

**WIESŁAW DROBEK  
AGNIESZKA GAWLIK  
BARBARA WOŚ**

Politechnika Opolska

## **OBIEKTY HOTELARSKIE NA TERENACH WIEJSKICH JAKO CZYNNIK ROZWOJU WSI OPOLSKIEJ**

**Abstract: Hotel Facilities in Rural Areas as a Development Factor of the Opolskie Village.**

The aim of this study is to analyze the specifics of hotels located in the rural and rural-urban areas of the Opole Silesia and their impact on socio-economic development of this region. Two methods of research were used: the multiple case study and in-depth interview. The study was conducted from January to March 2015. The spatial extent of the study included rural and rural-urban areas in the Opole Region. It was found that the hotel enterprises located in these areas may largely affect the economic and social development of the Opole Region.

The actions undertaken are individualized and tailored to the needs of local communities and the requirements of the market. The positive impact from co-operation with local manufacturers includes creation of new jobs and provision of trainings. From the rural populations point of view crucial are steps to integrate the local community as well as cultural and educational initiatives. In the light of this research, it seems appropriate to create a new category of hotel objects, in which discussed enterprises could be classified, and to create a consistent database to facilitate their search.

**Keywords:** Hotel services, local community, Opole Silesia, rural hotels, rural tourism.

### **Wstęp**

Wielofunkcyjny rozwój wsi jest koncepcją wzmocnienia wiejskiego rynku pracy. Polega na generowaniu działalności, które – mimo że ulokowane na wsi – nie wiążą się bezpośrednio z rolnictwem, natomiast dywersyfikują podaż miejsc pracy w środowisku wiejskim. Działalność ta – kreowana przez społeczności lokalne, samorealizujące w miejscu swego zamieszkania – odnosi się relatywnie często do turystyki i rekreacji [Heffner 2012, s. 13, 17]. Podkreśla się przy tym konieczność stosownej jakości produktów turystyki wiejskiej [Balińska 2011, s. 20 i n.].

Sytuację tę obserwować można także w przestrzeni wiejskiej Śląska Opolskiego. Przestrzeń ta jest swoista, kształtują ją zarówno czynniki historyczne (geneza i charak-

ter sieci osadniczej), jak i sytuacja demograficzno-gospodarcza (w tym konsekwencje kulturowe i ekonomiczne dużego udziału ludności autochtonicznej w populacji regionu) [Jonderko 2007, s. 141 i nast.; Stanny 2014, s. 9–12]. W związku z tym zasoby infrastrukturalne (substancja materialna) wsi opolskiej mają standard wyższy niż przeciętny dla obszarów wiejskich całej Polski. Można założyć, że m.in. te czynniki leżą u podstaw, zauważalnego w ciągu ostatnich dekad, rozwoju turystyki (w tym szczególnie agroturystyki) na obszarach wiejskich Śląska Opolskiego [Woś, Łoś 2015] – mimo że nie jest to region postrzegany jako bardzo atrakcyjny z turystycznego punktu widzenia [Drobek 2005, s. 3; Bański 2013b, s. 37].

Celem badań jest analiza specyfiki wybranych obiektów hotelarskich zlokalizowanych na terenach wiejskich i wiejsko-miejskich Śląska Opolskiego oraz ich wpływu na rozwój społeczno-ekonomiczny tych obszarów. W pracy zastosowano dwie główne metody: wielokrotne studium przypadku oraz wywiad pogłębiony. Badania prowadzono od stycznia do marca 2015 r. Zakres przestrzenny badania obejmował tereny wiejskie i wiejsko-miejskie woj. opolskiego (Śląska Opolskiego).

## **1. Charakterystyka badanych obiektów hotelarskich**

W przeprowadzonym badaniu wzięli udział właściciele lub menedżerowie 7 z 8 obiektów hotelarskich zlokalizowanych na terenach wiejskich i wiejsko-miejskich na Opolszczyźnie, nagrodzonych w konkursie Eko-agro-turystycznym „Zielone Lato 2014” w kategorii „najlepszy ośrodek, pensjonat, zajazd, hotel, świadczący usługi turystyczne oraz promujący produkt tradycyjny na terenie miejsko-wiejskim”. Byli to laureaci Złoty, Srebrny i Brązowy Róż Opolskiej Turystyki. Wstępna selekcja obiektów została więc dokonana niejako przez organizatorów konkursu. Znajdują się one w następujących miejscowościach:

- Opole-Grudzice (powiat opolski, gmina Opole),
- Opole-Grotowice (powiat opolski, gmina Opole),
- Polska Nowa Wieś (powiat opolski, gmina Komprachcice),
- Niemodlin (powiat opolski, gmina Niemodlin),
- Warmątowice (powiat strzelecki, gmina Strzelce Opolskie),
- Komorno (powiat kędzierzyńsko-kozielski, gmina Reńska Wieś),
- Rogożany (powiat głubczycki, gmina Kietrz).

