

Katarzyna Rotter

Ekonomiczne znaczenie lokalizacji hotelu w przestrzeni miasta

Znaczenie lokalizacji w działalności obiektu hotelowego

Lokalizacja jest postrzegana jako jeden z ważniejszych czynników mających wpływ na generowanie dochodów i rentowność hotelu. Trudno dziś odszukać autora stwierdzenia, że „sukces w hotelarstwie zależy od trzech czynników: lokalizacji, lokalizacji i lokalizacji”¹, zapewne z uwagi na długi czas i częstotliwość, z jaką jest powtarzane.

Z marketingowego punktu widzenia lokalizacja (w znaczeniu miejsce) jest jednym z narzędzi pozostających w dyspozycji przedsiębiorstwa, pozwalającym mu realizować wyznaczone cele. Określona lokalizacja stwarza korzyści bądź też niekorzyści, które muszą być brane pod uwagę przy tworzeniu strategii marketingowej danej firmy. Najczęściej rozpatruje się je w odniesieniu do dostępności (m.in. do obiektów będących celem przyjazdu turystów) lub charakterystyki danego miejsca (m.in. w odniesieniu do walorów widokowych, ciszy, cech bezpośredniego otoczenia). Łącznie cechy miejsca lokalizacji będą wpływać na wielkość i rodzaj popytu na usługi danego hotelu oraz na jego pozycję konkurencyjną.

Znaczenie wyboru miejsca lokalizacji podnosi fakt, że jest to jedyny atrybut, który pozostaje niezmienny przez cały okres funkcjonowania obiektu. Każdy inny element składający się na ofertę hotelu, taki jak: standard, wystrój, zakres usług, a nawet układ pokoi, można modelować. Niezmiennność miejsca nie oznacza jednak stałości korzyści czy też niekorzyści, jakie dane miejsce ma do zaoferowania swojemu użytkownikowi. Mogą one ulegać zmianie w zależności od kierunku przekształceń przestrzeni wokół miejsca lokalizacji.

¹ Opinię tę potwierdzają m.in. następujący autorzy: A.O. Bull (1994), T. Knowles (2001), G.P. Akehurst (1981). L. Brück (1998) przypisuje to stwierdzenie Conradowi Hiltonowi.

Związek pomiędzy lokalizacją hotelu a dochodami podmiotu gospodarczego będącego jego gestorem wynika z wpływu miejsca świadczenia usług hotelarskich na cenę. Z punktu widzenia klientów, korzystne położenie hotelu w stosunku do walorów turystycznych, tras i węzłów komunikacyjnych oraz innych elementów infrastruktury turystycznej prowadzi do wzrostu wartości oferowanych usług, przez co skłonni są oni zapłacić za usługi danego obiektu cenę wyższą niż za usługi obiektu nieposiadającego równie korzystnego położenia.

Miarą korzyści płynących ze specjalnego położenia jest renta turystyczna (Gieźgała 1977). R. Łazarek (2001) opisuje zjawisko renty turystycznej dokonując porównania cen usług turystycznych w wybranych miejscowościach wypoczynkowych oraz uzdrowiskowych. Stwierdza, że na kształtowanie się renty turystycznej wpływają czynniki naturalne, budowa infrastruktury turystycznej, dostępność komunikacyjna, a także renoma miejscowości.

O rencie turystycznej można mówić nie tylko w skali międzymiejskiej, ale także wewnątrzmięjskiej. Przestrzeń miasta przedstawia różną wartość z punktu widzenia możliwości generowania przychodów dla podmiotów inwestujących w infrastrukturę turystyczną, w tym w hotele². S. Rushmore (2002) wskazał na zależność pomiędzy typem lokalizacji hotelu w przestrzeni miasta, a jego potencjalnymi dochodami. Wpływ ten ocenił na 3–4% w przypadku lokalizacji przy autostradzie (*highway location*), 4–8% – w przypadku lokalizacji na obszarach podmiejskich (*suburban location*) oraz 5–9% w odniesieniu do lokalizacji w centrum miasta (*city center location*) i 6–10% w przypadku lokalizacji hotelu w najbardziej korzystnym punkcie miasta (tzw. *trophy city location*).

