

HALINA GUZIK

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

WOJCIECH STRZELCZYK

Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie

**BAZA NOCLEGOWA
JAKO ELEMENT MEGAPRODUKTU MIASTA
NA PRZYKŁADZIE KRAKOWA**

Abstract: Tourist Accomodation as an Element of City Magaproduct on a Case of Cracow.

Tourism as a multidimensional phenomenon is an important determinant of economic development of cities and regions. This study pays particular attention to the tourist accommodation, which is part of the supply side of the tourism market. The purpose of this article is to present Cracow's tourist accomodation as a part of the tourism product area, constituting component of the city's megaproduct. Analysis of tourism function and the assumptions entry of the zonal concentration concept of Butowskiego tourist accommodation in space of Cracow, has allowed the identification of development trends of accommodation. Elaboration introduces marketing approach to the tourist accomodation, presenting it as a one of the products offered by the city.

Key words: Accomodation, mega-product, tourism, tourism function.

Wstęp

Celem opracowania jest przedstawienie bazy noclegowej jako elementu produktu turystycznego obszaru, stanowiącego komponent megaprojektu miasta oraz wykazanie kształtujących się zmian funkcji turystycznej na przykładzie Krakowa.

Przedmiotem analizy jest baza noclegowa Krakowa. Zakres czasu przeprowadzonych badań to okres 2005-2012. Wybór przedziału czasu pozwoli na przedstawienie najbardziej aktualnych tendencji w rozwoju funkcji turystycznej oraz dynamiki liczby miejsc noclegowych analizowanego miasta.

Prezentowane opracowanie skupia szczególną uwagę na charakterystyce bazy noclegowej Krakowa pod kątem rozwoju funkcji turystycznej i jej przestrzennej koncentracji. Podstawą prowadzonych badań nad bazą noclegową rozumianą jako

podstawowy element obszarowego produktu turystycznego jest studium literatury. Opracowanie ma charakter empiryczny. W badaniach wykorzystano dane Głównego Urzędu Statystycznego będące punktem wyjścia w analizach funkcji turystycznej Krakowa. Analiza koncentracji przestrzennej bazy noclegowej Krakowa dokonana została na podstawie wskaźników oraz założeń koncepcji strefowej koncentracji bazy noclegowej zaproponowanej przez Butowskiego [1993].

1. Baza noclegowa w aspekcie koncepcji marketingowej

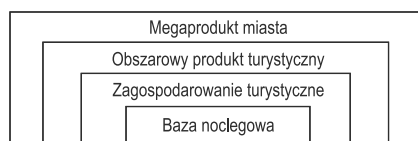
Adaptacja koncepcji marketingu terytorialnego na potrzeby turystyki wiąże się z uwzględnieniem szczególnych cech tego sektora. Turystyka jako zjawisko społeczno-gospodarcze ściśle powiązana jest z danym obszarem o określonych walorach turystycznych. Z punktu widzenia marketingu istotne jest poznanie i zaspokajanie potrzeb turystów przez oferowanie i świadczenie adekwatnych usług, jak np. noclegu, gastronomii czy transportu. Analizowany powinien być zatem zarówno produkt oferowany przez przedsiębiorstwa sektora turystyki, jak również pełny produkt turystyczny danego obszaru czy miejscowości [Kornak, Rapacz 2001, s. 125].

Według Markowskiego [1997, s. 52], marketing terytorialny miasta jest „rynkowo zorientowaną koncepcją zarządzania miastem przez władze samorządowe i jej partnerów w celu zaspokojenia obecnych i przyszłych potrzeb użytkowników (klientów) wewnętrznych i zewnętrznych. Sens ekonomiczny marketingu miasta przejawia się w wyznaczaniu jego bazy ekonomicznej oraz większych dochodach ekonomicznych”.

