

WENDT Jan<sup>1</sup>  
WISKULSKI Tomasz<sup>2</sup>

## Jakość usług hotelowych na tle działalności międzynarodowych holdingów

### WSTĘP

Poza dostępnością transportową kluczową rolę w ruchu turystycznym pełnią baza noclegowa i baza gastronomiczna (żywieniowa). W polu zainteresowań badawczych geografii turystycznej znajduje się przestrzenne zróżnicowanie bazy noclegowej w podziale na typy obiektów i liczbę miejsc noclegowych. Prowadzone są analizy przestrzennego zróżnicowania, wielkości i zmienności ruchu turystycznego, stopnia wykorzystania bazy noclegowej i stopnia turystycznego zagospodarowania terenu z punktu widzenia chłonności i pojemności turystycznej. Badania z zakresu geografii turystycznej związane z bazą noclegową mają na celu analizę kierunków zmian, racjonalizację inwestycji hotelowych oraz próbę zachowania zasady zrównoważonego rozwoju przy intensyfikacji ruchu turystycznego i rozwoju infrastruktury turystycznej.

Na bazę noclegową składają się wszystkie obiekty, które pozwalają turystom na przebywanie poza miejscem zamieszkania powyżej jednego dnia. Ze względu na stopień wykorzystania w okresie roku baza noclegowa dzieli się na całoroczną i sezonową. Całoroczna posiada obiekty i ich wyposażenie pozwalające na świadczenie usług także w sezonie zimowym. Sezonowa, najczęściej otwarta jest w okresie wakacyjnym, szerzej letnim. W Europie wynika to ze stopnia ich wykorzystania i z kosztów prowadzenia obiektu (głównie koszt ogrzewania) w sezonie zimowym. Ze względu na kryterium dostępności bazę noclegową podzielić można na ogólnodostępną i o ograniczonej dostępności. Jeszcze stosunkowo niedawno, bo w połowie lat dziewięćdziesiątych istniały w Polsce obiekty noclegowe prowadzone przez agencje rządowe lub przez inne podmioty, w których usługi zarezerwowane były dla określonej grupy osób uprawnionych do korzystania z obiektu (hotele rządowe, domy twórców, miejsca noclegowe w obiektach prowadzonych przez wspólnoty zakonne). Jednak postępujący proces urynkowania gospodarki i usług hotelarskich coraz szerzej otwiera dawniej ograniczone dla wybranej kategorii osób obiekty. Obecnie możliwe jest korzystanie z usług hotelarskich większości obiektów rządowych, a liczne domy zakonne prowadzą czasami szeroko zakrojone kampanie marketingowe dla potencjalnych klientów.

## 1. HOLDINGI HOTELOWE W EUROPIE I NA ŚWIECIE

### 1.1 Systemy i łańcuchy hotelowe

Poza pojedynczymi obiektami bazy noclegowej we współczesnej turystyce podstawową rolę odgrywają łańcuchy i systemy hotelowe. Łańcuch hotelowy to zespół hoteli prowadzący jednolitą politykę ekonomiczną i marketingową, wyróżniający się między innymi jednolitymi warunkami lokalizacji, posiadający własny system rezerwacji miejsc, ujednolicony standard wyposażenia, usług i systemu obsługi gości, ujednoliconą strukturę organizacyjną oraz zunifikowane logo hotelu [3, s. 158]. Łańcuchy mogą funkcjonować samodzielnie lub należeć do systemu hotelowego. System lub grupa hotelowa to zespół obiektów hotelowych funkcjonujących zgodnie z wybraną i realizowaną ideą i misją działania. Grupy hotelowe mają centralny zarząd, prowadzą wspólną politykę ekonomiczną i marketingową. Jednak część autorów pojęcie łańcuch i system traktuje jako tożsame [2, s. 122]. Dla porządku terminologicznego można przyjąć, iż grupa hotelowa (system) jest nadrzędna w stosunku do łańcucha hotelowego. I tak do francuskiej grupy hotelowej Accor należą takie łańcuchy hotelowe jak „Ibis”, „Mercure”, „Novotel” czy „Etap Hotel”. Pod względem zasięgu

<sup>1</sup> Uniwersytet Gdański, Instytut Geografii, ul. Bażyńskiego 4, 80-952 Gdańsk, e-mail: jan.wendt@ug.edu.pl

<sup>2</sup> AWFiS w Gdańsku, Zakład Organizacji Turystyki i Rekreacji, ul. K. Górskiego 1, 80-336 Gdańsk, e-mail: twiskulski@awf.gda.pl

geograficznego łańcuchy hotelowe można podzielić na międzynarodowe i krajowe. Krajowe można podzielić na ogólnokrajowe (teren całego państwa), regionalne (zasięg, np. region historyczny), ponadlokalne (np. region turystyczny) i lokalne (np. miejscowość turystyczna). Łańcuchy międzynarodowe można podzielić na globalne (światowe), kontynentalne (zasięg łańcucha hotelowego obejmuje cały lub część kontynentu) i regionalne (łańcuch hotelowy obejmuje region turystyczny, często trans graniczny, np. Alpy). Do pierwszych łańcuchów hotelowych tworzonych w pierwszych dekadach XX wieku należały Hilton Hotels Corporation, Western Hotels, Sheraton Corporation of America, Travelodge Hotels, Best Western Motels i Inter-Continental Hotels Corporation. Po II wojnie światowej powstały kolejne światowe łańcuchy hotelowe, jak Hyatt Hotels International czy Marriot International Corporation.

