PRACE NAUKOWE
Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
RESEARCH PAPERS
of Wrocław University of Economics

258

Wyzwania współczesnej polityki turystycznej Problemy funkcjonowania rynku turystycznego

Redaktor naukowy
Andrzej Rapacz

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2012

Recenzenci: Wiesław Alejziak, Małgorzata Bednarczyk, Stefan Bosiacki, Ewa Dziedzic, Irena Jędrzejczyk, Magdalena Kachniewska, Włodzimierz Kurek, Barbara Marciszewska, Agnieszka Niezgoda, Aleksander Panasiuk, Józef Sala, Jan Sikora, Teresa Żabińska, Aleksander Szwichtenberg

Redaktor Wydawnictwa: Jadwiga Marcinek

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Barbara Cibis

Łamanie: Małgorzata Czupryńska

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:
www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,
The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon
http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiejkolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2012

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-218-5

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp 9

Część 1. Branża turystyczna w obliczu wyzwań współczesnego rynku turystycznego

Iwona Bąk: Turystyka w obliczu starzejącego się społeczeństwa 13
Renata Seweryn: Lojalność odwiedzających wyzwaniem dla obszaru recepcji turystycznej w obecnych warunkach rynkowych 24
Ewa Szczepanowska, Beata Kaczor, Karolina Pawełek: Struktura oferty wybranych hoteli spa przy granicy polsko-niemieckiej – analiza porównawcza 35
Agata Niemczyk: Motywy jako determinanta zachowań uczestników turystyki kulturowej 47
Joanna Kosmaczewska: Działania inwestycyjne w okresie spowolnienia gospodarczego na przykładzie podmiotów branży turystycznej i firm kooperujących zlokalizowanych w gminie wiejskiej 58
Andrzej Hadzik, Adam Ryszard Szromek, Rajmund Tomik: Kibice międzynarodowych widowisk sportowych jako nowa kategoria konsumentów turystyki w Polsce 68
Marek Stuczyński: Odpowiedzialność hotelarstwa za środowisko w kontekście turystyki zrównoważonej 79
Jolanta Wojciechowska: Ścieżki rozwoju organizacyjnego turystyki w Polsce – od rewolucyjnego po ewolucyjny system 89
Krzysztof Borodako, Michał Rudnicki: Dostosowanie oferty portu lotniczego Kraków-Balice w kontekście obsługi turystyki biznesowej w Krakowie 103
Marek Lawin, Tomasz Napierała: Efektywność środków wydatkowanych na rzecz rozwoju turystyki przez samorządy gminne województwa łódzkiego 113
Józef Sala, Joanna Górna: Hotelarstwo a współczesne tendencje rozwoju turystyki 127
Eugenia Panfiluk: Strategia zarządzania turystyką na obszarach przyrodniczo cennych na przykładzie jednostek obszaru metropolitarnego Białegostoku 139
Adam Pawlicz: Koncepcja dóbr merytorycznych jako uzasadnienie działań podmiotów publicznych na rynku turystycznym 152

Dawid Milewski: Postulaty przewozowe jako cechy jakości przewozów turystycznych ... 161
Marlena Prochorowicz, Bogusław Stankiewicz: Zachowania koksumentów na rynku usług agroturystycznych ... 172

Część 2. Współpraca sektorowa warunkiem realizacji celów i zadań polityki turystycznej na poziomie lokalnym i regionalnym

Arkadiusz Niedziółka: Stan i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w powiecie nowotarskim z wyszczególnieniem gminy Czorsztyn ... 187
Joanna Kizielewicz: Partnerstwo na rzecz rozwoju polityki turystycznej w województwach nadmorskich w Polsce ... 196
Michał Żemła, Anna Staszewska: Rola interesariuszy w budowie konkurencyjnych produktów turystycznych na podstawie Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego ... 209
Włodzimierz Banasik, Dagmara Fiszer: Turystka w rozwoju społeczno-gospodarczym miasta Żyrardowa ... 219
Maciej Dębski: Architektura marki jako narzędzie budowania konkurencyjności destynacji turystycznych ... 228
Romuald Ziółkowski: Turystyczna Sieć Współpracy – doświadczenia w zakresie budowy klastrów turystycznych ... 240
Agata Balińska, Weronika Cieśluk: Marka w tworzeniu turystycznego wizerunku miasta Ełk ... 251
Teresa Żabińska: Turystyka kreatywna. Koncepcja i możliwości rozwoju w Polsce ... 260
Stefan Bosiacki, Agata Basińska-Zych: Rola samorządu lokalnego w rozwoju turystyki w warunkach kryzysu ekonomicznego – na przykładzie województwa wielkopolskiego ... 271

Summaries

Iwona Bąk: Tourism in the face of an aging society ... 23
Renata Seweryn: The loyalty of visitors as a challenge for the tourist destination area in current market conditions ... 34
Ewa Szczepanowska, Beata Kaczor, Karolina Pawełek: The comparison of offers in selected spa centers at the Polish-German border – comparable analysis ... 46
Agata Niemczyk: Motives as a behaviour determinant of participants of culture tourism ... 57
Joanna Kosmaczewska: Investment activities in the economic slowdown period on the example of entities operating in the tourism sector and cooperating companies located in the rural commune ... 67

