

Monitorowanie zabytkowych rezydencji funkcjonujących na rynku usług hotelarskich w Polsce w latach 2002-2011

Rafał Rouba

geograf
Instytut Turystyki i Rozwoju Gospodarczego
Uniwersytet Łódzki

Waldemar Cudny

geograf
Instytut Turystyki i Rozwoju Gospodarczego
Uniwersytet Łódzki



CO ROKU KOLEJNE ZABYTKOWE REZYDENCJE znajdujące się na ziemiach polskich są rewitalizowane, restaurowane lub odbudowywane, a celem tych działań jest nadanie im funkcji hotelarskiej, będącej, jak wykazały badania¹, jedną z najważniejszych współczesnych ról, jakie pełnić mogą kompleksy dawnych szlacheckich gniazd rodowych.

Polska branża turystyczna przez ostatnie dziesięciolecie przeszła bardzo istotną ewolucję, zmieniły się potrzeby i oczekiwania klientów, zmieniły się ich zarobki, w parze szły zmiany jakości świadczonych usług, odmłodzony został tabor autokarowy, wkroczyły tanie linie lotnicze. Nie mniej istotne przemiany przeszedł rynek hotelarski. Zbudowano setki hoteli, stworzono dziesiątki tysięcy miejsc noclegowych, na polskim rynku pojawili się lub ustabilizowali swoją pozycję potężni inwestorzy, również inwestorzy polscy, tacy jak rodzina Likus, Tadeusz Gołębiewski, Małgorzata Chechlińska,

powstało też wiele obiektów sieciowych należących do międzynarodowych korporacji, a ich udział w rynku szacowany jest na 12 proc.²

Wraz z rozwojem hotelarstwa tradycyjnego bardzo dynamicznie rozwijał się rynek ekskluzywnych usług hotelarskich świadczonych w obiektach zabytkowych na terenach wiejskich – w pałacach, dworach i zamkach, stanowiących wyjątkowy segment polskiego sektora hotelarskiego.

Rewitalizacja zabytkowych rezydencji wiejskich poprzez przystosowanie ich do pełnienia funkcji hotelarskiej odgrywa istotną rolę w zachowywaniu dziedzictwa umiejscowionego w przestrzeni rustykalnej. Hotelarstwo jest co prawda na odległej, czwartej pozycji w piramidzie najkorzystniejszych

¹. Pałac w Mikuszewie (woj. wielkopolskie). Wszystkie fot. R. Rouba

². The Palace in Mikuszewo (Wielkopolskie Voivodeship). All photos: R. Rouba



funkcji dla rewitalizowanych rezydencji² (po funkcji rezydencjonalnej przedwojennych właścicieli, rezydencji nowych właścicieli i funkcji muzealnej), ale z kolei jest pierwszą z funkcji, która pozwala obiektowi samodzielnie generować środki wystarczające do jego trwania, podczas gdy pierwsze trzy wymagają zewnętrznych źródeł finansowania remontów i kosztów utrzymania.

Pałace, dwory i zamki położone w polskich wsiach, a rewitalizowane przez funkcję hotelarską są w skali Europy zjawiskiem ciekawym z kilku powodów:

- po pierwsze: ich liczba. Zagęszczenie szlacheckich gniazd rodowych na terenie dawnej Polski było spowodowane tym, że rodzima warstwa szlachecka stanowiła 10 proc. całego społeczeństwa, podczas gdy na pozostałym obszarze Europy było to tylko około 3 proc.;
- po drugie: wyjątkowość założeń dworskich, które, jako siedziby drobnej szlachty, w takim kształcie rozwinęły się w zasadzie tylko na terenach Rzeczypospolitej;
- po trzecie: właściciele. Podstawowym problemem pałaców, dworów i zamków położonych na terenie dzisiejszej Polski jest brak kontynuacji własności. Podczas gdy na zachodzie Europy, który wolny był od doświadczeń socjalizmu, rezydencje przechodziły w rodzinie z rąk do rąk, ewentualnie były sprzedawane lub przegrywane, jednak zazwyczaj na korzyść

kolejnych prywatnych właścicieli, w Polsce po II wojnie światowej miała miejsce reforma rolna i rozkułaczanie, co doprowadziło do odebrania większości zabytkowych rezydencji ich prawowitym posiadaczom i oddania do dyspozycji tzw. władzy ludowej. W rezultacie zaledwie kilka z prowadzących działalność hotelarską rezydencji pozostaje w rękach potomków przedwojennych właścicieli, pozostali posiadacze lub menedżerowie mają bardzo zróżnicowaną proveniencję społeczną, poziom wykształcenia, poczucie estetyki i szacunek dla zabytków, co skutkuje ekstremalnym zróżnicowaniem zarówno strony estetycznej, jak i poziomu świadczonych usług;

- po czwarte: historia – unikatowa, dramatyczna, ale także ciekawa, na bazie której można tworzyć niepowtarzalne produkty turystyczne.

Okupacja hitlerowska, przemarsz radzieckiego frontu, a następnie nacjonalizacja i rządy „władzy ludowej” pozbawiły rezydencje w niemal 100 proc. oryginalnego wyposażenia, które zostało rozkradzione lub zniszczone. Swoje piętno odcisnęło także przeznaczenie obiektów na tzw. dobro wspólne – przychodnie, biblioteki, szkoły, przedszkola, wiejskie świetlice. Po transformacji systemowej w roku 1989 zostały

2. Pałac w Świdnie (woj. mazowieckie)

2. The Palace in Świdno (Mazowieckie Voivodeship)



one w większości sprywatyzowane poprzez sprzedaż nowym właścicielom. Początkowo, z uwagi na często fatalny ich stan, sprzedawane były za bezcen. Dla sporej części nowych posiadaczy naturalną koleją rzeczy wydawała się ich adaptacja do pełnienia funkcji hotelarskiej.

Na początku XXI w. w Polsce funkcjonowało około 300 zabytkowych rezydencji ziemiańskich lub zamków rewitalizowanych przez funkcję hotelarską⁴. Z danych szacunkowych wynika, że do roku 2011 liczba ta wzrosła o minimum 60-70 proc., osiągając pułap około 500 obiektów.

Ważnym elementem produktu turystycznego obiektów hotelarskich jest użyteczność ich oferty nie tylko w sensie zaspokajania potrzeb fizjologicznych – snu, pożywienia, bezpieczeństwa, ale również w dostarczaniu doznań zajmujących wyższe poziomy piramidy Masłowa⁵.

Użyteczność hoteli nowoczesnych sprowadza się w dużym stopniu wyłącznie do obsługi procesów życiowych gości. Siłą rzeczy pełnią więc one funkcję służebną względem elementów produktu turystycznego zaspokajających potrzeby wyższe. Hotele w zabytkowych rezydencjach – pałacach, dworach, zamkach, jeśli są dobrze zarządzane, oprócz świadczenia usług czysto bytowych obsługują sferę dążeń związanych z poznaniem, obcowaniem z pięknem, niezwykłością i harmonią, dowartościowaniem, metafizyką.

Cena świadczonych usług jako wskaźnik kondycji obiektu

Hotelarstwo w zabytkowych rezydencjach, nie inaczej niż hotelarstwo tradycyjne, ma za zadanie przynosić zysk, jako że „hotelarstwo to działalność polegająca na udzielaniu gościny w celach zarobkowych”⁶.

Najważniejszym elementem sukcesu rynkowego każdego przedsiębiorstwa komercyjnego, w tym hotelarskiego, zdecydowanie istotniejszym niż sama produkcja, jest umiejętność sprzedaży wytworzonych towarów lub usług. Sukces sprzedaży zależy w dużej mierze od właściwej kompozycji elementów marketingu mix (produktu, ceny, dystrybucji i promocji)⁷, wśród których głównym elementem zainteresowania jest w tym przypadku cena.