Trzy pierwsze zlokalizowane są w zewnętrznej strefie układu miejsko-wiejskiego Opola. Kolejne trzy leżą w odległości ok. 30 km na zachód, wschód i południe od ośrodka wojewódzkiego. Ostatni obiekt (w Rogożanach) znajduje się blisko granicy państwowej z Republiką Czeską.

Wśród badanych obiektów najpopularniejszą formą prawno-organizacyjną, w ramach której realizowano działalność gospodarczą było przedsiębiorstwo własności indywidualnej (6 z 7 obiektów). W badanej grupie znalazła się tylko jedna spółka cywilna. Największy odsetek wśród analizowanych obiektów hotelarskich stanowiły

małe przedsiębiorstwa, zatrudniające do 7 pracowników – łącznie 5 obiektów. Jeżeli chodzi o liczbę miejsc noclegowych, to wśród badanych obiektów przeważały podmioty, w których liczba miejsc nie przekracza 99 – łącznie 6 obiektów, przy czym prawie połowa z nich dysponowała 10–29 miejscami noclegowymi. W analizowanej grupie znajdował się tylko 1 podmiot oferujący powyżej 100 miejsc noclegowych. Ponad połowa obiektów (4 z 7) zlokalizowana była na obrzeżach miejscowości. Wśród badanych przedsiębiorstw wyróżniono tylko jeden podmiot nie prowadzący restauracji.

Analizowane obiekty miały w większości charakter firm rodzinnych o długoletnich tradycjach związanych z działalnością w branży gastronomicznej i hotelarskiej (6 na 7 analizowanych obiektów). Zatrudnieni pracownicy to głównie członkowie rodzin, niejednokrotnie z trzech kolejnych pokoleń. Zatrudniano także na stałe lub okresowo (przy obsłudze dużych imprez okolicznościowych) osoby z zewnątrz, zwłaszcza członków społeczności lokalnej.

Za bardzo ważną składową rozwoju tych jednostek właściciele wskazywali możliwość korzystania ze środków unijnych, co jest zresztą zgodne z obserwacjami z innych regionów Polski [Majewski *et al.* 2012; Kapusta 2014; Pałka 2014; Żmija 2014].

W tab. 1 przedstawiono usługi świadczone przez badane obiekty hotelarskie oraz główne grupy ich klientów.

Tabela 1

Profil działalności analizowanych obiektów hotelarskich oraz ich klienci

Wyszczególnienie	Liczba obiektów
Usługi podstawowe:	
Usługi noclegowe	7
Obsługa i organizacja imprez okolicznościowych	7
Organizacja spotkań biznesowych	7
Usługi gastronomiczne, catering	6
Usługi rekreacyjne i SPA	2
Inne	2
Dodatkowe usługi:	
Organizacja wycieczek po okolicy	4
Organizacja warsztatów i zajęć edukacyjnych	2
Aktywny wypoczynek	2
Sprzedaż lokalnych produktów (wędlina, ciasta, przetwory, miód, rękodzieło)	1
Wypożyczanie sprzętu rekreacyjnego i sportowego	1

Wyszczególnienie	Liczba obiektów
Wyżywienie:	
FB (pełne wyżywienie)	6
BB (śniadania)	1
Główni klienci hotelu:	
Turyści indywidualni	3
Osoby podróżujące w interesach	4
Goście biorący udział w imprezach okolicznościowych organizowanych w obiekcie	5

Źródło: Opracowanie własne.