Andrzej Hadzik, Adam Ryszard Szromek, Rajmund Tomik: Fans of international sport events as a new category of consumers of tourism in Poland 78
Marek Stuczyński: Responsibility for the environment in the hotel industry in the context of sustainable tourism 88
Jolanta Wojciechowska: The paths of the organizational development of tourism in Poland – from revolutionary to evolutionary 102
Krzysztof Borodako, Michał Rudnicki: Adjustment of the offer of Kraków-Balice airport to the changes of business tourism in Krakow 112
Marek Lawin, Tomasz Napierała: Effectiveness of funds for tourism development in local communities in the region of Lodz 126
Józef Sala, Joanna Górna: Trends in tourism and their impact on the hotel business 138
Eugenia Panfiluk: Strategy for tourism management in the areas of great natural interest shown on the example of units of the metropolitan area of Białystok city 151
Adam Pawlicz: Merit goods theory as a justification of public actions on the tourism market 160
Dawid Milewski: Transport postulates as the quantitative attributes of tourism transport 171
Marlena Prochorowicz, Bogusław Stankiewicz: Consumers behaviour on the market of agritourist services 184
Arkadiusz Niedziółka: State and determinants of agritourism development in Czorsztyn community of the Nowy Targ County 195
Joanna Kizielewicz: Partnership for the development of tourist policy in coastal voivodeships in Poland 208
Michał Żemła, Anna Staszewska: Mutual relationships between stakeholders in the creation of competitive tourism products on the basis of Industrial Monuments Route of Silesian Voivodeship 218
Włodzimierz Banasik, Dagmara Fiszer: Tourism in the socio-economic development of Żyrardów 227
Maciej Dębski: Brand architecture as a tool to build competitiveness of tourism destinations 239
Romuald Ziółkowski: Tourist cooperation network – experience in the creation of tourism clusters 250
Agata Balińska, Weronika Cieśluk: Brand in the creation of tourist image of Ełk 259
Teresa Żabińska: Creative tourism. Its concept and development opportunities in Poland 270
Stefan Bosiacki, Agata Basińska-Zych: The role of local government in tourism development in terms of the economic crisis – on the example of Wielkopolska Voivodeship 290

PRACE NAUKOWE UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO WE WROCŁAWIU
RESEARCH PAPERS OF WROCŁAW UNIVERSITY OF ECONOMICS nr 258 • 2012

Wyzwania współczesnej polityki turystycznej
Problemy funkcjonowania rynku turystycznego

ISSN 1899-3192

Ewa Szczepanowska, Beata Kaczor, Karolina Pawełek
Uniwersytet Szczeciński

STRUKTURA OFERTY WYBRANYCH HOTELI SPA PRZY GRANICY POLSKO-NIEMIECKIEJ – ANALIZA PORÓWNAWCZA

Streszczenie: Turystyka spa stanowi niekonwencjonalną postać turystyki zdrowotnej. Ośrodki spa są często elementem integralnym uzdrowisk, a w większości stanowią odrębne placówki hotelowe. Ich działalność jest całoroczna, co stanowi o opłacalności tej branży turystyki. Celem opracowania jest wykazanie podobieństw i różnic wybranych hoteli spa przy granicy polsko-niemieckiej. Zastosowano wskaźnik Sokala–Michenera i uzyskano zgodność w 73% dla urządzeń wyposażenia kompleksowego oraz usług, 80% dla standardowego wyposażenia pokoi hotelowych i 81% dla oferty zabiegowej. Niemieckie hotele spa są lepiej przygotowane. Polscy specjaliści w zakresie organizacji i ekonomiki turystyki zdrowotnej starają się wyrównywać dysproporcje pomiędzy polskimi a niemieckimi hotelami spa i obecnie różnice są niewielkie. Elementem, który pozytywnie wpływa na konkurencyjność polskich hoteli spa, jest niższa cena niż niemieckich.

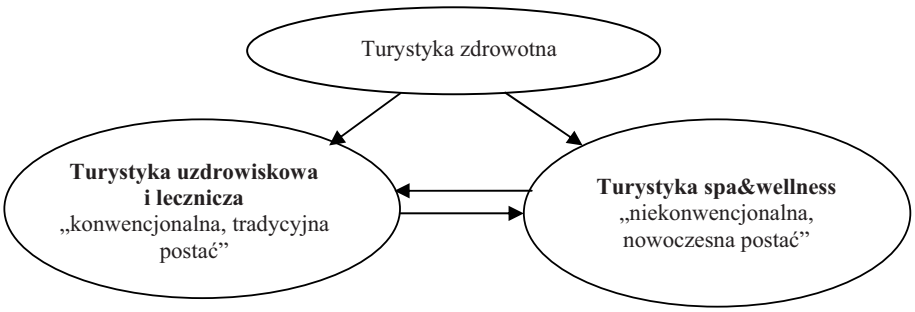
Słowa kluczowe: turystyka zdrowotna, spa, Niemcy, Polska.

1. Wstęp

W opracowaniu zestawiono informacje dotyczące wybranych hoteli spa na terenie trzech landów oraz trzech województw przy granicy polsko-niemieckiej. Celem opracowania jest zaprezentowanie wybranych hoteli spa oraz wykazanie podobieństw i różnic, m.in. w rodzaju świadczonych usług i wyposażenia. Problem badawczy dotyczy kompleksowości wyposażenia obiektów spa w urządzenia o szerokim potencjale usługowym i oferty usług towarzyszących podstawowej ofercie zdrowotnej. W opracowaniu postawiono pytania badawcze, czy proponowana metoda pomiaru wskaźnikiem Sokala–Michenera jest skuteczna w analizie porównawczej zgodności poziomu wyposażenia i oferty usług ośrodków spa krajowych i niemieckich, zlokalizowanych w strefie nadgranicznej, oraz które hotele – polskie czy niemieckie – są bardziej atrakcyjne i lepiej zaspokajają potrzeby poprawy zdrowia i samopoczucia klientów.

2. Istota, cechy i rola hoteli spa na rynku turystycznym

Hotele spa są od niedawna najchętniej odwiedzanymi miejscami na świecie, gdyż łączą relaks z dbałością o zdrowie psychofizyczne. Zadaniem tych ośrodków jest poprawa zdrowia, samopoczucia oraz wyglądu. Aspekty te są niezwykle ważne w holistycznym pojmowaniu zdrowia[1]. Człowiek coraz bardziej świadomie żyje i chce prowadzić zdrowy styl życia poprzez rekreację, ekologiczne odżywianie, dbanie o urodę i własny rozwój. Jest to także efekt panującej „mody na zdrowie". Idea spa&wellness jest elementem turystyki zdrowotnej, do niedawna utożsamianej jedynie z turystyką uzdrowiskową i leczniczą, powiązaną z kuracją sanatoryjną, rehabilitacyjną oraz lecznictwem uzdrowiskowym[2].



