

Ewa Cieślik, Urszula Pastor, Anna Kościej

Ocena jakości usług rekreacyjnych na przykładzie wybranych hoteli SPA w Beskidzie Śląskim

Wprowadzenie

W ostatnich latach tempo życia ludzi uległo znacznemu przyspieszeniu. Towarzyszący temu stres spowodował, iż organizm ludzki stopniowo tracił siłę, vitalność oraz zdrowie. Zrodziła się wówczas silna potrzeba regeneracji sił, utrzymania prawidłowej równowagi fizycznej, dążenia do zaspokojenia potrzeb organizmu. Zaczęto tworzyć na szeroką skalę ośrodki SPA. Nazwa SPA wywodzi się z języka łacińskiego *Sanus Per Aquam*, oznacza „zdrowy przez wodę”.

Filozofia SPA opiera się na założeniu, że woda może ukoić lub pobudzić aktywność, może relaksować lub stymulować do działania¹. SPA łączy rozmaite sposoby pielęgnacji. Najczęściej oparte są one na terapii wodnej i masażach. Założeniem programów pielęgnacyjnych SPA jest dbanie o właściwą kondycję całego ciała poprzez nawilżanie, odżywianie i ujędrnianie skóry, nie zapominając o zrelaksowaniu, pobudzaniu i uspokojeniu całego organizmu.

W Polsce usługi SPA dopiero zaczynają się rozwijać. W 2006 r. było ok. 100 ośrodków SPA, podczas gdy na całym świecie blisko 2000. Jednakże liczba takich obiektów w Polsce systematycznie rośnie o 50–70% rocznie (Lutycki, Sadkowski 2006).

Hotele typu SPA stanowią często bardzo rozbudowany zespół odnowy biologicznej z bogatą ofertą z dziedziny fizykoterapii, zabiegów upiększających czy rehabilitacyjnych (Błądek, Tulibacki 2003). W dzisiejszych

¹ <http://e-spawellness.pl/spa.php>.

czasach ořrodk i hotele SPA stają się popularnym miejscem organizowania konferencji i spotkań biznesowych, gdzie poza profesjonalną ofert konferencyjną znajdują się doskonale miejsca do relaksu po dniu ciężkiej pracy. Coraz częściej są one także miejscem wypoczynku w gronie rodziny czy przyjaciół.

Hotele typu SPA są jednak zwykle postrzegane jako bardzo kosztowne i elitarne, a zatem niedostępne dla każdego. Ich dalszy rozwój w Polsce wymaga odejřcia od elitarnego charakteru SPA, od tezy, że tego typu usługi są luksusem przeznaczonym tylko dla nielicznych. Z tego względu szczegłnego znaczenia nabiera popularyzowanie tychże usług, zarówno wřród kobiet, jak i męczyzn poszukujących nowego sposobu na relaks i wypoczynek, którzy dzięki zabiegom odnowy biologicznej pragn zachowa młodoř i dobrą kondycj, ale też wřród osób, dla których pielęgnacja wlasnego ciała i samopoczucia stała się nieodłącznym elementem życia, wręcz stylem życia (Mikosz b.r.w.).

Wikszoř ořrodkw SPA zlokalizowana jest w miejscach o walorach krajobrazowych lub uzdrowiskowych. Często ořrodk i połżone są na obszarach o wysokich walorach przyrodniczych, gdzie obok dobroczynnego oddziaływania zabiegów na ciało i dusz człowieka, pozytywnie na nie wpłwa również specyficzny mikroklimat². Takim obszarem jest m.in. Beskid řłski, będący znanym i cenionym regionem wypoczynkowym. Pod względem atrakcyjnořci turystycznej region ten należy do II klasy, ustępując jedynie Tatrom i Pieninom (Kondracki 2002, s. 325).

Cel pracy, materiały i metodyka

Celem niniejszego artykułu jest ocena jakořci usług oferowanych w ořrodkach SPA na przykładcie czterech wybranych hoteli o różnej kategorii, zlokalizowanych w Beskidzie řłskim³.

