kotler określa jakość jako zespół cech i charakterystyk produktu lub usługi, które sprawiają, że produkt lub usługa ma zdolność zaspokojenia wyspecjalizowanych potrzeb nabywców wyrobów i usług jak i dostawców firmy.

Tab. 1.12. przedstawia kryteria, które powinny zostać spełnione, by jakość polskiego hotelarstwa zaspakajała potrzeby wymagających gości.

TAB. 1.12. Kryteria oceny jakości usług hotelarskich.

DOSTĘPNOŚĆ	<ul style="list-style-type: none">• łatwość kontaktu i dostępu do usługi• nie wydłużanie czasu oczekiwania na otrzymanie usługi• wygodna dla gościa lokalizacja hotelu
KOMUNIKACJA	<ul style="list-style-type: none">• dokładne słuchanie klienta, informowanie go na czym polega, co obejmuje i ile kosztuje usługa• zapewnienie gościa o gotowości zajęcia się każdym wynikłym problemem
ZROZUMIENIE GOŚCIA	<ul style="list-style-type: none">• podjęcie wysiłku zrozumienia potrzeb gości (obecnych i potencjalnych)• poznanie specyficznych wymagań, poświęcenie im szczególnej uwagi• natychmiastowe rozpoznanie stałych gości

NIEZAWODNOŚĆ	<ul style="list-style-type: none"> • pewność gościa w otrzymaniu odpowiedniej, wyświadczonej rzetelnie usługi w określonym czasie
KOMPETENCJA	<ul style="list-style-type: none"> • posiadanie przez personel wiedzy, umiejętności oraz doświadczenia potrzebnego do właściwego wykonania usług
UPRZEJMOŚĆ	<ul style="list-style-type: none"> • grzeczność, respekt, miłe usposobienie personelu (zwłaszcza osób będących w bezpośrednim kontakcie z gościem: recepcjonista, sekretarka, portier)
BEZPIECZEŃSTWO	<ul style="list-style-type: none"> • pozbawienie usługi elementów ryzyka • zapewnienie fizycznego bezpieczeństwa • zapewnienie poufności, prywatności przy nabywaniu usługi • pewność finansowa
WIARYGODNOŚĆ	<ul style="list-style-type: none"> • uczciwość przedsiębiorstwa (hotelu) • zaangażowanie personelu w sprawy gościa i empatyczny stosunek do jego problemów
ODPOWIEDZIALNOŚĆ	<ul style="list-style-type: none"> • gotowość pracowników do wykonania usługi • natychmiastowe świadczenie usług po zgłoszeniu potrzeby przez gościa
MATERIALNE CZYNNIKI ŚWIADCZENIA USŁUG	<ul style="list-style-type: none"> • jakość techniczna: <ul style="list-style-type: none"> - wszelkie udogodnienia w wyposażeniu - wygląd personelu - narzędzia potrzebne do świadczenia usług.

Jakość w hotelach jest szczególnie zauważalna i robi wrażenie na gościach hotelowych, gdy jej zabraknie lub się drastycznie obniży. Wyznacza to szczególne zadania dla polityki jakości. Jako czynnik dominujący w branży hotelarskiej musi ona stale dominować w staraniach o zdobycie i utrzymanie klienteli, zachowanie jej lojalności. Warunkować to bowiem może wzrost dochodów i udziałów w rynku oraz stanowić podstawę pomyślnej i długofalowej polityki danego obiektu hotelowego.

3. Budownictwo hotelowe oraz kierunki jego rozwoju.

Perspektywa współorganizowania przez Polskę EURO 2012, korzystna sytuacja ekonomiczna w regionie, napływ funduszy unijnych przeznaczonych na rozwój turystyki, a także wcześniejsze niedoinwestowanie rynku hotelowego sprawia, że w ciągu najbliższych pięciu lat ten segment budownictwa wzrośnie ponad dwukrotnie i przekroczy 1 mld zł.

Po okresie spadków, lata 2005-2006 przyniosły poprawę na rynku budownictwa hotelowego. Wartość tej gałęzi gospodarki (mierzona przychodami firm z tytułu budowy hoteli i innych obiektów zakwaterowania turystycznego) wzrosła w 2006 roku o 3% w stosunku do roku 2005 i wyniosła 439 mln zł. Szacuje się, że przez najbliższe pięć lat wartość budownictwa hotelowego będzie rosła średnio o około 17% rocznie i w 2012 roku osiągnie poziom blisko 1,1 mld zł.

