

Preferencje użytkowników hoteli w zakresie produktu i usług

Joanna Jabłońska
Dominika Kopczyk

Politechnika Wroclawska
Wydział Architektury

Abstrakt: Ze względu na ścisłe powiązanie prawidłowego funkcjonowania hoteli ze zmianami zachodzącymi w gospodarce istotne jest badanie preferencji użytkowników bazy noclegowej w zakresie potrzebnych usług i oferty. Informacje winny posłużyć nie tylko menedżerom i specjalistom od marketingu, ale przede wszystkim architektom, którzy projektując obiekty, powinni tworzyć budynki służące przez kolejne dziesięciolecia. W niniejszym artykule przedstawiono ankietę dotyczącą preferencji użytkowników hoteli w zakresie produktu i usług oraz jej wyniki. Badania objęły: lokalizację placówek noclegowych, ich standard, preferencje estetyczne (architektoniczne) użytkowników, układy przestrzenne i funkcjonalne. W podsumowaniu wykazano bardzo wyraźnie rysujące się tendencje, jakim podlegać będzie branża hotelarska w najbliższych latach w Polsce, oraz zaznaczono obszary problematyki, w których należy wzmocnić wiedzę społeczeństwa.

Słowa kluczowe: hotele w Polsce, krajowa baza hotelarska, współczesne tendencje w projektowaniu hoteli

1. Wprowadzenie

Hotele stanowią szczególną grupę budynków użyteczności publicznej, m.in. ze względu na silne uwarunkowanie zmianami zachodzącymi w gospodarce rynkowej, w szczególności w branżach turystycznej i budowlanej. Podlegają również subtelniejszym wpływom trendów i mód w architekturze czy współczesnym wzornictwie. Całokształt tych zmian wywołuje ciągłe transformacje w architekturze jednostek noclegowych i w związku z tym w zakresie usług hotelowych. Procesy te są doskonale widoczne w Polsce zarówno z uwagi na minione już wydarzenia sportowe związane z Euro 2012, jak i dążenia do zwiększenia liczby turystów w kraju na przestrzeni najbliższych lat. Z powodu opisanych zmian wzrasta potrzeba częstszego monitorowania preferencji użytkowników bazy noclegowej w zakresie standardu i dostosowania produktu oraz usług do ich potrzeb. Stąd pomysł stworzenia ankiety, która umożliwiłaby cykliczne badanie ww. parametrów.

Korespondencja:
Joanna Jabłońska
Politechnika Wroclawska
Wydział Architektury
ul. B. Prusa 53/55
50-317 Wrocław, Poland
Tel. +48 0 602 463 710
E-mail: joanna.jablonska@pwr.edu.pl

Zakres zaprezentowanych poniżej badań objął: lokalizację placówek noclegowych, ich standard, preferencje estetyczne (architektoniczne) użytkowników, układy przestrzenne i funkcjonalny. Ze względu na szeroki obszar poruszanej problematyki została ona celowo zawężona do najważniejszych elementów składowych architektury noclegowej. Ich wyboru dokonano na podstawie materiałów źródłowych (Błądek, 2001; Minguet, Bou, 2007; Miklewski, 2010/2011; Błądek, 2010; Zajac-Bilińska, Kocyłowska, 2010; Watson, 2005; Vickers, 2005; Obwieszczenie..., 2006; Rozporządzenie..., 2002). Zachodziło również podejrzenie, że stworzenie zbyt rozległego kwestionariusza spowoduje szybkie odstąpienie respondentów od badania.

Zarówno sieci hotelowe, podmioty gospodarcze, władze terytorialne, jak i naukowcy prowadzą badania w zakresie stosunku konsumentów do wybranych usług hotelowych. Niemniej jednak tylko w części dotyczą one rzeczywiście zagadnień architektonicznych, które w szczególności interesują projektantów i inwestorów.