Narzędziem badawczym wykorzystanym w pracy były dwa kwestionariusze ankiet sporządzone dla celów tego badania. Pierwsza ankiet skierowana była do gořci hotelowych i zawierała 11 pytań dotyczących m.in. oceny jakořci usług oraz czynników decydujących o wyborze kon-

² www.spa24.pl.

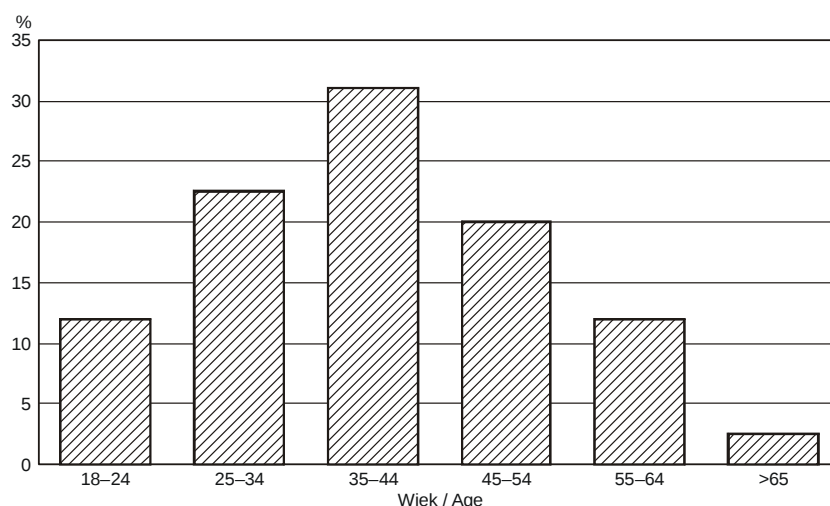
³ Badane hotele zastrzęły sobie anonimowoř.

kretnego obiektu. Grupę respondentów stanowiło 200 wybranych losowo osób, po 50 w każdym z czterech hoteli. Wśród badanych osób 66% stanowiły kobiety. Przedział wiekowy ankietowanych był zróżnicowany, największą grupę (31% respondentów) stanowiły osoby w wieku 35–44 lat.

Drugi kwestionariusz sporządzony został dla osób zarządzających hotelami SPA. Zawierał 9 pytań dotyczących przede wszystkim powodów wprowadzenia do oferty obiektu tego typu usług, metod kontroli jakości usług oraz czynników wpływających na dobór personelu. Wśród kadry kierowniczej dominowały osoby w wieku 25–34 lat, stanowiące 56% respondentów. W grupie tej 56% stanowiły kobiety.

Omówienie wyników

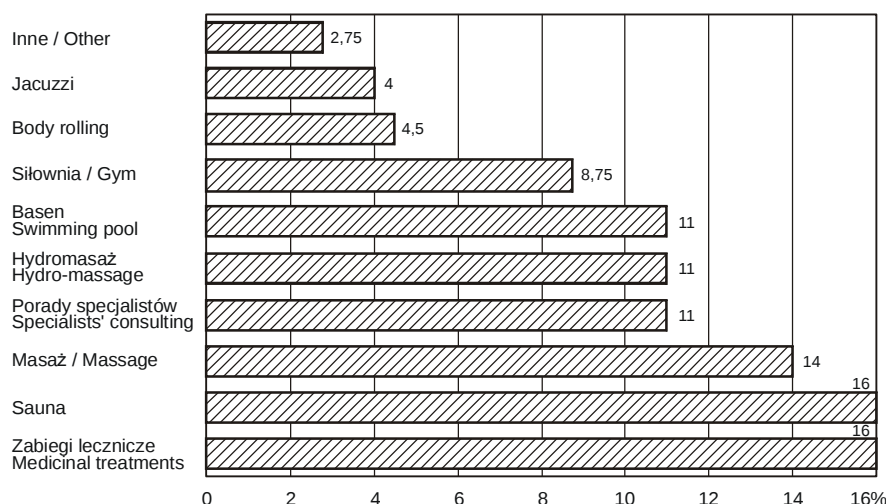
Pierwsze dwa pytania skierowane do gości hotelowych dostarczyły informacji dotyczących wieku i płci respondentów. Spośród wszystkich osób korzystających z usług SPA 2/3 stanowiły kobiety. Analizując wiek ankietowanych zauważono, że największą grupę klientów ośrodków SPA – 31% stanowią osoby w wieku 35–44 lat (rys. 1).