W tę koncepcję wpisuje się obszarowy produkt turystyczny rozważany z dwóch poziomów agregacji np. miasta jako całości, tj. specyficznego megaprodktu oraz podzbioru subproduktów miejskich. Elementami megaprodktu są przede wszystkim: wizerunek miasta, lokalny klimat kulturalny, klimat przedsiębiorczości, zdolność do samoorganizacji i tworzenia sieciowych powiązań między podmiotami, a także system komunikacyjny i jakość zagospodarowania. Te wymienione elementy są trudne do identyfikacji przez konkurentów i często stanowią o przewadze konkurencyjnej jednostki terytorialnej. [*ibidem*, s. 52].

Megaprodktu miejski będący sumą składników materialnych i niematerialnych produktów cząstkowych, stanowi sumę wszystkich potencjalnych korzyści oferowanych konkretnemu nabywcy w wyniku procesu wymiany. Charakteryzuje się on ogromną złożonością i wpływem aspektów historycznych, ciągłą zmiennością, różnym znaczeniem poszczególnych jego części dla poszczególnych „użytkowników” oraz kluczowym znaczeniem efektów zewnętrznych. Ryc. 1 przedstawia uproszczony schemat megaprodktu miasta eksponując bazę noclegową jako jego element.

Pojęcie *obszarowego produktu turystycznego* powstało w konsekwencji rozwoju marketingu miejsc. Produkt turystyczny – obszar jest produktem szczególnym,



Ryc. 1. Baza noclegowa elementem megaprodktu miasta

Źródło: Opracowanie własne.

uwarunkowanym przestrzennie, złożonym z wybranych elementów potencjału turystycznego danego obszaru, połączonych nadrzędną ideą decydującą o jego oryginalności, odrębności i atrakcyjności rynkowej [Kaczmarek *et al.* 2005, s. 101].

Potencjał turystyczny to nie tylko endogeniczne walory danego obszaru, to również jego infrastruktura turystyczna zwana inaczej zagospodarowaniem turystycznym. Infrastruktura regionu jest niezbędna, aby turysta mógł zaspokoić swoje podstawowe potrzeby bytowe, ale też może stać się podstawą samodzielnych atrakcji turystycznych lub produktów turystycznych dla takich typów turystyki, jak np. turystyka konferencyjna czy biznesowa [Kurek 2007, s. 446].

Infrastruktura turystyczna zapewnia możliwości rozwoju funkcji turystycznej danego obszaru. Obejmuje elementy materialne przestrzeni, takie jak: obiekty noclegowe, gastronomiczne, komunikacyjne i inne. Najistotniejszym i najbardziej zobiektywizowanym miernikiem rozwoju funkcji turystycznej będącym elementem megaprodktu miasta jest baza noclegowa. Pozwala turystom na przebywanie poza miejscem zamieszkania w warunkach zbliżonych do ich stałych upodobań. Charakter i struktura bazy noclegowej w dużym stopniu uzależnione są od uwarunkowań przyrodniczych i społeczno-gospodarczych.

2. Baza noclegowa wyznacznikiem funkcji turystycznej Krakowa

Podstawowym elementem i decydującym ogniwem zagospodarowania turystycznego – istotnego elementu megaprodktu Krakowa jest baza noclegowa. Jest ona tym składnikiem infrastruktury turystycznej, który warunkuje rozwój funkcji turystycznej na poszczególnych obszarach, ale też umożliwia uprawianie różnych rodzajów turystyki służąc zaspokajaniu potrzeb turystów. Wielkość bazy noclegowej jest uznawana za główny wskaźnik zdolności recepcyjnej obszaru oraz służy do oceny stopnia rozwoju funkcji turystycznej danej jednostki przestrzennej. Zdecydowana większość autorów zajmujących się zagospodarowaniem turystycznym wymienia urządzenia i usługi noclegowe jako najważniejszy rodzaj infrastruktury turystycznej oraz bardzo ważny składnik strukturalnego potencjału turystycznego.