W ciągu kilku poprzednich lat realizowane było „Badanie konsumentów usług turystycznych” przez konsorcjum firm Bluehill Sp. z o.o., Quality Watch Sp. z o.o. oraz Pracownię Badawczą BSM na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem” (Działanie 6.3: „Promocja turystycznych walorów Polski”, osi priorytetowej 6 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka – polska gospodarka na rynku międzynarodowym, 2007–2013) (POT, 2015). Istnieje wiele odmian ankiety stosowanej w powyższych studiach, lecz dotyczą one przede wszystkim: zadowolenia klienta z hotelu, obsługi itp. Niewiele miejsca poświęcono pytaniom na temat pokoju i jego wyposażenia czy innych udogodnień przestrzennych. Również badania prowadzone przez serwis internetowy TrustYou (2015) skupiają się tylko na zadowoleniu klientów z usług oferowanych przez obiekt i z jakości obsługi.

W innych badaniach ankietowych, przeprowadzonych przez dr Darię E. Jaremen (2006) i dotyczących jakości usług oferowanych przez hotele, pod uwagę zostały wzięte dwa elementy: funkcjonalny i techniczny. Jakość techniczna dotyczyła m.in.: pokoju, łazienki, dodatkowego wyposażenia, zagospodarowania otoczenia obiektu, dostosowania (lub nie) dla osób z niepełnosprawnościami. Z sumarycznego zestawienia ocen obiektów przebadane otrzymywały ocenę na poziomie zadowalającym, a żaden z ocenianych hoteli nie zbliżał się do stanu wzorowego. Niemniej jednak większość borykała się z problemem niedostosowania obiektów dla osób z niepełnosprawnością, w tym w części brakowało podjazdu do budynku.

Praca pod tytułem „Innowacje architektoniczne jako przewaga konkurencyjna dla hoteli na tle przemysłu turystycznego? Co klienci, menedżerowie i pracownicy myślą o tym?” (Doğan, Nebioğlu, Aydm, Doğan, 2013; tłum. z ang. D. Kopczyk) traktuje o tym, czy innowacje architektoniczne – zewnętrzne oraz wewnętrzne – mają rzeczywisty wpływ na zakup oferty noclegowej przez potencjalnych klientów. Badanie koncentruje się na porównaniu wyników ankiet wypełnianych przez turystów, menedżerów i pracowników wybranego przez autorów pięciogwiazdkowego hotelu „Granada”. Wnioski wskazują na to, że staranny i interesujący projekt architektoniczny budynku (konstrukcja, funkcja i wystrój wewnątrz) stanowi istotną zaletę przy wyborze hotelu z kilku ofert.

Mimo że wpływ na przyznawanie gwiazdek hotelom ma również pokój i jego wyposażenie, w aktualnych badaniach satysfakcji z przebywania w hotelu pomijany jest wystrój czy

inne walory architektoniczne zarówno pokoju, jak i całego obiektu. Dlatego warto zadawać pytania o najbardziej podstawowe składowe jednostki noclegowej w celu stałej weryfikacji jej przystawalności do wciąż zmieniającej się rzeczywistości branży turystycznej.

2. Metody

Ankieta dotycząca preferencji użytkowników hoteli w zakresie produktu i usług o charakterze podstawowym została sporządzona na podstawie: obwieszczenia Ministra Gospodarki z dnia 24 stycznia 2006 roku w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Gospodarki i Pracy w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których świadczone są usługi hotelarskie (Dz.U. z 2006 r., nr 22, poz. 169), wywiadów z właścicielami/zarządcami placówek noclegowych, studiów literaturowych (Błądek, 2001; Minguet, Bou, 2007; Miklewski, 2010/2011; Błądek, 2010; Zajac-Bilińska, Kocyłowska, 2010; Watson, 2005; Vickers, 2005; Obwieszczenie..., 2006; Rozporządzenie..., 2002), analizy rozwiązań obiektów istniejących i projektów koncepcyjnych. Celem badania było określenie ogólnych preferencji użytkowników obiektów hotelowych w Polsce. Narzędzie badawcze zostało przygotowane z wykorzystaniem profesjonalnej strony internetowej.