Rys. 1. Zależności: turystyka uzdrowiskowa i lecznicza a turystyka spa&wellness

Źródło: opracowanie własne na podstawie: A. Mroczek, *Rola ośrodków Spa&Wellness w promocji zdrowego trybu życia*, [w:] W. Gaworecki, Z. Mroczyński (red.), *Turystyka i sport dla wszystkich w promocji zdrowego stylu życia*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2008, s. 548-555.

Na rysunku 1. przedstawiono zależność pomiędzy wymienionymi rodzajami turystyki. Motywy, którymi kierują się turyści uprawiający turystykę zdrowotną, to przede wszystkim odnowa sił fizycznych i psychicznych, likwidacja przemęczenia lub wyczerpania oraz chęć aktywnego wypoczynku[3]. Obecnie turystyka uzdrowiskowa jest najszybciej rozwijającym się segmentem turystyki, ale jej równorzędnym konkurentem jest turystyka spa&wellness, która często wzbogaca ofertę uzdrowiskową[4].

---

[1] W. Kasprzak, A. Mańkowska, *Fizykoterapia, medycyna uzdrowiskowa i SPA*, Wydawnictwo Lekarskie PZWL, Warszawa 2008, s. 380.

[2] A. Lewandowska, *Turystyka uzdrowiskowa: materiały do studiowania*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005, s. 7.

[3] A. Lewandowska, wyd. cyt., s. 17-21; D. Dryglas, *Kształtowanie produktu turystycznego uzdrowisk w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006, s. 45-63.

[4] M. Januszewska, *Perspektywy rozwoju uzdrowisk w Polsce*, [w:] A. Gajewski (red.), *Turystyka i Rekreacja*, Wydawnictwo AWF, Warszawa 2005, s. 119.

Turystyka uzdrowiskowa i lecznicza pozytywnie wyróżniają się wśród pozostałych tradycyjnych form turystyki z tego względu, że charakteryzują się niskim wskaźnikiem sezonowości i średnim okresem pobytu powyżej 14 dni, co zbliża się do optymalnego czasu kuracji uzdrowiskowej 23-24 dni[5]. W działalności tej notuje się wyższe średnie przychody dzięki świadczeniu dodatkowych usług niewliczonych w kurację. Ten rodzaj turystyki charakteryzuje się wysokim szacowanym mnożnikiem zatrudnienia, co oznacza, iż jedno stanowisko pracy stworzone w ramach turystyki uzdrowiskowej tworzy dwa następne w innych sferach gospodarki[6].

Europejski Związek Uzdrowisk (ESPA, The European Spas Association) definiuje spa jako źródło wód mineralnych, a dokładnie miejsce lub miejscowość, w której źródło zostało odkryte. Natomiast Międzynarodowy Związek Spa i Fitness (ISPA, International Spa and Fitness Association) traktuje spa jako miejsce, w którym stosuje się aktywne i długotrwałe wykorzystanie naturalnych i prozdrowotnych elementów w określonym środowisku przez jakiś czas[7]. Obecnie terminem spa określa się raczej przedsiębiorstwa lub grupy przedsiębiorstw, czyli ośrodki sportu i rekreacji, odnowy biologicznej, kosmetologii itp., które oferują zabiegi mające na celu poprawę wyglądu i samopoczucia człowieka. Wpisuje się w to również zjawisko wellness. W Europie Zachodniej przeprowadzono badania, z których wynika, że wellness kojarzy się ze zdrowym stylem życia poprzez gimnastykę, relaks i odpowiednią dietę. Wellness jest wielowymiarowe, dotyka wielu aspektów i, co bardzo ważne, uwzględnia psychologiczne, emocjonalne, intelektualne, towarzyskie, finansowe i fizyczne potrzeby człowieka[8].

Nie stworzono jeszcze oficjalnego jednolitego podziału ośrodków spa ze względu na dość krótką historię tego typu turystyki. Każdy kraj czy organizacja mogą mieć nieco odmienną klasyfikację. Można powiedzieć, że podział obiektów spa jest dość umowny. Jedną z bardziej znanych klasyfikacji jest zaproponowana przez ISPA[9]. Deutscher Wellness Verband, czyli Niemieckie Stowarzyszenie Wellness jest organizacją służby zdrowia, dodatkowo także doradza i nadaje certyfikaty ośrodkom spa w Niemczech i innych krajach europejskich (w tym w Polsce). Instytucja ta działa od roku 1990 i pełni funkcję eksperta w zakresie usług i produktów spa[10]. W Polsce nie ma jeszcze systemu kategoryzacji obiektów spa, jaki istnieje już w Niemczech. Jednak grupa marketingowa Polskie Hotele Spa zrobiła krok w tym kierunku

---

[5] W. Kasprzak, A. Mańkowska, wyd. cyt., s. 267-271.

[6] D. Dryglas, wyd. cyt., s. 45-63.

[7] Tamże, s. 45-63.

[8] http://e-spawellness.pl/wellness.php; A.P. Lubowiecki-Vikuk, *Spa i wellness – megatrend współczesnej turystyki zdrowotnej*, [w:] W. Gaworecki, Z. Mroczyński (red.), *Turystyka i sport dla wszystkich w promocji zdrowego stylu życia*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2008, s. 539-547.

[9] A. Mroczek, *Rola ośrodków Spa&Wellness w promocji zdrowego trybu życia*, [w:] W. Gaworecki, Z. Mroczyński (red.), wyd. cyt., s. 548-555; W. Kasprzak, A. Mańkowska, wyd. cyt., s. 267-271.

