
Beata DEC

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie

SPECYFIKA USŁUG SPA I WELLNESS NA PODSTAWIE WYBRANYCH HOTELI

Streszczenie

Rynek usług spa i wellness w hotelach jest coraz bardziej zróżnicowany. Korzystanie z usług ośrodków spa to trend, który zyskuje coraz większą popularność na całym świecie. W Polsce również zauważa się wzrost zainteresowania klientów obiektów noclegowych usługami mającymi charakter prozdrowotny. Niewątpliwie przyczynia się do tego duża popularność zdrowego stylu życia, a z drugiej strony mniejsza ilość czasu wolnego, jak również zwiększenie obciążeń zdrowotnych, na które ludzie są obecnie narażeni. Niniejszy rozdział ma na celu przedstawienie oferty usług spa i wellness na podstawie dwóch wysokiej klasy podkarpackich obiektów noclegowych znajdujących się w Rzeszowie i w jego okolicy. Opracowanie przedstawia także teoretyczne podstawy usług spa i wellness w obiektach hotelarskich, a także miejsce spa w gospodarce turystycznej.

Słowa kluczowe: usługi spa i wellness, obiekty hotelowe, rynek hotelarski

SPECIFICITY OF THE SPA AND WELLNESS SERVICES BASED ON SELECTED HOTELS

Summary

The market of spa and wellness services in hotels is becoming increasingly diverse. The use of spa centers is a trend that is gaining more and more popularity around the world. In Poland clients of accommodation facilities are also more interested in the health-oriented services. Undoubtedly, the high popularity of a healthy lifestyle contributes to this, and on the other hand, less free time, as well as increased health burdens to which people are currently exposed. This chapter aims to present the offer of spa and wellness services based on two high-class Podkarpackie accommodation facilities located in Rzeszów and its surrounding area. The theoretical foundations of spa and wellness services in hotel facilities, as well as the place of spa in the tourism economy have also been presented.

Keywords: spa and wellness services, hotel facilities, hotel market

1. Wprowadzenie

Rynek usług spa i wellness w hotelach jest rynkiem coraz bardziej zróżnicowanym. Korzystanie z usług ośrodków spa to trend, który zyskuje coraz większą popularność na całym świecie. W Polsce również zauważa się wzrost zainteresowania klientów obiektów noclegowych usługami mającymi charakter prozdrowotny. Niewątpliwie przyczynia się do tego duża popularność zdrowego stylu życia, a z drugiej strony mniejsza ilość czasu wolnego, jak również zwiększenie obciążeń zdrowotnych, na które ludzie są obecnie narażeni. Dlatego też, usługi prozdrowotne oferowane przez obiekty spa i wellness w ośrodkach noclegowych nabierają większego znaczenia i stają się coraz bardziej wyspecjalizowane. Równocześnie wzrastająca konkurencja na rynku sprawia, że właściciele hoteli poszukują nowych, bardziej innowacyjnych usług zdrowotnych, które będą wyróżniały dany obiekt hotelarski wśród pozostałych obiektów noclegowych na rynku.

Obecnie klienci obiektów noclegowych, a także placówek uzdrowiskowych mogą skorzystać z bogatej oferty zabiegowej, połączonej na przykład z profesjonalnymi poradami dietetycznymi. Usługi spa i wellness są dostosowane do poprawy zarówno kondycji fizycznej, jak i psychicznej klientów. Oferta obiektów spa i wellness to już nie tylko zabiegi relaksacyjne czy odmładzające, ale również zabiegi pomagające w leczeniu różnych schorzeń, na przykład zwyrodnienia stawów, stanów zapalnych skóry czy też powikłań po cukrzycy. Jest to wynikiem aktualnych trendów występujących na rynku, gdzie dywersyfikacja usług nie tylko może przyczynić się do zwiększenia liczby klientów, ale także w znacznym stopniu może poprawić wizerunek danego ośrodka noclegowego.

Niniejszy rozdział ma na celu przedstawienie oferty usług spa i wellness na przykładzie dwóch wysokiej klasy podkarpackich obiektów noclegowych znajdujących się w Rzeszowie i jego okolicy. Opracowanie przedstawia także teoretyczne podstawy usług spa i wellness w obiektach hotelarskich, a także miejsce spa w gospodarce turystycznej.

