

Anna JAŚKIEWICZ*

ATRAKCYJNOŚĆ KOMPLEKSU TERMALNO-BASENOWEGO „TERMY UNIEJÓW” W OPINII TURYSTÓW I MIESZKANCÓW UNIEJOWA

Zarys treści: W artykule zaprezentowano opinie mieszkańców Uniejowa oraz turystów, którzy co najmniej raz skorzystali z usług kompleksu termalno-basenowego „Termy Uniejów”, na temat jego atrakcyjności. W tym celu przeprowadzono wywiad kwestionariuszowy z przedstawicielami obu grup. Respondentów wybrano metodą doboru celowego, by móc uzyskać jak najbardziej zróżnicowaną grupę. Wywiad kwestionariuszowy uzupełniony badaniami terenowymi, opierającymi się na analizie tablic rejestracyjnych pojazdów zaparkowanych przed obiektem, umożliwił ukazanie zasięgu przestrzennego gości.

Badania potwierdziły przypuszczenia autorki, której zdaniem powstanie obiektu znacząco wpłynęło na poprawę wizerunku gminy i zyskało uznanie zarówno wśród miejscowej ludności jak i odwiedzających turystów. Respondenci nie okazali się jednak bezkrytyczni w stosunku do obiektu i wskazali również na jego negatywne cechy. Niewątpliwie największy problem dla osób korzystających z obiektu stanowiły zbyt wysokie ceny biletów oraz bardzo długie kolejki przed obiektem, zwłaszcza w sezonie letnim.

Słowa kluczowe: Uniejów, badania społeczne, kompleks termalno-basenowy, Termy Uniejów

WPROWADZENIE

Rozwój cywilizacji nierozzerwalnie był związany z wodą, dlatego przyjęło się mówić o niej jako o „matce wszystkiego”¹. Stąd też początków dzisiejszych term upatrywać należy w czasach odległych, a dokładniej w rzymskich łaźniach publicznych, wywodzących się z greckich gimnazjonów, stanowiących ważne ośrodki życia kulturalnego i towarzyskiego. Mimo kryzysu ogólnie rozumianej higieny w czasach średniowiecza, stosunkowo szybko do łask wróciło stare greckie przysłowie: „w zdrowym ciele zdrowy duch”. W historii term wyraż-

* Anna Jaśkiewicz, studentka kierunku Turystyka i rekreacja, Wydział Nauk Geograficznych, Uniwersytet Łódzki, 90–142 Łódź, ul. Kopcińskiego 31.

¹ A.J. Plucińska, „Świeża woda zdrowia doda”. *Opowieść o wodzie. Studium etnograficzne*, „Biuletyn Uniejowski”, t. 1, 2012, s. 122.

nie zaznaczyły się również wpływy tureckie, gdzie zwyczaj kąpieli związany był głównie z wyznawaną religią – islamem. Turcy wznosili łaźnie na gorących źródłach. Stanowiły one miejsce relaksu, spotkań oraz stwarzały możliwość nawiązania nowych znajomości. Zmiany w postrzeganiu łaźni przyniósł czas oświecenia. Zaczęto wówczas uznawać je za nieprzyzwoite, stanowiące rozrywkę jedynie dla prostego ludu. Nie dostrzegano wówczas ich funkcji oczyszczającej i pozytywnego wpływu na stan zdrowia. Prawdziwy przełom w historii funkcjonowania łaźni miał miejsce w XVIII w., kiedy zaczęła rozwijać się nauka o leczniczych właściwościach wody – balneologia. Powstawać zaczęły wówczas pierwsze „kąpieliska lecznicze” oraz pijalnie wód. Szybko zdano sobie sprawę ze znaczenia wód termalnych dla rozwoju turystyki, co jest szeroko wykorzystywane w czasach obecnych². Wody termalne na obszarze Uniejowa zostały rozpoznane pod koniec lat 70. XX w., przy okazji poszukiwania ropy naftowej³. Eksploatację wód rozpoczęto dopiero 20 lat później. Początkowo surowiec ten wykorzystywany był do celów ciepłowniczych i balneologicznych⁴. Po kolejnych siedmiu latach zauważono, że właściwości fizyczne wód oraz ich skład chemiczny stwarzają szerokie możliwości ich zagospodarowania również dla celów rekreacji⁵. Wody termalne wydobywane z głębokości ponad 2000 m, o temperaturze 68°C, mają pozytywny wpływ na poprawę stanu zdrowia oraz odzyskiwanie sił witalnych. Na ich bazie, w 2008 r., powstał kompleks termalno-basenowy „Termy Uniejów”⁶.