Wszystkie spośród analizowanych obiektów świadczą usługi noclegowe, zajmują się organizacją i obsługą imprez okolicznościowych oraz organizacją spotkań biznesowych. W większości przypadków to właśnie obsługa imprez okolicznościowych stanowi podstawowe źródło dochodu omawianych podmiotów. Związane jest to ze specyfiką regionu – przyjęcia weselne organizowane są 2 razy w tygodniu (w soboty i zgodnie ze śląską tradycją w środy), a goście weselni, niejednokrotnie przybywający z odległych zakątków Polski i Niemiec, wymagają dużego zaplecza noclegowego o wysokim standardzie. Ponadto, z wyjątkiem jednego obiektu hotelarskiego nieposiadającego restauracji (dysponującego jednak barem), wszystkie pozostałe świadczą usługi gastronomiczne i catering (a także oferują pełne wyżywienie). Podczas przeprowadzanych wywiadów zwracano uwagę na szczególne znaczenie cateringu, będącego doskonałym instrumentem marketingowym, promującym kuchnię regionalną, bazującą na produktach lokalnych. W dwóch z analizowanych przedsiębiorstw w podstawowej ofercie znajdują się również usługi rekreacyjne i SPA. Ten rodzaj usług jest pewnym *novum* pojawiającym się w ofercie obiektów hotelarskich zlokalizowanych na terenach wiejskich. Cieszy się dużym zainteresowaniem zarówno gości, jak i społeczności lokalnej i w przyszłości może stanowić element konkurencyjny, szczególnie w grupie obiektów tworzących ofertę z myślą o turystach indywidualnych i biznesowych na dłużej pozostających w hotelu. Może to być także sposób na rozwinięcie dodatkowej działalności gospodarczej związanej z usługami SPA, stwarzającej możliwość wykorzystania bazy lokalowej poza sezonem. Przygotowanie takiej oferty to także możliwość tworzenia dodatkowych miejsc pracy oraz tworzenia nowych usług (zabiegi SPA), do niedawna sporadycznie dostępnych na terenach wiejskich. Inne usługi wskazane przez właścicieli i menedżerów to: organizacja imprez plenerowych (1 obiekt) oraz organizacja imprez charytatywnych (1 obiekt).

Wśród dodatkowych usług oferowanych przez badane obiekty hotelarskie dominowała organizacja wycieczek po okolicy (4 obiekty). Dwa analizowane podmioty wskazały, że świadczą też dodatkowo usługi związane z organizacją warsztatów

i zajęć edukacyjnych. Podobnie jak w przypadku usług SPA, to nowy rodzaj oferty pojawiającej się na terenach wiejskich, tworzonej głównie na potrzeby społeczności lokalnej w porozumieniu z ośrodkami edukacyjnymi i grupami działania, umożliwiającą integrację społeczności lokalnej oraz ciekawe i twórcze spędzanie czasu wolnego. Podobnie, dwa obiekty zadeklarowały realizację usług z zakresu aktywnego wypoczynku. Sprzedaż lokalnych produktów, m.in. wędlin, ciast, przetworów, zadeklarował tylko jeden spośród badanych hoteli. Taki wynik, zaskakujący w przypadku obiektów położonych na terenach wiejskich znanych ze smacznych produktów lokalnych, wynikać może ze specyfiki polskich przepisów prawnych uniemożliwiających rolnikom nieprowadzącym działalności gospodarczej sprzedaż bezpośrednią przetworzonych produktów rolnych. Taki stan rzeczy znacznie utrudnia pozyskiwanie lokalnych wyrobów i przetworów oraz ich sprzedaż w wiejskich obiektach hotelarskich, które w większości krajów europejskich słyną właśnie z produktów lokalnych. Również tylko w jednym z 7 obiektów prowadzone są dodatkowo usługi związane z wypożyczeniem sprzętu rekreacyjnego i sportowego.

Właściciele i menedżerowie biorący udział w badaniu wskazywali w większości, że głównymi klientami ich przedsiębiorstw są goście biorący udział w imprezach okolicznościowych organizowanych w obiekcie (5 z 7). Ponad połowa z nich podała, że do głównych klientów zaliczają się osoby podróżujące w interesach. Jak wykazały przeprowadzone wywiady, w ostatnim czasie to właśnie klienci biznesowi coraz chętniej wybierają wiejską bazę noclegową, szczególnie zaś obiekty położone w pobliżu głównych ośrodków gospodarczych Opolszczyzny. Ta grupa klientów w obiektach wiejskiej bazy hotelarskiej szczególnie ceni sobie stosunek jakości usług do ceny, dostępność komunikacyjną oraz spokój, ciszę i autentyczną możliwość wypoczynku. W 3 z 7 obiektów respondenci do głównych grup klientów zaliczyli turystów indywidualnych; taki stan rzeczy związany jest z intensywną promocją walorów turystycznych Opolszczyzny i wzrastającym zainteresowaniem turystów indywidualnych dłuższym pobytem w tym regionie. Do tej właśnie grupy odbiorców kierują swoją ofertę wiejskie obiekty hotelarskie dysponujące zapleczem uniemożliwiającym organizowanie dużych imprez okolicznościowych. To właśnie w tych obiektach udostępniane są usługi związane z aktywnym wypoczynkiem i SPA.