Badania kwestionariuszowe rozpoczęto 26 września 2011, a zakończono 14 lutego 2012 roku. Ankietę w pełnym zakresie pytań wypełniły 133 osoby. Miała ona charakter publiczny, dostępny dla wszystkich respondentów powyżej 18. roku życia. Niektóre z pytań umożliwiały pozostawianie komentarzy, z czego odpowiadający chętnie korzystali. W kwestionariuszu celowo pominięto określenie celu podróży, aby nie rzutował on na odpowiedzi respondentów dotyczące preferowanych usług i wyboru lokalizacji. Wielu klientów również w trakcie podróży służbowych poszukuje miejsc o wyjątkowym charakterze, a podczas urlopów potrzebuje stałego dostępu do Internetu. Pytania starano się sformułować językiem przystępnym, z pominięciem pojęć branżowych (np. architektonicznych, konstrukcyjnych itp.). Wyniki badań zestawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Wyniki ankiety dotyczącej preferencji użytkowników hoteli w zakresie produktów i usług
(Table 1. Survey results table of preferences of hotel users with regard to products and services)

Odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi	Liczba odpowiedzi
W czasie podróży krajowych i zagranicznych korzystają Państwo najczęściej z hotelu zlokalizowanego najbliżej:		
dworca kolejowego, autobusowego lub lotniska	11,5%	18
zabytkowego centrum miasta	44,9%	70
biznesowego celu podróży	26,3%	41
lokalizacja nie ma dla mnie znaczenia	17,3%	27
Co w wyborze hotelu jest dla Państwa najważniejsze:		
standard	30,1%	40
oferowane usługi	7,5%	10
koszt noclegu	62,4%	83

Odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi	Liczba odpowiedzi
Jakie dodatkowe kryteria decydują o Państwa wyborze:		
rok budowy	3,0%	4
rok ostatniego remontu	9,0%	12
opinie na portalach internetowych	69,2%	92
brak odpowiedzi	18,8%	25
Wybierając hotel, preferują:		
budynki o współczesnej architekturze, ale położone w zabytkowych dzielnicach	21,8%	29
budynki historyczne położone w zabytkowych dzielnicach	22,6%	30
budynki współczesne i położone we współczesnych dzielnicach	15,0%	20
wygląd budynku nie ma dla mnie znaczenia	30,1%	40
styl dzielnicy, w której położony jest hotel, nie ma dla mnie znaczenia	10,5%	14
Jaki standard/rodzaj hotelu Państwo preferują:		
pięciogwiazdkowy	6,0%	8
czterogwiazdkowy	25,6%	34
trójgwiazdkowy	29,3%	39
Bed and Breakfast	16,5%	22
butikowy	0,7%	1
motel	3,8%	5
hostel	15,8%	21
inne (proszę podać jakie)	2,3%	3
Który hotel Państwo wybiorą:		
sieciowy, renomowanej firmy	21,8%	29
kameralny, o niepowtarzalnym klimacie	78,2%	104
Jakich usług gastronomicznych oczekują Państwo w hotelu (można zaznaczyć kilka odpowiedzi):		
restauracji czynnej cały dzień	34,6%	80
baru oferującego śniadania	35,5%	82
drink baru	13,0%	30
całodobowego automatu z napojami i słodyczami	14,7%	34
usługi gastronomiczne w hotelu są zbędne	2,2%	5
Czy garaż/parking musi być nieodłącznym elementem hotelu:		
zdecydowanie tak	30,1%	40
tak	32,3%	43
nie jest konieczny	32,3%	43
jest zbędny	5,3%	7