Powstanie kompleksu „Termy Uniejów” wpłynęło na pojawienie się Uniejowa na turystycznej mapie Polski. Zagospodarowanie obszaru miasta dla celów lecznictwa uzdrowiskowego, a także funkcje rekreacyjno-sportowe, w konsekwencji zwiększyło natężenie ruchu turystycznego w Uniejowie⁷. Własne obserwacje związane z powstaniem kompleksu termalno-basenowego i konsekwencje wynikające z jego wybudowania stały się inspiracją do napisania artykułu.

² P. Foszczyńska (red.), *Kąpieliska termalne, mineralne i lecznicze. Słowacja, Węgry oraz Zakopane*, Wydawnictwo Bezdroża, Kraków 2007, s. 6–9.

³ Ustawa *Prawo geologiczne i górnicze* z 9 VI 2011 r. definiuje termin „woda termalna” jako „woda podziemna, która na wypływie z ujęcia ma temperaturę nie mniejszą niż 20°C”.

⁴ K. Smętiewicz, *Świadomość społeczna wykorzystania wód geotermalnych w województwie łódzkim i landzie Styria*, Łódź 2014, s. 107.

⁵ A. Sapińska-Śliwa, *Udostępnianie wód termalnych w Uniejowie – rys historyczny*, „Biuletyn Uniejowski” t. 1, 2012, s. 75.

⁶ Terminy „wody termalne” i „wody geotermalne” używane są jako pojęcia synonimiczne. B. Kępińska w publikacji *Warunki termiczne i hydrotermalne podhalańskiego systemu geotermalnego*, Studia, Rozprawy, Monografie, 135, Wydawnictwo IGSMiE PAN, Kraków 2006, za bardziej odpowiednie uznaje jednak określenie „wody geotermalne”, argumentując, że przedrostek geo- wskazuje na pochodzenie surowca z głębi ziemi, a zatem odzwierciedla specyfikę tych wód.

⁷ M. Borowska-Stefańska, *Ocena ryzyka powodziowego jako element wdrażania Dyrektywy Powodziowej – przykład Uniejowa*, „Problemy Rozwoju Miast”, z. 3, 2014, s. 7.

Celem autorki opracowania jest:

- przedstawienie opinii mieszkańców Uniejowa oraz turystów, którzy przynajmniej raz skorzystali z usług kompleksu, na temat jego atrakcyjności,
- zaprezentowanie czynników determinujących ocenę kompleksu.

Podstawę empiryczną opracowania stanowią badania społeczne realizowane przez okres 23 dni roboczych, w lipcu 2013 r. Badania przeprowadzono w formie kwestionariuszowej, za pomocą standaryzowanego wywiadu bezpośredniego, na próbie dwóch grup respondentów – 100 mieszkańców i 100 turystów. Kwestionariusz wywiadu dla mieszkańców Uniejowa składał się z 10 pytań właściwych i czterech pytań metryczki. Badanych mieszkańców miasta zapytano, czy korzystali z kompleksu „Termy Uniejów”, czy są zadowoleni z powstania term i czy ich otwarcie wpłynęło na zwiększenie atrakcyjności gminy. Pytania kwestionariuszowe dotyczyły korzyści, ale też negatywnych skutków powstania kompleksu oraz postrzegania przez mieszkańców turystów przyjeżdżających do miasta. Zapytano również, co jest uważane przez mieszkańców Uniejowa za główną atrakcję miasta oraz czy zamiast kompleksu „Termy Uniejów” powinna powstać inna inwestycja. Kwestionariusz wywiadu dla turystów korzystających z term składał się natomiast z 13 pytań właściwych. Respondentów zapytano skąd dowiedzieli się o obiekcie, a także ile razy i w jakiej porze roku go odwiedzili. Kolejne punkty ankiety dotyczyły oceny oferty rekreacyjnej oraz wskazania najatrakcyjniejszego elementu kompleksu, a także sposobem na zwiększenie atrakcyjności term. Zapytano ich również o to, czy mają zamiar ponownie odwiedzić „Termy Uniejów” oraz czy zachęcą swoich znajomych do skorzystania z nich. Pytania dotyczyły również tego czy turyści korzystali z podobnego kompleksu w innym miejscu, czy byli w Uniejowie przed powstaniem term, czy Uniejów jest docelowym miejscem ich podróży oraz jakie inne obiekty odwiedzili i co uważają za największą atrakcję miasta. Respondentów pozyskano metodą doboru dostępnościowego. Wywiad z mieszkańcami prowadzono w Gminnym Ośrodku Kultury w Uniejowie, natomiast z turystami przed wejściem do term.