W latach 2008-2012 baza hotelowa będzie rosła w średnim tempie 7% rocznie - odpowiada to budowie prawie 30 tys. pokoi hotelowych w około 560 hotelach - powstawać może około 110 hoteli, co oznacza znaczny wzrost w porównaniu do blisko 50 hoteli oddawanych do użytku każdego roku w latach 2001-2006. Budowanych obiektów przybędzie w każdej kategorii - najwięcej pokoi powstanie w segmencie hoteli 3-gwiazdkowych (prawie 15 tys.) i 1- i 2-gwiazdkowych (ponad 12 tys.). Warto zauważyć, że pomimo silnych wzrostów, dopiero w 2009 roku wartość budownictwa hotelowego przekroczy 660 mln zł, czyli poziom zarejestrowany w doskonałym dla tego sektora roku 2001.

Coraz więcej osób będzie korzystać z noclegów w polskich hotelach - w 2006 roku przyjechało do nas 15,7 mln turystów, a w latach 2012-2013 powinniśmy spodziewać się ich ponad 20 mln. Jednak jest to obwarowane pewnymi warunkami: korzystna sytuacja ekonomiczna w Europie Środkowo-Wschodniej, dynamiczny rozwój tanich linii lotniczych, poprawa infrastruktury drogowej, wzrost liczby konferencji organizowanych w Polsce, a także wartości funduszy unijnych przeznaczonych na rozwój turystyki. Warto zauważyć, że spośród 10 największych, globalnych grup hotelowych w Polsce obecnych jest już osiem i niemal każda z nich planuje dalszą ekspansję w regionie. Poważne plany inwestycyjne ogłaszają też międzynarodowe sieci hotelowe, dotychczas w Polsce nieobecne. Co więcej, na wieść o tym, że będą u nas organizowane EURO 2012, część operatorów sieci hotelowych oraz deweloperów zrewidowała swoje strategie i zwiększyła liczbę hoteli, które zamierza wybudować. Dotychczas upublicznione plany operatorów hotelowych oraz deweloperów zakładają budowę prawie 20 tys. pokoi hotelowych w ciągu najbliższych pięciu lat, przy czym najwięcej powinno ich powstać w sieciach: Orbis, konsorcjum Louvre Hotels i Warimpeks, InterContinental, Chaber i Comfort Express. Planowane inwestycje to hotele wszystkich standardów - od ekonomicznych po luksusowe - głównie w większych miastach oraz miejscowościach nadmorskich.

Wartość rynku budownictwa hoteli i obiektów zakwaterowania turystycznego w Polsce w mln zł *



Źródło: Raport "Budownictwo hotelowe w Polsce 2007"; * prognoza (p)

Warto przyjrzeć się najbardziej aktualnym danym o stanie bazy hotelowej w największych skupiskach ruchu turystycznego, jakimi są polskie miasta. Oczywistym jest, że to właśnie w nich buduje się coraz więcej hoteli i innych obiektów noclegowych. Wynika to z faktu, że metropolie gromadzą w sobie duży potencjał do obsługi turystów: dostępność komunikacyjna (lotnisko), sale konferencyjne, atrakcje i pozostałości historyczne oraz wiele innych korzyści, jakich może dostarczyć miasto.

TAB. 1.13. Liczba hoteli klasy średniej i lux w polskich miastach.

Hotele w największych miastach Polski <i>(stan na lipiec 2007)</i>				
	*****	****	***	łącznie
Kraków	6	12	59	77
Warszawa	10	7	21	38
Wrocław	2	7	19	28
Poznań	1	5	22	28
Gdańsk	2	2	10	14
Szczecin	-	4	5	9
Łódź	-	-	8	8
Bydgoszcz	-	3	4	7
Lublin	-	1	5	6
Rzeszów	-	-	6	6
Katowice	1	2	3	6
Kielce	-	1	5	6
Olsztyn	-	-	6	6
Opole	-	-	5	5
Zielona Góra	-	-	4	4
Białystok	-	2	2	4
ogółem	22	46	184	252
"- " - brak hoteli w danej kategorii, Źródło: Raport "Budownictwo hotelowe..."				

Rozdział IV

ZAKOŃCZENIE.

Według szacunków Światowej Organizacji Turystycznej (WTO), blisko 59% światowego ruchu turystycznego i ponad 50% wpływów dewizowych z turystyki koncentruje się na kontynencie europejskim. WTO zakłada, że w latach 1995-2020 tempo wzrostu liczby przyjazdów będzie tu wynosiło 3,1% rocznie, a w Europie Centralnej nawet 4,8%.