2. Usługi spa i wellness w hotelarstwie – ujęcie teoretyczne

Istnieją różne podejścia do definicji terminu spa. Najczęściej nazwę tę tłumaczy się jako skrót pochodzenia łacińskiego „Sanus Per Aquam”, oznaczający „zdrowie dzięki wodzie” [<http://www.hotels-spa.pl/strona,co-to-jest-spa>, dostęp: 17.11.2019]. Obecnie podstawowa definicja spa to zabiegi z wykorzystaniem wody: mineralnej, morskiej, słodkiej, a także z alg morskich i soli, borowiny i roślin leczniczych [Sallmann 2010, s. 126]. Filozofia spa jest związana z kulturą podróżowania do wód, kurortów, w których dzięki znanym już od dawna niezwykłym właściwościom wód, można odzyskać siły witalne, równowagę i spokój ducha [Żyżniewska-Banaszak, Mosiejczuk i wsp. 2010, s. 118].

Czasami termin spa jest używany do określenia takich pojęć, jak wodolecznictwo, balneoterapia, thalassoterapia [Grobelna 2013, s. 184–196], gdzie balneo-

terapia wykorzystuje wody lecznicze o różnej temperaturze do zabiegów o charakterze rehabilitacyjnym. Z kolei do zabiegów używanych w thalassoterapii używa się wody morskiej, alg oraz leczniczego błota (pochodzących z niezanieczyszczonych regionów). Jednak niektórzy uważają, że pochodzenie terminu spa wiąże się z miasteczkiem Spa w Belgii, które od niepamiętnych czasów słynie z leczniczych źródeł.

We współczesnym, szerokim rozumieniu spa to zabiegi dla zdrowia organizmu, w których wykorzystuje się wodę we wszystkich jej przejawach – od okładów z wodorostów morskich i soli, peelingów, do łaźni termalnych. Spa to nie tylko kosmetyczna procedura, ale cały rytuał, mający na celu usunięcie toksyn z organizmu, odmłodzenie i poprawę stanu skóry. Zabiegi spa są skierowane na poprawę i regenerację całego organizmu. Działając przez skórę, składniki wykorzystywane w zabiegach spa pobudzają procesy przemiany materii, poprawiają krążenie krwi, usuwają toksyny z organizmu, poprawiają ogólne samopoczucie i witalność.

Z terminem spa jest ściśle powiązany również termin wellness. Z języka angielskiego wellness pochodzi od słów *well-being* i oznacza dobre samopoczucie i fitness. Sama filozofia wellness została stworzona przez amerykańskiego lekarza dr. Halberta Dunna w 1959 r. [http://jmf.wzr.pl/pim/2012_1_2_31.pdf, dostęp: 26.11.2019]. W swojej teorii po raz pierwszy połączył on dwa pojęcia: fitness oraz dobre samopoczucie. Twierdził, że ciało i umysł powinny pozostać w równowadze. Na przykład, fitness zajmuje się tylko fizycznym stanem człowieka, a wellness oznacza nie tylko fizyczne, ale i emocjonalne, intelektualne, duchowe i społeczne zdrowie oraz harmonię. Głównym celem wellness jako stylu życia jest otwarcie na samego siebie, odczający świat i spokój, dążenie do tego, by żyć w sposób zrównoważony i harmonijny. Do tego konieczne jest zniwelowanie negatywnych nawyków żywieniowych, aktywność fizyczna, relaks, pokonywanie stresu. Wszystkie wymienione czynniki pomagają w zachowaniu optymalnego stanu zdrowia. Filozofia wellness składa się z wielu elementów, takich jak: programy relaksacyjne i pielęgnacyjne, baseny, sauny, zajęcia rekreacyjne, fitness, zabiegi kosmetyczne przy użyciu naturalnych kosmetyków. Dlatego spa jest jednym z głównych elementów filozofii wellness.