Przeprowadzono również badania terenowe, pozwalające ukazać zasięg przestrzenny gości na podstawie tablic rejestracyjnych pojazdów zaparkowanych przed kompleksem „Termy Uniejów”. Pozwoliło to na szersze ujęcie problemu i dokładniejsze sprecyzowanie struktury zamieszkania gości. Badanie przeprowadzono 6 X 2013 r. na podstawie stu pierwszych zanotowanych pojazdów.

Literatura przedmiotu nie jest zbyt szeroko omówiona w dostępnych publikacjach. Kompleksy termalno-basenowe uwzględniane są głównie w przewodnikach turystycznych, które zawierają przede wszystkim praktyczne informacje na ich temat. Natomiast prezentowane opracowanie opiera się przede wszystkim na materiałach pozyskanych w wyniku własnych badań autorki.

KOMPLEKSY TERMALNO-BASENOWE W POLSCE

Na obszarze Polski występuje stosunkowo duży potencjał wód geotermalnych. Zlokalizowane są one na Niżu Polskim, w Karpatach, Zapadlisku Przedkarpaccim, a także w Sudetach⁸. Dominującym kierunkiem wykorzystania wód termalnych, poza celami grzewczymi, jest funkcja rekreacyjna. Mimo licznych uwarunkowań rozwoju turystyki opartej na wodach termalnych, za najistotniejsze przyjmuje się wielkość zasobów wód geotermalnych, tradycje związane z wykorzystywaniem tego typu wód, a także ciągły wzrost znaczenia turystyki w gospodarce oraz modę na zdrowy tryb życia⁹.

Na obszarze Polski funkcjonuje 13 rozbudowanych kompleksów basenowych wykorzystujących wodę termalną. Pierwsze kompleksy termalno-basenowe w Polsce powstały w 2006 r. w Szaflarach, Zakopanem i Grudziądzu. Obecnie najnowszym obiektem są Termy Cieplickie powstałe w 2014 r. w Jeleniej Górze (tab. 1) (www.termalni.pl).

Tabela 1. Kompleksy termalno-basenowe w Polsce

Lp.	Nazwa obiektu	Rok powstania	Miejscowość	Województwo
1	Termy Cieplickie	2014	Jelenia Góra	dolnośląskie
2	Inowrocławska Terma	2013	Inowrocław	kujawsko-pomorskie
3	Baseny Mineralne Solec Zdrój	2013	Solec Zdrój	świętokrzyskie
4	Termy Maltańskie	2011	Poznań	wielkopolskie
5	Terma Białka	2011	Białka Tatrzańska	małopolskie
6	Warmia Park Termy Medical Aquapark	2009	Stawiguda	warmińsko-mazurskie
7	Termy Uniejów	2008	Uniejów	łódzkie
8	Termy Mszczonów	2008	Mszczonów	mazowieckie
9	Termy Bukowina Tatrzańska	2008	Bukowina Tatrzańska	małopolskie
10	Polana Szymoszkowa	2007	Zakopane	małopolskie
11	Geoterma Grudziądz	2006	Grudziądz	kujawsko-pomorskie
12	Aqua Park Zakopane	2006	Zakopane	małopolskie
13	Termy Podhalańskie	2006	Szaflary	małopolskie

Źródło: opracowanie własne na podstawie strony internetowej www.termalni.pl

⁸ M. Dej, M. Huculak, W. Jarczewski, *Rekreacyjne wykorzystanie wód geotermalnych w kra-
jach Grupy Wyszehradzkiej*, Institute of Urban Development, Kraków 2013, s. 70.

⁹ Tamże, s. 20.

Kompleksy zlokalizowane są na terenie ośmiu województw. Najwięcej kompleksów termalnych znajduje się w województwie małopolskim (5 obiektów) i kujawsko-pomorskim (2). Pozostałe obiekty znajdują się w województwie wielkopolskim (1), warmińsko-mazurskim (1), mazowieckim (1), dolnośląskim (1), świętokrzyskim (1) oraz łódzkim (1) (ryc. 1) (www.termalni.pl).