## **2. Współpraca badanych obiektów hotelarskich ze społecznościami lokalnymi**

W badaniu proszono właścicieli lub menedżerów przedsiębiorstw hotelowych m.in. o wskazanie działań podejmowanych w ramach współpracy ze społecznością lokalną. Wszystkie z badanych podmiotów zadeklarowały, że współpraca ta obejmuje głównie organizację imprez okolicznościowych dla społeczności lokalnej. W przeważającej większości analizowanych hoteli (6 z 7) działania te obejmują także m.in. im-

prezy organizowane dla seniorów, spotkania i szkolenia dla przedstawicieli samorządu lokalnego, a także spotkania integracyjne dla społeczności lokalnej. Wśród badanych 3 osoby zadeklarowały, że ich obiekt hotelarski organizuje jasełkę dla dzieci i młodzieży z lokalnych szkół i przedszkoli. Inne wskazywane formy współpracy ze społecznością lokalną obejmowały: szkolenia dla rolników, spotkania kół myśliwskich, koncerty muzyczne oraz wspieranie akcji charytatywnych.

Przeprowadzone wywiady wykazały znaczne zaangażowanie właścicieli wiejskich obiektów hotelarskich we współpracę ze społecznością lokalną. Niejednokrotnie w miejscowościach, które nie mają świetlicy środowiskowej lub domu kultury, to właśnie lokalny obiekt hotelarski odgrywał taką rolę. Zwykle dzieje się tak w przypadku obiektów, których właściciele od kilku pokoleń związani są z daną miejscowością, a obiekt hotelarski tworzony był na bazie działającej wcześniej restauracji, baru czy karczmy.

Właściciele i menedżerowie przedsiębiorstw hotelarskich wskazywali, że współpraca ze społecznością lokalną obejmuje także budowanie długotrwałych relacji handlowych z lokalnymi dostawcami. Niemal wszystkie badane podmioty (6 z 7) korzystają z dostaw od lokalnych piekarni, cukierni, masarni oraz zaopatrują się w warzywa i owoce, a także wyroby mleczarskie u lokalnych rolników. Respondenci z analizowanej grupy deklaruowali również wspieranie lokalnych ośrodków szkoleniowych oraz dydaktycznych (6 hoteli), a także współuczestnictwo w tworzeniu wydarzeń kulturalnych w lokalnych społecznościach (5 hoteli). Podejmowanie działań w zakresie promocji kultury i sztuki regionu zadeklarowało tylko 2 respondentów z badanej grupy, a w zakresie promocji zdrowia i turystyki tylko 1 osoba. Wśród innych form współpracy, na podstawie przeprowadzonych wywiadów, zidentyfikowano m.in.: finansowe wspieranie lokalnych festynów, obsługę gastronomiczno-cateringową uroczystości kościelnych, a także tworzenie nowych miejsc pracy dla ludności miejscowej (ponad połowa właścicieli i menedżerów zadeklarowała, że stara się pozyskiwać pracowników z miejscowości, w której prowadzony jest hotel).

## **Zakończenie**

Przedstawione analizy wskazują rolę, jaką w rozwoju społeczno-ekonomicznym obszarów wiejskich oraz wiejsko-miejskich na Opolszczyźnie mogą odgrywać obiekty hotelarskie. Pozytywny wpływ na rozwój gospodarczy przestrzeni wiejskiej może wynikać z działań w zakresie współpracy z lokalnymi producentami, tworzenia nowych miejsc pracy oraz organizacji szkoleń. Dynamicznie rozwijająca się baza noclegowa, usługi hotelarskie i gastronomiczne dają podstawę do tworzenia nowych miejsc pracy na terenach wiejskich i wiejsko-miejskich [Żelazna 2001]. Różnorodność oferowanych usług pozwala na wykorzystanie lokalnego potencjału gospodarczego, kulturowego i ludzkiego [Kapusta 2009; Bański 2013a; Kłodziński 2014]. Działania

podejmowane w badanej grupie są zindywidualizowane i dostosowane do wymagań rynku z uwzględnieniem potrzeb społeczności lokalnej.