Istotna rola ceny w hotelarskim marketingu mix wynika z jej udziału w maksymalizacji wielkości sprzedaży, jak również w kontrolowaniu i utrzymywaniu posiadanego udziału w rynku. Atrakcyjna cena pozwala pozyskiwać nowych nabywców usług, przez co zwiększa udział hotelu w rynku i wzmacnia jego pozycję konkurencyjną. Dzięki właściwie skalkulowanej cenie przedsiębiorstwo ma możliwość osiągnięcia pożądanego poziomu zysku, z którym bezpośrednio związany jest zwrot poniesionych nakładów inwestycyjnych. Atrakcyjna cena stanowi istotne narzędzie walki konkurencyjnej⁸.

Cena to także element, który niezmiennie budzi emocje zarówno po stronie sprzedających, jak i kupujących. W literaturze jest ona definiowana m.in. jako „wartość przedmiotu (produktu lub usługi) transakcji rynkowej zgodna z oczekiwaniami kupującego i sprzedającego, określana najczęściej w ujęciu monetarnym”⁹. Szacowanie ceny ma swoje korzenie w określaniu wartości, jaką dane dobro lub usługa niesie dla konsumentów, dla których ten sam element może mieć subiektywnie ocenianą, skrajnie różną użyteczność.

Na poziom cen w hotelarstwie wpływa w istotny sposób specyfika branży, w tym w szczególności¹⁰:

- jej kapitałochłonność i pracochłonność,
- wahania popytu (sezonowość),
- silna konkurencja na rynku hotelarskim,
- konieczność dostosowania cen do poszczególnych segmentów rynku.

Czynniki te wymuszają odpowiednie kształtowanie polityki cenowej obiektów noclegowych, a w szczególności różnicowania jej poprzez wprowadzanie promocji (obniżki póżezonowe, ceny pakietowe, specjalne ceny dla określonych grup gości), dyferencjację w zależności od odbiorcy na ceny indywidualne i grupowe, posługiwanie się cenami pakietowymi i okazjonalnymi, jak również dużą elastyczność w zakresie kompensacji rabatami doświadczanych przez gości niedoskonałości usług.

Na efektywność ekonomiczną konkretnego obiektu hotelarskiego, w tym także zlokalizowanego w rewalizowanej rezydencji położonej na terenach wiejskich, wpływa bezpośrednio wiele czynników, relacji, uwarunkowań i zdarzeń¹¹.

Z racji specyfiki oferty analizowanych obiektów kierowanej zarówno do odbiorców biznesowych, jak i zamożnych turystów, na cenę, oprócz czynników czysto ekonomicznych, wpływają też w znacznym stopniu efekty psychologiczne. Całość można podzielić na czynniki zewnętrzne i wewnętrzne¹².

Czynniki zewnętrzne	Czynniki wewnętrzne
• ekonomia regionu • elastyczność popytu na usługi hotelarskie • konkurencja na rynku • struktura cen na rynku • gusta klientów • sezonowość	• niepowtarzalność obiektu • standard obiektu • koszt utrzymania obiektu i promocji • polityka cenowa • pozycja na rynku • uwarunkowania legislacyjne

3. Pałac Below w Sławutówku (woj. pomorskie)
3. The Below Palace in Sławutówko (Pomorskie Voivodeship)

W przypadku omawianych zabytkowych rezydencji głównym wyróżnikiem są elementy wewnętrzne związane *stricte* z samym zabytkiem. Po pierwsze – stan przed adaptacją i rozmiar koniecznych do wykonania prac, co bezpośrednio przekłada się na zainwestowany kapitał lub obciążenie kredytowe i konieczność comiesięcznych spłat zadłużenia, po drugie – wysokość bieżących kosztów funkcjonowania obiektu. Podstawami efektywności ekonomicznej jest liczba pokoi oraz wskaźnik ich wykorzystania, a także wachlarz i rozmiar konsumpcji usług gastronomicznych, konferencyjnych i dodatkowych. Roczny wskaźnik wykorzystania pokoi zależy bezpośrednio od sezonowości obiektu, dogodności jego lokalizacji oraz standardu świadczonych usług i polityki cenowej. Oczywiście niemożliwe jest określenie generalnego wskaźnika obłożenia, koniecznego dla osiągnięcia zysku przez zabytkową rezydencję wiejską świadczącą usługi hotelarskie. Wartość ta jest ściśle związana z wyżej wymienionymi czynnikami. Podczas gdy gospodarstwo agroturystyczne świadczące usługi we dworze, w którym mieszkają właściciele, może osiągać satysfakcjonujący zysk już przy obłożeniu 20 proc. w skali roku, o tyle luksusowe obiekty obciążone kredytami i zatrudniające wielu pracowników mogą się okazać deficytowe przy obłożeniu rzędu 70 proc. Badania amerykańskiego Związku Międzynarodowych Właścicieli Obiektów Noclegowych wykazały, że minimum dla osiągania zysku przez małą działalność noclegową nieobciążoną kredytami wynosi pięć pokoi, natomiast dla obciążonej kredytem liczba ta wzrasta do siedmiu. Te same badania wykazały również, że właściciel obiektu posiadającego do dziesięciu pokoi jest osobiście zaangażowany w jego prowadzenie około 74 godz. tygodniowo¹³.

Percepcja cen zabytkowych rezydencji

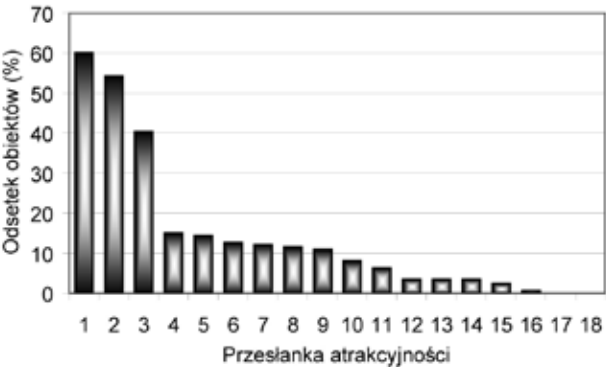
Podjmując temat analizy poziomu cen obiektów hotelarskich, należy pamiętać, że oprócz informacji czysto ekonomicznej niesie ona dla gości istotny przekaz dotyczący jakości usług, której w danej cenie należy się spodziewać. Cena pełni również rolę gwarancji



określonego poziomu obsługi, a także jest przejawem wizerunku rynkowego hotelu⁴.

Intuicyjne rozumowanie wskazywałoby, że poziom ceny powinien mieć istotny wpływ na wielkość ruchu w obiektach noclegowych, a więc obiekty z niższą ceną powinny mieć wyższe obłożenie. Szczegółowa weryfikacja tej tezy przeprowadzona na podstawie badań z początków XXI w. na próbie 180 polskich pałaców, dworów i zamków pełniących funkcję hotelarską, poparta wyliczeniem współczynnika korelacji pomiędzy średnim rocznym wykorzystaniem a średnią ceną pokoju dwuosobowego, dała zaskakujące rezultaty. Okazało się, że pomiędzy wartością wskaźnika wykorzystania obiektu a poziomem jego cen korelacja praktycznie nie występuje. Taki

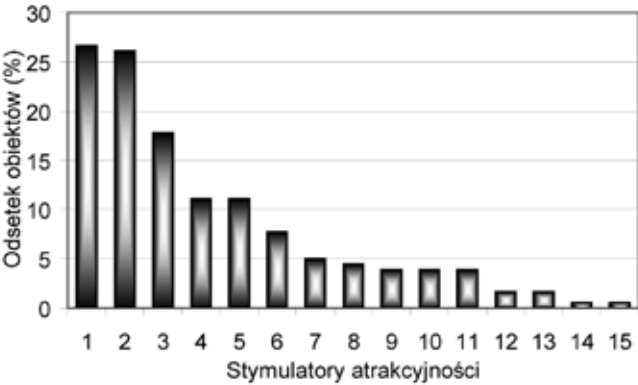
wynik, uzyskany metodami ilościowymi, potwierdziły również badania jakościowe dotyczące postrzegania atrakcyjności pałaców, dworów i zamków pełniących funkcję hotelarską. Wykazały one, że spośród czynników decydujących o atrakcyjności rezydencji pełniących funkcję hotelarską najważniejsze w oczach kadry zarządzającej i pracowników są trzy elementy związane z kategoriami: otoczenie i budynek. Wyraźnie dominują one nad wszystkimi czynnikami pozostałymi (wykres 1). Największymi atutami obiektów okazały się cisza i spokój (60,1 proc. wskazań) oraz atrakcyjność otoczenia (54,3 proc.), natomiast ani niskie ceny, ani nowoczesne wyposażenie nie mają w opinii menedżerów i pracowników większego znaczenia.