Odpowiedzi	Odsetek odpowiedzi	Liczba odpowiedzi
Ogród to w hotelu element:		
niezbędny	9,0%	12
przydatny	63,9%	85
obojętny	23,3%	31
zbędny	3,8%	5
Basen to w hotelu element:		
niezbędny	10,5%	14
przydatny	54,1%	72
obojętny	30,1%	40
zbędny	5,3%	7
Jakich usług dodatkowych oczekują Państwo w hotelu:		
małego zespołu odnowy biologicznej	22,3%	49
kompleksowego zespołu SPA	9,1%	20
siłowni	17,7%	39
małych sal konferencyjnych	14,1%	31
pełnego zespołu sal konferencyjnych	4,1%	9
sali spotkań	14,1%	31
sali gier	10,4%	23
innych (proszę podać jakich)	8,2%	18
Co przede wszystkim doceniają Państwo w trakcie pobytu w hotelu:		
jasny i czytelny rozkład pomieszczeń	21,5%	50
ciekawie zaprojektowane przestrzenie	32,6%	76
sprawnie działającą obsługę	45,9%	107

Źródło: opracowanie własne.

3. Wyniki

Ze względu na ogólny charakter studium i jego ukierunkowanie na analizę funkcjonalną badanie dotyczące lokalizacji hotelu zostało ograniczone do pytania: „W czasie podróży krajowych i zagranicznych korzystają Państwo najczęściej z hotelu zlokalizowanego najbliższej: a) dworca kolejowego, autobusowego lub lotniska, b) zabytkowego centrum miasta, c) biznesowego celu podróży, d) lokalizacja nie ma dla mnie znaczenia”. Największym zainteresowaniem cieszą się placówki zlokalizowane w zabytkowych centrach miast (44,9% respondentów), następnie w pobliżu biznesowego celu podróży (26,3%), 17,3% badanych nie uzależnia miejsca pobytu od wskazanych w pytaniu czynników, a jedynie dla 11,5% ważne były obiekty znajdujące się w sąsiedztwie węzłów komunikacyjnych.

We właściwym określeniu funkcji danej jednostki hotelowej kluczowe znaczenie ma zakładany standard. W tym zakresie sformułowano kilka pytań: „Co w wyborze hotelu jest dla Państwa najważniejsze: a) standard, b) oferowane usługi, c) koszt noclegu?”, następnie: „Jakie dodatkowe kryteria decydują o Państwa wyborze: a) rok budowy, b) rok ostatniego remontu, c) opinie na portalach internetowych?”, kolejne: „Jaki standard/rodzaj hotelu Państwo preferują: a) pięciogwiazdkowy, b) czterogwiazdkowy, c) trójgwiazdkowy, d) Bed and Breakfast, e) butikowy, f) motel, g) hostel, h) inne (proszę podać jakie)?” oraz „Który hotel Państwo wybiorą: a) sieciowy, renomowanej firmy, b) kameralny, o niepowtarzalnym klimacie?”. Stwierdzono, że dla 62,4% respondentów najważniejszym kryterium doboru noclegu jest jego koszt, dla 30,1% – standard, a zaledwie 7,5% badanych wskazało, że są dla nich ważne dostępne usługi. Dużo ważniejsze od roku budowy (3,0%) i standardu (9,0%) okazały się opinie na forach internetowych, które w przypadku 69,2% respondentów stanowią główne kryterium doboru noclegu.

W przypadku bezpośredniego pytania o standard celowo w odpowiedziach uwzględniono jednostki typu Bed and Breakfast (B&B) czy hostele, aby nie zmuszać pytających do rozróżniania placówek według ww. rozporządzenia. Najwięcej osób wybrałoby hotel trzygwiazdkowy – 29,3%, następnie: czterogwiazdkowy – 25,6%, typu B&B – 16,5%, hostel – 15,8%, hotel pięciogwiazdkowy – 6%, inne opcje wybrałoby 2,3% ankietowanych. Zaledwie jedna osoba wykazała zainteresowanie hotelem butikowym. Wyniki wskazują na popularność rozwiązań „ze średniej półki” – hotele trzy- i czterogwiazdkowe; najbardziej luksusowe jednostki wciąż pozostają zarezerwowane dla najbogatszych klientów, a brak chętnych do nocowania w placówce typu butikowego świadczy raczej o nieznaności tego typu usługi wśród badanych niż o niechęci do korzystania z niej, ponieważ „kameralne obiekty o wyjątkowym klimacie (czyli również hotele butikowe)” wybierze 78,2% badanych, natomiast hotele sieciowe – 21,8%. Wśród innych usług, na jakie respondenci zwracali uwagę, znalazły się: domy gościnne, prywatne kwatery i pensjonaty.