Rys. 1. Wiek gości korzystających z usług SPA (opracowanie własne)

Fig. 1. The age bracket of guests using SPA facilities (authors' own elaboration)

Analiza ankiety przeznaczanej dla osóbk korzystających z usług SPA wykazała, że respondenci najchętniej korzystali z masażu (14%), sauny (16%) oraz zabiegów leczniczych (16%). Najmniejszym zainteresowaniem cieszyły się zabiegi body-rollingu oraz jacuzzi (rys. 2).

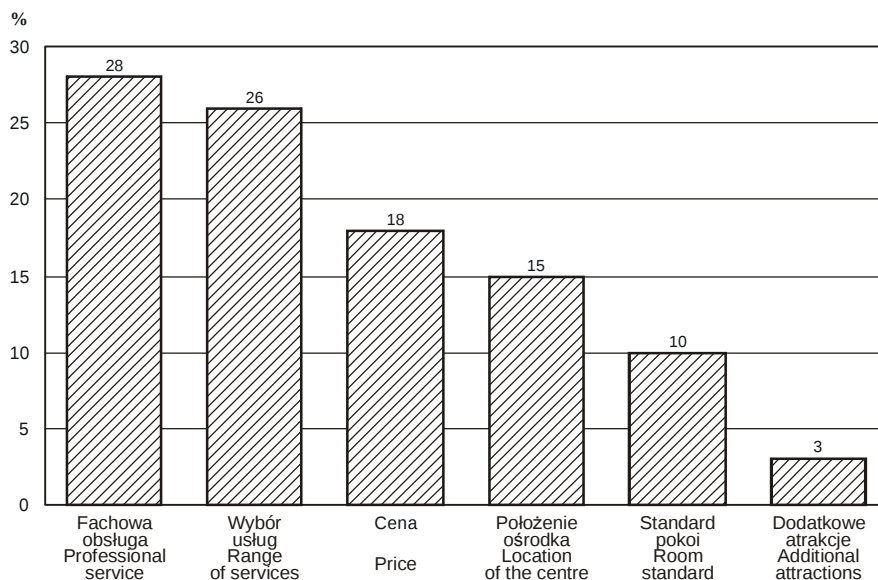


Rys. 2. Najpopularniejsze zabiegi w ośrodkach SPA (opracowanie własne)

Fig. 2. The commonest treatments in SPA centres (authors' own elaboration)

Respondentów zapytano o to, czym kierują się, wybierając obiekt SPA. Dla 28% najważniejszym czynnikiem była fachowa obsługa (rys. 3). Niewiele mniej, bo 26% kierowało się dużym wyborem oferowanych usług, a trzecim z kolei czynnikiem była cena – wskazało na nią 18% badanych.

W latach 1999–2001 przeprowadzono badania wśród gości 68 obiektów hotelarskich Dolnego Śląska. Ich wyniki wykazały, że jakość usług jest najbardziej istotnym kryterium wyboru dokonywanego przez potencjalnych gości hotelowych. Blisko 85% klientów obiektów hotelarskich, podejmując decyzję zakupu, kierowało się poziomem świadczonych usług, 70% gości zwracało uwagę głównie na cenę usług, dla 60% najważniejsze kryterium stanowiła jakość obsługi. Pozostałe czynniki miały mniejsze znaczenie (Jedlińska, Jaremen 2006).