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

Oprac. własne na podst. badań

Wykres 1. Czynniki decydujące w oczach menedżerów i pracowników o atrakcyjności pałaców, dworów i zamków pełniących funkcję hotelarską



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

Oprac. własne na podst. badań

Wykres 2. Czynniki mające w opinii zarządzających i pracowników podnieść atrakcyjność pałaców, dworów i zamków pełniących funkcję hotelarską

Próba zidentyfikowania elementów, które pozwolą podnieść atrakcyjność poszczególnych obiektów, wykazała, że w 84,5 proc. przypadków, w których dostrzeżono konieczność zmian, zdecydowanie przeważały odpowiedzi dotyczące czynników materialnych związanych z budynkami bądź ich otoczeniem (wykres 2). Potwierdzeniem wcześniejszych wyników badań dotyczących wpływu ceny na atrakcyjność obiektów może być opinia pracowników, według której zaledwie w 0,6 proc. przypadków obniżenie poziomu cenowego doprowadziłoby do wzrostu atrakcyjności obiektu.

Badanie oczekiwań gości, menedżerów i ekspertów względem pałaców, dworów i zamków pełniących funkcję hotelarską¹⁵ wykazało, że pomiędzy menedżerami a gośćmi i ekspertami występuje pewna rozbieżność w kwestii interpretacji ceny jako elementu idealnego obiektu. Co ciekawe, to menedżerowie uznają kwestię przystępnej ceny za ważniejszą, podczas gdy zarówno goście, jak i eksperci od spraw turystyki wykazali zdecydowaną skłonność do płacenia wyższych rachunków za pobyt w rezydencjach historycznych, uznając, że przystępne ceny nie mają większego znaczenia.

Kondycja rewitalizowanych zabytkowych rezydencji w powiązaniu ze zmianami cen w latach 2002-2011

Zróznicowanie cen na obszarze Polski sprawiło, że zdecydowano się na analizę uproszczoną i ujednoliconą. Autorzy brali pod uwagę ceny pokoi w zabytkowych pałacach, dworach i zamkach jako kluczowe dla badanej funkcji hotelarskiej, traktując ceny gastronomii, usług konferencyjnych i towarzyszących jako odzwierciedlające poziom należności za nocleg. Przez „cenę za pokój” należy rozumieć kwotę, za jaką właściciel bądź gestor godzi się oddać w użytkowanie gościowi umówioną część obiektu na okres jednej doby hotelowej, najczęściej jest to ok. 22 godzin w przypadku pierwszej i 24 godzin w przypadku dób następnych.

Rewitalizowane rezydencje w większości zaliczyć można do grupy obiektów parahotelarskich, ponieważ zaledwie niewielki ich odsetek został zaseregowany i skategoryzowany w myśl ustawy o usługach turystycznych¹⁶. Główną przyczyną takiego stanu rzeczy jest fakt, że zabytkowej materii trudno



sprostać rygorystycznym wymaganiom, dotyczącym np. minimalnych wymiarów jednostek mieszkalnych, wind czy wysokości wiaty nad wejściem do obiektu. Poza tym, z marketingowego punktu widzenia, zdecydowanie lepiej robić spotkanie firmowe w Pałacu nad Wartą niż w hotelu dwugwiazdkowym nad Wartą.

Średnia cena osobonoclegu we wszystkich obiektach parahotelarskich w Polsce w 2010 r. wynosiła 11 euro. Rozkład średnich cen na obszarze Polski był nierównomierny. Najtańsze były noclegi na południowym wschodzie, gdzie cena wynosiła około 7,50 euro, natomiast najdroższe w Małopolsce, na Podhalu i na Mazowszu, czyli w regionach najlepiej rozwiniętych turystycznie i najatrakcyjniejszych. Tam cena wynosiła odpowiednio 15 euro, 13 euro i 12,50 euro¹⁷.

Ceny noclegów w obiektach parahotelarskich w Polsce mogą wydawać się niskie i w istocie tak jest, ponieważ ogół wszystkich cen znajduje się na poziomie 79 proc. średniej unijnej. Polskie ceny hoteli i restauracji znajdują się trochę powyżej średniej, na poziomie 83 proc. cen hoteli i restauracji w Unii Europejskiej¹⁸. Dodatkowo wskaźniki te zaniżane są przez dużą liczbę gospodarstw agroturystycznych, w których usługi noclegowe pełnią rolę zaledwie generatora dodatkowego dochodu, podczas gdy środki główne pochodzą z działalności rolnej i dopłat unijnych.

4. Pałac w Olszanie – Ośrodek Doskonalenia Kadr Służby Więziennej (woj. podkarpackie)

4. The Palace in Olszanica – the Prison Service Staff Training Centre (Podkarpackie Voivodeship)



Według Głównego Urzędu Statystycznego wskaźniki warunków życia ludności wykazały, że w latach 2002-2009 w sektorze gospodarstw domowych nastąpił wzrost zakupów usług hotelarsko-restauracyjnych aż o 43,6 proc.¹⁹ Wyliczona na podstawie danych zebranych w zabytkowych rezydencjach w roku 2002 średnia cena za pokój jednoosobowy wynosiła 31,90 euro, za dwuosobowy 44,10 euro, za trzyosobowy 46,30 euro i za apartament 85,30 euro. Jak widać, kwoty te są zdecydowanie powyżej średnich dla bazy parahotelarskiej dla roku 2010. Z kolei w roku 2011 wskaźniki średnich cen za poszczególne rodzaje pokoi osiągnęły następujące wartości: za pokój jednoosobowy 39,9 euro, za dwuosobowy 53,6 euro, za trzyosobowy 57,1 euro i za apartament 101 euro.

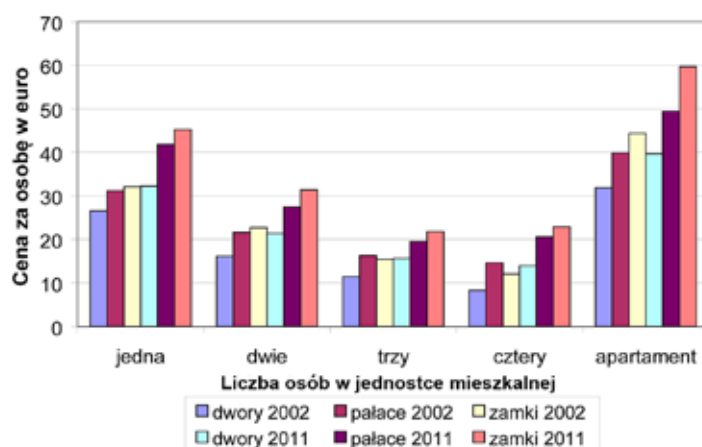
Pierwszy etap analizy został przeprowadzony w oparciu o generalne wskaźniki statystyczne, podczas gdy w części drugiej, szczegółowej, posłużono się przykładami konkretnych obiektów.

Zanotowany wzrost cen usług hotelarskich w badanym okresie wyniósł średnio 22,15 proc., przy wahanu od 18,4 proc. w przypadku apartamentów do 25,2 proc. w przypadku pokoi jednoosobowych. Wskaźniki uzmysławiają, że uśredniony wzrost cen noclegu w zabytkowych rezydencjach jest minimalnie niższy niż wzrost cen dla towarów konsumpcyjnych w tym okresie, według Głównego Urzędu Statystycznego wynoszący 23,6 proc.²⁰ – różnica jest nieznaczna i wynosi tylko 1,5 proc.