Rysunek 1. Wrocławskie hotele związane z historią miasta – po lewej hotel „Polonia”, po prawej hotel „Tumski” (fot. J. Jabłońska, 2012)

(Figure 1. Wrocław hotels connected with the city's history – on the left the Polonia Hotel, on the right the Tumski Hotel [photo J. Jabłońska, 2012])

W nawiązaniu do pytań o standard sformułowano jedno pytanie odnoszące się do preferencji estetycznych, w tym również architektonicznych: „Wybierając hotel, preferując: a) budynki o współczesnej architekturze, ale położone w zabytkowych dzielnicach, b) budynki historyczne położone w zabytkowych dzielnicach, c) budynki współczesne i położone we współczesnych dzielnicach, d) wygląd budynku nie ma dla mnie znaczenia, e) styl dzielnicy, w której położony jest hotel, nie ma dla mnie znaczenia”. Choć wyniki dla tego pytania nie były mocno zróżnicowane, to dla największej grupy badanych (30,1%) wygląd hotelu nie ma znaczenia, 22,6% wybrało obiekty historyczne, 21,8% – obiekty współczesne w zabytkowych dzielnicach. To potwierdza wynik 44,9% respondentów, dla których „styczność z historią danego miasta” ma kluczowe znaczenie w doborze placówki noclegowej. Współczesne budynki w nowoczesnych dzielnicach wybiera jedynie 15% badanych, a dla pozostałej grupy podane opcje nie mają znaczenia. Wskaźniki te świadczyłyby o tym, że wśród nowych inwestycji największe powodzenie będą miały przebudowy, adaptacje i rozbudowy budynków historycznych.

Bezpośrednio z rozwiązaniami architektonicznymi wiąże się zaprojektowany układ funkcjonalny. W zakresie usług podstawowych badani odpowiedzieli na pytanie: „Jakich usług gastronomicznych oczekują Państwo w hotelu [istniała możliwość zaznaczenia kilku odpowiedzi]: a) restauracji czynnej cały dzień, b) baru oferującego śniadania, c) drink baru, d) całodobowego automatu z napojami i słodyczami, e) usługi gastronomiczne w hotelu są zbędne?”. Na nieprzydatność jakiegokolwiek formy gastronomii w omawianych placówkach wskazuje zaledwie 2,2% badanych. 35,5% chce skorzystać ze śniadania w hotelowym barze, 34,6% osób spodziewa się usług restauracji czynnej cały dzień, zaś 13% osób odwiedzi drink bar. Automat czynny całą dobę, w którym można kupić napoje i drobne przekąski, będzie potrzebny 14,7% ankietowanych.

W zakresie badania funkcji dodatkowych, jakie powinny znaleźć się w placówce noclegowej, respondentom zadano następujące pytania: „Czy garaż/parking musi być nieodłącznym elementem hotelu: a) zdecydowanie tak, b) tak, c) nie jest konieczny, d) jest zbędny?”. Następnie: „Ogród to w hotelu element: a) niezbędny, b) przydatny, c) obojętny, d) zbędny”. Kolejno: „Basen to w hotelu element: a) niezbędny, b) przydatny, c) obojętny, d) zbędny” oraz „Jakich usług dodatkowych oczekują Państwo w hotelu: a) małego zespołu odnowy biologicznej, b) kompleksowego zespołu SPA, c) siłowni, d) małych sal konferencyjnych, e) pełnego zespołu sal konferencyjnych, f) sali spotkań, e) sali gier, g) innych (proszę podać jakich)?”. W odpowiedzi 62,4% ankietowanych wyraziło potrzebę skorzystania z parkingu hotelowego w trakcie pobytu, 32,3% nie widziało takiej konieczności, ale jedynie 5,3% uznało go za element zbędny. Na przydatność basenu i ogrodu w hotelu wskazuje ponad połowa badanych, a za zbędne uważa je: 3,8% – dla ogrodu, 5,3% – dla basenu. Za niezbędne uznało je: 9% – ogród, 10,5% – basen, natomiast za obojętne analogicznie: 23,3% i 30,1%. Zatem około 70% ankietowanych wykazuje zainteresowanie usługami dodatkowymi (dla niektórych placówek), choć jedynie 7,5% deklorowało wstępnie, że zwraca na nie uwagę przy wyborze placówki.