## 1.2 Europejski rynek hotelowy

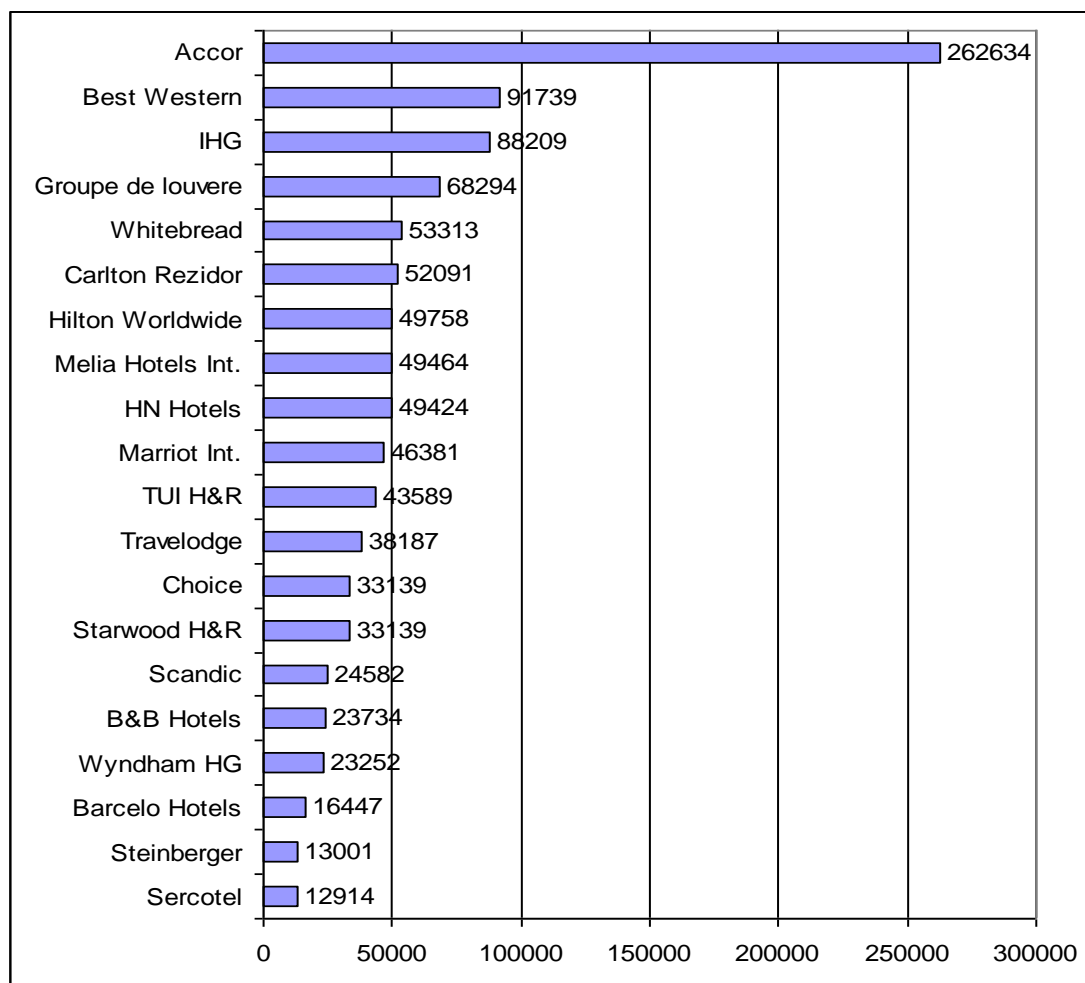
Także europejski rynek hoteli ulega nieustannym zmianom. W 2010 roku w Europie największy wzrost w rankingu sieci hotelowych, uwzględniając liczbę hoteli i liczbę pokoi, zanotował Travelodge, który zwiększył liczbę pokoi o 11,1%. Na pierwszym miejscu nadal pozostaje Best Western z ponad 1300 obiektami hotelowymi. Kolejne miejsca zajmują „Ibis” i „Mercure” należące do Accoru (dane na podstawie „Ranking of Hotel Brands in Europe as of January 2011”, [www.hospitalitynet.org](http://www.hospitalitynet.org); 20.03.2011).