[10] A. Topczewski, *Niemieckie standardy w Polsce,* „SPA Business" 2007, nr 3 (05), s. 16-18.

i stworzyła własny system oceny, który być może w ulepszonej wersji będzie w niedalekiej przyszłości obowiązywać w całym kraju. Członkiem wspomnianej grupy mogą zostać hotele, które według polskiej kategoryzacji hoteli mają co najmniej trzy gwiazdki i odpowiednią infrastrukturę spa, w tym muszą posiadać choć jeden basen o określonych wymiarach, minimum trzy gabinety, w części suchej i mokrej, i przynajmniej dwie profesjonalne sauny[11].

3. Cel, organizacja badań własnych

Do porównania poziomu urządzeń wyposażenia kompleksowego, usług i oferty zabiegowej hoteli spa w Polsce oraz Niemczech zastosowano wskaźnik Sokala–Michenera, który nazywany jest również wskaźnikiem zgodności[12]. Wykorzystywany jest do badania jakościowego. Należy zestawić te same badane cechy w różnych obiektach i stwierdzić, czy są one jednakowe, czy różne. Określając zgodność cech, stosuje się metodę zero-jedynkową. Wskaźnik Sokala–Michenera tworzy iloraz sumy wszystkich zgodności badanych cech do liczby wszystkich badanych cech. Jest odpowiednikiem korelacji i mierzy związek między badanymi cechami. Istotą metody doboru próby badawczej była lokalizacja wybranych hoteli spa, czterogwiazdkowych lub wyżej, w polsko-niemieckim pasie przygranicznym, reprezentowanym przez trzy województwa i trzy landy.

4. Analiza porównawcza oferty usługowej hoteli spa polskich i niemieckich – wyniki badań

W opracowaniu wzięto pod uwagę po pięć ośrodków w Polsce i w Niemczech.

1. Wybrane ośrodki spa w Polsce – w województwie zachodniopomorskim: Hotel Aquarius Spa***** w Kołobrzegu, Bursztynowy Pałac**** w Świeszynie; w województwie lubuskim: Hotel&Spa DANA**** w Zielonej Górze; w województwie dolnośląskim: Hotel Zamek Kliczków**** w Osieczniny k. Bolesławca, Hotel Jelenia Struga**** w Kowarach.

2. Wybrane ośrodki spa w Niemczech – w Meklemburgii: Grand Hotel Heiligendamm***** k. Kühlungsborn nad Morzem Bałtyckim, Hotel Travel Charme Nordped&Villen**** w Göhren na Wyspie Rugia; w Brandenburgii: Seehotel Fontane**** w Neuruppin na północ od Berlina, Hotel Esplanade Resort&Spa Bad Saarow**** w Bad Saarow na zachód od Frankfurtu nad Odrą; w Saksonii: Hotel Bei Schumann Restaurants&Spa Tempel**** w Schirgiswalde-Kirschau k. Bautzen (Budziszyn).

Wszystkie z badanych obiektów posiadają elementy infrastruktury spa. Niektóre składniki wyposażenia są stałe i występują we wszystkich badanych obiektach,

[11] T. Łotowski, *Promocja w grupie*, „SPA Business" 2008, nr 1 (09), s. 26-27.

[12] R.R. Sokal, C.D. Michener, *A Statistical Method for Evaluating Systematic Relationships*, "The University of Kansas Scientific Bulletin" 1958, no. 38, s. 1409-1438.

bez względu na kraj. W każdym z hoteli spa jest dostęp do bezpłatnego Internetu. Przedstawione hotele spa są również w pełni przygotowane na przyjmowanie gości niepełnosprawnych, co regulują specjalne wymogi[13].

W tabeli 1. zaprezentowano urządzenia wyposażenia kompleksowego oraz usługi wybranych hoteli spa w Polsce i Niemczech.

W zestawieniu cech wyposażenia hoteli w obu krajach widać, że Niemcy stawiają na tworzenie placów zabaw, klubów dla dzieci, w których każdy rodzic opiekuje się swoją pociechą. Natomiast w Polsce ważniejsza jest raczej opieka nad dziećmi osób trzecich, aby rodzice mogli poświęcić wolny czas np. na relaks w trakcie zabiegów. Niemieckie hotele spa zaskakują usługą, jaką jest czyszczenie obuwia (100% badanych ośrodków). W Polsce jest ona raczej mało znana, aczkolwiek występująca (w 2 na 5 hoteli). Prawie we wszystkich polskich hotelach spa (w 4 na 5) można grać w tenisa ziemnego, gdyż posiadają one odpowiednią infrastrukturę, czego nie można powiedzieć o niemieckich. Natomiast hotele niemieckie oferują możliwość skorzystania z biblioteki. Większość polskich (60% badanych) oraz wszystkie niemieckie hotele spa świadczą usługi wypożyczania rowerów. Niektóre z hoteli spa posiadają własne pralnie, a inne korzystają z firm zewnętrznych (tab. 1).

Wynik porównania urządzeń wyposażenia kompleksowego oraz usług wybranych hoteli spa w Polsce i Niemczech stanowi wartość 0,73 (16:22 – PORÓWNANIE – tab. 1), co oznacza, że hotele te różnią się w 27% bez wskazania na korzyść jednej ze stron.

Tabela 2. z kolei przedstawia standardowe wyposażenie pokoi w wybranych hotelach spa w Polsce i Niemczech. W telewizory i telefony wyposażonych jest 100% badanych hoteli po obu stronach granicy. Hotele od trzygwiazdkowych wzwyż, zgodnie z polską ustawą[14], muszą być wyposażone w powyższe urządzenia. Suszarki są montowane w łazienkach lub pokojach hotelowych (dla bezpieczeństwa używających) i są, podobnie jak prysznic, niezbędnym elementem wyposażenia. W Polsce występują one w trzech na pięć hoteli, a w Niemczech we wszystkich. Porównanie standardowego wyposażenia pokoi z wynikiem 0,80 (8:10 – PORÓWNANIE – tab. 2) oznacza, że pod tym względem hotele spa w Polsce i Niemczech różnią się w 20% na korzyść niemieckich.