Jako że cena, zgodnie z zasadami ekonomii, jest wynikiem gry rynkowej na przecięciu krzywych popytu i podaży, wzrost cen jest najlepszym potwierdzeniem

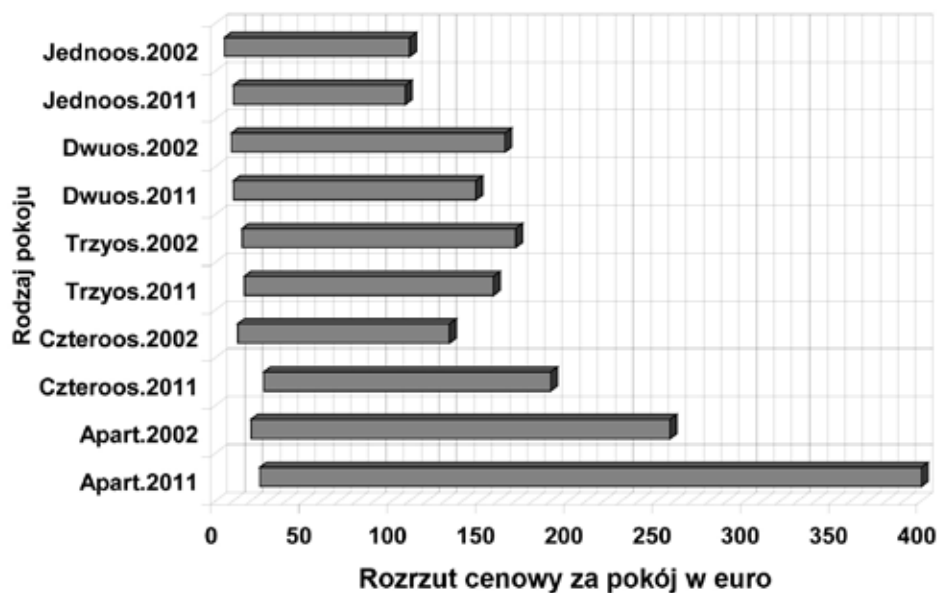
zarówno korzystnej koniunktury w branży obiektów historycznych świadczących usługi hotelarskie w Polsce, jak i wzrostu ich popularności jako miejsc na organizowanie imprez firmowych. Utrzymanie cen noclegów w pałacach, dworach i zamkach na poziomie średniego wzrostu cen w kraju świadczy o prawidłowym funkcjonowaniu sektora. Niewątpliwie znaczne zwiększenie liczby obiektów w tym okresie spowodowało wzrost konkurencji stanowiącej naturalne zagrożenie dla zwwyżki cen.

Podwyżka cen jednostek jednoosobowych ponad przeciętną może świadczyć o zwiększonym na nie popycie, podczas gdy wzrost cen apartamentów tylko o 18 proc. – o ich przeszacowaniu na początku zeszłej dekady i korekcie dokonanej przez rynek.



Oprac. własne na podst. badań

Wykres 3. Cena miejsca w pokoju w zależności od wielkości jednostki i rodzaju obiektu (pałac, dwór, zamek) pełniącego funkcję hotelarską w latach 2002 i 2011



Oprac. własne na
podst. badań

Wykres 4. Porównanie rozpiętości cen pokoi w pałacach, dworach i zamkach pełniących funkcję hotelarską w latach 2002 i 2011

Odpowiedzi, czy ceny te są wysokie, czy niskie, może udzielić wyłącznie porównanie ich z odpowiednikami w hotelarstwie tradycyjnym. Tutaj jednak pojawiają się trudności związane z doбором tła do porównań, z racji nietypowej lokalizacji. Wyżej wyliczone ceny na tle hoteli biznesowych w dużych miastach wydają się umiarkowane, patrząc jednak przez pryzmat obiektów zlokalizowanych w małych miejscowościach, często z dala od szlaków komunikacyjnych, do których dojazd wymaga ze strony gościa wysiłku, można je ocenić jako dość wysokie. Fakt ten jeszcze raz potwierdza zupełną wyjątkowość i odrębność hotelarstwa w pałacach, dworach i zamkach.

Oprócz oczywistego i niewymagającego wyjaśnienia spadku ceny pojedynczego miejsca noclegowego wraz ze wzrostem liczby łóżek w wynajmowanym pokoju, wykres 3 ujawnia wyraźną zależność ceny miejsca od rodzaju budynku, w jakim świadczone są usługi hotelarskie. Szczegółowa analiza zjawiska w roku 2002 pozwala zauważyć, że najniższa średnia cena miejsca w pokoju, niezależnie od jego wielkości, występuje w dworach, natomiast najwyższa odnotowana została na przemian w pałacach i zamkach, w zależności od liczby łóżek w jednostce mieszkalnej. Miejsce w pokoju jedno- i dwuosobowym oraz apartamencie było droższe w zamku, podczas gdy w pokoju trzy- i czterosobowym – w pałacu. W 2011 r. tendencja ta się utrzymała, dwory nadal proponowały najniższe ceny bez względu na rodzaj pokoju, natomiast najdroższe w każdej kategorii były zamki. Zwiększyły się też różnice pomiędzy cenami osobonoclegu w poszczególnych

rodzajach obiektów. Niewątpliwym wpływem na taki rozkład cen ma fakt, że dworki, jako obiekty najmniejsze, prowadzą często działalność hotelarską o charakterze rodzinnym pod szyldem agroturystyki, a zatrudnieni są w nich jedynie członkowie rodziny. Dzięki temu możliwe jest utrzymanie kosztów na niskim poziomie, a to przekłada się bezpośrednio na ceny świadczonych usług. Pałace i zamki, jako obiekty duże, prowadzą szeroko zakrojoną działalność, zatrudniając znaczną liczbę pracowników, co generuje pokaźne koszty. Można przypuszczać, że jedną z przyczyn zróżnicowania wysokości cen za miejsce w pałacach i zamkach, w zależności od wielkości jednostki mieszkalnej, jest charakter budynków: pałace posiadające mniejsze pomieszczenia – świadczą usługi w pokojach mniejszych, natomiast zamki, gdzie sale są duże – oferują gościom pomieszczenia większe.

Wyraźnie rzuca się również w oczy występująca w 2011 r. większa różnica w cenach pokoi pomiędzy różnymi typami rezydencji. Dekadę wcześniej to zróżnicowanie nie było aż tak duże i wyraźne.

Do ciekawych wniosków prowadzi analiza zmian rozpiętości widełek cenowych dla poszczególnych rodzajów pokoi w latach 2002 i 2011 (wykres 4). Zdecydowanie największym zróżnicowaniem cen cechowały się i nadal się cechują apartamenty. W tym przypadku między rokiem 2002 a 2011 rozpiętość widełek

5. Hol w pałacu Below w Sławutówku (woj. pomorskie)

5. The Hall in the Below Palace in Sławutówko (Pomorskie Voivodeship)



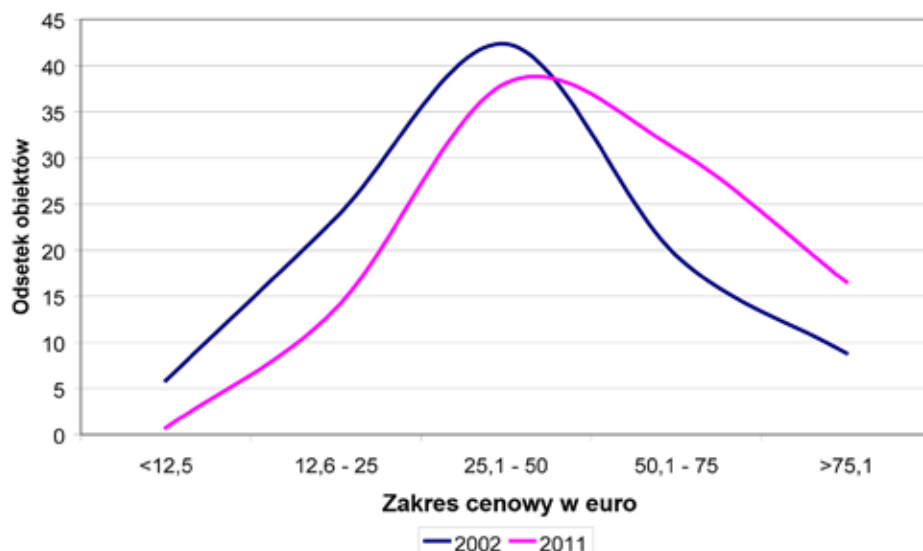
cenowych wzrosła z zakresu 20-237,50 euro na 25-375 euro, osiągając poziom 350 euro różnicy, czyli trzy razy więcej niż średnia.