**Tab. 1.** Ranking marek hotelowych w krajach Unii Europejskiej (2013)

Ranking			Marka (łańcuch hotelowy)	Grupa (system hotelowy)	Liczba hoteli		Liczba pokoi	
2013	2012	2011			2013	2013 /2012	2013	%
1	1	2	IBIS	Accor	1 277	+63	121 882	5,0
2	2	1	Best Western	Best Western	1 313	-3	90 738	1,1
3	3	3	Mercure	Accor	505	+5	56 968	1,0
4	4	6	Premier Inn	Whitbread	641	+28	50 744	11,2
5	5	4	NH Hotels	NH Hotels	311	-3	45 391	-0,1
6	7	5	Holiday Inn	InterContinental HG	266	-3	42 150	1,1
7	6	7	Novotel	Accor	257	-13	41 885	-0,9
8	9	10	Travelodge	Travelodge	533	+39	38 551	9,6
9	8	8	Hilton H&R	Hilton Worldwide	139	-	34 285	-3,8
10	10	12	Radisson Blu	Carlton Rezidor HG	132	+2	29 926	1,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Ranking marek hotelowych w Europie i w Polsce ([www.e-hotelarstwo.com](http://www.e-hotelarstwo.com)/aktualności/łańcuchyhotelowe, <http://hospitality-on.com/Exclusive-MKG-Hospitality-World-ranking-2013-of-hotel-groups-and-brands>).

W do 2013 roku w relacji do 2010 roku nastąpiły tylko niewielkie zmiany. Na dziewiąte miejsce awansowała grupa Radisson Blue, na dziewiąte spadł Hilton R&H, na ósme awansował Travelodge, na czwarte Premier INN, a Holiday Inn, NH Hotelsi Best Western spadły o jedną pozycję.



**Rys. 1.** Liczba pokoi w największych sieciach hotelowych w Europie w 2014 roku (marzec).

Źródło: <http://hospitality-on.com/Exclusive-MKG-Hospitality-World-ranking-2013-of-hotel-groups-and-brands>

Do największych pod względem liczby pokoi sieci hotelowych w 2014 roku w Europie należały: Accor, Best Western, IHG, Groupe de Leuvere, Whitebread oraz Carlton Rezider, wszystkie z liczbą pokoi powyżej 50 tys.

Pod względem liczby zakładów hotelowych (nomenklatura Eurostat) w 28 krajach Unii Europejskiej w 2013 roku na pierwszym miejscu znajdują się Włochy z prawie 150 tys. hoteli i innych zakładów turystycznych. Kolejne siedem miejsc, z liczbami powyżej 20 tys. zajmują Wielka Brytania, Chorwacja, Niemcy, Hiszpania, Francja, Grecja i Austria. Tak duża liczba hoteli i innych obiektów hotelowych, poza Chorwacją, Grecją i Austrią, wynika przede wszystkim z wielkości tych państw, ich liczby ludności oraz bardzo dużego ruchu turystycznego, zagranicznego, ale także i krajowego. W wymienionej trójce główną rolę odgrywają walory turystyczne, Adriatyk, Morze Egejskie i Alpy. Od pięciu do dziesięciu tysięcy zakładów liczą Czechy, Polska, Holandia, Irlandia, Rumunia i Belgia, kraje wysoko rozwinięte gospodarczo lub o większej niż pozostałe liczbie ludności i lub powierzchni oraz interesującymi walorami turystycznymi.

Na następnych miejscach znajduje się Austria, Grecja, Czechy, Rumunia, Holandia i Irlandia. O ich lokacie pod względem liczby hoteli zdecydowały kolejno Alpy, wyspy Morza Egejskiego i zabytki kultury antycznej, orientacja gospodarki na turystykę, szybkie nadrabianie zapóźnienia w rozwoju infrastruktury turystycznej, a w przypadku dwóch ostatnich państw walory turystyczne oraz okres dużej atrakcyjności gospodarczej i otwartego rynku pracy.

Tab. 2. Obiekty hotelowe krajach Unii Europejskiej

Kraj	2008	2013
Austria	20 438	20 334
Belgia	3 536	5 005
Bułgaria	2 128	2 953
Chorwacja	1 985	62 026
Cypr*	869	802
Czechy	7 705	9 972
Dania	1 058	1 102
Estonia	1 048	1 320
Finlandia	1 349	1 443
Francja	28 667	28 246
Grecja*	9 706	28 005
Hiszpania	39 002	46 488
Holandia	7 096	9 126
Irlandia	9 430	7 712
Litwa	542	1 837
Luksemburg	503	457
Łotwa	491	628
Malta	162	170
Niemcy*	53 957	52 778
Polska	6 857	9 775
Portugalia	2 351	3 357
Rumunia	4 884	5 344
Słowacja	2 767	2 803
Słowenia*	988	997
Szwecja	4 032	4 261
Węgry*	2 924	4 071
Wielka Brytania*	86 838	86 597
Włochy	140 263	157 521

\*- dane za 2012r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Eurostat.