Hotel spa według P. Mazuchowskiej[15] i B. Mazurek[16] jest to spa działające wewnątrz lub zintegrowane w jakikolwiek sposób z hotelem. Hotel spa jest miejscem, w którym obok podstawowej działalności świadczona jest cała gama usług zdrowotnych i prozdrowotnych. ISPA natomiast definiuje hotel spa jako spa działające przy

---

[13] Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004 r. w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie wraz z załącznikiem nr 1, DzU 2006, nr 22, poz. 169; Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, DzU 2004, nr 223, poz. 2268.

[14] Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r.…

[15] P. Mazuchowska, *Inwestować z głową*, „SPA Business" 2007, nr 6 (08), s. 18-19.

[16] B. Mazurek, *Co to jest ośrodek Spa?*, „Hotelarz" 2006, nr 3, s. 38.

Tabela 1. Wyposażenie w urządzenia kompleksowe i usługi wybranych hoteli spa w Polsce i w Niemczech oraz ich porównanie

Nazwa hotelu / Urządzenia wyposażenia kompleksowego oraz usługi	Hotel Aquarius Spa	Bursztynowy Pałac	Hotel&Spa DANA	Hotel Zamek Kliczków	Hotel Jelenia Struga	**PODSUMOWANIE**	Grand Hotel Heiligendamm	Travel Charme Nordperd&Villen	SeehotelFontane	Hotel Esplanade Resort & Spa	Hotel Bei Schumann Restaurants & Spa Tempel	**PODSUMOWANIE**	**PORÓWNANIE**
Możliwość płacenia kartą	1	1	1	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Infrastruktura spa Dla osób niepełnosprawnych	1	1	1	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Akceptowanie zwierząt	0	0	1	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Dostęp do Internetu	1	1	1	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Sale konferencyjne	1	1	1	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Parking	1	1	1	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	1
Restauracja	1	1	1	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Klub dla dzieci, plac zabaw	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	**1**	**0**
Bar, klub, Night Club	1	1	1	0	1	**1**	1	1	1	1	1	1	**1**
Basen	1	1	1	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Czyszczenie obuwia	0	0	1	1	0	**0**	1	1	1	1	1	**1**	**0**
Łaźnie, sauny	1	1	1	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Kort tenisowy	0	1	1	1	1	**1**	0	0	0	1	0	**0**	**0**
Fitness, siłownia	1	1	1	1	0	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Fryzjer	0	0	0	0	0	**0**	1	0	0	1	0	**0**	**1**
Sklep z pamiątkami	1	1	1	1	0	**1**	0	0	0	1	0	**0**	0
Wypożyczanie rowerów	0	1	0	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Kantor	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	**0**	**1**
Opieka nad dziećmi	1	0	1	1	0	**1**	1	0	1	0	0	0	**0**
Pralnia, prasowanie	1	0	1	1	0	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Biblioteka	0	0	0	0	1	**0**	1	1	0	0	1	**1**	**0**
Faks/ksero	1	1	1	0	1	**1**	1	0	1	1	1	**1**	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie: http://www.aquariusspa.pl (5.04.2012); http://www.hotel-bursztynowy-palac.pl/, 05.04.2012; http://www.danaspa.pl (5.04.2012); http://www.integer.com.pl/kliczkow/kliczkow,home.xml (6.04.2012); www.jeleniastruga.pl, 06.04.2012; http://www.grandhotel-heiligendamm.de (7.04.2012); http://www.travelcharme.com/en/hotels/nordperd-villen-goehren (7.04.2012); http://www.seehotel-fontane.de/07.04.2012; http://www.esplanade-resort.de (8.04.2012); http://www.bei-schumann.de/wellness-hotel-sachsen (8.04.2012).

Tabela 2. Analiza porównawcza standardowego wyposażenia pokoi w wybranych hotelach spa w Polsce i Niemczech

Nazwa hotelu / Standardowe wyposażenie pokoi	Hotel Aquarius Spa	Bursztynowy Pałac	Hotel&Spa DANA	Hotel Zamek Kliczków	Hotel Jelenia Struga	**PODSUMOWANIE**	Grand Hotel Heiligendamm	Travel Charme Nordperd&Villen	SeehotelFontane	Hotel Esplanade Resort & Spa	Hotel Bei Schumann Restaurants & Spa Tempel	**PODSUMOWANIE**	**PORÓWNANIE**
Telewizor	1	1	1	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Telefon	1	1	1	1	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**
Biurko	0	1	1	0	1	**1**	1	0	1	1	1	**1**	**1**
Czajnik	1	0	1	0	0	**0**	0	0	0	0	0	**0**	**1**
Sejf	1	0	1	0	1	**1**	1	1	0	1	0	**1**	**1**
Mini bar	1	0	1	0	0	**0**	1	1	1	1	1	**1**	**0**
Telewizja kablowa lub satelitarna	0	1	0	0	0	**0**	1	1	0	1	1	**1**	**0**
Klapki	0	1	0	0	1	**0**	1	1	0	0	0	**0**	**1**
Szlafrok	1	1	1	0	1	**1**	1	1	0	1	1	**1**	**1**
Suszarka	1	1	0	0	1	**1**	1	1	1	1	1	**1**	**1**

Źródło: opracowanie własne na podstawie: http://www.aquariusspa.pl (5.04.2012); http://www.hotel-bursztynowy-palac.pl (5.04.2012); http://www.danaspa.pl (5.04.2012); http://www.integer.com.pl/kliczkow/kliczkow,home.xml (6.04.2012); www.jeleniastruga.pl (6.04.2012); http://www.grandhotel-heiligendamm.de (7.04.2012); http://www.travelcharme.com/en/hotels/nordperd-villen-goehren (7.04.2012); http://www.seehotel-fontane.de (7.04.2012); http://www.esplanade-resort.de (8.04.2012); http://www.bei-schumann.de/wellness-hotel-sachsen (8.04.2012).

istniejącym hotelu, w miejscowości turystycznej lub uzdrowiskowej, świadczące zabiegi pielęgnacyjne i relaksacyjne oraz fitness[17]. Spa oferujące usługi regenerujące, pielęgnacyjne oraz hydroterapię znajduje się prawie przy każdym prestiżowym hotelu w Polsce, trzygwiazdkowym i wyżej skategoryzowanym[18], a tego typu hotele wzięto pod uwagę w niniejszym opracowaniu. Do grupy Polskie Hotele Spa przyjmowane są hotele – według kategoryzacji polskiej – minimum trzygwiazdkowe, posiadające basen, minimum trzy gabinety w części suchej i mokrej oraz dwie profe-

[17] W. Kasprzak, A. Mańkowska, wyd. cyt., s. 381.