Rys. 3. Czynniki decydujące o wyborze ośrodka SPA (opracowanie własne)

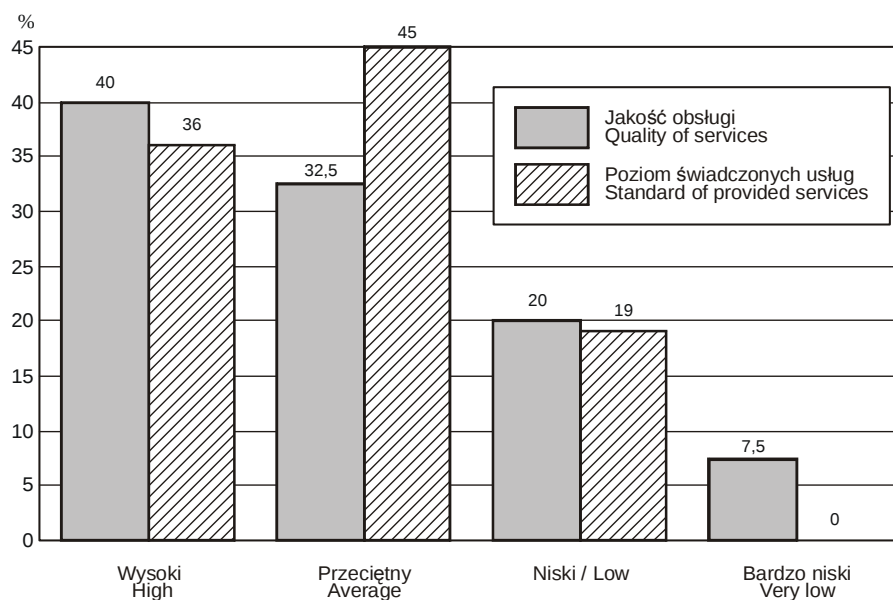
Fig. 3. Factors determining the choice of SPA centre (authors' own elaboration)

Gości hotelowych poproszono o ocenę jakości obsługi oraz poziomu oferowanych usług. Jakość obsługi w hotelach określona została jako wysoka przez 40% klientów, z kolei poziom świadczonych usług większość osób (45%) określiła jako przeciętny (rys. 4).

W 2009 r. przeprowadzono pierwsze badania jakości SPA⁴. Respondenci w skali 0–100% przedstawiali swój poziom zadowolenia z oferowanych usług w 211 obiektach w całej Polsce. W badaniach tych jakość obsługi mieściła się w przedziale 37–52%, natomiast poziom świadczonych usług oceniono na 43–45%.

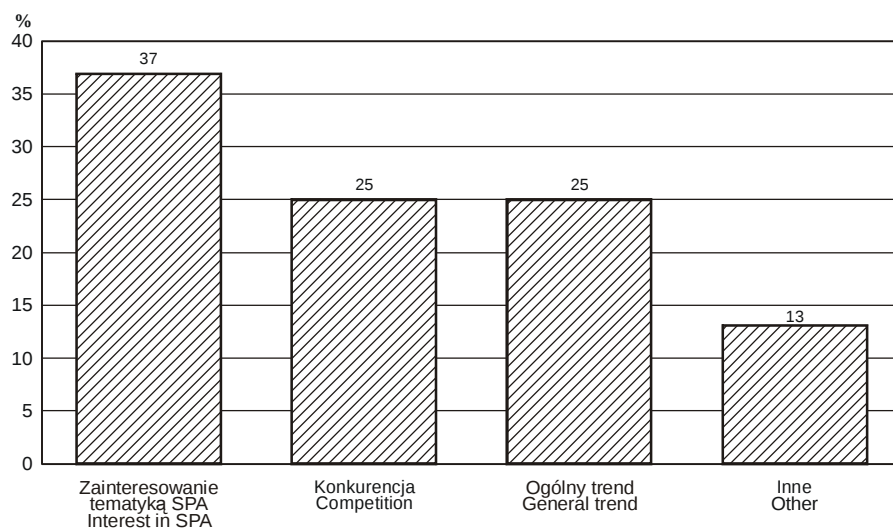
Analiza ankiety przeprowadzonej wśród kadry kierowniczej pozwoliła m.in. na poznanie motywów poszerzenia działalności o ofertę SPA. Najważniejszym czynnikiem wpływającym na taką decyzję było zainteresowanie tą tematyką ze strony samego kierownictwa hoteli (37% odpowiedzi) (rys. 5).