Od jednego do czterech tysięcy zakładów hotelowych znajduje się na Szwecji, na Węgrzech, w Portugalii, Bułgarii, na Słowacji, na Litwie, w Finlandii, w Estonii i w Danii. Państwach o znacznie mniejszej liczbie ludności oraz mniej atrakcyjnych turystycznie. I wreszcie ranking zamykają Słowenia, Cypr, Łotwa, Luksemburg i Malta, niewielkie pod względem powierzchni i liczby ludności państwa Unii Europejskiej, które pomimo posiadania walorów turystycznych (Cypr, Słowenia, Malta) ze względu na wielkość terytorium nie mogą posiadać porównywalnej z pozostałymi pod względem liczby bazy noclegowej.

Znacznie ciekawszy niż sama liczba hoteli jest jednak ranking zmian zarówno w ujęciu dynamicznym, jak i geograficznym liczby hoteli w latach 2000-2013. Wśród państw o największej dynamice wzrostu obiektów hotelowych dominują nowe kraje członkowskie, zajmujące pierwsze siedem miejsc rankingu, po nich dwa najsłabsze ekonomiczne i kraje tzw. starej UE i Czechy, czyli kolejne nowe państwo członkowskie. W przypadku pierwszej trójki, Bułgarii, Łotwy i Słowacji nastąpił w okresie ośmiu lat prawie dwuipółkrotny wzrost liczby obiektów. Wysokie tempo cechowało w latach 2000-2008 także Polskę, Rumunię i Litwę, od 160% do 180%. Wysokie miejsca w rankingu, wynikające ze wzrostu liczby obiektów hotelowych, są prostym efektem zwiększenia ruchu turystycznego po przystąpieniu do Unii oraz nadrabiania opóźnienia w rozwoju infrastruktury noclegowej. Z jednej strony likwidowane są dawne, pochodzące z okresu gospodarki centralnie sterowanej duże obiekty substandardowe, a w ich miejsce pojawiają się liczniejsze, lecz mniejsze hotele i pensjonaty. Z drugiej strony nastąpił rozwój przedsiębiorczości, a wolny rynek oraz potencjał turystyczny prowadzi do tworzenia nowej grupy ośrodków hotelowych, wykorzystujących lokalne walory turystyczne, dzięki czemu powstają kolejne hotele, motele, spa i liczne pensjonaty oraz gospodarstwa agroturystyczne.

W tym samym okresie, do początków kryzysu gospodarczego w 2008 roku wzrost na poziomie kilkunastu procent wraz ze wzrostem turystyki w regionie zanotowały kraje leżące nad Morzem Śródziemnym, Portugalia, Grecja i Hiszpania. Pozycja Czech i Holandii wynika z tradycyjnej orientacji gospodarki na turystykę oraz znaczenia ich stolic w turystyce kulturowej. Estonię i Węgry cechuje znacznie mniejsza dynamika wzrostu, ze względu na stosunkowo dobrze rozwiniętą nawet przed 1989 rokiem infrastrukturę hotelową. Pozostałe kraje cechuje niewielki wzrost, który w odróżnieniu od państw z dolnej części tabeli należy raczej nazwać brakiem wyraźnego regresu. Spadek liczby obiektów hotelowych w Austrii, Finlandii, Luksemburgu, Wielkiej Brytanii, Irlandii i na Malcie jest prostej korelacji ze spadkiem ruchu turystycznego. Mimo posiadania wybitnych nawet walorów turystycznych (Austria, Wielka Brytania), wysoki poziom cen, oferta nowych destynacji turystycznych oraz korzystna w ich przypadku relacja ceny do jakości usług spowodowały zmniejszenie ruchu turystycznego i związane z nim zmniejszenie opłacalności ekonomicznej prowadzenia bazy noclegowej. Skutkowało to likwidacją części obiektów hotelowych. W przypadku drogiej pod względem cen pobytu i noclegu Malcie, przy porównywalnej ofercie innych państw regionu Morza Śródziemnego, spadek w latach 2000-2008 sięgnął ponad 35%.

Po 2008 roku olbrzymi wzrost zanotowała Chorwacja (3125%), co wynika raz, z wzrastającej popularności tego kraju jako ważnej destylacji turystycznej i dwa, z przystąpienia do Unii Europejskiej w 2013 roku oraz Litwa - prawie 340% i wychodząca z kryzysu Grecja prawie 290%. Stabilne gospodarczo kraje Europy, jak Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Austria prawie nie odnotowały zmian w liczbie wszystkie zakładów i miejsc mogących oferować noclegi turystom. Niewielki wzrost do 1,5 % miał miejsce w Słowenii i Słowacji ze względu na dobrze rozwiniętą i wykorzystującą istniejące walory zimowe. Wzrost na 4% – 10% zanotowano w Danii, Szwecji i Finlandii, stabilnych gospodarczo, mało atrakcyjnych dla turystyki masowej i drogich z punktu widzenia turystów krajach Skandynawii oraz na Malcie i w Rumunii. Włochy, Hiszpania, Estonia, Łotwa, Holandia i Czechy miały przyrost w przedziale od 12,3% do 29,4%, co świadczy o stabilnym wzroście w okresie 5 lat od 2% do prawie 5%. Natomiast wyraźny wzrost liczby zakładów noclegowych miał miejsce średniej wielkości państwach UE, stabilnych gospodarczo lub wychodzących z kryzysu, i tak w Bułgarii i na Węgrzech 38%, w Belgii 42%, w Polsce 43% i tyle samo w Portugalii.