Ryc. 1. Lokalizacja kompleksów termalno-basenowych w Polsce

Źródło: opracowanie własne na podstawie strony internetowej www.termalni.pl

Ocenę oferty kompleksów termalnych przedstawia portal internetowy www.infobasen.pl. Każdy obiekt punktowany jest w skali od 0 do 10, gdzie 10 stanowi ocenę najwyższą. Na ostateczny wynik składa się jakość oferty oraz opinie klientów (tab. 2).

Za najatrakcyjniejszy kompleks termalny w Polsce uznano Termę Białka (ocena 8,3). Na czwartym miejscu, wraz z Termami Bukowina Tatrzańska, znalazły się Termy Uniejów, z oceną 7,7. Zaledwie jeden obiekt oceniony został poniżej 5 punktów – Polana Szymoszkowa (ocena 4,2). Takie oceny świadczą o stosunkowo dobrym postrzeganiu obiektów termalnych zlokalizowanych na terenie Polski.

Tabela 2. Lista kompleksów termalno-basenowych wraz z oceną

Lp.	Nazwa obiektu	Miejscowość	Ocena
1	Terma Białka	Białka Tatrzańska	8,3
2	Termy Maltańskie	Poznań	7,9
3	Baseny Mineralne Solec Zdrój	Solec Zdrój	7,8
4	Termy Uniejów	Uniejów	7,7
5	Termy Bukowina Tatrzańska	Bukowina Tatrzańska	7,7
6	Termy Cieplickie	Jelenia Góra	7,6
7	Aqua Park Zakopane	Zakopane	7,3
8	Warmia Park Termy Medical Aquapark	Stawiguda	7,1
9	Termy Mszczonów	Mszczonów	6,4
10	Termy Podhalańskie	Szaflary	5,9
11	Inowrocławska Terma	Inowrocław	5,8
12	Geotermia Grudziądz	Grudziądz	5,1
13	Polana Szymoszkowa	Zakopane	4,2

Źródło: www.infobasen.pl

INFRASTRUKTURA KOMPLEKSU TERMALNO-BASENOWEGO „TERMY UNIEJÓW”

Kompleks termalno-basenowy „Termy Uniejów” zlokalizowany jest na lewym brzegu rzeki Warty, w pobliżu zamku arcybiskupów gnieźnieńskich, przy ulicy Zamkowej 1. Obiekt jest własnością Gminy Uniejów, a zarządza nim Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej Termy Uniejów Sp. z o.o. z siedzibą w Uniejowie przy ulicy Polnej 37. Po raz pierwszy kompleks otworzono 19 VII 2008 r. Do 25 V 2012 r. kompleks powiększył się o wiele nowych atrakcji. Wybudowano nowe baseny, rozbudowano strefę *wellness & spa*, a w podziemiach powstał klub. Łączna powierzchnia kompleksu termalno-basenowego zajmuje 4945 m², z czego 1500 m² stanowi powierzchnia całkowita lustra wody¹⁰. Budynek składa się z trzech kondygnacji: parteru, piętra i piwnicy. Obiekt przystosowany jest również dla potrzeb osób niepełnosprawnych.

Parter składa się z zespołów: wejściowego, przebieralniowo-natryskowego, basenów wewnętrznych oraz basenów zewnętrznych. Strefa kąpielowa wewnętrzna zajmuje powierzchnię ok. 303 m² i przeznaczona jest dla osób, które chcą zażywać kąpeli wodnych bez względu na warunki atmosferyczne, a także korzystać z wody solankowej. Na parterze tej strefy wyróżnić należy: basen rekreacyjno-dziecięcy, basen solankowo-uzdrowiskowy oraz tętnię solankową (usytuowaną na półpiętrze, pomiędzy parterem i piętrem).

¹⁰ www.termyuniejow.pl

Dodatkowo wewnątrz budynku, na parterze, mieści się niezbędne zaplecze, w skład którego wchodzi: pokój ratownika, magazyn basenowy, magazyn leżaków oraz wejście do znajdującego się na piętrze zespołu gastronomicznego i strefy saun. Powierzchnia ok. 1238 m² stanowi zewnętrzną strefę kąpielową¹¹. Strefa otwarta jest również w sezonie zimowym, z wyłączeniem elementów, których funkcjonowanie jest niemożliwe ze względu na niesprzyjające warunki pogodowe. W strefie kąpielowej zewnętrznej wyróżnia się: basen duży solankowo-uzdrowiskowy, basen dziecięcy, basen pływacki, basen rekreacyjny, brodzik dla dzieci, bufet wodny z zatoką, rwącą rzekę, wyspę z *jacuzzi* oraz zjeżdżalnię.