⁴ http://www.spa.ilekarze.pl/n/spa_2009-08-11.html.



Rys. 4. Ocena poziomu usług w ośrodkach SPA (opracowanie własne)

Fig. 4. Evaluation of the standard of services in SPA centres (authors' own elaboration)



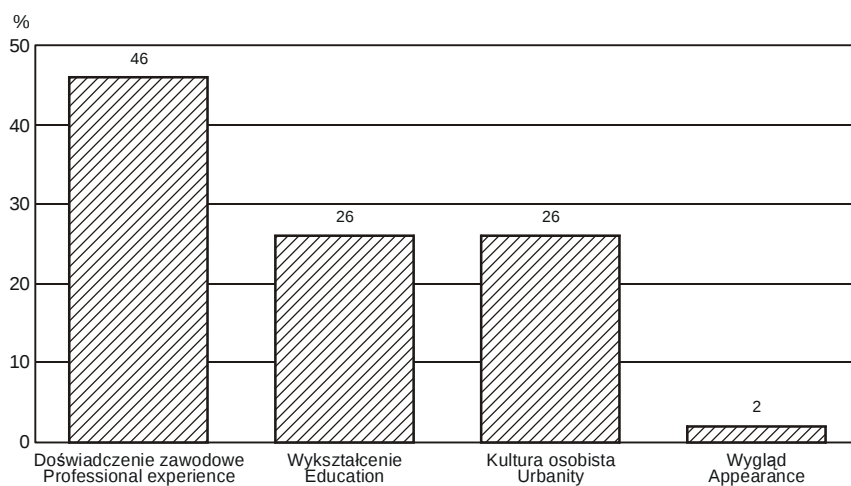
Rys. 5. Motywy poszerzenia oferty hotelu o usługi SPA (opracowanie własne)

Fig. 5. Incentives to expand hotel offers into SPA services (authors' own elaboration)

Dla 1/4 ankietowanych decydującym czynnikiem było wprowadzenie takich usług przez konkurencję, a także ogólny trend panujący na rynku. Z kolei na wachlarz oferowanych usług największy wpływ miała aktualnie panująca moda, a dalej opinie klientów oraz oferta konkurencji.

Za najskuteczniejszą formę reklamy 37% ankietowanych uznało przedstawienie swojej oferty w Internecie. Jest to bardzo dobrym rozwiązaniem, ponieważ aż 44% osób odwiedzających te ośrodki korzystało przy wyborze miejsca z informacji zamieszczonych w Internecie. Z raportu przedstawionego przez M. Jedlińską i D. Jaremen (2006) wynika, że 89,5% badanych obiektów dysponowało własną stroną internetową, a także wykorzystywało Internet jako kanał dystrybucji.

Jakość oferowanych usług była na bieżąco kontrolowana. Wszyscy respondenci przyznali się do stosowania metod kontroli jakości – najczęściej stosowano przeprowadzanie ankiety wśród gości hotelowych – 56% respondentów, a 19% badanych wybierało korzystanie osobiście – bez uprzedzenia – z zabiegów SPA. Na uwagę zasługuje również fakt, iż zatrudniając personel, bardzo istotne dla kadry zarządzającej było doświadczenie zawodowe (najważniejsze kryterium dla 46% ankietowanych) oraz wykształcenie kierunkowe kandydatów (26% odpowiedzi) (rys. 6).



Rys. 6. Kryteria doboru personelu w ośrodkach SPA (opracowanie własne)

Fig. 6. Criteria for the choice of personnel in SPA centres (authors' own elaboration)

Z analizy odpowiedzi na powyřsze pytania wynika, że osoby zarządzające hotelami przywiązują dużą wagę do zapewnienia odpowiedniej jakości oferowanych usług oraz poziomu obsługi. Ponadto wszyscy ankietowani podali, że regularnie zapewniają swoim pracownikom szkolenia podnoszące kwalifikacje.