Polska uzyskuje dobre wyniki dzięki korzystnemu położeniu między wielkimi rynkami, jakimi są Niemcy i kraje byłego ZSRR, a także dzięki korzystnym relacjom cen artykułów konsumpcyjnych. Jednak dalszy wzrost liczby przyjazdów turystycznych do Polski i wydatków cudzoziemców w naszym kraju, uzależniony będzie m.in. od dalszej promocji Polski na rynkach zagranicznych, jakości usług turystycznych, oferowanych cudzoziemcom oraz przede wszystkim od rozwoju infrastruktury turystycznej, a więc i bazy noclegowej.

Reasumując, należy stwierdzić iż Polska jest krajem, którego rynek turystyczny, a co za tym idzie także hotelarski rozwija się w szybkim tempie. Statystyki i dane ośrodków badawczych dowodzą, że coraz więcej turystów decyduje się na pobyt w naszym kraju. Aby nadal rozwijać polską turystykę i podnosić jej standard, potrzeba inwestorów, zainteresowanych budową nowych lub modernizacją starszych obiektów hotelowych. Turystyka poznawcza i kongresowa, a także liczniejsze podróże służbowe sprawiają, że Polski rynek hotelarski potrzebuje obiektów klas średnich oraz tych, wyposażonych w centra kongresowe.

W planach głównych inwestorów pomijane są na razie regiony atrakcyjne turystycznie, takie jak Mazury, wybrzeże Bałtyku czy tereny górskie. Jest to spowodowane tym, że sezon letni i zimowy jest w Polsce zbyt krótki, aby zapewnić opłacalność większych przedsięwzięć. Inaczej sytuacja ta jest jednak postrzegana wśród mniejszych przedsiębiorców krajowych, którzy coraz częściej wybierają malownicze ośrodki turystyczne pod budowę niewielkich hotelików, pensjonatów czy domków wczasowych.

Przyszłość przemysłu hotelowego będzie zależeć w dużej mierze od stopnia rozwoju technologicznego, podaży oraz zdolnej utalentowanej kadry, która będzie w stanie sprostać nowym wymaganiom w zakresie serwisu i możliwości oferowania na rynku nowego produktu. Podobnie mogą wzrosnąć wymagania w dziedzinie zarządzania, kiedy zarówno inwestorzy jak i właściciele zaczną żądać szybszego zwrotu poniesionych nakładów i przyspieszyć inkasowanie zysków.

W takiej sytuacji wielkiego znaczenia nabiera dokładne prognozowanie i przygotowanie długoterminowej strategii dla danego przedsiębiorstwa.

Spośród różnych czynników warunkujących dalszy postęp i rozwój w przemyśle hotelowym, najważniejszym stać się może wpływ technologii. Odgrywa ona bowiem istotną rolę w procesie przemian zachodzących w dziedzinie kontroli podaży, pojemności na rynku hotelarskim, niezawodności i bezpieczeństwa, alokacji środków, ruchów kapitału i nowego stylu zarządzania.

Technologia w coraz większym stopniu odgrywa rolę ważnego instrumentu w działaniach konkurencyjnych: przede wszystkim może zostać użyta do poprawy poziomu wydajności i sprawności funkcjonowania hoteli. Szerokie zastosowanie technologii stanie się metodą w akcji przeciwstawiania się konkurencji, poprzez doskonalsze badanie potrzeb gościa – przed, w czasie o po zakończeniu procesu sprzedaży oferowanego produktu, świadczenia usługi hotelowej. Technologia będzie wreszcie w stanie, umożliwić gromadzenie i wykorzystywanie zdobytych doświadczeń, w bezpośrednich kontaktach z gościem.

W procesie prognozowania ważna jest umiejętność rozpoznawania sprzyjających okoliczności i trendów, także zagrożeń, które charakteryzują branżę hotelarstwa. Dynamizm i kompleksowość globalnego rynku hotelowego narzuca konieczność realizacji hasła „Seeing the Future First”.

BIBLIOGRAFIA

1. Praca zbiorowa pod redakcją Doroty Pląder: „*Organizacja pracy w hotelarstwie*”, Krakowska Szkoła Hotelarska, Kraków 2001
2. Ustawa o usługach turystycznych z 29 sierpnia 1997r.; Dz. U. Nr 133, poz. 884
3. Publikacje Głównego Urzędu Statystycznego, „*Turystyka w 1999 roku*”
4. Dane statystyczne Instytutu Turystyki: „*Raport o stanie hotelarstwa (synteza)*”
5. Turkowski M.: „*Marketing usług hotelarskich*”, PWE, Warszawa 1997
6. Analiza S.W.O.T. przeprowadzona na podstawie danych z raportu o sytuacji polskiego hotelarstwa oraz pism branżowych i innych źródeł
7. Tematyczne Zasoby Internetowe (opracowania własne)
8. Raport "*Budownictwo hotelowe w Polsce 2007*"