Można wyróżnić wiele różnych rodzajów zabiegów spa i wellness. Do najbardziej popularnych można zaliczyć:

- ◆ hydroterapię (inaczej wodolecznictwo), czyli kąpiele lecznicze, hydromasaże, biczę szkodzkie itp.,
- ◆ aromaterapię (terapia z zastosowaniem naturalnych olejków eterycznych): kąpiele, inhalacje,
- ◆ balneoterapię: kąpiele lecznicze, kuracje pitne, inhalacje,
- ◆ tallasoterapię (terapia przy użyciu wody morskiej oraz produktami pochodzącymi z morza) terapie błotne, leczenie algami,
- ◆ kinezyterapię (leczenie ruchem): gimnastyka lecznicza,
- ◆ refleksoterapię (leczniczy masaż stóp),

- ◆ masaże, w tym za pomocą olejków, kamieni, stempli,
- ◆ zabiegi owijania ciała,
- ◆ różnego rodzaju maseczki na twarz, ramiona czy nogi.

Od terminów spa i wellness wywodzą się nazwy „centrum spa”, „spa club”, „usługi spa”, „wellness club”, „kurort spa” czy „hotel spa”. Kurorty spa – to zwykle duże obiekty wypoczynkowe oferujące swoim klientom nie tylko zabiegi pielęgnacyjne czy upiększające. W tych kompleksach można również zdrowo zjeść i skorzystać z szerokiej gamy zajęć sportowych. Klienci mają zwykle do wyboru grę w golfa, naukę jazdy konnej, jazdę na nartach, wycieczki piesze czy górskie itd. Mogą także skorzystać z szeregu zabiegów leczniczych przy pomocy alg i soli morskiej, borowiny czy roślin. Usługi spa są obecnie świadczone również przez:

- ◆ kluby wellness/spa – ośrodki, dla których podstawową działalnością jest często fitness, ale które rozszerzają swój asortyment usług, oferują również różne usługi spa;
- ◆ firmy day spa – oferują dzienne, profesjonalnie zorganizowane usługi spa dla klientów (w tym korzystanie z saun, basenów itp.);
- ◆ destination spa – to kompleksowe kurorty propagujące zdrowy styl życia. Oferują kompleksowe programy obejmujące zajęcia fitness, zdrową kuchnię, zajęcia edukacyjne i seminaria, a także podobne różnorodne usługi spa i wellness. Tego typu obiekty często znajdują się w bardzo atrakcyjnych, egzotycznych lokalizacjach lub w miejscowościach uzdrowiskowych, często w pobliżu gorących źródeł i wód mineralnych;
- ◆ medyczne spa – wyróżniają się tym, że ich oferta jest wzbogacona o wykonywanie zabiegów medycznych, co wiąże się z zatrudnieniem wykwalifikowanego personelu medycznego. Zakres usług spa jest związany zarówno z leczeniem, profilaktyką chorób, jak i z zabiegami kosmetycznymi oraz medycyny estetycznej. Tego rodzaju usługi są oferowane w sanatoriach i ośrodkach uzdrowiskowych.

Obecnie spa jest sposobem na przywrócenie harmonii między umysłem a ciałem poprzez zabiegi wykorzystujące wodę i związane z tym zajęcia rekreacyjne. Jest to kompleks zabiegów dla całego ciała polegający na leczeniu za pomocą wody, soli mineralnych, błota mineralnego i torfowego, wodorostów i preparatów wstępnych.

Liczba salonów spa szybko rośnie, co powoduje wyższy poziom konkurencji. Powszechne staje się otwieranie salonów spa nie tylko w dużych kompleksach hotelowych, ale także w małych hotelach zlokalizowanych na terenach wiejskich. Głównym czynnikiem warunkującym sukces w tej dziedzinie była i jest przede wszystkim jakość usług. Wysokiej jakości usługi spa obejmują kompetentnie zorganizowaną komunikację z klientami, profesjonalizm pracowników oraz odpowiedni projekt wnętrza i wiele więcej.

Istnieje już przyjęty standard usług dodatkowych, który pozwala hotelowi stać się „hotelem spa”. Należy uwzględnić strukturę hoteli spa, która powinna obejmować strefę termalną z szatnią, prysznicami i toaletami, basen, łaźnię parową

i saunę, część wypoczynkową, gabinety masażu, minibar, dwa lub trzy pokoje do indywidualnych zabiegów spa, salon kosmetyczny i siłownię.