Oprócz apartamentów wzrost rozpiętości cenowej nastąpił tylko w przypadku jednostek mieszkalnych czteroosobowych, ze 107,50 na 135 euro, przy poziomie cen od 27,50 do 162,50 euro. W pozostałych przypadkach, czyli pokojach jedno-, dwu- i trzyosobowych dał się zauważyć spadek rozpiętości cenowej pokoi. Największy spadek miał miejsce w przypadku jednostek dwuosobowych – z 9 do 155 euro na 10 do 137,50 euro, najmniej zdyferencjonowane pozostają ceny jedynek – spadek ze 100 euro w roku 2002 na 87,5 euro w roku 2011. Stosunkowo niskie pułapy dolne widełek cenowych, zaczynające się od około 5 euro za osobę w przypadku pokoi dwuosobowych i większych, są wynikiem działalności agroturystycznej prowadzonej w części badanych obiektów, dla których charakterystyczna jest niska cena, wynikająca z omówionych już

wyżej względów. W przypadku apartamentów tak istotna rozpiętość cenowa wynika z dużego zróżnicowania prestiżu obiektów i szerokiej gamy oferowanych standardów. Umowna jest również relacja cen apartamentów do cen pozostałych jednostek mieszkalnych. Sprzedaż apartamentów rządzi się prawami ekonomii właściwymi dla dóbr luksusowych, w przypadku których wysoka cena stanowi atut, gwarantując nabywcy odpowiedni prestiż.

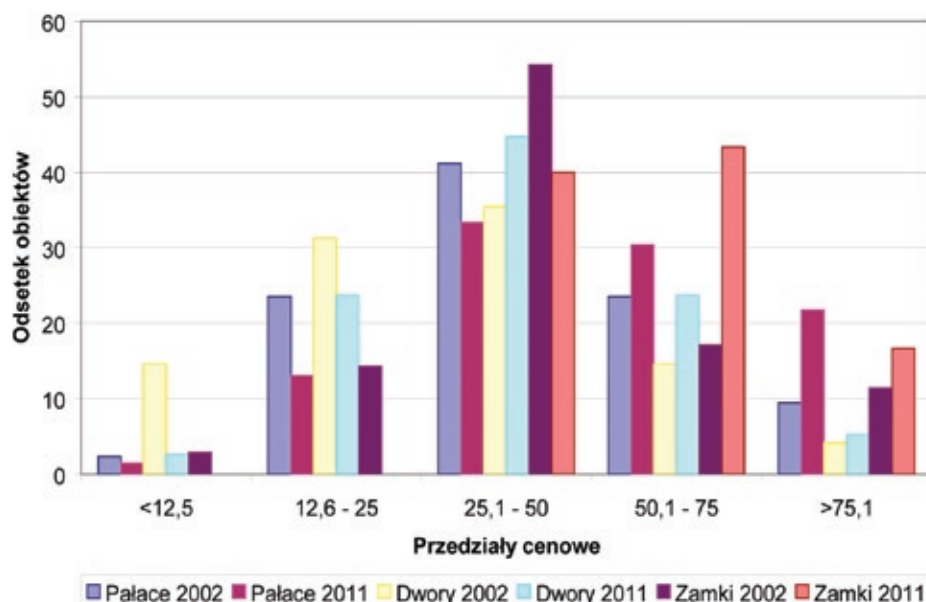
Przeprowadzone badania pozwalają podzielić obiekty na grupy cenowe. Za podstawę przyporządkowania obiektu do określonej grupy cenowej przyjęto kwotę, jaką musi zapłacić gość za pobyt w pokoju dwuosobowym przez okres jednej doby hotelowej (wykres 5). W ciągu dziesięciolecia 2002-2011 zaszły istotne zmiany w udziale obiektów w poszczególnych grupach cenowych.

Zaobserwowana generalna tendencja zgodna jest z trendem wzrostowym cen noclegów w badanych



Oprac. własne na
podst. badań

Wykres 5. Udział zakresów cenowych pokoi dwuosobowych w pałacach, dworach i zamkach pełniących funkcję hotelarską w latach 2002 i 2011



Oprac. własne na
podst. badań

Wykres 6. Wpływ rodzaju budynku na ceny pokoi dwuosobowych w pałacach, dworach i zamkach pełniących funkcję hotelarską w latach 2002 i 2011

obiektach. W roku 2011 spadki notowane były w kategoriach cenowych poniżej 50 euro za pokój, najintensywniejsze – o 9 proc. – w grupie cenowej 12,60-25 euro. Największy wzrost miał miejsce w grupie cenowej 50,10-75 euro – aż o 11 proc. Również w zakresie cen powyżej 75 euro zanotowany został istotny wzrost – o 7,7 proc.

Zarówno w roku 2002, jak i 2011 dominowała oferta pokoi dwuosobowych w cenie 25,10-50 euro, notując zaledwie niewielki spadek z poziomu 42 do 38 proc. Wyraźna zmiana zaszła na miejscu drugim: grupę cenową 12,60-25 euro (23 proc. w roku 2002) zastąpiła grupa cenowa 50,10-75 euro (30 proc. w roku 2011). Na trzecim miejscu (16,5 proc.), z dynamicznym wzrostem, uplasowały się w 2011 roku jednostki mieszkalne w cenie powyżej 75 euro. Zmarginalizowane zupełnie zostały obiekty, w których nocleg jest bardzo tani – do 12,50 euro za pokój dwuosobowy. Ich odsetek spadł prawie dziesięciokrotnie, z około 6 proc. w roku 2002 do zaledwie 0,7 proc. w roku 2011.

Rozkład całego wykresu pozwala stwierdzić, że pałace, dwory i zamki pełniące funkcję hotelarską prowadzą zdywersyfikowaną politykę cenową, oferując oprócz miejsc luksusowych również możliwość noclegu w pokojach dwuosobowych w cenie osiągalnej dla gości o umiarkowanym poziomie zarobków. Wyraźne przesunięcie krzywej rozkładu cen pokoi dwuosobowych w prawo nadąża za ogólną tendencją gospodarczą, a duży wzrost w grupie pokoi najdroższych wskazuje, że rezydencje starają się maksymalizować przychody, bazując na niepowtarzalności swojej oferty.

Badania wpływu rodzaju budynku na przynależność do grupy cenowej w przypadku pokoi dwuosobowych dowiodły występowania ścisłych zależności (wykres 6). Słupki obrazujące podział na grupy cenowe pokoi dwuosobowych w pałacach, dworach i zamkach w roku 2002 wykazywały znaczne zróżnicowanie. Najbardziej „ekonomiczny” charakter miały ceny pokoi dwuosobowych w dworach (najwyższy odsetek w dwóch najniższych grupach cenowych i najniższy w pozostałych trzech). Zamki, pomimo że posiadały najwyższą cenę średnią za pokój, stosowały politykę cen umiarkowanych (zdecydowana większość pokoi mieściła się w przedziale 25,10-50 euro). Pałace, posiadające najmniejszy odsetek pokoi w grupie najniższych cen, charakteryzowały się umiarkowanym udziałem w grupie cen średnich i wysokim w segmencie pokoi skierowanych do odbiorców zamożnych.