Dla celów badawczych niniejszego opracowania wykorzystywane będą zregulowane dane dotyczące liczby miejsc noclegowych w obiektach hotelowych oraz

pozostałych będących w bazie danych Głównego Urzędu Statystycznego. Adaptacja danych GUS do prowadzonych badań uwarunkowana jest brakiem dostępności statystyk w latach 2005-2006 prowadzonych przez Urząd Miasta Krakowa. Warto jednak zaznaczyć, że liczba miejsc noclegowych w okresie 2007-2012 prezentowana przez GUS jest mniejsza niż publikowana przez Urząd Miasta Krakowa w rocznych Raportach o stanie miasta Krakowa. Jednak ze względu na pełny zbiór danych dla badanego okresu 2005-2012 wykorzystano publikowane dane GUS.

Odzwierciedleniem rangi turystyki, jaką odgrywa w strukturze funkcjonalno-przestrzennej danego miasta jest miastotwórcza funkcja turystyki mierzona wskaź-

Tabela 1

Wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej

Nazwa wskaźnika	Wzór	Interpretacja
Wskaźnik Baretje'a-Deferta	$T_{bd} = \frac{100 N}{L}$ <p>gdzie: N – liczba turystycznych miejsc noclegowych w hotelach, motelach i pensjonatach, L – liczba ludności miejscowej.</p>	Pozwala określić liczbę miejsc noclegowych przypadającą na 100 mieszkańców
Wskaźnik Sznajdera	$T_s = \frac{100 T}{L}$ <p>gdzie: T – przyjęto liczbę turystów korzystających z noclegów, L – liczbę ludności miejscowej.</p>	Pozwala określić liczbę turystów korzystających z noclegów na 100 mieszkańców
Wskaźnik gęstości ruchu turystycznego	$G_t = \frac{T}{S}$ <p>gdzie: T - przyjęto liczbę osób korzystających z noclegów, S – powierzchnię w ha.</p>	Pozwala określić liczbę korzystających z noclegów na danym obszarze do łącznej powierzchni badanego terenu
Wskaźnik gęstości bazy noclegowej	$G_b = \frac{N}{S}$ <p>gdzie: N – liczbę miejsc noclegowych, S – powierzchnię w ha.</p>	Pozwala określić liczbę miejsc noclegowych zlokalizowanych w obiektach noclegowych na danym obszarze do łącznej powierzchni badanego obszaru

Źródło: Opracowano na podstawie: [Lijewski *et al.* 1998, s. 23, 24, 25].

nikami funkcji turystycznej: Baretje'a-Deferta, Schneidera oraz wskaźnikami gęstości ruchu turystycznego i bazy noclegowej na danym obszarze zaprezentowane w tab. 1.

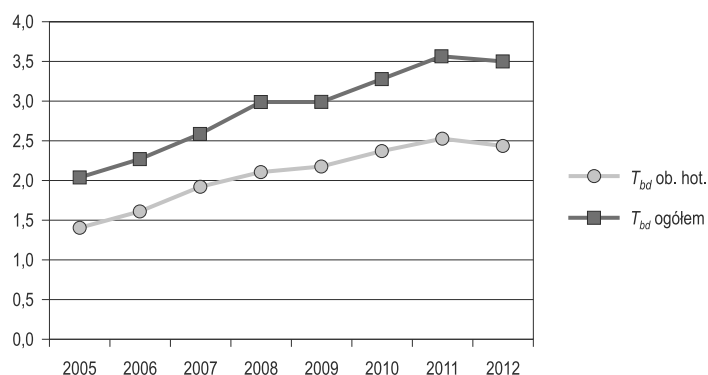
Na potrzeby analizy gęstości ruchu turystycznego zastosowano wskaźnik dla ogółu osób korzystających z noclegów oraz dla korzystających z noclegów obcokrajowców.

Głównym celem zaprezentowanych wielkości wskaźników jest przedstawienie tendencji w analizowanym szeregu czasowym. Na potrzeby analizy funkcji turystycznej Krakowa obliczono wskaźnik Baretje'a-Deferta dla liczby miejsc noclegowych w obiektach hotelowych tzn. łącznie w hotelach, motelach i pensjonatach (oraz dla ogólnej liczby miejsc noclegowych).