Minimalny zestaw oferowanych usług powinien obejmować bezpłatny dostęp do strefy termalnej z możliwością dodatkowych usług, takich jak masaż i siłownia, gdzie można uzyskać poradę od trenera. Zakres dodatkowych płatnych usług powinien obejmować klasyczne usługi kosmetyczne, masaże, co najmniej jeden lub dwa pokoje do pełnych zabiegów spa. Przynajmniej jeden z pokoi zabiegowych spa powinien być zaprojektowany do wykonania zabiegu dla dwóch osób. Szczególną uwagę przy tworzeniu hotelowego spa należy poświęcić projektowaniu pomieszczeń i wyborowi produktów kosmetycznych, co może być znaczącym źródłem dodatkowych zysków.

3. Miejsce spa w gospodarce turystycznej

Zdrowy styl życia cieszy się popularnością wśród coraz większej liczby osób, nie tylko w Polsce, ale i na całym świecie. Większa świadomość ludzi w zakresie profilaktyki zdrowotnej przyczyniła się do chęci utrzymania lepszej sprawności fizycznej i psychicznej organizmu, stąd też większe zainteresowanie programami poprawiającymi stan zdrowia. W większości ten trend dotyczy osób w średnim wieku, które preferują aktywny wypoczynek. Konsumenci tego segmentu będą głównymi klientami ośrodków wypoczynkowych i zagwarantują pomyślność turystyki uzdrowiskowej XXI w. Z kolei spa turystyka we współczesnym świecie stanowi znaczący rynek globalny, który gwałtownie rośnie, przewyższa inne sektory turystyki i ma niezwykle wpływ ekonomiczny na inne sektory gospodarki. Dla branży spa i wellness istnieje znacznie mniejsze uzależnienie od tendencji sezonowych. Rozwój branży uzdrowiskowej na świecie zapewniają znaczne inwestycje kapitałowe. Silna konkurencja skłania ośrodki uzdrowiskowe do aktywnego tworzenia nowych produktów i reformowania już istniejących, korzystania z nowych technologii marketingowych i kanałów sprzedaży oraz wprowadzania nowych grup docelowych konsumentów [Boruszczak 2011, s. 28].

Rynek spa i wellness na świecie znajduje się w fazie szybkiego rozwoju. Poprzez wzrost obciążeń zdrowotnych, odpoczynki w ośrodkach spa w większości krajów stał się integralną częścią codziennego życia. Branża spa i wellness jest dziś nie tylko jednym z segmentów międzynarodowego rynku turystycznego, ale także niezależnym sektorem gospodarczym, z uformowanym popytem i podażą, normami i zasadami. Współczesne modernizacje ośrodków wypoczynkowych są uwarunkowane przede wszystkim zmieniającym się charakterem popytu na usługi zdrowotne i rekreacyjne [Smith, Puczek 2008, s. 84–85]. Obecnie na całym świecie funkcjonuje ogromna liczba ośrodków i hoteli spa, które specjalizują się w świadczeniu usług w zakresie odnowy biologicznej, różnego rodzaju usług medycznych, zabiegów masażu oraz kosmetyki [Kaszpak, Mańkowska 2008, s. 379–380].

Według danych International Spa Association w 2019 r. Amerykanie skorzystali z usług ośrodków spa aż 190 milionów razy. Z kolei wydatki na te usługi wyniosły około 18,3 miliarda dolarów. Co ciekawe, aż 50% osób korzystających z usług spa w Stanach Zjednoczonych w 2019 r. to mężczyźni, którzy stają się coraz bardziej świadomi korzyści zdrowotnych płynących z zabiegów spa i wellness [https://learningenglish.voanews.com/a/spas-growing-in-popularity-in-us/5042035.html, dostęp: 10.12.2019].

W Polsce rynek hoteli spa i wellness cały czas jest w fazie rozwoju. Na rynku przeważają mniejsze, niezależne hotele. Najbardziej rozpoznawalną na rynku marką w segmencie usług spa stanowi marka hoteli Dr Irena Eris posiadająca swoje hotele w atrakcyjnych lokalizacjach, między innymi w Krynicy Zdroju (fot. 1.).



Fot. 1. Hotel SPA Dr Irena Eris, Krynica Zdrój

Źródło: <https://www.drirenaerispa.pl/krynica-zdroj/centrum-spa> (dostęp: 12.11.2019)

Nowe hotele spa i wellness to nowoczesne obiekty, dostosowane do potrzeb rynku pod względem wielkości, standardu czy zakresu oferowanych usług. Rosnące wymagania gości hotelowych wymuszają bardziej innowacyjne i kreatywne podejście do realizacji inwestycji, w tym wystroju wnętrza czy kształtowania przestrzeni.