Zmiany, które zaszły w ciągu dekad do roku 2011, przedstawiają się następująco: udział pokoi dwuosobowych w pałacach przemieścił się z grup cenowych do 50 euro do grup powyżej 50 euro. Dwory z kolei utraciły na znaczeniu w przedziałach do 25 euro, w zakresie 25,10-75 euro zwiększyły swoją reprezentację, natomiast w grupie powyżej 75 euro utrzymały się na niewiele zmienionym poziomie. Ciekawa sytuacja

6. Apartament w zamku w Niedzicy (woj. małopolskie)
6. A suite in the Niedzica Castle (Małopolskie Voivodeship)
7. Pokój w zamku w Niedzicy (woj. małopolskie)
7. A room in the Niedzica Castle (Małopolskie Voivodeship)

powstała w przypadku zamków. Przestały one w ogóle oferować pokoje w grupach cenowych do 25 euro, w grupie 25,10-50 euro również straciły na znaczeniu, choć w mniejszym stopniu, kompensując ten spadek wzrostem o 140 proc. w grupie cenowej 50,10-75 euro oraz zwiększeniem liczby obiektów oddających gościom w użytkowanie pokoje dwuosobowe droższe niż 75 euro.

Wyjaśnienia tego układu można poszukiwać po części w lokalizacji, a po części w stereotypach. Zamki, położone często w miastach lub ich pobliżu, dyktują zazwyczaj wyższe ceny średnie. Dwory, z uwagi na swoje peryferyjne położenie, rodzinny charakter i funkcjonujący w świadomości społecznej obraz miejsca sielskiego, acz nie luksusowe-

go, proponują ceny umiarkowane. Pałace, postrzegane jako obiekty luksusowe, znajdują się w najwyższych grupach cenowych, choć część obiektów posiadających niższy standard – z poprzedniej epoki, czasem jeszcze pozostających w rękach państwa lub uboższych właścicieli – wyłamuje się z tej reguły.

Spojrzenie na badane zjawisko z pominięciem pryzmatu średniej statystycznej pozwala zauważyć, że pomiędzy rokiem 2002 a rokiem 2011 miały miejsce zarówno podwyżki, jak i obniżki cen noclegów.

Analiza ruchów cenowych najczęściej występujących i wykorzystywanych pokoi dwuosobowych wskazuje, że sytuacja zabytkowych rezydencji pełniących funkcję hotelarską poprawia się, nadążając, mimo rosnącej konkurencji, za zmianami na rynku. Nie zmieniło cen 10 proc. rezydencji, 30 proc. obiektów ceny obniżyło, a 60 proc. ceny podniosło.

Wśród obiektów, które nie zmieniły cen, znajduje się pełna reprezentacja rezydencji różnych rodzajów – pałaców, dworów i zamków. Trudno wskazać jakiegokolwiek prawidłowości, brak jest również korelacji



pomiędzy niezmienną ceną a położeniem obiektu. Należy tutaj pamiętać, że utrzymanie stałej ceny jest *de facto* dowodem jej relatywnego spadku o wskaźnik inflacji, czyli niemal o jedną czwartą (23,6 proc.)²¹.

Ciekawość budzą obiekty, które ceny obniżyły – jest ich 30 proc. Stopy obniżki wahają się od 2,5 proc. do 57 proc., ze średnim poziomem obniżki 20,5 proc. W tej grupie zabytkowych rezydencji połowę stanowią pałace, natomiast drugą połowę po równo podzieliły dwory i zamki. Część spektakularnych obniżek dotyczy obiektów w Wielkopolsce, województwach lubelskim i podkarpackim²². U początku swej działalności znacznie przeszacowały one swoje ceny, nie biorąc pod uwagę silnej konkurencji lub ekstremalnie peryferyjnego położenia. Najczęstszą przyczyną obniżek cen była kontroferta innych obiektów zabytkowych, jak również rozwój w pobliskich miastach współczesnej bazy hotelowej o wysokim standardzie.

Na początku XXI w. baza hoteli luksusowych była w ciągłej rozbudowie. Poza głównymi miastami Polski sieć hoteli czterogwiazdkowych była bardzo uboga, zaś



8

pięciogwiazdkowych – poza Warszawą – nie było w ogóle. Pałace, dwory i zamki, położone na obrzeżach lub w niewielkiej odległości od ważnych administracyjnie i gospodarczo miast i miasteczek, pełniły rolę luksusowej bazy dla wymagających klientów biznesowych, z braku konkurencji dyktując dowolnie wysokie ceny. Wraz z rozwojem rynku hotelarskiego i wzrostem liczby rozproszonych po Polsce luksusowych hoteli pałace, dwory i zamki musiały zaoferować atrakcyjniejsze ceny, ponieważ zbliżoną jakość usług klienci mogli otrzymać w innych obiektach, bez kłopotliwego dojazdu do rezydencji poza obszary zurbanizowane.

Dobry przykład znacznej obniżki, którą wymusił rynek, mogą stanowić ceny w pałacu w okolicy Poznania. Na początku działalności około roku 2002 proponował on opłaty za pokój dwuosobowy rzędu 137,50 euro. Stawka ta w dniu dzisiejszym mogłaby być uznana za wysoką, natomiast dekadę temu była szokująco wysoka. W tej chwili z uwagi na znaczny wzrost liczby konkurencyjnych hoteli w pobliskim Poznaniu pałac oferuje te same pokoje za 72,50 euro, czyli o połowę taniej.

Jak wskazywały wcześniejsze wnioski wyciągnięte na podstawie danych zgeneralizowanych metodami



9

statystycznymi, większość stanowią obiekty, które podniosły ceny. Wzrosty w niektórych obiektach były spektakularne, osiągające średnią wartość 57 proc. Tak wysoki wskaźnik zaistniał po części dzięki 12 obiektom, które zwiększyły ceny powyżej 100 proc., np. jeden z dolnośląskich zamków po zmianie właściciela i kapitalnym remoncie przekształcającym go w luksusowy czterogwiazdkowy hotel spa uzyskał wskaźnik wzrostu cen rzędu 460 proc. Częstą przyczyną pozostałych spektakularnych zwwyżek cen był generalny remont, transformacja obiektu i nastawienie się na zupełnie inny segment rynku. Innym powodem bywało niedoszacowanie cen w części obiektów, które sprawiało, że pokoje dwuosobowe sprzedawano poniżej 25 euro.

Jak wyraźnie wynika z powyższych rozważań, w latach 2002-2011 nastąpiła rynkowa korekta cen noclegów w zabytkowych pałacach, dworach i zamkach pełniących funkcję hotelarską. Należy pamiętać,

że analiza została przeprowadzona w oparciu o tzw. *rack rates*²³, podczas gdy goście biznesowi, organizatorzy konferencji i imprez *incentive* korzystają w większości z cenników grupowych lub tzw. pakietów konferencyjnych, które zapewniają ceny zdecydowanie atrakcyjniejsze.

Polityka cenowa rezydencji pełniących funkcję hotelarską jest w Polsce bardzo zróżnicowana. Poszczególne obiekty starają się dopasowywać do możliwości ekonomicznych wybranych segmentów rynku poprzez dywersyfikację cen w oparciu o różne kryteria.