### 1.3 Etapy powstania, rozwoju i geograficznej ekspansji holdingu w branży turystycznej (OTI Holding w Turcji)

Dobrym przykładem pokazującym rozwój sieci hotelowej połączeniu z biurami turystycznymi, firmami ubezpieczeniowymi oraz pozostałymi firmami związanymi z biznesem turystycznymi stanowić może przykład powstania i rozwoju holdingu OTI, znanego na polskim rynku z hoteli przyjaznych dla środowiska (kalendarium i struktura holdingu na podstawie przeprowadzonego wywiadu oraz stron internetowych OTI Group).

**Tab. 3.** Etapy rozwoju holdingu OTI w latach 1992-2014

Rok	Etap rozwoju
1992	powstanie biura ODEON, utworzenie grupy przedsiębiorstw turystycznych
1994	Coral Travel rozpoczyna działalność w Moskwie - obecnie lider na rosyjskim rynku
2000	powstaje w Warszawie Wezyr Holiday Service, obecnie jeden z liderów na polskim rynku
2001	wejście na rynek Bułgarii i Kazachstanu
2001	wprowadzenie systemu ISO 9001 Quality Management System
2002	powstaje w Rosji Blue Sky, działający na rynku sprzedaży usług turystycznych
2003	wejście na rynek Ukrainy
2004	początek usług turystycznych na rynku egipskim, dzięki oddziałom w Hurghadzie i Sharm El Sheikh
2004	wejście na rynek Iranu i Mołdawii
2004	Coral Travel, „lokomotywa” holdingu OTI Group, rozpoczyna usługi turystyczne w Egipcie
2005	powstaje w Rosji Sunmar, działający na rynku sprzedaży usług turystycznych
2005	powstaje Otium Hotels International, zaczynając od hoteli Otium Hotels Zeynep 5*, Otium Hotels Art 5*

2005	powstaje OGD Security and Consulting, grupa ukierunkowana na utrzymanie wysokiej jakości usług w biznesie turystycznym, satysfakcji klientów w obiektach grupy OTI, prowadząca specjalny serwis w zakresie ubezpieczeń i konsultacji turystycznych
2006	OTI Group of Companies, działając w przemyśle turystycznym z dziewięcioma firmami i około trzema tysiącami pracowników, łączy się, zmieniając strukturę organizacji na OTI Holding A.Ş.
2006	Coral Travel rozpoczyna wysyłanie turystów do Zjednoczonych Emiratów Arabskich
2006	początek aktywności na lokalnym, tureckim rynku turystycznym
2007	wejście na rynek Włoch
2007	Coral Travel wysyła pierwszych turystów do Tunezji
2007	firma A Class, utworzona w 2002 w Antalya, przystępuje do OTI Group of Companies i rozpoczyna prowadzenie najwyższej klasy usług dla klientów VIP
2008	Otium Club Side przystępuje do Otium Hotels International
2008	Coral Travel wysyła pierwszych turystów do Tajlandii i Indonezji
2008	Coral Ravel, wiodąca firma OTI Holding, rozpoczyna działalność na rynku ukraińskim
2009	Coral Travel wysyła pierwszych turystów na Dominikanę, do Wietnamu, na Seszele, Maledywy, Sri Lanke i do Singapuru
2009	Otium Club Side przechodzi całkowitą renowację zgodnie z wymaganiami i kryteriami ochrony środowiska, stając się hotelem przyjaznym dla środowiska i otrzymuje nową nazwę „Otium Eco Club Side”
2010	wejście na rynki Serbii, Estonii i Syrii
2010	Coral Travel wysyła pierwszych turystów do Hiszpanii, Maroka, Izraela, Chin i na Kubę
2010	Coral Travel rozpoczyna działalność turystyczną na Białorusi
2010	ODEON Tours Inbound rozpoczyna działalność w Tajlandii
2010	Wezyr Holidays rozpoczyna wyjazdy do Maroka
2011	przystąpienie do OTI lotniczej kompanii Royal Flight-Ireland w Dublinie
2011	HMS Tatil rozpoczyna usługi transportowe na wewnętrznym rynku w Turcji
2011	utworzenie drugiego portalu sprzedaży internetowej przez HMS Tatil
2011	Coral Travel; Rosja, Andorra, Austria, rozpoczyna wyjazdy na zimowych kierunkach, a w Jordanii letnie wyjazdy
2011	Wezyr Holidays rozpoczyna wyjazdy do Hiszpanii
2011	ODEON Tours Turkey podejmuje turystykę zagraniczną
2012	Coral Travel rozpoczyna organizacje wyjazdów do Rosji, Grecji i na Teneryfę
2012	ODEON Tours Inbound podejmuje działalność turystyczną w Hiszpanii
2012	Wezyr Holidays rozpoczyna działalność w Bułgarii
2013	ODEON Tours Ground Services podejmuje działalność w ZEA
2013	ODEON Tours otrzymuje od EFQM certyfikat 5 star Excellence
2013	Grupa przyłącza dwa nowe hotele w Kemer: Kemer Imperial i Seven Seas Imperial Group
2013	Coral Travel rozpoczyna działalność na rynku w Gruzji
2014	Coral Travel podejmuje działalność na rynku w Turcji
2014	Grupa przyłącza nowy hotel: Xanadu Resort

Źródło: opracowanie własne.