Kluczowymi czynnikami w generowaniu dynamicznego rozwoju branży spa są m.in.: ogromne zapotrzebowanie społeczne na leczenie i rehabilitację, zwłaszcza biorąc pod uwagę dążenie współczesnego społeczeństwa do zachowania zdrowia i wzmocnienia sprawności fizycznej i stanu emocjonalnego. Czynniki mające wpływ na rozwój branży to także wzrost dochodów i poziomu życia społeczeństwa.

Zdaniem ekspertów najnowsze technologie spa będą decydować o przyszłości rekreacji i hotelarstwa. Na międzynarodowych kongresach poświęconych turystyce zdrowotnej zwraca się uwagę na znaczenie tego typu turystyki dla współczesnego społeczeństwa, ponieważ cywilizacja postindustrialna XXI w. aktywnie przekształca się w filozofię „dobrego samopoczucia” [Weiermair, Mathies 2008, s. 102]. Każde centrum uzdrowiskowe próbuje stworzyć ekskluzywny produkt – swoją własną „atrakcję”, aby wyróżnić się na rynku. Na przykład na wyspie Moorea (Polinezja Francuska) masaże są wykonywane na świeżym powietrzu w środku tropikalnego ogrodu, przy użyciu oleju ze świeżych orzechów kokosowych i bananów. Do kąpieli spa dodaje się żywe kwiaty, łącząc lecznicze działanie wody, aromatu i klimatoterapii.

Badanie motywacji podróżnych jest kluczowe przy planowaniu nowych ofert spa dla turystów, zrozumienie tych motywacji jest ściśle związane ze zdolnością do zaspokajania potrzeb klientów. Dlatego badania marketingowe motywacji konsumentów branży spa cieszą się dużym zainteresowaniem właścicieli czy menedżerów takich instytucji i są szeroko wykorzystywane w kampaniach marketingowych.

4. Charakterystyka Blue Diamond Hotel Active SPA w Nowej Wsi

Do analizy badawczej zostały wybrane dwa hotele, które świadczą usługi spa na terenie województwa podkarpackiego. Pierwszy to czterogwiazdkowy hotel Blue Diamond Hotel Active SPA, który znajduje się w spokojnej okolicy niedaleko Rzeszowa. Bliskie położenie hotelu Blue Diamond od granic Rzeszowa sprzyja zarówno organizacji imprez i spotkań biznesowych, jak i rodzinnym wypadom za miasto.

Hotel Blue Diamond oferuje komfortowe pokoje typu standard, pokoje typu premium i luksusowe apartamenty. Niezależnie od wybranego standardu, każdy pokój jest wyposażony w designerskie meble, a wystrój został oryginalnie zaaranżowany. Wszystkie pokoje są stylowo urządzone i klimatyzowane. W każdym z nich znajdują się: suszarka do włosów, telewizor LCD, telefon, sejf i bezprzewodowy dostęp do Internetu. Wyposażenie opcjonalne obejmuje minibar i ekspres do przygotowania aromatycznej kawy i herbaty. Pokoje Premium są przeznaczone dla najbardziej wymagających klientów, wyposażone w dodatkowe meble, które są idealne do pracy, a większy rozmiar sprawia, że pobyt jest jeszcze bardziej komfortowy. W ofercie Hotelu Blue Diamond istnieje możliwość wybrania specjal-

nych pakietów pobytowych lub pakietów Day spa – zabiegi spa bez noclegu, np. Lejdis w spa, Bahama Mama (zabiegi dla przyszłych mam), On i Ona (pakiet dla par), Gentelman (pakiet męski) itd.

Oferta Blue Diamond Hotel Active SPA została stworzona, aby każdy mógł znaleźć coś dla siebie. Oprócz 141 miejsc noclegowych, dwóch sal restauracyjnych i baru z dużym tarasem, hotel oferuje również szeroką gamę zabiegów wellness i spa. Strefa relaksu obejmuje basen z atrakcjami wodnymi i drink bar, basen zewnętrzny (fot. 2.), sauny, łaźnie, strefy chłodzenia, tepidarium i siłownię. Gabinety spa w hotelu Blue Diamond są wyposażone w innowacyjne urządzenia, umożliwiające wykonanie różnych zabiegów na twarz i ciało oraz kompleksowych rytuałów i specjalistycznych procedur odchudzania.