Wskaźnik Baretje'a-Deferta dla liczby miejsc noclegowych ogółem wzrósł w okresie 2005-2011 o 1,6 pkt, a następnie w 2012 r. zmalał o 0,1 w porównaniu z rokiem ubiegłym. Poziom wskaźników przedstawia ryc. 2. Kraków jest miastem turystycznym i jak pokazują statystyki jego baza noclegowa nadal się rozwija.

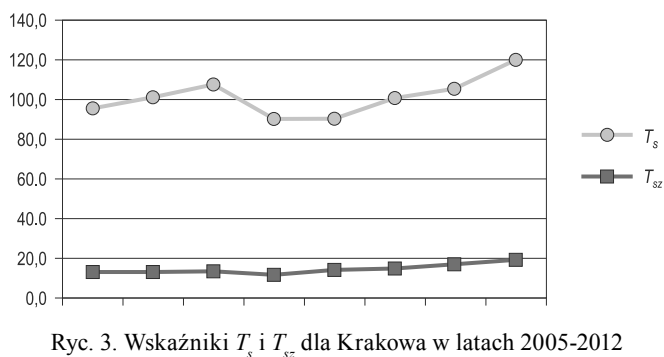
Kolejny istotny wskaźnik badający stopień rozwoju funkcji turystycznej Krakowa, tj. wskaźnik Sznajdera T_s przedstawiono na ryc. 3. Najwyższą wartość wskaźnik osiągnął w 2012 r. Obserwujemy znaczne załamanie rynku turystycznego w 2008 i 2009 r. Wskaźnik z poziomu 108 w 2007 r. obniżył się o 18 pkt w 2008 r. Rynek turystyczny jest podatny na wszelkiego rodzaju perturbacje w gospodarce. Kryzys gospodarczy zdecydowanie negatywnie wpłynął na rozwój funkcji turystycznej. Co ciekawe wskaźnik Sznajdera wykazuje stabilny rozwój turystyki w kontekście analizy ruchu turystów zagranicznych. W badanym okresie utrzymuje się na średnim poziomie wynoszącym 13,93.

Wskaźnik G_t obrazujący liczbę osób korzystających z noclegów na 1 ha powierzchni przedstawiono na ryc. 4. Gęstość osób korzystających z noclegów na terenie Krakowa istotnie zmniejszyła się w 2008 r., co uwarunkowane było ogólnym spowolnieniem gospodarczym. Porównując wartości wskaźnika gęstości osób korzystających z noclegów w 2007 i 2008 r. zaobserwować można spadek o 4,2 pkt.

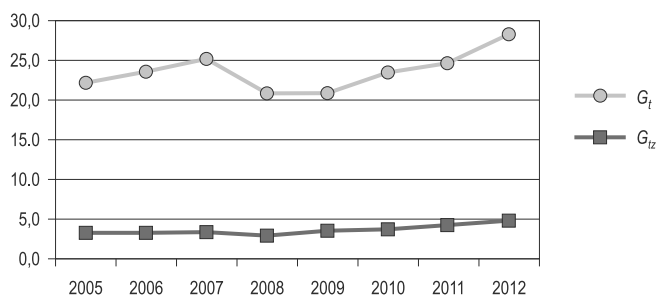


Ryc. 2. Wskaźniki $T_{bd(h)}$ i $T_{bd(o)}$ dla Krakowa w latach 2005-2012

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych z www.stat.gov.pl. (ryc. 2-5).