Na piętrze kompleksu termalno-basenowego mieszczą się: zespół administracji z salą konferencyjną, strefa restauracyjna oraz strefa saun. W strefie spa wyróżnia się: taras zewnętrzny, bufet, solarium, gabinet masażu, basen lodowy, basen solankowy gorący, komorę śnieżną, kabinę infrared, sanarium, saunę banię, słoneczną łąkę, łaźnię turecką (parową) oraz łaźnię aromatyczną.

W piwnicy kompleksu usytuowane są pomieszczenia techniczne oraz Klub Nautilus. Dodatkową atrakcją obiektu jest kręgielnia, podświetlany parkiet do tańca, tzw. *dance floor*, oraz bar.

CHARAKTERYSTYKA BADANYCH RESPONDENTÓW

W badaniu wzięły udział dwie grupy respondentów. Pierwszą z nich stanowiło 100 mieszkańców Uniejowa, drugą natomiast 100 turystów, którzy przynajmniej raz skorzystali z usług kompleksu. Obie grupy były zróżnicowane pod względem płci i wieku, co było zamierzonym celem przy doborze respondentów. Różnicę stanowił fakt, że żaden z badanych mieszkańców Uniejowa powyżej 60 roku życia nie był klientem term, przy czym turyści reprezentowani byli przez przedstawicieli wszystkich grup wiekowych. W strukturze wykształcenia obu grup dominowało wykształcenie średnie oraz w przypadku mieszkańców – wykształcenie wyższe. Znaczną część turystów stanowiły osoby w wieku 20–29 lat, które studiowały, a więc legitymowały się wykształceniem średnim. Wśród ankietowanych mieszkańców 36% stanowiły osoby w wieku 30–39 lat. Podobnie w obu grupach przedstawia się struktura zatrudnienia, gdyż prawie 60% respondentów każdej grupy stanowiły osoby pracujące. Powyższe cechy społeczno-demograficzne oraz inne charakterystyczne dla konkretnej grupy ankietowanych pozwoliły autorce na przedstawienie dwóch odrębnych profili badanych respondentów.

Profilowym mieszkańcem Uniejowa, wyróżnionym na podstawie grupy badanych respondentów, była kobieta (60%) w wieku 30–39 lat (36%), posiadająca wykształcenie średnie (28%) i pracująca (58%). Respondentka do tej pory korzystała więcej niż trzy razy z kompleksu „Termy Uniejów” (66%) oraz miała

¹¹ www.termyuniejow.pl

pozytywny stosunek do przyjeżdżających turystów (57%) i nigdy nie spotkała się z przykrym incydentem związanym z istnieniem term (100%).

Nieco inaczej przedstawia się profil turysty korzystającego z kompleksu termalno-basenowego „Termy Uniejów”. Była to również kobieta (59%), ale w wieku 20–29 lat (30%), także posiadająca wykształcenie średnie (50%) i pracująca (56%). Mieszkała w województwie łódzkim (82%), w Łodzi (45%). Respondentka dotychczas w kompleksie była raz (34%) lub więcej niż trzy razy (32%). Turystka z obiektu korzystała wyłącznie latem (54%), a przyjechała do niego ze względu na bliskość miejsca zamieszkania (30%) lub atrakcyjną ofertę (30%). O obiekcie respondentka dowiedziała się od znajomych (54%) i nie korzystała do tej pory z podobnego kompleksu w innym miejscu (81%). Uniejów był docelowym miejscem jej podróży (62%), a w mieście była także zanim wybudowano termy (58%). Z atrakcji oferowanych przez miasto, oprócz kompleksu termalno-basenowego, odwiedziła także zamek arcybiskupów gnieźnieńskich (80%).

W celu uzupełnienia wiedzy na temat zasięgu przestrzennego gości kompleksu przeprowadzono również badanie terenowe, pozwalające określić miejsce zamieszkania gości na podstawie tablic rejestracyjnych pojazdów zaparkowanych przed obiektem (ryc. 2).