D. Egan i K. Nield (2000) przedstawiają pogląd, że w przypadku hoteli miejskich dochody, jakie uzyskują te podmioty, wykazują tendencję do spadku wraz ze zwiększaniem się odległości pomiędzy miejscem lokalizacji obiektu a centrum miasta.

Badania nad wpływem odległości od centrum miasta na ceny wynajmu pokoi przeprowadzili m.in. A. Arbel i A. Pizam dla Tel Awiwu, S.A. Carvell i W.E. Herrin dla San Francisco oraz M.T. Sinclair, A. Clewer i A. Pack dla Malagi (Bull 1994). Badania wykazały, że w Tel Awiwie ceny pokoi hotelowych spadają średnio o 2–4% na każde 10 minut czasu

² Autorzy artykułów w czasopismach branżowych wyraźnie wskazują na bardziej i mniej korzystne miejsca lokalizacji dla hoteli w mieście. Świadczy o tym m.in. używanie takich określeń, jak *primary location* i *secondary location*, także w odniesieniu do skali wewnątrzmięjskiej.

potrzebnego do pokonania odległości pomiędzy hotelem a centrum miasta (CBD). W przypadku San Francisco zaobserwowano spadek cen pokoi hotelowych o średnio 0,52–0,55 USD wraz ze wzrostem odległości od Fisherman Wharf o jedną milę. Natomiast w przypadku Malagi stwierdzono, że ceny pokoi w hotelach położonych poza historycznym centrum miasta były wyższe średnio o 3,7% od cen pokoi w hotelach posiadających lokalizację w centrum miasta. Autorzy tłumaczą taki kierunek zmian cen niekorzystnymi warunkami środowiska w centrum (zatłoczenie, hałas) oraz nadmorskim położeniem miasta (wyższe ceny w obiektach położonych w sąsiedztwie plaży).

Decyzja o wyborze miejsca prowadzenia działalności hotelowej należy do najważniejszych w procesie inwestycyjnym, będącym punktem wyjścia do kształtowania pozostałych elementów produktu obiektu hotelowego. Należy jednakże podkreślić, że wybór ten jest w większości przypadków ograniczony wielkością podaży atrakcyjnych miejsc lokalizacji, a w konsekwencji zaostrzoną konkurencją po stronie popytu, co w warunkach gospodarki rynkowej podnosi ceny nieruchomości położonych w miejscach najbardziej atrakcyjnych. Ograniczoność przestrzeni powoduje, że niektóre miejsca stają się dostępne jedynie dla tych projektów inwestycyjnych, które cechują się największą rentownością.

D. Egan i K. Nield (2000) dowodzą, że występuje hierarchia w lokalizacji hoteli w przestrzeni miejskiej. Zaproponowali oni model w formie koncentrycznych kręgów, którego środek stanowi centrum miasta. Według zaproponowanego modelu w centralnej części miasta, najbardziej atrakcyjnej dla inwestorów (tzw. *primary location*), będą lokalizowane hotele o wysokim standardzie świadczonych usług, podczas gdy hotele ekonomiczne będą poszukiwać lokalizacji poza centrum. Za przyczynę tej tendencji autorzy uznają poszukiwanie przez przedsiębiorców równowagi pomiędzy poziomem kosztów realizacji inwestycji (w tym zakupu gruntu lub budynku pod inwestycje), a wymaganiami danego segmentu rynku (w tym wymaganiami cenowymi). Podobną prawidłowość odnaleźć można w publikacji L. Brück'a (1998), który wskazuje na przykładzie Brukseli, że w centrum zlokalizowane były głównie hotele wyższej i średniej kategorii, często należące do łańcuchów hotelowych, natomiast hotele niższej kategorii, w tym głównie niezależne, lokalizowane były poza dzielnicami centralnymi. Zaobserwowano jednocześnie, że popyt na atrakcyjne miejsca lokalizacji ze strony hoteli wyższych kategorii prowadził do wypierania z rynku obiektów niższych kategorii, poprzez wywieranie wpływu na wzrost cen nieruchomości.

