

WPROWADZENIE

Usługi hotelarskie należą niewątpliwie do dóbr wyższego rzędu, które charakteryzują się wysoką elastycznością dochodową. Liczba hoteli w latach 2011–2013 wzrosła z 1877 do 2107, czyli o 12,25%, podczas gdy PKB w Polsce w tym czasie wzrosło o około 5,6%. Hotelarstwo należy do najdynamiczniej rozwijających się części sektora usług, a wartość dodana branży oceniana jest na około 1,7% polskiego PKB. Hotelarstwo stanowi również istotną część gospodarki turystycznej.

To dzięki świadczeniu usług hotelarskich przez przedsiębiorstwa hotelarskie cały sektor turystyczny ma możliwość rozwoju. Brak odpowiedniej bazy noclegowej lub dyskusyjna jej jakość ma raczej negatywny wpływ na rozwój nawet atrakcyjnej destynacji turystycznej. Hotelarstwo bowiem zapewnia potencjalnym turystom, w zależności od ich potrzeb i preferencji, odpowiednie warunki pobytu i zakwaterowania w trakcie podróży i miejscu recepcji turystycznej. Ponadto obecnie usługa hotelarska nie jest już tylko usługą umożliwiającą czy ułatwiającą odbycie podróży i pobyt w miejscu docelowym podróży, ale często stanowi cel sam w sobie, kiedy podstawowa usługa hotelarska, jaką jest nocleg wraz z elementami dodatkowymi, tworzy określony produkt.

Współczesne hotelarstwo jest dynamicznie rozwijającym się sektorem gospodarki, dlatego tak ważne jest śledzenie jego zmian, aktualizowanie informacji z nim związanych oraz dostarczanie wiedzy w tym zakresie osobom, które w danym momencie lub przyszłości będą związane z szeroko rozumianą branżą turystyczną.

Celem niniejszej publikacji jest więc dostarczenie czytelnikowi podstawowej i aktualnej wiedzy dotyczącej hotelarstwa w kontekście szeroko rozumianej ekonomii oraz uświadomienie dynamiki, jaka towarzyszy tej wiedzy.

Obszerny zakres zagadnień dotyczących podstaw hotelarstwa w perspektywie ekonomicznej spowodował decyzję autorów o podziale treści opracowania na trzy części.

Część pierwsza *Wprowadzenie do hotelarstwa* składa się z pięciu rozdziałów, które wprowadzają czytelnika w zakres problematyki, począwszy od zaprezentowania specjalistycznej terminologii hotelarskiej (rozdział 1) i historii hotelarstwa (rozdział 2) poprzez przedstawienie teoretyczno-praktycznych aspektów branży hotelarskiej (rozdział 3). Ważną częścią opracowania jest rozdział 4, w którym omówiono klasyfikację i kategoryzację obiektów hotelarskich. Zagadnieniom podstawowym poświęcono również problematykę hotelarstwa sieciowego (rozdział 5).

Część druga *Wybrane aspekty marketingu w hotelarstwie*, składa się z dwóch rozbudowanych rozdziałów, w których omówiono zagadnienia marketingu przedsiębiorstwa hotelarskiego w ujęciu tradycyjnym (rozdział 1) i nowoczesnym (rozdział 2). Na uwagę zasługuje zwłaszcza zawartość rozdziału drugiego, gdyż przedstawiono w nim obecne trendy marketingowych działań podmiotów hotelarskich w zakresie sprzedaży i promocji, czego przykład stanowi wykorzystanie mediów społecznościowych, narzędzia *product placement*, *content marketingu*, marketingu lojalnościowego czy platform zakupowych.

Ponieważ problematyka ekonomiczna dotycząca przedsiębiorstw hotelarskich ma wymiar mikroekonomiczny, znaczna część zagadnień niniejszej publikacji dotyczy zarządzania. Część trzecia *Wybrane obszary zarządzania w hotelarstwie* składa się z 5 rozdziałów, w których podjęto taką tematykę jak: Struktury organizacyjne w hotelarstwie (rozdział 1), *Organizacje hotelarskie w Polsce i na świecie* (rozdział 2), *Zarządzanie zasobami ludzkimi w hotelarstwie* (rozdział 3), *Koncepcja zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu przedsiębiorstwem hotelarskim* (rozdział 4) oraz *Zarządzanie gastronomią w hotelarstwie* (rozdział 5).

Na potrzeby przygotowania publikacji dokonano analizy źródeł wtórnych, głównie polskich i zagranicznych publikacji zwartych z zakresu ekonomii, zarządzania, ekonomiki usług, ekonomiki turystyki, marketingu usług i hotelarstwa. Wykorzystano również liczne artykuły naukowe, doniesienia prasowe i internetowe oraz raporty i opracowania z badań dotyczących zagadnień związanych z hotelarstwem.

Niniejsza publikacja została w zamyśle przygotowana jako podręcznik akademicki do przedmiotów związanych z hotelarstwem. Może być zatem wykorzystana jako pomoc dydaktyczna dla studentów pierwszego i drugiego stopnia kierunku Turystyka i rekreacja oraz specjalności turystycznych na kierunkach Zarządzanie, Ekonomia, Geografia i Kultura Fizyczna oraz słuchaczy studiów

trzeciego stopnia (doktoranckich) oraz studiów podyplomowych z wymienionych zakresów. Opracowanie może być również przydatne przedstawicielom nauki, praktyki i polityki gospodarczej.

Na uwagę zasługuje fakt, że niniejsza publikacja, poza aspektami czysto teoretycznymi, prezentuje aspekty praktyczne w postaci studiów przypadków omawianych zagadnień. Każdy rozdział jest ponadto zakończony pytaniami kontrolnymi oraz krótkim testem jednokrotnego wyboru, co pozwala na ugruntowanie nabytej wiedzy.

Autorzy