Ryc. 2. Zasięg przestrzenny zamieszkania gości

Źródło: opracowanie własne na podstawie spisu tablic rejestracyjnych

Spis tablic rejestracyjnych wskazał miejsce zamieszkania osób korzystających z kompleksu. Najwięcej pojazdów (65%) pochodziło z województwa łódzkiego, z czego aż 16% z Łodzi. Kolejne samochody posiadały tablice rejestracyjne wskazujące na powiat poddębicki (11%), sieradzki (9%), łęczycki (6%), łaski

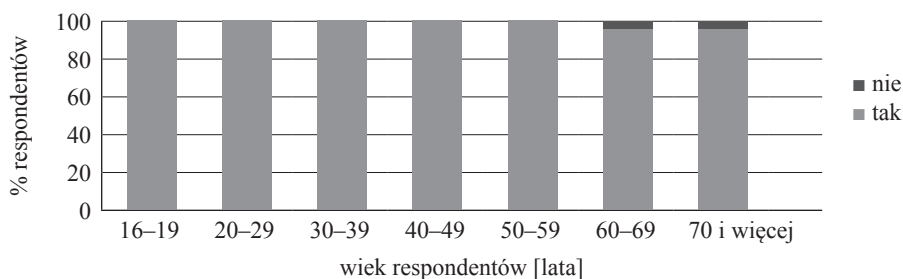
(5%), zgierski (4%), łódzki wschodni (4%), a także bełchatowski (3%), łowicki (3%) oraz opoczyński (2%) i pabianicki (2%). Tak kształtująca się struktura pozwoliła wysnuć wniosek, że odległość miejsca zamieszkania w znacznym stopniu determinuje przyjazdy do obiektu. W związku z tym dominowały przyjazdy ze środkowozachodniej części województwa łódzkiego. Drugą co do wielkości grupę stanowili respondenci pochodzący z województwa wielkopolskiego. Przede wszystkim byli to mieszkańcy powiatu poznańskiego (5%) oraz powiatów zlokalizowanych we wschodniej części województwa, tj. powiatu konińskiego (3%), kolskiego (3%) oraz tureckiego (2%) i kaliskiego (2%). Znaczna część samochodów (11%), podobnie jak respondentów, pochodziła z województwa mazowieckiego. Rejestracje pojazdów wskazywały na powiat warszawski (4%), warszawski – zachodni (2%), żyrardowski (2%), pruszkowski (2%) oraz radomski (1%), a więc powiaty zlokalizowane blisko zachodniej granicy województwa. Dodatkowo 4% pojazdów pochodziło z województwa śląskiego, 3% z województwa świętokrzyskiego oraz 2% z województwa dolnośląskiego. Były to więc województwa graniczące z województwem łódzkim, z wyjątkiem województwa dolnośląskiego, co potwierdziło, że odległość miejsca zamieszkania była czynnikiem determinującym przyjazd do term. W czasie badań odnotowano także samochód rządowy oraz posiadający francuską tablicę rejestracyjną. Może to świadczyć o tym, że obiekt odwiedzany był także przez obcokrajowców będących w Polsce lub Polaków mieszkających za granicą, którzy przyjechali do rodziny lub znajomych, a także przez ważne osobistości ze świata polityki.

KOMPLEKS TERMALNO-BASENOWY W OPINII MIESZKAŃCÓW UNIEJOWA

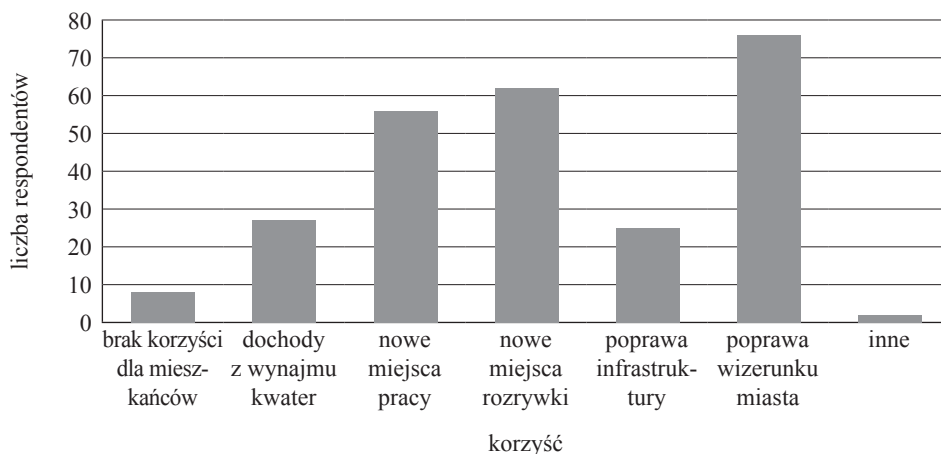
Wszyscy respondenci, którzy korzystali z term, pozytywnie ocenili ofertę rekreacyjną obiektu, co świadczy o tym, że obiekt spełnił oczekiwania mieszkańców i został przez nich uznany za atrakcyjny. Aż 96% badanych przyznało, że powstanie kompleksu zwiększyło atrakcyjność gminy (ryc. 3).