[18] A. Raducha-Romanowicz, *Rynek szerokich możliwości*, „Profesjonalne SPA – przewodnik po ofercie produktów i usług" 2009, nr 1, s. 4-8.

sjonalne sauny[19]. Natomiast niemieckie Stowarzyszenie Wellness określa minimum 200 kryteriów, jakie musi spełniać hotel spa. Poza wyposażeniem brane są pod uwagę m.in. catering, oferta wellness, jak również stopień fachowego przygotowania obsługi. Szczególną rolę podczas tworzenia obiektów spa odgrywa lokalizacja[20]. Najlepsze usytuowanie jest w sąsiedztwie akwenów, a jeśli to możliwe – w pobliżu źródeł termalnych. Atutem jest też położenie w pobliżu kompleksów leśnych czy parków zdrojowych. Klienci wybierając czy oceniając hotel, najczęściej biorą pod uwagę takie elementy, jak: jego lokalizacja, kategoria, marka, cena, zakres świadczonych usług i ich jakość, bezpieczeństwo, wygoda rezerwacji i kupna[21].

We wszystkich badanych hotelach spa można skorzystać z siłowni, basenu, ale już nie we wszystkich występują określone formy rozrywki. Jest to traktowane jako indywidualne podejście do potrzeb gości. Korzystne jest to, że wszystkie badane ośrodki posiadają wypożyczalnię rowerów. Polskie hotele spa mogą się pochwalić odpowiednią infrastrukturą oraz sprzętem do uprawiania tenisa ziemnego. Może to wynikać z popularności tego sportu, dzięki Polakom utytułowanym w tej dyscyplinie. W Niemczech kort tenisowy występuje tylko na terenie jednego z badanych hoteli (tab. 1).

Za granicą zabudowa spa staje się coraz częściej integralną częścią pokoi hotelowych. Wszystko po to, by zapewnić gościom maksymalną intymność. Na taką jednostkę mieszkalną składa się pokój typu studio. Jeden pokój jest sypialnią, a drugi gabinetem odnowy biologicznej wyposażonym w odpowiednie sprzęty i zestaw kosmetyków. Dzięki takim rozwiązaniom, goście mogą skorzystać z zabiegów spa, nie opuszczając swojego pokoju[22]. Wyposażenie standardowe musi być zapewnione, co pokazują również badania własne (tab. 2).

Najbardziej popularne zabiegi spa w Polsce (tab. 3) to masaże bambusami, kamieniami lub stemplami oraz różnego rodzaju rytuały, które obejmują masaże, kąpiele itp. W jednym ze spa można skorzystać z koloroterapii, w innym z akupresury, a w kolejnym z inhalacji radonowych. Zabiegi w spa niemieckich (tab. 3) opierają się także na fascynacji kulturą Wschodu. Z tego względu popularne są m.in. masaże ajurwedyjskie, Lomi Lomi czy masaże kamieniami. Równie często występują zabiegi na ciało, tj. peelingi, do których używa się najróżniejszych materiałów, jak sól, kawa, cukier itp.

Wśród spa można wyróżnić m.in. spa etniczne, które, jak nazwa wskazuje, wykorzystują elementy etniczne dla wyróżnienia oferty. Najczęściej sięga się po elementy kultur mających długą tradycję wykonywania określonych zabiegów, wykorzystując miejscowe dobra naturalne[23]. Wybrane do niniejszej pracy obiekty nie specjalizują

---

[19] T. Łotowski, wyd. cyt., s. 27.

[20] A. Panasiuk, D. Szostak, *Hotelarstwo. Usługi – eksploatacja – zarządzanie*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 49.

[21] Tamże, s. 51.

[22] H. Dzielińska, *Mój hotel Spa krok po kroku*, „Hotelarz" 2006, nr 3, s. 28.

[23] L. Sadkowski, P. Lutycki, *Zanim zapłacisz za SPA…*, „Hotelarz" 2006, nr 10, s. 31-38.

Tabela 3. Analiza porównawcza oferty zabiegowej w wybranych hotelach spa w Polsce i Niemczech