Rysunek 2. Hostele – grupa obiektów noclegowych cieszących się coraz większą popularnością – po lewej hostel „Babel” we Wrocławiu, po prawej hostel „The One” zlokalizowany na wrocławskim rynku (fot. J. Jabłońska, 2012)

(Figure 2. Hostels – group of accomodation facilities enjoying a growing popularity – on the left the “Babel” hostel in Wrocław, on the right “The One” hostel situated in Wrocław’s market square [photo J. Jabłońska, 2012])

W pytaniu otwartym dotyczącym bezpośrednio usług dodatkowych respondenci uszeregowali wymienione możliwości w następującej kolejności: mały zespół odnowy biologicznej – 22,3%, siłownia – 17,7%, mała sala spotkań i mały zespół konferencyjny – 14%, sala gier – 10,5%, kompleksowy zespół SPA – 9,1%, pełny zespół sal konferencyjnych – 4,1%. Ostatni wskaźnik nie jest zaskakujący, ponieważ sale tego typu są wynajmowane grupom zorganizowanym, a ankieta była skierowana do osób indywidualnych. Wśród odpowiedzi na pytania o dodatkowe preferencje pojawiły się wskazania na: fryzjera, kwaciarnię, możliwości uprawiania sportów (w tym: baseny, korty, sauny, siłownie), informację turystyczną, przechowalnię bagażu, pralnię. Uwagi dotyczyły również potrzeby istnienia niewielkiej niezależnej kuchni do samodzielnego przygotowania małego posiłku, a w szczególności nieograniczonego dostępu do czajnika lub wrzątku.

Wśród pytań badających preferencje w zakresie układu przestrzennego znalazły się dwa pytania: „Co przede wszystkim doceniają Państwo w trakcie pobytu w hotelu: a) jasny i czytelny rozkład pomieszczeń, b) ciekawie zaprojektowane przestrzenie, c) sprawnie działającą obsługę?” oraz „Pokój hotelowy musi mieć: a) łazienkę z wanną, b) łazienkę z kabiną prysznicową, c) balkon, d) taras, e) loggię, f) przedpokój, g) rozdzielną sypialnię z salonem, h) inne elementy (proszę podać jakie)?” – pytanie pozwalało na wybór kilku odpowiedzi. Okazuje się, że 45,9% ankietowanych ceni sobie przede wszystkim wygodę, następnie ciekawą

architekturę – 32,6%, a na końcu czytelny układ przestrzenny – 21,5%, niemniej wszystkie elementy mają duże znaczenie w prawidłowym funkcjonowaniu budynku.

4. Podsumowanie

Ankieta pozwoliła na zebranie niezbędnego materiału badawczego o charakterze ogólnym, umożliwiające monitorowanie preferencji użytkowników usług hotelowych w zakresie układów funkcjonalno-przestrzennych, oferty podstawowej i dodatkowej oraz preferencji indywidualnych. Najważniejsze dla respondentów są: położenie hotelu w historycznym, zabytkowym centrum miasta, dobry standard usługi przy jednoczesnej ekonomiczności ceny, indywidualny i kameralny klimat. Większość klientów wybór hotelu uzależnia od pozytywnych opinii internatów o danym obiekcie i jego obsłudze. Największą popularnością cieszą się standardy trzy- i czterogwiazdkowy oraz usługi hostelowe. Warto również, aby właściciele placówek noclegowych zadbali o chociaż minimalną ofertę usług dodatkowych.