Z przedstawione powyżej kalendarium wyraźnie widać geograficzne zróżnicowanie poszczególnych partnerów w holdingu, jak i jego geograficzną ekspansję, poczynając od rynku rosyjskiego, przez polski, następnie na rynki Białorusi, Estonii, Serbii, Syrii, Tajlandii, Maroka, Austrii, Hiszpanii, Zjednoczonych Emiratów Arabskich, aby w 2014 roku wejść na rynek turystyczny Gruzji.

## 2. SYSTEMY JAKOŚCI BAZY NOCLEGOWEJ

### 2.1 Relacje cen do jakości usług hotelowych

Kolejny wskaźnik podczas analizy i badania hoteli, poza ich liczbą i liczbą miejsc noclegowych, to ocena relacji cen do jakości usług hotelowych. Na podstawie internetowego serwisu rezerwacji miejsc hotelowych oraz po analizie pozostawionych przez gości hotelowych opinii można pokazać geograficzne zróżnicowanie jakości usług w stosunku do ceny za nocleg. Goście hotelowi, rezerwując nocleg w systemie internetowym (www.hotel.info), po zakończeniu pobytu oceniają hotel w skali od zera do dziesięciu. Oprócz klasycznych kategorii, jak ocena pokoju, ocena serwisu hotelowego, ocena restauracji, opisowi i ocenie podlega także relacja ceny do jakości usług hotelowych. Z prowadzonych

badania wynika (dziennik turystyczny.pl /2011/03), iż w państwach wschodniej i południowo-wschodniej Europy przeważają wysokie oceny relacji usług do ceny noclegu.

**Tab. 4.** Relacja cen/jakość usług hotelowych w wybranych krajach Europy (w 2010/2011)

Lokata	Kraj	Ocena	Lokata	Kraj	Ocena
1	Bułgaria	7,61	11	Słowacja	7,22
2	Czechy	7,60	12	Serbia	7,21
2	Polska	7,60	13	Chorwacja	7,02
4	Węgry	7,59	14	Włochy	6,98
5	Bośnia i Hercegowina	7,58	15	Irlandia	6,96
6	Portugalia	7,50	16	Turcja	6,90
6	Rumunia	7,50	17	Grecja	6,79
8	Hiszpania	7,30	18	Finlandia	6,62
9	Austria	7,28	19	Szwajcaria	6,53
10	Niemcy	7,26	20	Francja	6,51

Źródło: www.dziennikturystyczny.pl, 2011/03.

Na pierwszym miejscu w 2011 roku znalazła się Bułgaria 7,6 punktów na dziesięć, a za nią kolejno Czechy i Polska, oraz na czwartym miejscu Węgry. Pozycja tych państw nie dziwi, gdyż mają one stosunkowo niskie ceny w porównaniu do „starych” krajów Unii, natomiast relatywnie podniósł się poziom usług w obiektach hotelowych, po przemianach okresu transformacji i po wejściu tych państw do UE w 2004 roku. Cieszy wysokie miejsce Bośni i Hercegowiny, która wyraźnie wybrała turystykę jako jeden z priorytetów rozwojowych, podobnie jak mająca szóste miejsce Rumunia. Pozostałe miejsca w pierwszej dziesiątce zajmują tradycyjne kierunki turystyczne – Hiszpania, Portugalia, Austria i Niemcy, z punktacją w przedziale pomiędzy 7,26 i 7,50. Z kolei stosunkowo nisko, ze względu na wysokie ceny i standardowy poziom usług, oceniono kraje skandynawskie, w tym niska ocena dla Danii (5,64) oraz Norwegii i Szwecji, które znalazły się poza pierwszą dwudziestką państw. Stosunkowo niskie oceny, na poziomie 6,5 punktów, co lokuje je w końcu pierwszej dwudziestki, otrzymały Szwajcaria i Francja, tradycyjne i należące do najlepiej zarabiających na ruchu turystycznym państwa. Jednak wysokiemu poziomowi usług hotelowych towarzyszą także ich wysokie ceny.