Analizując poziom cen wynajmu pokoi hotelowych w odniesieniu do całej bazy hotelowej na danym obszarze należy mieć świadomość, że lokalizacja jest tylko jednym z atrybutów produktu hotelowego mających wpływ na kształtowanie się stawki za pokój. Wśród innych elementów wpływających na cenę należy wyróżnić przede wszystkim te, które rodzą koszty związane ze świadczeniem usług hotelarskich (m.in. standard obiektu) oraz te, które tworzą dodatkowe korzyści dla gości hotelowych (zaplecze rekreacyjne, gastronomiczne, konferencyjne i inne atrybuty, które mogą odgrywać istotną rolę dla danej grupy klientów). A.O. Bull (1994) w badaniach poświęconych motelom położonym w miejscowości Ballina (Australia) dowodzi, że na cenę istotny wpływ mają łącznie takie czynniki, jak: kategoria obiektu, odległość od centrum oraz funkcjonowanie w obiekcie restauracji.

Wpływ lokalizacji hoteli w Krakowie na cenę świadczonych usług

Celem artykułu jest wskazanie, jaki wpływ wywiera lokalizacja hotelu (w rozumieniu odległości od centrum miasta) na cenę usług hotelarskich świadczonych w obiekcie. Badania przeprowadzono dla hoteli prowadzących działalność w Krakowie w 2000 r. Potwierdzenie istnienia zależności pomiędzy zmiennymi pozwoli na analizę zróżnicowania tego zjawiska w skali wewnątrzmięskiej i odpowiedzi na pytanie o zasadność rozpatrywania w tej skali zjawiska renty turystycznej.

Za centrum Krakowa przyjęto Sukiennice, położone pośrodku Rynku Głównego stanowiącego rdzeń historycznej części miasta (dawna dzielnica Stare Miasto). Taki punkt odniesienia wydaje się uzasadniony z uwagi na rozmieszczenie atrakcji turystycznych w mieście, które są przede wszystkim skupione w obrębie Starego Miasta oraz, w mniejszym zakresie, na terenie dzielnic sąsiadujących.

Do analizy wykorzystano średnią cenę za pokój dwuosobowy w sezonie turystycznym (1 kwietnia – 31 października). Wzięto pod uwagę ceny prezentowane w cennikach poszczególnych hoteli (tzw. *rack rate*). Uznano, że ceny te są wyrazem strategicznych decyzji przedsiębiorstw hotelowych, przez co przekazują najlepszą informację na temat tego, jak firma ocenia ogólną sytuację na rynku i swoją pozycję konkurencyjną. W badaniach wykorzystano dane dla 63 hoteli prowadzących działalność w Krakowie w 2000 r.

Aby stwierdzić istnienie i określić siłę zależności między ceną pokoju w hotelu a odległością obiektu od centrum miasta, wykorzystano, jako pierwsze przybliżenie, równanie regresji o następującej postaci:

$$Y_i = a_0 + a_1 X_i + \varepsilon_i$$

gdzie:

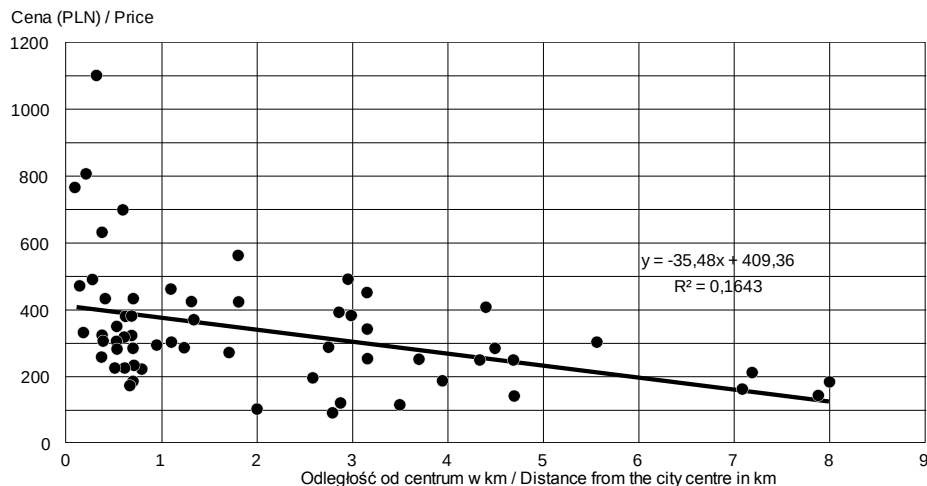
Y_i – oznacza przeciętne ceny pokoju w 2000 r. w PLN,

X_i – to odległość od centrum Krakowa wyrażona w km,

a_0, a_1 – to estymatory równania, a_1 informuje o nachyleniu linii regresji,

ε_i – jest składnikiem losowym.

Parametry równania estymowano metodą najmniejszych kwadratów (MNK). Badaniem objęto 63 hotele, stąd $i = 1, \dots, 63$. Rozkład punktów empirycznych oraz oszacowanie równania regresji dla zmiennej zależnej Y_i (cena wynajmu pokoju w hotelu) i zmiennej niezależnej X_i (odległość hotelu od centrum miasta w km) zostały przedstawione na rysunku 1.



Rys. 1. Rozkład cen wynajmu pokoi (w PLN) w hotelach w Krakowie w 2000 r. w zależności od odległości od centrum miasta (Sukiennice)

Fig. 1. Room rates arrangement (in Polish zlotys) in Cracow hotels in 2000 depending on their distance from the city centre

Zastosowanie metod statystycznych pozwoliło na potwierdzenie istnienia zależności pomiędzy ceną wynajmu pokoju a położeniem hotelu w stosunku do centrum miasta. Wartość współczynnika korelacji liniowej Pearsona ($R = -0,405$) wskazuje na średnią siłę zależności pomiędzy analizowanymi zmiennymi. Wartość współczynnika determinacji ($R^2 = 0,16$) pozwala stwierdzić, że w analizowanym przypadku 16% zmian wartości zmiennej zależnej (cena wynajmu pokoju w hotelu) zostało

wyjaśnione przez zmiany przyjętej zmiennej niezależnej (odległość hotelu od centrum miasta). Należy stąd wnioskować, że chociaż odległość od centrum miasta wpływa na ceny w hotelach prowadzących działalność w Krakowie, to nie jest to jedyny czynnik determinujący opisywane zjawisko.

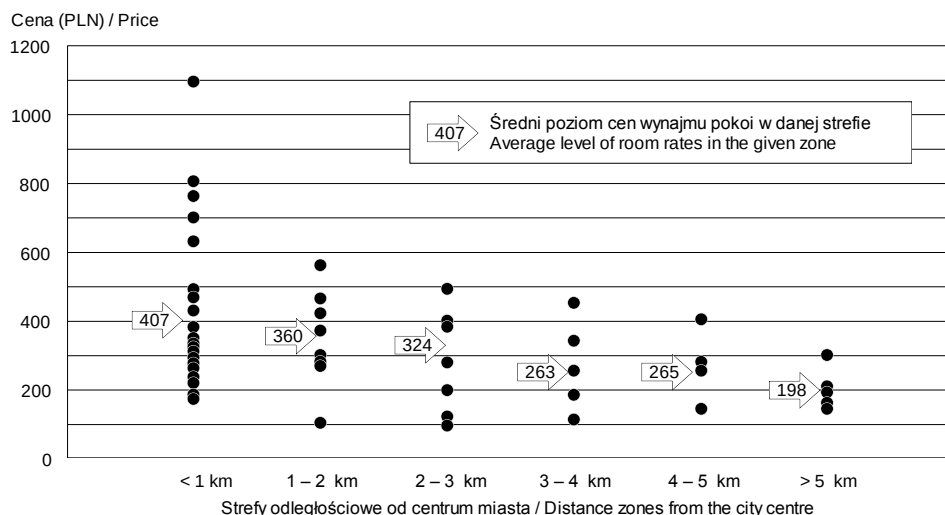
Wartość parametru a_0 pozwala na stwierdzenie, że w 2000 r. cena usług w hotelach w punkcie uznanym za centrum wynosiła około 409 PLN (Rys. 1). Parametr a_1 dla równania przyjmuje znak ujemny. Oznacza to, że w analizowanym przypadku występuje odwrotna zależność pomiędzy zmiennymi. Wartość parametru informuje, że wzrost odległości miejsca lokalizacji hotelu od centrum miasta o jeden kilometr wywołuje skutek w postaci spadku cen wynajmu pokoi hotelowych o średnio 35,48 PLN.