Fot. 2. Basen zewnętrzny – Blue Diamond Hotel Active SPA

Źródło: <https://bluediamond-hotel.pl/pl/hotel-rzeszow> (dostęp: 26.11.2019)

W ofercie usług spa i wellness nie brakuje specjalnie przygotowanych zabiegów dla mężczyzn. Ponadto, istnieje możliwość skorzystania z szerokiej gamy masażu – klasycznych, relaksujących, sportowych lub inspirowanych wielowiekowymi tradycjami z najdalszych zakątków świata. SPA Weekend w Blue Diamond to propozycja dla przytłoczonych i zapracowanych osób, które chcą uspokoić swoje ciało i duszę w atmosferze relaksu, korzystając przy tym z saun i łaźni. Z kolei dla najmłodszych gości został przygotowany Diamentowy Kącik Malucha.

5. Charakterystyka GRAND HOTEL BOUTIQUE w Rzeszowie

Grand Hotel Boutique jest położony w pobliżu rzeszowskiego rynku. To wysokiej klasy hotel o standardzie czterogwiazdkowym. Mieści się w zabytkowym budynku i oferuje luksusowe i oryginalnie urządzone pokoje z bezpłatnym WiFi

oraz telewizorem z dostępem do kanałów satelitarnych. Wszystkie pokoje w hotelu odznaczają się oryginalnym wystrojem i dysponują klimatyzacją, minibarem, ekspresem do kawy oraz sejfem (fot. 3.). Każdy z nich mieści elegancką łazienkę z suszarką do włosów i prysznicem lub wanną. Niektóre pokoje obejmują również część wypoczynkową lub saunę.



Fot. 3. Basen wewnętrzny – Grand Hotel Boutique w Rzeszowie

Źródło: <https://www.grand-hotel.pl/pl/hotel-spa-w-rzeszowie/#&gid=1&pid=1> (dostęp: 19.03.2020)

W ofercie Grand Hotel Boutique znajduje się wiele rodzajów pokoi hotelowych, takich jak Standard, Deluxe, Studio, Apartamenty oraz Apartamenty Prezydenckie. Każdy z nich standardowo jest wyposażony w Internet Wi-Fi, klimatyzację, telewizor LCD, telefon, sejf, ekspres do kawy i herbaty oraz minibar. Każdy z pokoi typu apartament posiada prywatną saunę. Z kolei Apartamenty Prezydenckie są wyposażone w oddzielną sypialnię z jacuzzi znajdującym się tuż przy łóżku, co pozwoli zrelaksować się nawet po najbardziej wyczerpującym dniu. Grand Hotel Boutique jest wyposażony w strefę relaksacyjną spa i wellness, strefę fitness, elegancką restaurację, własną kawiarnię oraz bar, a także sale konferencyjne. Dodatkowo hotel zajmuje się organizacją przyjęć okolicznościowych, takich jak np. wesela, chrzciny czy kumunie.

6. Analiza porównawcza wybranych hoteli

W celu porównania usług oferowanych przez opisywane obiekty została wybrana metoda analizy porównawczej (tab. 1.).

Tabela 1. Analiza porównawcza

Nazwa	Grand Hotel Boutique	Blue Diamond Hotel Active SPA
Lokalizacja obiektu	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel zlokalizowany w centrum Rzeszowa 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel znajduje się w miejscowości Nowa Wieś, 7 km od centrum Rzeszowa
Cena pokoju typu standard za dobę dla jednej osoby	<ul style="list-style-type: none"> • 230 zł 	<ul style="list-style-type: none"> • 299 zł
Oferowane usługi hotelu i oferta dodatkowa	<ul style="list-style-type: none"> • Restauracja Patio • Kawiarnia Stary Piernik • Klub Jazzowy Jazz Room • przystosowanie hotelu do obsługi przyjęć okolicznościowych i bankietów • basen wewnętrzny oraz jacuzzi • sauna parowa oraz sucha • sala fitness • pięć sal konferencyjnych 	<ul style="list-style-type: none"> • Restauracja Simple • Bar Tarasowy „Blue Sky” • Active SPA • gabinety zabiegów SPA • pakiety pobytowe i pakiety DAY SPA (bez noclegu) • baseny • sauny i łaźnia • siłownia • trzy sale konferencyjne • wynajem busów – VIPcar