Respondenci, którzy uznali, że powstanie obiektu nie zwiększyło atrakcyjności gminy (4%), byli mężczyznami powyżej 60 roku życia. Prawdopodobnie jest to spowodowane tym, że osoby starsze, dużo bardziej niż młode, cenią sobie ciszę i spokój. Były to osoby płci męskiej, co wiąże się z faktem, że kobiety częściej korzystają z obiektów poprawiających stan zdrowia i urody, a co za tym idzie – uważają, że kompleks termalno-basenowy w mieście, w którym mieszkają, znacząco wpływa na zwiększenie atrakcyjności gminy.

Mimo uznania przez większość respondentów, że kompleks zwiększył atrakcyjność gminy, niektórzy z nich przyznali, że osobiście nie są z tej inwestycji zadowoleni (12%). Pozostałe 88% ankietowanych wykazało pozytywny stosunek do powstania obiektu. Sprecyzowano także korzyści, jakie odnieśli mieszkańcy z powstania term (ryc. 4).



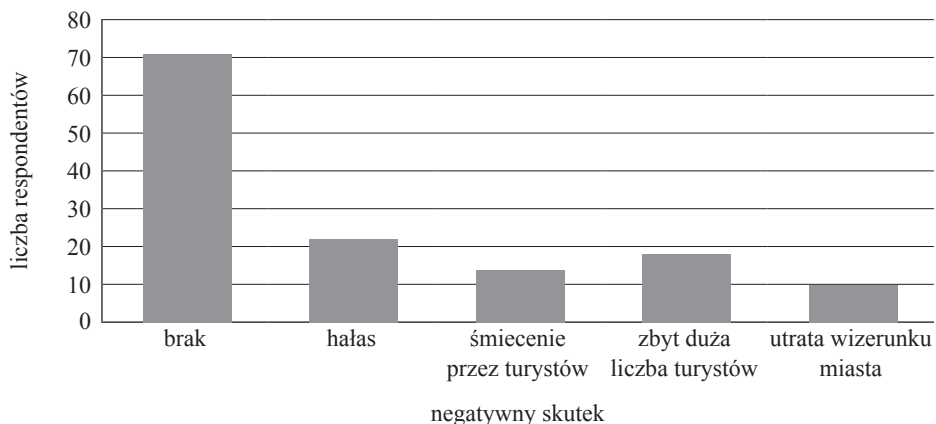
Ryc. 3. Wpływ powstania kompleksu na atrakcyjność gminy w opinii ankietowanych mieszkańców
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych



Ryc. 4. Korzyści płynące z lokalizacji term w Uniejowie w opinii ankietowanych mieszkańców
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Najwięcej respondentów (76%) przyznało, że powstanie kompleksu poprawiło wizerunek miasta. Ponad połowa ankietowanych (62%) za dużą korzyść dla mieszkańców uznała fakt, że termy to nowe miejsca rozrywki oraz to, że otwarcie kompleksu generuje nowe miejsca pracy, zarówno w samym obiekcie, jak i innych branżach tj. hotelarstwo, gastronomia, handel (56%). Znaczna liczba ankietowanych udzieliła odpowiedzi, że korzyścią są większe dochody z wynajmu kwater (27%), co wiąże się bezpośrednio z przyjazdem większej liczby turystów do miasta. Dla 25% mieszkańców zaletą była również poprawa infrastruktury technicznej i transportowej w okolicy oraz dla 2% badanych to, że w mieście zaczęły odbywać się różnego rodzaju imprezy i koncerty. Jedna osoba natomiast wskazała, że powstanie term pozwoliło nawiązać jej nowe znajomości. Zaledwie 8% respondentów odpowiedziało, że otwarcie kompleksu nie przyniosło żadnych korzyści dla mieszkańców.