W 2000 r. hotele w Krakowie były zlokalizowane w odległości od 0,2 do 8 km od centrum, z tym że ich rozmieszczenie w przestrzeni miasta nie było równomierne.

Okolo 50% badanych hoteli (30 obiektów) było zlokalizowanych w odległości do 1 km od przyjętego centrum. Ceny w tej strefie wykazywały znaczne zróżnicowanie – wahały się od 170 do 1100 PLN (Rys. 2). Tak istotne różnice wiązały się z występowaniem w tej strefie hoteli w szerokim przekroju standardu świadczonych usług. Średnia cena wynajmu pokoju dla hoteli tej grupy wynosiła 407 PLN. Znaczący wpływ na tak wysoką wartość średnią miał fakt funkcjonowania na obszarze Starego Miasta (odległość do 0,6 km od centrum) pięciu hoteli, w których doba hotelowa kosztowała powyżej 600 PLN. Żaden hotel w tej klasie cenowej nie był zlokalizowany poza wspomnianym obszarem. W następnej strefie (1–2 km od centrum) zlokalizowanych było 10 badanych obiektów. Ceny w tej strefie wykazywały znacznie mniejsze zróżnicowanie i wahały się pomiędzy 100 a 560 PLN za dobę hotelową. Średnia cena za wynajem pokoju w hotelu w tej strefie wynosiła 360 PLN.

Ceny w hotelach zlokalizowanych ponad 2 km od centrum nie przekraczały 500 PLN, co wpłynęło na obniżenie średniego poziomu cen w tych obiektach. W każdej następnej strefie zmniejszało się także zróżnicowanie cen w hotelach. Średnia cena dla siedmiu badanych hoteli położonych w strefie 2–3 km od centrum wynosiła 324 PLN. W strefach 3–4 km oraz 4–5 km od centrum miasta średnia cena doby hotelowej kształtowała się na podobnym poziomie (odpowiednio 263 i 265 PLN). Ceny w hotelach zlokalizowanych dalej niż 5 km od Rynku Głównego nie przekraczały 300 PLN za dobę. Średnio koszt noclegu w hotelu w tej strefie wynosił 198 PLN.