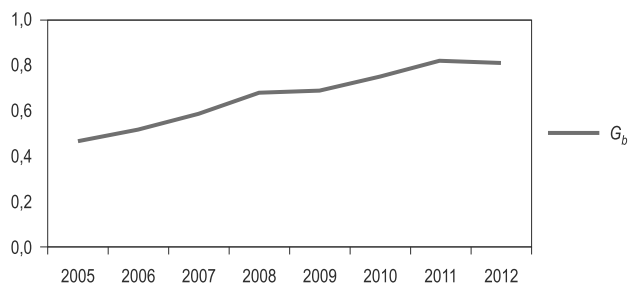
Ryc. 3. Wskaźniki T_s i T_{sz} dla Krakowa w latach 2005-2012



Ryc. 4. Wskaźniki G_t i G_{iz} dla Krakowa w latach 2005-2012

Dopiero w 2012 r. odnotowano najwyższą wartość wskaźnika G_t (28) przewyższającą wartość z 2007 r. Natomiast drugi wskaźnik G_{iz} gęstości zagranicznego ruchu turystycznego w badanym okresie był stabilny i wynosił średnio 3,2.

Wskaźnik gęstości bazy noclegowej G_b dla Krakowa przedstawiono na ryc. 5. Wartość średnia wynosi 0,7 pkt. Badanie gęstości bazy noclegowej w okresie 2005-2012 wykazało wzrost wartości przedmiotowego wskaźnika o 73%. Najniższa wartość wskaźnika G_b przypadła na lata 2005-2006 i wynosiła 0,5 pkt, a najniższy poziom – 0,8 pkt osiągnął on w latach 2010-2012.



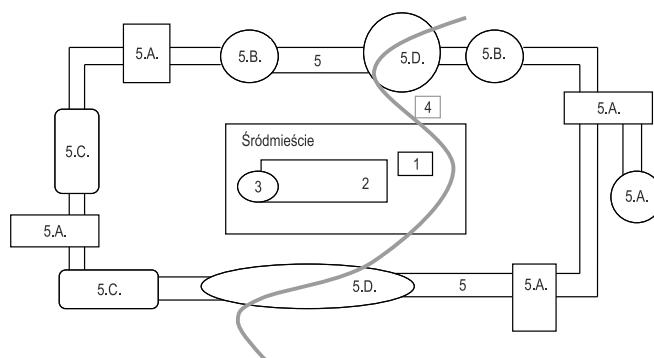
Ryc. 5. Wskaźniki G_b dla Krakowa w latach 2005-2012

3. Przestrzenna koncentracja bazy noclegowej Krakowa

Na obszarze dużych miast o rozwiniętej funkcji turystycznej zauważa się znaczną koncentrację bazy noclegowej, co wynika z dużego zapotrzebowania na świadczone przez nią usługi. W zakresie rozmieszczenia obiektów noclegowych w dużych miastach obserwuje się pewne prawidłowości. W każdym ośrodku można wyróżnić obszary, na których występuje koncentracja hoteli. Zjawisko to jest ściśle związane z cechami tych części miast, oraz funkcjami, jakie pełnią. W „dużym mieście europejskim” [Butowski 1993, s. 51-52], można wyodrębnić następujące strefy koncentracji bazy hotelowej (por. ryc. 6).

Należy podkreślić, że w konkretnych dużych miastach nie zawsze występują wszystkie wymienione strefy lub też może zdarzyć się trudność wyodrębnienia danej strefy, ponieważ pokrywa się ona z inną.