Tymczasem M. Jedlińska i D. Jarmen (2006) w swoich badaniach wykazały, że jedynie 38% właścicieli hoteli zainteresowanych było szkoleniami dla swoich pracowników. Bez wątplenia jednak zarówno szkolenia, jak i wcześniej wymienione wykształcenie czy doświadczenie zawodowe pracowników są bardzo istotnymi czynnikami, wpływającymi na wysoką jakość świadczonych usług.

Podsumowanie

Poziom usług SPA w przebadanych hotelach na terenie Beskidu Śląskiego jest bardzo zróżnicowany. Istnieją obiekty, które na potrzeby panującej mody zostały przebudowane i dostosowane do świadczenia tego typu usług. Zakres zabiegów SPA w tych hotelach jest podstawowy, często nieudostkoniany. Oprócz tej grupy są także hotele o wysokim standardzie i bogatym wachlarzu świadczonych usług, w których oferta tego typu jest wizytówką wysokiej jakości świadczonych usług.

Wyniki ankiety przeprowadzonej wśród gości hotelowych wykazały, że poziom świadczonych usług oceniany jest jako przeciętny oraz wysoki. Jest to tym ważniejsze, że jakość obsługi dla większości klientów była czynnikiem decydującym przy wyborze miejsca wypoczynku. Drugim istotnym czynnikiem jest szeroki wybór oferowanych usług czy zabiegów. Wysoka ocena poziomu obsługi świadczy, iż osoby zarządzające hotelami przykładają dużą wagę do rozwoju tego sektora usług.

Dbłość o jakość obsługi widoczna jest także w ankiecie przeprowadzonej wśród kadry zarządzającej. Wszyscy respondenci zapewniają swoim pracownikom regularne szkolenia podnoszące kwalifikacje, a także na bieżąco kontrolują jakość oferowanych gościom usług. Na uwagę zasługuje też fakt, że dla kadry kierowniczej istotne jest wykształcenie oraz doświadczenie zawodowe zatrudnianych pracowników.

Zakres usług SPA jest bardzo szeroki i zróżnicowany, wymaga wielu nakładów. Rynek stale się zmienia i dopasowuje do potrzeb i oczekiwań

klientów, gdyż to oni wyznaczają obowiązujące trendy. Z tego względu dbałość o jakość oferowanych usług jest jednym z najważniejszych czynników warunkujących szybki rozwój ośrodków SPA.

Literatura

- Błądek Z., Tulibacki T., 2003, *Dzieje krajowego hotelarstwa. Od zajazdu do współczesności*, Poznań–Warszawa.
- Co to jest SPA?: <http://e-spawellness.pl/spa.php> (15.10.2008).
- Jedlińska M., Jaremen D., 2006, *Stan i możliwości rozwoju małych i średnich obiektów hotelarskich w Euroregionie Nysa – wyniki badań*. Partnerstwo na Rzecz Rozwoju, Nowe szanse dla transgranicznego rynku pracy i gospodarki Euroregionu Nysa, Jelenia Góra.
- Kondracki J., 2002, *Geografia regionalna Polski*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Lutycki P., Sadkowski L., 2006, *Zanim zapłacisz za SPA*, Hotelarz, 10.
- Mikosz A., b.r.w., *SPA w hotelu*: <http://www.spaplanet.pl/artykuly.php?id=68> (19.09.2011).
- Pierwsze polskie badania jakości obiektów SPA*, 2009: <http://www.spa-info.pl> (19.09.2011).

The evaluation of the level of recreational services on examples of selected hotels SPA in the Silesian Beskid

Summary

Recent years in Poland have been witnessing a rapid development of the SPA. SPA resorts and hotels are becoming popular places for holding conferences, business meetings, but also relaxing with family and friends. This study evaluates the level of service provided by the SPA centres in the Silesian Beskid. The results of this study have showed that for most clients the most important is a wide range of services offered and their quality is assessed as average or very high. SPA hotels managers attach great importance to caring for a high level of services, ensuring continuous development of skills of their staff and monitoring the quality of services.

Translated by Ewa Cieřlik, Urszula Pastor and Anna Koćciej