Źródło: opracowanie własne

Z przedstawionej analizy porównawczej wynika, że hotele Blue Diamond Hotel Active SPA oraz Grand Hotel Boutique oferują podobny zakres usług. Jednak Blue Diamond Hotel Active SPA wyróżniają usługi spa i wellness, co widać z różnorodnej oferty tych usług. Ponadto, Hotel Blue Diamond spełnia wszystkie cechy, jakich oczekują klienci od hotelu spa, czyli szerokiego zakresu zabiegów dostosowanych do indywidualnych potrzeb gościa, wykwalifikowanego personelu oraz profesjonalnego sprzętu. Z kolei, Grand Hotel Boutique wyróżniają usługi rozrywkowe, takie jak: Jazz Room, klub muzyczny Grand Club oraz klimatyczna oferta gastronomiczna. Dodatkowym plusem hotelu jest jego lokalizacja w centrum miasta.

W celu szczegółowego zbadania zewnętrznego i wewnętrznego środowiska wybranych hoteli przedstawiono analizę SWOT, ukazującą mocne i słabe strony wybranych obiektów pod względem występujących szans i zagrożeń (tab. 2.).

Z analizy SWOT wynika, że organizacja usług Blue Diamond Hotel Active SPA ciągle się rozwija w obszarze spa i wellness. Hotel stara się dostosować świadczone usługi do potrzeb i wymagań ze strony klientów, jednak ze względu na lokalizację oddaloną od centrum miasta jest narażony na nacisk ze strony hoteli konkurencyjnych. Z kolei Grand Hotel Boutique wzmacnia przewagę poprzez swój rozwój, choć strefa usług spa i wellness wymaga wprowadzenia dodatkowych rozwiązań. Warto jednak pamiętać, że rynek hotelarski charakteryzuje się zmianami, które należy obserwować, aby wdrożyć odpowiednie do tych przemian udoskonalenia, w celu ugruntowania swojej pozycji na rynku.

Specyfika usług spa i wellness na podstawie wybranych hoteli

Tabela 2. Analiza SWOT opisywanych hoteli

Grand Hotel Boutique	Blue Diamond Hotel Active SPA
Mocne strony	
<ul style="list-style-type: none"> • lokalizacja w centrum miasta, • komputerowy system rezerwacji, • strona internetowa hotelu dająca możliwość rezerwacji online, • uznana marka, • wysoka jakość świadczonych usług, • przystosowanie hotelu dla osób niepełnosprawnych, • niektóre usługi zawarte w cenie noclegu, • wysoki poziom kultury organizacyjnej, • wykwalifikowana kadra pracownicza, • obecność markowych potraw, • orientacja restauracji na zadowolenie klienta, • konkurencyjność cenowa, • komfortowo urządzone pokoje, • dostępność strefy basenowej, • różnorodność usług rozrywkowych. 	<ul style="list-style-type: none"> • lokalizacja w spokojnej okolicy, • komputerowy system rezerwacji, • wysoka jakość usług, • strona internetowa hotelu dająca możliwość rezerwacji online, • obecność różnego rodzaju ofert specjalnych oraz pakietów ze zniżkami, • urozmaicone menu restauracji, • rozbudowana strefa basenowa, • orientacja hotelu na usługi spa, • wykwalifikowana kadra pracownicza, • luksusowe i komfortowe pokoje, • szeroki zakres usług spa i wellness, • bliska odległość do lotniska w Jasionce, • przewaga konkurencyjna wśród hoteli typu spa na rynku województwa podkarpackiego.
Słabe strony	
<ul style="list-style-type: none"> • słaba orientacja hotelu na usługi typu spa i wellness dla zadowolenia potrzeb klientów, • brak jasnego kierunku rozwoju strategicznego. 	<ul style="list-style-type: none"> • hotel znajduje się 7 km od centrum miasta.
Szanse	
<ul style="list-style-type: none"> • rozszerzenie asortymentu świadczonych usług, • szkolenia dla kadry pracowniczej, • rozwój orientacji na usługi spa i wellness, • zmodyfikowanie strategii marketingowej, • ukierunkowanie na szerszy segment konsumentów, • przywództwo na rynku hotelarskim wśród konkurentów. 	<ul style="list-style-type: none"> • wejście na nowy rynek, • poszerzenie asortymentu świadczonych usług, • wzrost popytu na usługi spa i wellness, • szkolenia kadry pracowniczej, • nowe metody sprzedaży, • udoskonalenie kampanii reklamowej, • rozbudowa firmy, • obniżenie cen na świadczone usługi, • wzrost liczby turystów, • rozwój technologii informacyjnych.
Zagrożenia	
<ul style="list-style-type: none"> • brak możliwości rozbudowy hotelu, • duży nacisk konkurencyjny – na przykład 5-gwiazdkowy Hotel Bristol, który znajduje się w bliskiej lokalizacji, • zmniejszenie liczby turystów, • wzrost podatków, • niekorzystne zmiany w prawie, • obecność konkurentów z szerszym zakresem usług. 	<ul style="list-style-type: none"> • rosnąca konkurencja na rynku, • niższe ceny oferowanych usług ze strony konkurencji, • zmniejszenie liczby turystów, • utrata przewagi konkurencyjnej jako hotel spa na rynku województwa podkarpackiego, • niskie dochody ludności, • zmiany potrzeb klientów, • utrata zdolnych pracowników, • niekorzystne zmiany w prawie.