CZAS, W JAKIM USŁUGI SĄ ŚWIADCZONE. Część rezydencji stosuje zwyżki lub zniżki w zależno-

stycznymi lub przy drogach do nich prowadzących podnoszą sezonowo ceny (najczęściej w okresie od maja do października), przy czym podwyżki te mają różną wysokość, zwykle od 10 do 40 proc. Tego typu działania w 2011 r. podejmowało około 10 proc. obiektów, najczęściej w dwóch sezonach (zamek w Krokowej, zamek w Bytowie, dwór w Bieniaszach, dwór w Jędrzychowie, dwór w Kierzbuniu). Niektóre szczególnie atrakcyjnie położone obiekty mają nawet więcej niż dwa okresy różnicowania cen w ciągu roku, np. zamek w Krągu (trzy okresy) lub zamek w Malborku (trzy kategorie cenowe rozłożone na pięć okresów różniące się aż o 40 proc.). Z kolei obiekty położone na obszarach



10

ści od pory roku lub dnia tygodnia, w których świadczone są usługi. Działania te mają za zadanie zapewnienie dopływu wrażliwych na promocje cenowe gości w okresach niższego wykorzystania. Pojęcie sezonu w przypadku badanych obiektów jest względne i oznacza część roku, miesiąca lub tygodnia o wyższym niż średnie obłożeniu. Sezon w konkretnym obiekcie bardzo zależy od jego lokalizacji, co wiąże się z atrakcyjnością turystyczną lub ekonomiczną otoczenia. Pałace, dwory i zamki położone na obszarach atrakcyjnych

o małym ruchu turystycznym w okresie letnim i sprawujące przez pozostałą część roku funkcję strictly biznesową – obniżały ceny w miesiącach wakacyjnych zarówno w 2002 r., jak i w 2011 r. Przykładem mogą być niektóre pałace i zamki w Wielkopolsce, funkcjonujące głównie jako ośrodki szkoleniowo-konferencyjne, gdzie wzmożona aktywność przypada na okres wiosny i jesieni, a także śląski dwór w Trzebini.

Dobrym przykładem wpływu na politykę cenową czynników innych niż atrakcyjna lokalizacja są niektóre obiekty w okolicach Poznania²⁴, na okres targów podnoszące ceny czasem aż o 25 proc. Często okazją do stosowania zwyżek cenowych (zazwyczaj około 10 proc.) w zabytkowych rezydencjach są święta (Boże Narodzenie i Wielkanoc), na które przygotowywane są specjalne pakiety pobytowe. Szlacheckie rezydencje bardzo dobrze wpisują się w rodzinny charakter świąt religijnych, mających głębokie zakorzenienie w polskiej tradycji.

8. Pokój w dworze Ostoya w Jasionce (woj. podkarpackie)

8. A room in the Ostoya Manor in Jasionka (Podkarpackie Voivodeship)

9. Nieistniejący apartament przy pałacu w Kozłówce (woj. lubelskie)

9. A no longer existing suite by the Kozłówka Palace (Lubelskie Voivodeship)

10. Pokój w pałacu Frączków (woj. opolskie)

10. A room in the Frączków Palace (Opolskie Voivodeship)



Omawiając sezonowość cen, należy wspomnieć również o ich zależności od dnia tygodnia. Podobnie jak w przypadku wpływu na ceny pory roku, tak również tutaj podstawowym celem jest zapewnienie napływu gości w dniach o niższym obłożeniu, wynikającym z lokalizacji lub specyfiki obiektu. Hotele miejskie i biznesowe zagrożone są niższą frekwencją w weekend (dlatego obniżają ceny na soboty i niedziele, np. Antonin – 20 proc., Promnice – 10 proc., Baranów Sandomierski – 40 proc.), natomiast obiekty zorientowane na wypoczynek, w tym weekendowy, mają mniejsze obłożenie w trakcie dni roboczych (np. w zamku w Uniejowie zwyczaj +5 proc. w weekendy). Warto także dodać, że poziomy rabatowania poddawane były różnym korektom, czego przykładem może być spadek rabatu weekendowego w Promnicach z 30 proc. w roku 2002 do 10 proc. w roku 2011.

CECHY JAKOŚCIOWE ŚWIADCZONYCH USŁUG – PRESTIŻ, KOMFORT, SĄSIEDZTWO, DOSTĘP DO WYPOSAŻENIA OBIEKTU. Spora część badanych obiektów posiada niejednakowe ceny na pokoje tej samej wielkości, różniące się jednak lokalizacją, standardem, wyposażeniem, wyglądem i prestiżem. Przykładem może być pałac w Czarniejewie, posiadający pokoje dwuosobowe w cenie od 41,25 do 57,50 euro czy pałac w Wąsowie oferujący pokoje od 55 do 97,50 euro.

DŁUGOŚĆ POBYTU. Część obiektów pozwala na negocjowanie zniżek za dłuższy pobyt, co również dotyczy gości indywidualnych, np. pałac w Chlewiskach

oferuje upust 10 proc. przy 3 noclegach, 15 proc. za 4 do 6 noclegów, 20 proc. za 7 do 9 noclegów i 25 proc. w przypadku 10-14 noclegów. Dwór we Wziąchowie z kolei jako formę bonusu traktuje śniadania, które przy pobytach powyżej 3 dób są gratisowe.

GRUPY NABYWCÓW. Niektóre obiekty posiadają ceny preferencyjne dla pracowników zakładów bądź organizacji często będących właścicielem obiektu (pałac Grzegorzewice – Dom Pracy Twórczej Adwokatury – zniżki dla adwokatów, zamek w Niedzicy – Dom Pracy Twórczej Stowarzyszenia Historyków Sztuki – zniżki dla członków SHS), a także oferują darmowe pobyty lub zniżki dla dzieci.

LICZBA GOŚCI. Większość obiektów oferuje zniżki od cen podstawowych w przypadku hurtowej sprzedaży usług, dla grup zarówno turystycznych, jak i konferencyjnych. Rabaty w takich przypadkach mogą być wysokie, a są uzależnione od wielu czynników i pozostają przedmiotem indywidualnych negocjacji. Częstym rozwiązaniem są tzw. pakiety konferencyjne, w ramach których w hurtowej cenie nabywca otrzymuje miejsce w pokojach dwuosobowych, pełne wyżywienie, salę konferencyjną z wyposażeniem oraz przerwy kawowe. Obiekty rzadko publikują na swoich stronach ceny pakietów konferencyjnych, zazwyczaj są one podawane na konkretne zapytanie, w kilku wersjach różniących się na przykład menu obiadowym i kolacyjnym.

Oczywiście należy mieć świadomość, że ostatecznie wynegocjowana cena w przypadku grup konferencyjnych zależy od wielu czynników, m.in. sezonu, obłożenia konkretnego terminu, szans pozyskania innej grupy i determinacji właściciela lub zarządzającego, aby obiekt nie stał pusty.

Podsumowanie

Przeprowadzone badania wykazały, że sytuacja zabytkowych rezydencji pełniących funkcję hotelarską jest dobra, obiekty pomimo szybkiego wzrostu konkurencji w sektorze oraz generalnie wzrostu konkurencji w hotelarstwie utrzymują się na rynku, a ich liczba wzrasta. Noclegi w zabytkowej rezydencji są statystycznie o 117 proc. droższe niż w porównywalnym obiekcie niebędącym zabytkiem – czyli posiadanie zabytku się

11. Restauracja w dworze myśliwskim w Antoninie (woj. wielkopolskie)

11. The restaurant in the Antonin Hunting Palace (Wielkopolskie Voivodeship)

opłaca, a właściwe dbanie o jego autentyczność opłaca się w dwójnasób. Dodatkowym optymizmem napawa prawie 50-procentowy wzrost konsumpcji usług hotelarsko-gastronomicznych w Polsce, a także to, że ceny noclegów, mimo gwałtownego wzrostu konkurencji, nadążają za inflacją.

W grupie rezydencji gościnnych najniższe ceny, bez względu na rodzaj pokoju, oferują dwory, natomiast najdroższe w każdej kategorii były zamki. Zwiększyły się też różnice pomiędzy cenami osobonoclegu w poszczególnych rodzajach obiektów. Niewątpliwym wpływem na taki rozkład cen ma fakt, że dwory jako obiekty najmniejsze prowadzą czasem działalność hotelarską o charakterze rodzinnym pod szyldem agroturystyki, która pozwala w doskonały sposób kontrolować koszty. Ciekawym zjawiskiem był spadek cen noclegów w aż 30 proc. obiektów, który wynikał z ogólnego wzrostu konkurencji na rynku hotelarskim.