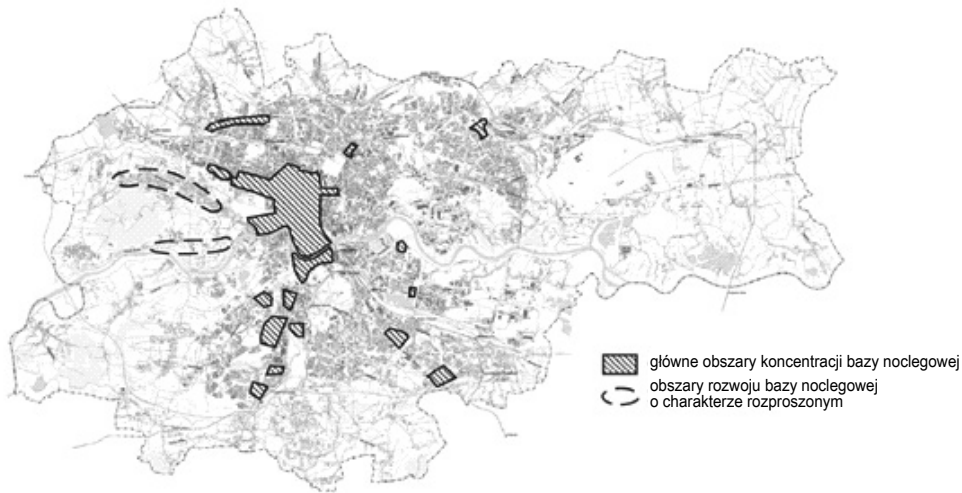
Kraków jest dynamicznie rozwijającym się ośrodkiem turystycznym o międzynarodowej renomie. Zainteresowanie turystów przyjazdami do Krakowa wciąż wzrasta, co uwarunkowane jest m.in. dobrze rozwiniętą bazą noclegową. Ryc. 7. przedstawia koncentrację bazy noclegowej Krakowa. Rozmieszczenie bazy noclegowej w obszarze miasta jest nierównomierne. Lokalizacja bazy noclegowej Krakowa uwa-



1. – strefa zabudowy staromiejskiej,
2. – strefa centrum handlowo-biznesowego,
3. – strefa dworca kolejowego,
4. – strefa rzeki w granicach miasta
5. – strefa peryferyjno-podmiejska,
- 5.A. – podstrefa połączeń drogowych z miastem,
- 5.A.1. – podstrefa połączenia drogowego miasta z portem lotniczym,
- 5.B. – podstrefa terenów ekspozycyjno-targowych,
- 5.C. – podstrefa przedmieścia,
- 5.D. – podstrefa rekreacyjna.

Ryc. 6. Schemat ideowy podziału przestrzeni miejskiej ze względu na lokalizację hoteli

Źródło: [Butowski 1996, s. 211].



Ryc. 7. Granice rozwoju obszarów koncentracji bazy noclegowej w Krakowie

Źródło: [Waloryzacja ... 2008, s. 85].

runkowana jest atrakcyjnością turystyczną poszczególnych obszarów, stref w mieście. Najbardziej atrakcyjny i zarazem najbardziej nasycony obszar pod względem obiektów noclegowych to Stare Miasto. Bliskość zabytkowej, średniowiecznej tkanki miejskiej oraz możliwość przebywania w zrewitalizowanych obiektach urbanistycznych sprzyja podejmowaniu decyzji zarówno przez inwestorów o wyborze lokalizacji obiektów noclegowych, jak również przez turystów o wyborze miejsc noclegowych na terenie Starego Miasta. Hotele i inne obiekty noclegowe lokalizowane są głównie w samym centrum Krakowa, czyli w okolicy Rynku Głównego i Plant, a także w popularnej dzielnicy Krakowa – Kazimierz. W rejonie Starego Miasta i w obszarze ograniczonym drugim pierścieniem Krakowa oraz na Kazimierzu koncentruje się ok. 50% krakowskich obiektów noclegowych. W pobliżu Dworca Głównego i na terenie Kazimierza zaobserwować można koncentrację bazy pozahotelowej. Ponadto warto zwrócić uwagę, że w rejonie Śródmieścia koncentruje się 75% bazy apartamentów. Wiele z nich mieści się w zabytkowych budynkach o niepowtarzalnych walorach estetycznych.