Zabiegi \ Państwo	Hotel Aquarius Spa	Bursztynowy Pałac	Hotel&Spa DANA	Hotel Zamek Kliczków	Hotel Jelenia Struga	**PODSUMOWANIE**	Grand Hotel Heiligendamm	Travel Charme Nordperd&Villen	SeehotelFontane	Hotel Esplanade Resort & Spa	Hotel Bei Schuman Restaurants & Spa Tempel	**PODSUMOWANIE**	**PORÓWNANIE**
Akupresura	1	0	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	**0**	**1**
Drenaże	1	0	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	**0**	**1**
Masaż Lomi Lomi	1	0	0	0	0	**0**	0	0	0	1	0	**0**	**1**
Masaż misami tybetańskimi	1	0	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	**0**	**1**
Masaż Shiatsu	1	0	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	**0**	**1**
Masaż stemplami	1	0	1	1	1	**1**	0	0	0	0	0	**0**	**0**
Refleksoterapia/refleksologia	1	0	0	0	0	**0**	1	1	1	0	0	**1**	**0**
Masaż gorącymi kamieniami	0	1	0	1	0	**0**	1	1	1	0	0	**1**	**0**
Zabiegi czekoladowe	0	1	0	0	1	**0**	0	0	0	0	0	**0**	**1**
Masaż bambusami	0	1	0	1	0	**0**	0	0	0	0	0	**0**	**1**
Masaż ajurwedyjski/Ajurweda	1	0	0	0	0	**0**	1	1	1	0	0	**1**	**0**
Masaż aromaterapeutyczny /aromatoterapia	1	0	1	0	0	**0**	1	0	0	0	0	**0**	**1**
Masaż Shantala dla małych dzieci	0	0	1	0	0	**0**	0	0	0	0	0	**0**	**1**
Rytuały	0	1	0	1	1	**1**	1	0	1	1	1	**1**	**1**
Inhalacje radonowe	0	0	0	0	1	**0**	0	0	0	0	0	**0**	**1**
Światłoterapia (koloroterapia)	0	0	0	0	1	**0**	0	0	0	0	0	**0**	**1**
Peelingi (np. cukrowy, kawowy, solny)	0	0	0	0	1	**0**	1	1	1	0	0	**1**	**0**
Zabiegi na dłonie	0	1	0	0	0	**0**	0	0	0	0	0	**0**	**1**
Szwedzki masaż	0	0	0	0	0	**0**	1	0	0	0	0	**0**	**1**
Bursztynowy masaż	0	0	0	0	0	**0**	0	1	0	0	0	**0**	**1**
Okłady z alg	0	0	0	0	0	**0**	0	1	0	0	0	**0**	**1**
Masaż relaksacyjny	0	0	0	0	0	**0**	0	0	1	0	0	**0**	**1**
Body Detox	0	0	0	0	0	**0**	0	0	1	0	0	**0**	**1**
Masaż dźwiękiem	0	0	0	0	0	**0**	0	0	1	0	0	**0**	**1**
Inhalacje (zioła, olejki) w saunie	0	0	0	0	0	**0**	0	0	0	1	0	**0**	**1**
Zabiegi wodne	0	0	0	0	0	**0**	0	0	0	1	1	**0**	**1**
Masaż energetyczny	0	0	0	0	0	**0**	0	0	0	0	1	**0**	**1**

Źródło: opracowanie własne na podstawie: http://www.aquariusspa.pl (5.04.2012); http://www.hotel-bursztynowy-palac.pl (5.04.2012); http://www.danaspa.pl (5.04.2012); http://www.integer.com.pl/kliczkow/kliczkow,home.xml (6.04.2012); www.jeleniastruga.pl (6.04.2012); http://www.grandhotel-heiligendamm.de (7.04.2012); http://www.travelcharme.com/en/hotels/nordperd-villen-goehren (7.04.2012); http://www.seehotel-fontane.de (7.04.2012); http://www.esplanade-resort.de (8.04.2012); http://www.bei-schumann.de/wellness-hotel-sachsen (8.04.2012).

się w jednym konkretnym rodzaju zabiegów. Oznacza to, że zabiegi w nich stosowane czerpią z różnych kultur, a ponadto z bogactw naturalnych, które są dostępne w pobliżu danego spa.

Po prześledzeniu wszystkich wymienionych zabiegów można zauważyć, iż większość z nich jest stosowana tylko w konkretnym hotelu spa, dzięki czemu zyskują poszczególne ośrodki, przyciągając swoją oryginalnością (tab. 3). Otrzymany wynik 0,81 (22:27 – PORÓWNANIE – tab. 3) oznacza, że po porównaniu oferty zabiegowej w hotelach spa w Polsce i Niemczech różnica wynosi 19% na korzyść niemieckiej bazy zabiegowej.

5. Zakończenie

Wysokie wartości zgodności cech w badanych ośrodkach (73% dla urządzeń wyposażenia kompleksowego oraz usług, 80% dla standardowego wyposażenia pokoi hotelowych i 81% dla oferty zabiegowej) spowodowane są dążeniem polskich hoteli spa do osiągnięcia zachodnich standardów. Media oraz specjaliści z branży określają polski rynek spa jako segment młody, ale dynamicznie się rozwijający. Brak w nim instytucji i organizacji, które zajmowałyby się badaniami tego rynku, jego analizą, profesjonalizacją czy kategoryzacją obiektów. Inaczej niż w Niemczech, gdzie stworzono system certyfikacji i oceny obiektów spa przy współpracy z pionierami z Austrii i na bazie własnych doświadczeń grupy Wellness Hotels Deutschland, która obecnie dysponuje ponad 20-letnim doświadczeniem[24].

Brak certyfikacji czy kategoryzacji hoteli spa w Polsce nie powstrzymuje ich rozwoju. Wiele z ośrodków stara się podnieść swój prestiż i pozycję na rynku, poddając się kategoryzacji instytucji zagranicznych[25]. Obserwowanie nowoczesnych tendencji przez właścicieli czy menedżerów zarządzających spa oraz przyrównywanie występowania poszczególnych elementów w wyposażeniu hoteli niemieckich wyzwala rozwój polskich hoteli. Zwłaszcza hotele przy granicy polsko-niemieckiej starają się dorównać standardom niemieckim, aby przyciągnąć zagranicznych turystów[26]. Polskie hotele spa w dużym stopniu dorównują jakością i wyposażeniem niemieckim hotelom, a dzięki temu mogą z nimi konkurować.

W związku z docenianiem renomy polskiej opieki medycznej i całej infrastruktury turystycznej oraz bogatą ofertą zabiegów notuje się liczne przyjazdy turystów zagranicznych do Polski. Ogromny wpływ ma także cena, która jest stosunkowo niska, przyrównując ją do zarobków zachodniego Europejczyka[27]. Powyższe aspekty

---

[24] A. Raducha-Romanowicz, wyd. cyt., s. 4; A. Topczewski, wyd. cyt., s. 16..

[25] A. Raducha-Romanowicz, wyd. cyt., s. 5.