W zakresie wiedzy społecznej konieczne wydaje się upowszechnienie niektórych pojęć z zakresu hotelarstwa, np. B&B czy obiekt butikowy. Dzięki temu klientom będzie dużo łatwiej wybierać interesujące architektonicznie obiekty w ekonomicznej cenie.

Bibliografia

- Błądek, Z. (2001). *Hotele: programowanie, projektowanie, wyposażanie*. Poznań: Palladium; Wyd. Albus. ISBN 83-916093-0-8.
- Błądek, Z. (red.). (2010). *Nowoczesne hotelarstwo: od projektowania do wyposażenia*. Poznań: Palladium Architekci – Błądek, Manikowski. ISBN 9788372329592.
- Doğan, H., Nebioğlu, O., Aydın, O., Doğan, İ. (2013). Architectural innovations are competitive advantage for hotels in tourism industry?: What customers, managers and employees think about it? *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 99, 701–710.
- Jabłońska, J. (2010). Hotele – zagadnienia prawne. *Świat Architektury*, 7, 64–66.
- Jaremen, D.E. (2006). *Ofensywa jakości dla hoteli i pensjonatów: kierunki doskonalenia jakości: metodologia badań* [online, dostęp: 2015-05-08]. Jelenia Góra: Partnerstwo na rzecz Rozwoju. Nowe szanse dla transgranicznego rynku pracy i gospodarki Euroregionu Nysa. Dostępny w Internecie: <http://www.vip.karr.pl/pliki/METODOLOGIA.pdf>.
- Miklewski, J. (2010/2011). Pomysł na hotel. *ABC Inwestycji Hotelowych*. Dodatek do czasopisma *Hotelarz*, 18–19.
- Minguet, J., Bou, L. (red.). (2007). *Hotel Design*. Barcelona: Instituto Monsa de Ediciones. ISBN 8496429105.
- Obwieszczenie Ministra Gospodarki z dnia 24 stycznia 2006 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Gospodarki i Pracy w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których świadczone są usługi hotelarskie. Dz.U. z 2006 r., nr 22, poz. 169 z późn. zm.
- POT. (2015). Badanie konsumentów usług turystycznych mające na celu ocenę poziomu satysfakcji turystów krajowych i zagranicznych z usług turystycznych, z których korzystali podczas podróży i pobytu w Polsce w 2014 roku. Raport końcowy dla Polskiej Organizacji Turystycznej [online, dostęp: 2010-05-08]. Warszawa: Polska Organizacja Turystyczna. Dostępny w Internecie: <http://www.pot.gov.pl/do-pobrania/l/materialy-do-pobrania/badania-i-analizy>.
- Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie. Dz.U. z 2002 r., nr 75, poz. 690 z późn. zm.
- TrustYou. (2015). Witryna internetowa firmy [online, dostęp: 2015-03-08]. Dostępny w Internecie: www.trustyou.com.
- Vickers, G. (2005). *21st Century Hotel*. London: Laurence King Publishing. ISBN 1856694011.
- Watson, H. (2005). *Hotel Revolution*. Chichester: John Wiley & Sons. ISBN 0470016809.
- Zajęc-Bilińska, M., Kocyłowska, K. (2010). Komentarz do ustawy. *Świat Architektury*, 7, 67.

Preferences of hotel users with regard to product and service

Abstract: Due to a close link between a proper functioning of hotels with changes in the economy, it is important to study preferences of accommodation facilities users as regards needed services and offer. This information should be used not only by managers and marketers but in particular by architects who should design buildings for the next decades. This article presents a survey on hotel users preferences on the product and

services, as well as its results. The scope of the study included: location of accommodation facilities, their standard aesthetic (architectural) preferences of users, the spatial and functional arrangement. In conclusion, some very clear trends were outlined, which will be visible in the hotel industry during upcoming years in Poland. Also selected problem areas in which there is a need of increasing public knowledge were stressed.

Key words: hotels in Poland, national accommodation base, modern tendencies in hotel design