Warto podkreślić, że Kraków jest miastem, które wpisuje się w koncepcję strefowej koncentracji bazy noclegowej zaproponowaną przez Butowskiego. W ramach strefy zabudowanej staromiejskiej obserwujemy rozwój bazy noclegowej w obszarze Starego Miasta i Śródmieścia. W strefę centrum handlowo-biznesowego wpisuje się obszar w rejonie ulicy Josepha Conrada/Opolskiej, Armii krajowej i Ronda Radzikowskiego. W odniesieniu do strefy koncentracji w pobliżu dworców kolejowych wartość tej przestrzeni znacznie ewaluowała stając się miejscem atrakcyjnym do lokowania hoteli wysokich kategorii co stoi w opozycji do założenia, że jest to miejsce atrakcyjne, ale pod względem koncentracji bazy średniej i niższej klasy. Kraków jest

miastem gdzie Dworzec Centralny jest zlokalizowany w bardzo bliskiej odległości od Starego Miasta co determinuje wzrost wartości przestrzeni. Ostatnia strefa peryferyjno-podmiejska rozwija się w sąsiedztwie Nowej Huty w rejonie Bieńczyca, na terenie Płaszowa, Olszy czy w okolicach Sanktuarium w Łagiewnikach co w ostatnim przypadku związane jest z rozwojem turystyki religijnej.

Zakończenie

Zagospodarowanie turystyczne będące składową zagospodarowania przestrzennego rozumiane jest jako jeden z najistotniejszych elementów produktu turystycznego miasta, obok walorów przyrodniczych i kulturowych. Obiekty i urządzenia stanowiące wyposażenie określonego obszaru umożliwiają zaspokojenie potrzeb ruchu turystycznego oraz determinują poprawę atrakcyjności turystycznej. Baza noclegowa jako składowa zagospodarowania turystycznego i jednocześnie element produktu turystycznego obszaru stanowi subprodukt megaprojektu miasta będącego skumulowaną sumą wszystkich produktów częściowych zarówno materialnych, jak i niematerialnych zdolnych do generowania potencjalnych korzyści oferowanych konkretnemu nabywcy w wyniku procesu wymiany.

Rozwój funkcji turystycznej Krakowa wykazuje tendencję wzrostową w badanym okresie, mimo niewielkiego zahamowania od 2009 do 2010 r. co związane było ze zmniejszeniem ruchu turystycznego będącego następstwem kryzysu gospodarczego.

Przeprowadzone badania wykazały, że przestrzenna koncentracja bazy noclegowej Krakowa wpisuje się w teoretyczny model strefowej koncentracji bazy noclegowej Butowskiego charakterystyczny dla wielkich centrów turystyczno-krajoznawczych. Wydzielone w tej koncepcji strefy koncentracji, takie jak: strefa zabudowy staromiejskiej, strefa centrum handlowo-biznesowego, strefa dworców kolejowych oraz peryferyjno-podmiejska zostały zidentyfikowane w przestrzeni Krakowa i skonfrontowane z przeprowadzoną w 2008 r. waloryzacją przestrzeni miejskiej Krakowa na potrzeby turystyki.

Literatura

- Butowski L., 1993, *Baza hotelowa w wielkim mieście europejskim: wielkość, rozmieszczenie przestrzenne, struktura*. „Problemy Turystyki”, t. XVI, nr 3.
- Butowski L., 1996, *Duże miasta europejskie jako obszary recepcji turystycznej*. Biuletyn KPZK PAN, t. 174, Warszawa.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005, *Produkt turystyczny*. PWE, Warszawa.
- Kornak A. S., Rapacz A., 2001, *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie*. Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław.
- Kurek W. (red.), 2007, *Turystyka*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.

- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., 1998, *Geografia turystyki Polski*. PWE, Warszawa.
- Markowski T., 1997, *Miasto jako produkt – wybrane aspekty marketingu miasta*, [w:] *Marketing terytorialny. Strategiczne wyzwania dla miast i regionów*, T. Domański (red.). Centrum Badań i Studiów Francuskich, Instytut Studiów Międzynarodowych, UŁ, Łódź.
- Waloryzacja przestrzeni miejskiej Krakowa dla potrzeb turystyki. Raport końcowy*, 2008, UJ, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Kraków.