**Tab. 5.** Relacja cena/jakość usług w wybranych miastach świata (2010/2011)

Lokata	Kraj	Ocena	Lokata	Kraj	Ocena
1	Praga	7,64	11	Szanghaj	6,99
2	Lizbona	7,58	12	Istambuł	6,87
3	Budapeszt	7,53	13	Hong Kong	6,72
4	Berlin	7,47	14	Buenos Aires	6,71
5	Ottawa	7,42	15	Rzym	6,70
6	Warszawa	7,38	16	Helsinki	6,68
7	Wiedeń	7,29	17	Ateny	6,55
8	Tokio	7,28	18	Bruksela	6,54
9	Bukareszt	7,25	19	Paryż	6,27
10	Madryt	7,14	20	Berno	6,21

Źródło: www.dziennikturystyczny.pl, 2010/07

Silne geograficzne zróżnicowanie widoczne jest także przy ocenie relacji kosztów do jakości w wybranych miastach świata. Generalnie dominują w rankingu stolice, najczęściej odwiedzane przez turystów biznesowych i najczęściej opisywane w rankingach. Wśród dwudziestu pierwszych miast aż czternaście to miasta europejskie. Pierwsze miejsca wśród nich zajmują jednak miasta w państwach Europy Środkowej (Praga, Budapeszt, Berlin, Warszawa i Wiedeń) oraz w Europie Południowej (Lizbona, Bukareszt i Madryt). Paryż, Bruksela i Rzym zajmują miejsca poza pierwszą dziesiątką.

## 2.2 Najlepsze hotele w Europie w 2013 roku

W grudniu 2013 roku Międzynarodowy portal rezerwacji hotel.info wyróżnił najlepszym zdaniem respondentów hotele europejskie, którym przyznano symbol jakości „Top Rated Hotel 2013” za

szczególnie wysoki standard usług. W badaniach wzięto pod uwagę oceny i opinie około sześciu milionów klientów, którzy rezerwowali pokoje w 250 tysiącach hoteli na całym świecie.

**Tab. 6.** Najlepsze hotele Europy w 2013 roku

L.p.	Hotel	Miejscowość	Kraj	Liczba *	Ocena Pkt.
1.	Holiday Inn Express LeedsEast	Leeds	Wlk. Brytania	2	9,8
2.	Le Pinete	Clivio	Włochy	4	9,8
3.	Landhotel Garni Engelhard	Kirchheim /Ries	Niemcy	4	9,6
4.	Hotel Goritschnigg	Velden/Wörthersee	Austria	4	9,6
5.	Kempinski Hotel River Park	Bratysława	Słowacja	5	9,5
6.	Grand Resort Bad Ragaz	Bad Ragaz	Szwajcaria	5	9,4
7.	Cork International Airport Hotel	Cork	Irlandia	4	9,3
8.	Andel's Hotel Łódź	Łódź	Polska	4	9,3
9.	Sofitel Brussels Europe	Bruksela	Belgia	5	9,2
10.	Hotel General	Praga	Czechy	5	9,2
11.	Van der Valk Hotel Middelburg	Middelburg	Holandia	4	9,2
12.	Montebelo Viseu Hotel & Spa	Viseu	Portugalia	5	9,2
13.	Swissotel Tallinn	Tallin	Estonia	5	9,2
14.	Hotel Duran	Figueres	Hiszpania	3	9,2
15.	Airotel Patras Smart	Patras	Grecja	3	9,2
16.	Hotel Palazzo Zichy	Budapeszt	Węgry	4	9,1
17.	Melia Hotel Luxemburg	Luksemburg	Luksemburg	4	9,1
18.	Best Western Premier Thracia	Sofia	Bułgaria	4	9,1
19.	Radisson Blu Waterfront Hotel	Sztokholm	Szwecja	4	9,1
20.	Hotel Cour du Corbeau	Strasburg	Francja	4	9,1
21.	Courtyard Vasilievsky	Petersburg	Rosja	3	9,1
22.	Daugirdas Old City Hotel	Kowno	Litwa	4	9,0
23.	Hilton Istanbul	Istanbul	Turcja	5	9,0
24.	Ramada Pitesti	Pitesti	Rumunia	4	9,0
25.	Scandic Oulu	Oulu	Finlandia	4	8,9
26.	Scandic Oslo Airport	Gardermoen	Norwegia	3	8,9
27.	Hotel Jarun	Zagrzeb	Chorwacja	3	8,8
28.	Wellton Elefant Hotel	Ryga	Łotwa	4	8,8
29.	Hotel City Maribor	Maribor	Słowenia	4	8,8
30.	Hotel Kongebrogaarden	Middelfart	Dania	5	8,7

Źródło: <http://www.hotel.info/Press/Article?lng=PL&item=2211>

Warto zwrócić uwagę, na wysoką pozycję polskiego hotelu z Łodzi, który w ogólnej klasyfikacji zajął ósme miejsce zdobywając w ogólnej klasyfikacji 9,3 punktów. W pierwszej piątce znajdują się hotele z Wielkiej Brytanii, Włoch, Niemiec, Austrii i Słowacji. Co interesujące, najwyżej oceniony hotel w Europie ma jedynie 2\*. Wśród 30 najlepszych obiektów jest jeszcze 6 hoteli 3 gwiazdkowych oraz tylko 8 hoteli 5\*. W pierwszej dziesiątce hoteli znajdują trzy z poza tzw. „starej UE”, ze Słowacji, z Polski i z Czech, co świadczy o szybkim tempie wzrostu poziomu usług hotelowych w tych państwach. Równie ciekawe są jedne z ostatnich miejsc zajmowanych przez hotele z państw Skandynawii, Dania, Norwegia i Finlandia uzyskały poniżej 9 pkt. w ocenie klientów.