Pamiętać należy, że podkreślanie wyjątkowości oferty turystycznej zabytkowych rezydencji uzasadnia stosowanie wyższych cen, ponieważ, jak wykazały badania, wysoka cena nie odstrasza klientów pragnących nocować w obiektach zabytkowych. Niestety, remonty dokonywane często bez szacunku dla zabytku oraz troski o jego autentyczność, z zastosowaniem nachalnie

nowoczesnych technik i materiałów sprawiają, że goście przestają widzieć różnicę między zabytkowymi rezydencjami a współczesnymi hotelami, a przez to są mniej skłonni do płacenia wyższych cen za noclegi. ■

Dr Rafał Rouba, pracownik Instytutu Turystyki i Rozwoju Gospodarczego Uniwersytetu Łódzkiego. Jest zarówno teoretykiem, jak i mocno osadzonym w realiach branży hotelarskiej i turystycznej praktykiem. Od dekady bada zagadnienia związane z rewitalizacją zabytkowych rezydencji przez funkcję hotelarską. Zajmuje się również turystyką biznesową i usługami spa. Przeprowadził pionierskie badania terenowe, w trakcie których zinwentaryzował ponad 250 pałaców, dworów i zamków utrzymujących się dzięki funkcji hotelarskiej i turystycznej. Obserwując te obiekty na przestrzeni lat, prowadzi swego rodzaju monitoring ich funkcjonowania we współczesnej gospodarce i kulturze.

Dr Waldemar Cudny, pracownik Instytutu Turystyki i Rozwoju Gospodarczego Uniwersytetu Łódzkiego. Studia doktorskie ukończył na Wydziale Nauk Geograficznych Uniwersytetu Łódzkiego w 2004 r. W swojej pracy doktorskiej zajmował się przemianami społeczno-gospodarczymi i przestrzennymi średnich miast w Polsce na przykładzie Tomaszowa Mazowieckiego. W dalszych badaniach kontynuował tematykę przekształceń miast polskich w okresie transformacji ustrojowej. Zajmował się także zagadnieniami rozwoju turystyki miejskiej, badaniami nad przemianami terenów poprzemysłowych i rozwojem funkcji kulturalno-rozrywkowej w miastach po 1989 r. Obecnie zajmuje się głównie zagadnieniami turystyki kulturowej.

Przypisy

- 1 Zagadnieniem rewitalizacji zabytkowych rezydencji poprzez działalność hotelarską R. Rouba zajmował się w ramach rozprawy doktorskiej, którą w postaci książki pt. *Hotelarstwo w zabytkowych rezydencjach jako czynnik modyfikujący otoczenie* opublikowało Łódzkie Towarzystwo Naukowe. Badania prowadzone były w latach 2002-2003 oraz w 2011 r. i objęły swoim zasięgiem 180 pałaców, dworów i zamków z całej Polski rewitalizowanych przez funkcję noclegową.
- 2 www.abchotelu.pl/rynek-hotelowy/199-rynek-hotelarski-1990-2010-inwestycje-operatorzy-zmiany.html (25.01.2011).
- 3 W toku prowadzonych badań R. Rouba stworzył piramidę porządkującą współczesne funkcje pełnione przez zabytkowe rezydencje. Najkorzystniejsza współczesna funkcja ma miejsce wówczas, gdy obiekt jest rezydencją rodziny przedwojennych właścicieli.
- 4 R. Rouba, *Hotelarstwo w zabytkowych rezydencjach jako czynnik modyfikujący otoczenie*, Łódź 2010.
- 5 Abraham Harold Maslow (ur. 1 kwietnia 1908 r. w Nowym Jorku, zm. 8 czerwca 1970 r. w Menlo Park), amerykański psycholog, jeden z czołowych reprezentantów nurtu psychologii humanistycznej i psychologii transpersonalnej. Był autorem hierarchii potrzeb (następstwa potrzeb), obrazowanej zazwyczaj w postaci piramidy, od najbardziej podstawowych – biologicznych, do potrzeb wyższego poziomu, które aktywizują się dopiero po zaspokojeniu niższych. Źródło: www.wikipedia.com
- 6 J. Pustoła, *Materiały do poznania historii hotelarstwa*, [w:] *Organizacja pracy w hotelarstwie*, Warszawa 1999.
- 7 J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, *Produkt turystyczny*, Warszawa 2005.
- 8 L. Garbarski, *Marketing*, Warszawa 1993, s. 35.
- 9 G. Karasiewicz, *Marketingowe strategie cen*, Warszawa 1997, s. 16.
- 10 M. Kachniewska, C. Witkowski, *Hotelarstwo w gospodarce turystycznej*, Warszawa 2005.
- 11 Z. Błądek, *Wypożyczenie obiektów hotelarskich*, Warszawa 1993, s. 6.
- 12 *Skuteczne prowadzenie obiektu hotelarskiego i gastronomicznego*, Warszawa 2002, Roz. 7/2/3.1, s. 1.
- 13 Michigan State University Extension Tourism Educational Materials – 08/26/00.
- 14 M. Kachniewska, C. Witkowski, jw.
- 15 R. Rouba, W. Cudny, *Dobry dojazd czy przystępne ceny – vademecum oczekiwania względem obiektów historycznych pełniących funkcję konferencyjno-hotelarską*, [w:] *Turystyka biznesowa*, „Zeszyty Naukowe”, 2010, z. 24, s. 55-67.
- 16 W Polsce zasady prowadzenia działalności hotelarskiej reguluje Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, zgodnie z którą obiekty hotelarskie mogą stosować nazwy zastrzeżone, m.in. takie jak hotel, motel, pensjonat,

po przeprowadzeniu procedury zaszerzegowania i spełnieniu wymogów kategoryzacyjnych w zakresie wyposażenia i świadczonych usług dla określonej kategorii.

- 17 www.e-hotelarstwo.com/aktualnosci/dossier?more=692903808 (25.01.2011).
- 18 www.e-hotelarstwo.com/aktualnosci/dossier?more=757392805 (25.01.2011).
- 19 www.stat.gov.pl– *Roczne mierniki gospodarcze GUS*, cz. IV, 2010 (25.01.2011).
- 20 www.stat.gov.pl– *Roczne mierniki gospodarcze GUS*, jw.
- 21 Wskaźnik wzrostu cen dla towarów konsumpcyjnych w latach 2002-2010 wyniósł według Głównego Urzędu Statystycznego 23,6 proc.
- 22 Wielkopolska, z uwagi na zasłóści historyczne i warunki geograficzne, posiada najgęstszą sieć szlacheckich rezydencji w dzisiejszej Polsce. Bardzo duży odsetek tych obiektów

pełni funkcję hotelarską, wobec czego konkurencja jest istotnym elementem kształtującym ceny. Zgoła inny przypadek reprezentują województwa lubelskie i podkarpackie. Obszary te położone są w południowo-wschodniej Polsce, na żyznych terenach rolniczych, jednak z dala od głównych centrów gospodarczych kraju, lotnisk i kluczowych szlaków komunikacyjnych.

- 23 Określenie *rack rate* w hotelarstwie oznacza cenę podstawową, podawaną oficjalnie na ładzie recepcyjnej dla wszystkich klientów.
- 24 Poznań, w którym organizowane są Międzynarodowe Targi Poznańskie, ma bardzo rozbudowaną infrastrukturę, ale zlokalizowaną wyłącznie w ścisłym centrum. Podczas dużych imprez targowych miasto cierpi na niedostatek miejsc noclegowych.

Summary

Monitoring the historic residences functioning on the hotel services market in Poland in the years 2002-2011

The Polish tourism industry has undergone a very significant revolution in the last ten years. Customers' needs and expectations have changed together with the quality of the services provided. There has been a great transformation in the hotel market. Historic palaces, manor houses and castles,

a great majority of which are located in rural areas, renovated and revitalised due to their hotel function, constitute an interesting sector of the Polish hotel market. The article focuses on the specifics of the market of historic residences with a hotel function, where fast-growing competition forces managers to use marketing concepts adjusted to the uniqueness of the product. Issues concerning pricing policies have been presented in a broader scope, along with the changes in the prices of hotel services in the historic palaces, manor houses and castles between 2002 and 2011.