Źródło: opracowanie własne

7. Podsumowanie

Podsumowując, można stwierdzić, że rozwój usług spa jest bardzo ważny w dziedzinie turystyki zdrowotnej. Jest to spowodowane tym, że moda na zdrowy styl życia zachęca coraz więcej ludzi na całym świecie do utrzymania dobrej sprawności fizycznej oraz korzystania z programów uzdrowiskowych.

Obecnie spa jest dynamicznie rozwijającym się sektorem usług, który obejmuje ogromny trend w zakresie dbałości o ciało i zdrowie ludzkie, właśnie te czynniki zmuszają nowoczesne hotele do rozszerzania świadczonych usług oraz wdrażania usług zdrowotnych i dążenia do tego, aby nosić nazwę hotel spa, co niewątpliwie pomoże przyciągnąć stałych klientów i spowoduje zwiększenie konkurencyjności na rynku oraz wzrost przychodów finansowych.

Po przeanalizowaniu cech wybranych hoteli na poziomie rynku województwa podkarpackiego w branży hotelarskiej należy podkreślić, że mają one zdecydowanie więcej mocnych stron. Zgodnie z opiniami na stronie internetowej Booking.com, goście zwracają szczególną uwagę na bardzo dobrą lokalizację Grand Hotelu Boutique. Natomiast hotel Blue Diamond Active Spa jest wysoko oceniany za różnorodność usług w strefie spa i wellness. Niewątpliwie, pomimo wysokiej pozycji opisywanych obiektów na rynku hotelarskim województwa podkarpackiego, hotele są narażone na pewne zagrożenia, ale jednocześnie mają wiele możliwości dalszego rozwoju.

Bibliografia

1. Grobelna A., *Rola usług Spa & Wellness w kreowaniu pozytywnych doświadczeń konsumentów na przykładzie produktów hotelowych*, Polityki Europejskie. Finanse i Marketing 2013, (9, nr 58).
2. Kaszpak W., Mańkowska A., *Fizykoterapia, medycyna uzdrowiskowa i SPA*, Wydawnictwo Lekarskie PZWL, Warszawa 2008.
3. Sallmann N., *Megatrend Wellness i SPA dla rynku usług wolnego czasu i hotelarstwa w XXI wieku*, Polska Akademia Gościnności, Warszawa 2010.
4. *Turystyka zdrowotna i uzdrowiskowa*, M. Boruszczak (red.), Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2011.
5. Weiermair K., Mathies C., *Leisure and Wellness: Health Tourism in Europe*, The new Challenge for Spas, Tourism and Health Ressorts, Berlin 1999.

Źródła internetowe

6. http://jmf.wzr.pl/pim/2012_1_2_31.pdf (dostęp: 26.11.2019).
7. <http://www.hotels-spa.pl/strona,co-to-jest-spa> (dostęp: 17.11.2019).
8. <https://learningenglish.voanews.com/a/spas-growing-in-popularity-in-us/5042035.html> (dostęp: 10.12.2019).