## WNIOSKI

Do pierwszych łańcuchów hotelowych utworzonych na początku XX wieku należały m.in. Hilton, Western Hotels, Sheraton Corporation of America, Travelodge Hotels, Best Western Motels oraz Inter-Continental Hotels Corporation. Pomimo upływu prawie stu lat wszystkie z wymienionych łańcuchów utrzymują się na rynku usług hotelowych zajmując czołowe miejsca pod względem liczby hoteli oraz pokoi w UE. Jednak poziom oferowanych usług, a co za tym idzie liczba przyznanych gwiazdek, nie idą w parze z oceną obiektów przez odwiedzających je gości. Pierwszy hotel posiadający pięć gwiazdek został uplasowany dopiero na piątej pozycji otrzymując 9,5 punkta w skali 10-punktowej. Pierwsze miejsce w rankingu zajął obiekt Holiday Inn Express LeedsEast, który to w



roku 2013 posiadał dwie gwiazdki i był to jedyny obiekt na liście trzydziestu najwyżej ocenionych posiadający tak niską kategorię. Otrzymał on co prawda notę niewiele wyższą niż hotel pięć gwiazdkowy - 9,8, jednak ta niewielka różnica pozwoliła pokonać konkurencyjne obiekty. Świadczy to może o coraz większej świadomości konsumenckiej gości obiektów hotelowych oraz jasno sprecyzowanych oczekiwaniach względem obiektów, które pomimo niskiej kategoryzacji posiadają w swojej ofercie posiłki wliczone w cenę noclegu, darmowy dostęp do Internetu czy bezpłatny parking przy zachowaniu relatywnie niskiej ceny.

Analizując relację ceny do jakości usług hotelowych w Europie należy zwrócić uwagę, iż najwyżej ocenione zostały kraje, które są najmłodszymi członkami UE oraz Bośnia i Hercegowina. Świadczy to silnej walce o klienta na rynku usług hotelarskich. Co istotne, najniżej w przedstawionym rankingu ocenione zostały takie kraje jak Szwajcaria i Francja, czyli kraje, w których jest wysoko rozwinięta turystyka i zabieganie o klienta nie bazuje na podstawie konkurencji cenowej ale poprzez proponowaną ofertę usług dodatkowych.

### Streszczenie

Celem pracy jest przedstawienie zróżnicowania rozmieszczenia bazy noclegowej, która zaraz obok dostępności transportowej odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu wielkości ruchu turystycznego. Celem pobocznym jest przedstawienie największych pod względem wielkości międzynarodowych holdingów zrzeszających obiekty noclegowe oraz prowadzonej przez nich polityki w zakresie świadczonych usług oraz ich dynamiki rozwoju. Ponadto, autorzy podjęli próbę analizy zmian wielkości bazy noclegowej UE w ujęciu krajowym. Następnie podjęto próbę oceny jakości świadczonych usług w relacji do ich ceny na podstawie badań przeprowadzonych za pomocą danych dostępnych na stronie [www.hotel.info](http://www.hotel.info). Całość pracy kończą wnioski, w których autorzy podejmują próbę określenia zależności pomiędzy standardem oferowanych usług a subiektywną oceną klientów z nich korzystających.

**Słowa kluczowe:** hotel, holding, jakość bazy noclegowej, Unia Europejska

## Quality of hotel service on a background of activities of international holdings

### Abstract

The main aim of this paper is to present the diversity of accommodation arrangement which next to transport accessibility has a key role in shaping the level of tourist traffic. The secondary aim of paper is to present the biggest holdings of international accommodations and policies pursued by them in terms of provided services with their rate of growth. Additionally, authors attempted to analyze changes in the availability of accommodation in EU countries. Then they attempt to compare the quality of provided services in relation to prices according to research conducted by the data available on the website [www.hotel.info](http://www.hotel.info). Work is ended by conclusions with attempt to determine the relation between the quality level of services and subjective marks given by customers.

**Keywords:** hotel holding, quality of accommodation, European Union

### BIBLIOGRAFIA

1. Jaremen, D., Panasiuk A., *Usługi hotelarskie jako produkt*, [w:] A. Panasiuk, D. Szostak, Hotelarstwo. Usługi-eksploatacja-zarządzanie. PWN, Warszawa 2008.
2. Kowalczyk A., *Geografia turystyki*. PWN, Warszawa 2002.
3. Kurek W., *Turystyka*. PWN, Warszawa 2010.