Ekonomiczne znaczenie lokalizacji hotelu w przestrzeni miasta



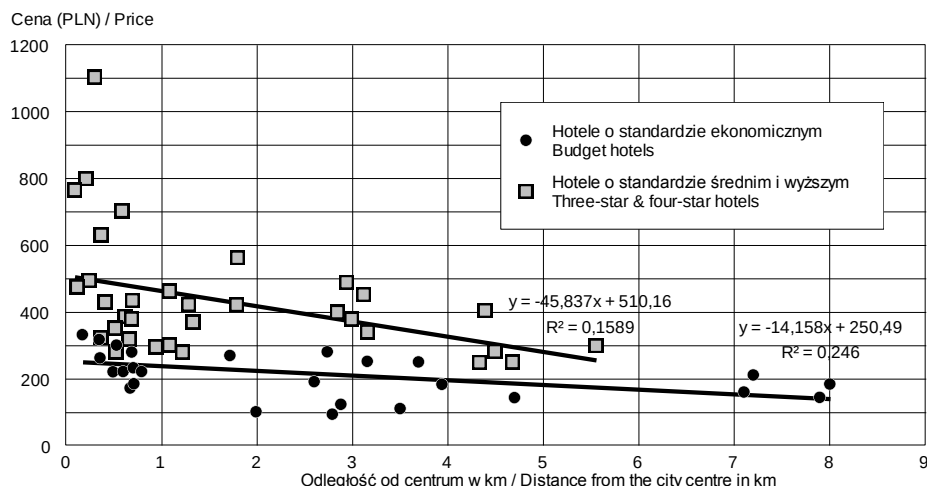
Rys. 2. Rozkład cen wynajmu pokoi (w PLN) w hotelach w Krakowie w 2000 r. według stref odległościowych od centrum miasta (Sukiennice)

Fig. 2. Room rates arrangement (in Polish zlotys) in Cracow hotels in 2000 according to distance zones from the city centre (Sukiennice)

Porównanie średniego poziomu cen w hotelach w Krakowie w przyjętych strefach odległościowych od centrum miasta pozwala na potwierdzenie zmienności cen w zależności od miejsca lokalizacji danego obiektu oraz określenie kierunku tej zmienności (spadek cen ze wzrostem odległości od centrum).

Oddzielne oszacowanie zmienności cen dla dwóch grup hoteli (hotele o standardzie ekonomicznym i hotele o standardzie średnim i wyższym), wskazuje na różnice w średnim spadku cen wraz ze wzrostem odległości hotelu od centrum (Rys. 3). W przypadku hoteli o średnim i wyższym standardzie, średni spadek cen mierzony w wartościach bezwzględnych wynosił w 2000 r. około 46 PLN na każdy kilometr oddalenia hotelu od centrum, natomiast w przypadku hoteli o standardzie ekonomicznym spadek ten przyjmował wartość około 14 PLN.

Warto podkreślić, że zastosowanie w analizie podziału na grupy hoteli według kryterium standardu ujawnia różną siłę zależności badanego zjawiska. W przypadku hoteli ekonomicznych zależność pomiędzy zmiennymi jest silniejsza niż w przypadku grupy hoteli o średnim i wyższym standardzie, gdzie rozkład danych empirycznych wykazuje większe rozproszenie.



Rys. 3. Zmienność cen wynajmu pokoi w hotelach o różnym standardzie w Krakowie w 2000 r. w zależności od odległości od centrum miasta (Sukiennice)

Fig. 3. Variability of room rates in hotels of different standards in Cracow in 2000 depending on the distance from the city centre (Sukiennice)

Rozkład danych empirycznych przedstawionych na rysunku 3 wskazuje, że opisywane w literaturze zjawisko hierarchii w lokalizacji hoteli na obszarach miejskich nie znajduje potwierdzenia w przypadku Krakowa. Hotele wyższej i średniej klasy w 2000 r. funkcjonowały nie tylko w centralnej części miasta, ale także w strefach położonych dalej od centrum (do 6 km). Natomiast hotele o standardzie ekonomicznym (odpowiadającym kategorii 1 i 2 gwiazdek) były zlokalizowane nie tylko na obrzeżach, ale także w najbardziej centralnej strefie miasta (do 1 km od centrum).

Podsumowanie

Analiza danych empirycznych charakteryzujących bazę hotelową w Krakowie w 2000 r. pozwala na stwierdzenie, że lokalizacja hoteli, rozpatrywana jako odległość obiektu od centrum miasta, wpływa na ceny usług świadczonych w tych obiektach. Średnio cena w hotelach spada o 35,48 PLN przy wzroście odległości miejsca lokalizacji od centrum o 1 km, należy jednak zauważyć, że spadek ten wykazuje różny poziom dla hoteli o wyższym i niższym standardzie. Analiza średniego poziomu cen w poszczególnych strefach odległościowych potwierdza zmienność cen w hotelach w zależności od miejsca lokalizacji danego obiektu

w stosunku do centrum miasta oraz pozwala na określenie kierunku tej zmienności (spadek cen ze wzrostem odległości od centrum). Średni poziom cen wynajmu pokoi w przyjętych strefach odległościowych jest najniższy w strefie najbardziej oddalonej od centrum (> 5 km), najwyższy zaś w strefie do 1 km od centrum.