[26] L. Hertel, *Jakość źródłem sukcesu*, „SPA Business" 2007, nr 3 (05), s. 14.

[27] R. Przybyszewska, *Uzdrowiska i miejscowości o funkcjach turystyki zdrowotnej w aspekcie kreowania produktu turystycznego*, [w:] T. Burzyński (red.), *Uzdrowiskowy produkt turystyczny*, Instytut Turystyki, Odział w Krakowie, Kraków 2005, s. 87.

z pewnością wpływają na wysoką zgodność cech badanych obiektów, zarówno po stronie polskiej, jak i niemieckiej.

Biorąc pod uwagę prostotę proponowanej metody pomiaru cech wskaźnikiem Sokala–Michenera, wydaje się, że jest ona skuteczna w analizie porównawczej zgodności poziomu wyposażenia i oferty usług ośrodków spa krajowych i niemieckich.

Niemieckie hotele spa są lepiej przygotowane, gdyż stoją za tym lata doświadczeń osób działających w branży. Polscy specjaliści w zakresie organizacji i ekonomiki turystyki zdrowotnej starają się wyrównać dysproporcje pomiędzy polskimi a niemieckimi hotelami spa i obecnie są one niewielkie. Pokoje w niemieckich hotelach spa są wciąż lepiej wyposażone. Elementem, który pozytywnie wpływa na konkurencyjność polskich hoteli spa, jest niższa cena niż niemieckich. Atrakcyjność danego obiektu podlega subiektywnej ocenie osób korzystających, dla których co innego jest jej wyznacznikiem.

Literatura

Dryglas D., *Kształtowanie produktu turystycznego uzdrowisk w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.

Dzielińska H., *Mój hotel Spa krok po kroku*, „Hotelarz" 2006, nr 3.

Hertel L., *Jakość źródłem sukcesu*, „SPA Business" 2007, nr 3 (05).

Januszewska M., *Perspektywy rozwoju uzdrowisk w Polsce*, [w:] A. Gajewski (red.), *Turystyka i Rekreacja*, Wydawnictwo AWF, Warszawa 2005.

Kasprzak W., Mańkowska A., *Fizykoterapia, medycyna uzdrowiskowa i SPA*, Wydawnictwo Lekarskie PZWL, Warszawa 2008.

Lewandowska A., *Turystyka uzdrowiskowa: materiały do studiowania*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005.

Lubowiecki-Vikuk A.P., *Spa i wellness – megatrend współczesnej turystyki zdrowotnej*, [w:] W. Gaworecki, Z. Mroczyński (red.), *Turystyka i sport dla wszystkich w promocji zdrowego stylu życia*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2008.

Łotowski T., *Promocja w grupie*, „SPA Business" 2008, nr 1 (09).

Mazuchowska P., *Inwestować z głową*, „SPA Business" 2007, nr 6 (08).

Mazurek B., *Co to jest ośrodek Spa?*, „Hotelarz" 2006, nr 3.

Mroczek A., *Rola ośrodków Spa&Wellness w promocji zdrowego trybu życia*, [w:] W. Gaworecki, Z. Mroczyński (red.), *Turystyka i sport dla wszystkich w promocji zdrowego stylu życia*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2008.

Panasiuk A., Szostak D., *Hotelarstwo. Usługi – eksploatacja – zarządzanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

Przybyszewska R., *Uzdrowiska i miejscowości o funkcjach turystyki zdrowotnej w aspekcie kreowania produktu turystycznego*, [w:] T. Burzyński (red.), *Uzdrowiskowy produkt turystyczny*, Instytut Turystyki, Odział w Krakowie, Kraków 2005.

Raducha-Romanowicz A., *Rynek szerokich możliwości*, „Profesjonalne SPA – przewodnik po ofercie produktów i usług" 2009, nr 1.

Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004 r. w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie wraz z załącznikiem nr 1, DzU 2006, nr 22, poz. 169.

Sadkowski L., Lutycki P., *Zanim zapłacisz za SPA…*, „Hotelarz" 2006, nr 10.
Sokal R.R., Michener C.D., *A Statistical Method for Evaluating Systematic Relationships*, "The University of Kansas Scientific Bulletin" 1958, no. 38.
Sylger-Jones C., *Spa*, Wydawnictwo G+J RBA, Warszawa 2009.
Topczewski A., *Niemieckie standardy w Polsce,* „SPA Business" 2007, nr 3 (05).
Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, DzU 2004, nr 223, poz. 2268.
Ustawa z dnia 28 lipca 2005 r. o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych, DzU 2005 nr 167 poz. 1399.
http://www.aquariusspa.pl.
http://www.bei-schumann.de/wellness-hotel-sachsen.
http://www.danaspa.pl.
http://e-spawellness.pl/spa.php.
http://www.esplanade-resort.de.
http://www.grandhotel-heiligendamm.de.
http://www.hotel-bursztynowy-palac.pl.
http://www.integer.com.pl/kliczkow/kliczkow,home.xml.
http://www.jeleniastruga.pl.
http://www.seehotel-fontane.de.
http://www.travelcharme.com/en/hotels/nordperd-villen-goehren.

THE COMPARISON OF OFFERS IN SELECTED SPA CENTERS AT THE POLISH-GERMAN BORDER – COMPARABLE ANALYSIS

Summary: Spa tourism is a nonconventional form of healthy tourism. Spa centers are often an integral element of health resort, and in majority are separate hotels. They run the whole year activity, which is important in the profitability of this field of tourism. The aim of this study is an indication of similarities and differences of selected spa hotels at the Polish-German border. The Sokal–Michener index is used. The obtained results show compliance in 73% for the complex equipment and services, 80% for the standard hotel room equipment, and 81% for a treatment offer. German spa hotels are better prepared. Polish specialists in the organization of health tourism try to catch up on disproportions between Polish and German spa hotels, and now the differences are not big. The element which positively influences the competitiveness of Polish spa hotels is their lower price than in German ones.

Keywords: healthy tourism, spa, Germany, Poland.