Ścisła współpraca ze społecznością lokalną tworzy podstawę integracji różnych grup mieszkańców obszarów wiejskich i wiejsko-miejskich [Pęcherz 2008]. Z punktu widzenia mieszkańców wsi niezwykle istotne są działania mające na celu integrację społeczności lokalnej, a także inicjatywy o charakterze kulturalnym i oświatowym. Szczególnie, że wśród wewnętrznych czynników kształtujących przyszły obraz polskiej wsi podkreśla się rolę aktywności społecznej oraz rozwoju kapitału intelektualnego [Bański 2013a].

W świetle przeprowadzonych badań celowe wydaje się stworzenie nowej kategorii jednostek hotelarskich, w której mogłyby być klasyfikowane omawiane obiekty, oraz stworzenie spójnej bazy danych ułatwiającej ich wyszukiwanie.

## Literatura

- Balińska A., 2011, *Produkt turystyki wiejskiej*, [w:] *Turystyka i rekreacja na obszarach nieurbanizowanych – wybrane zagadnienia*, I. Ozimek (red.). Wyd. SGGW, Warszawa.
- Bański J., 2013a, *O przyszłości polskiej wsi*. „Studia Obszarów Wiejskich”, t. 31.
- Bański J., 2013b, *Polska wieś w perspektywie 2050 roku*. „Studia Obszarów Wiejskich”, t. 33.
- Dropek W., 2005, *O atrakcyjności turystycznej Śląska Opolskiego. Kilka uwag wprowadzających*, [w:] *Wybrane zagadnienia turystyki na Śląsku Opolskim*, W. Dropek (red.). “Śląsk Opolski”, nr 1/2.
- Heffner K., 2012, *Wiejskie rynki pracy w Polsce – kurczące się zasoby czy niewyczerpane rezerwy?*, [w:] *Wiejskie rynki pracy – zasoby, aktywizacja, nowe struktury*, W. Kamińska, K. Heffner (red.). Studia KPZK PAN, t. CXLV, Warszawa.
- Jonderko F., 2007, *Spoleczne uwarunkowania budownictwa mieszkaniowego na wsi na Śląsku Opolskim*. Stowarzyszenie Instytut Śląski, Państwowy Instytut Naukowy – Instytut Śląski w Opolu, Wojewódzka Biblioteka Publiczna im. E. Smolki w Opolu, Opole.
- Kapusta F., 2014, *Determinanty rozwoju wsi polskiej na początku XXI wieku*. „Ekonomia”, t. 1, nr 1.
- Kłodziński M., 2014, *Przedsiębiorczość pozarolnicza na wsi w procesie wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich*. „Wieś i Rolnictwo”, nr 1.
- Majewski R., Staniszewski J., Czyżewski B., 2012, *Specyfika pozarolniczej działalności gospodarczej na wsi w kontekście jej wsparcia ze środków UE*. „Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy”, nr 5.
- Pałka E., 2014, *Wpływ środków unijnych na pobudzenie inicjatyw społeczności wiejskich obszarów opóźnionych w rozwoju. Przykład województwa świętokrzyskiego*. „Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich PAN”, nr II/1.

- Pęcherz E., 2008, *Rozwój kulturalny na wsi do roku 2013*. „Prawo i Podatki Unii Europejskiej w Praktyce”, nr 2.
- Stanny M., 2014, *Zróżnicowanie terytorialne wybranych problemów ludnościowych w kontekście rozwoju społeczno-gospodarczego polskiej wsi*. „Studia Ekonomiczne – Polityka społeczna wobec przemian demograficznych”, UE w Katowicach, nr 167.
- Woś B., Łoś A., 2015, *The Development of Agri-tourism in Opole Province, Poland. From Inexpensive Holidays in the Countryside to Experimental Marketing*. „Journal of Environmental and Tourism Analyses”, t. 3/1.
- Żelazna K., 2001, *Turystyka jako czynnik stymulujący rozwój przedsiębiorczości na wsi*. „Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej im. H. Kołłątaja w Krakowie”, t. 2, nr 78.
- Żmija K., 2014, *Rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich przy wykorzystaniu środków Unii Europejskiej*. Prace Naukowe UE we Wrocławiu, nr 360.