Z dotychczasowych rozważań można wyciągnąć wniosek, że lokalizacja hotelu w centrum Krakowa lub w jego sąsiedztwie pozwala gestorowi obiektu na korzystanie z renty turystycznej, niezależnie od standardu świadczonych usług. Prawdopodobnie ta z pewnością pozostanie aktualna do czasu powstania w Krakowie inwestycji, która zmieniłaby monocentryczny układ rozmieszczenia obiektów będących celem przyjazdów turystycznych do miasta.

Baza hotelowa w Krakowie znajduje się w okresie intensywnego rozwoju ilościowego, prowadzącego do zmian sytuacji konkurencyjnej i pozycji rynkowej poszczególnych podmiotów. Należy się spodziewać, że trwający ciągle proces przekształceń bazy związany z transformacją systemową w Polsce (przekształcenia własnościowe, remonty obiektów), a także znaczna liczba inwestycji hotelowych planowanych, rozpoczętych bądź będących na ukończeniu (w tym dokonywanych we współpracy z zagranicznymi systemami hotelowymi), prowadzić będzie do istotnych przekształceń bazy hotelowej, w tym do zmian poziomu i relacji cenowych pomiędzy jej elementami.

Literatura

- Akehurst G.P., 1981, *Towards a theory of market potential with reference to hotel and restaurant firms*, Service Industries Journal, 1 (1).
- Bull A.O., 1994, *Pricing a motel's location*, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 6 (6).
- Brück L., 1998, *La localisation des établissements hôteliers à Bruxelles*, Bulletin de la Société géographique de Liège, 35.
- Egan D., Nield K., 2000, *Towards a theory of intraurban hotel location*, Urban Studies, 37 (3).
- Gieźgała J., 1977, *Turystyka w gospodarce narodowej*, PWE, Warszawa.
- Knowles T., 2001, *Zarządzanie hotelarstwem i gastronomią*, PWE, Warszawa.
- Łazarek R., 2001, *Ekonomika turystyki. Wybrane zagadnienia*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa.
- Rushmore S., 2002, *Don't overpay for hotel sites*, Hotels, 36 (2).

Economic significance of hotel location in the urban space

Summary

Location of hotel services brings about certain advantages and disadvantages which have to be taken into consideration by a subject rendering services.

The significant role of location as an important factor determining future revenues of the hotel, among other things the influence of the service location on the price that the guest is eager to pay has been widely described in the literature of the subject. The aim of this article is to find an answer to a question whether there is a relation between a hotel location and the price of services rendered by this hotel and, at the same time, it is an attempt to determine the economic significance of hotel services as a factor enabling to limit the price competition. The author of the article is trying to explain the notion of tourist rent within the city. Investigations were conducted among Cracow hotels in the year 2000.

The analysis of empirical data characteristic for the hotel accommodation in Cracow in 2000 enables to draw a conclusion that the hotel location regarded as the distance of hotels from the city centre, influences the prices of services rendered in these hotels. On average, the price decreases by 35,48 PLN with the increase in the distance from the city centre by 1 km. However, it should be stressed that this decrease is different for budget hotels for three- & four-star hotels. The analysis of the average prices in particular zones confirms the variability of hotel prices in relation to the hotel location and the distance from the city centre and enables to determine the direction of this variability (the decrease of prices together with the increase in the distance from the city centre).

Above statements allow drawing the conclusion that hotel location in the centre or in its environs enables the hotel management to take advantage of tourist rent independently of the quality of rendered services.

Translated by Elżbieta Lubińska