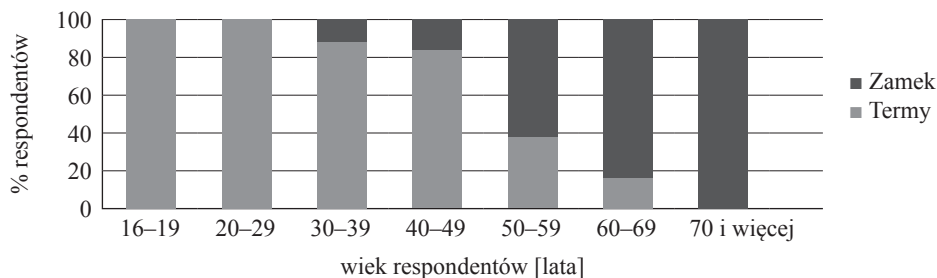
Aż 71% respondentów wskazało na brak negatywnych skutków powstania term. Pozostałe osoby (29%) dostrzegły wady wynikające z ich funkcjonowania (ryc. 5).



Ryc. 5. Negatywne skutki spowodowane istnieniem term w opinii ankietowanych mieszkańców
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Najczęściej za negatywny aspekt powstania term uznawany był hałas (22%) oraz zbyt duża, zdaniem respondentów, liczba turystów (18%) w mieście. Ankietowani jako problem wskazali także zaśmiecanie środowiska naturalnego przez turystów (14%), a także fakt, że miasto straciło swój dotychczasowy wizerunek (10%). Tak przedstawiająca się struktura odpowiedzi wskazała, że mimo pewnych wad wynikających z funkcjonowania term, dla znacznej większości badanych mieszkańców powstanie obiektu było wydarzeniem pozytywnym, które w konsekwencji przyniosło wiele korzyści.

By dowiedzieć się, jaka atrakcja Uniejowa uważana jest za jego „wizytówkę”, zdecydowano się zestawić strukturę odpowiedzi na to pytanie ze strukturą wieku respondentów (ryc. 6).



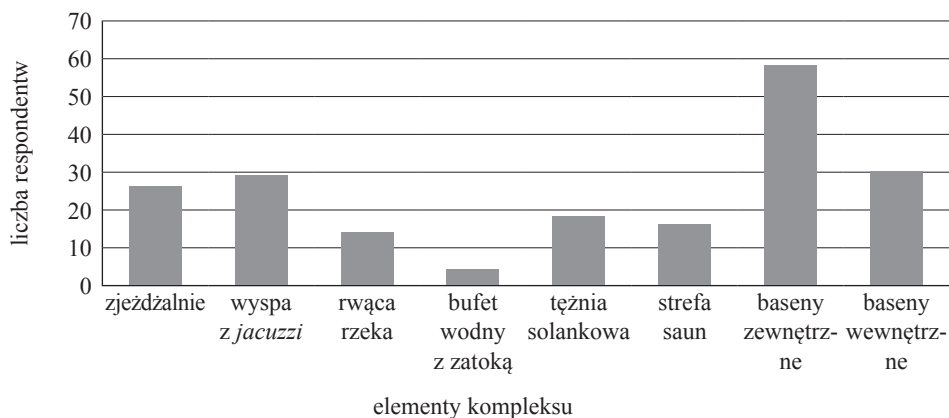
Ryc. 6. „Wizytówka” Uniejowa w opinii ankietowanych mieszkańców
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Z odpowiedzi jednoznacznie wynika, że za „wizytówkę” miasta uznawane były termy lub zamek arcybiskupów gnieźnieńskich. Żaden inny obiekt nie został wzięty pod uwagę przez respondentów. Wszystkie osoby do 29 roku życia jako „wizytówkę” wskazały termy. Następnie wraz z wiekiem, coraz większa liczba badanych wskazywała na zamek, aż do wieku powyżej 70 lat, gdzie nikt z respondentów nie wskazał na kompleks termalno-basenowy. Za główny powód tak kształtującej się struktury odpowiedzi uznano fakt, że termy to obiekt stosunkowo nowy, który starszym mieszkańcom miasta nie jest w stanie zastąpić historycznej warowni, będącej największą atrakcją miasta przez znaczną część ich życia. Młodzież i ludzie młodzi to grupa bardziej otwarta na różnego rodzaju nowości i atrakcje, a taki obiekt w dotychczas spokojnej miejscowości to dla nich atrakcja godna nazwania „wizytówką” miasta.

Aż 64% mieszkańców nie zaproponowało żadnej inwestycji, która powinna powstać zamiast term. Kolejne 30% respondentów odpowiedziało, że nie ma zdania w tej kwestii, a zaledwie 6% wskazało na inny obiekt, który mógłby powstać w Uniejowie na miejscu kompleksu termalno-basenowego. Wśród propozycji pojawiło się nowe osiedle mieszkaniowe (5%) oraz tory gokartowe (1%).

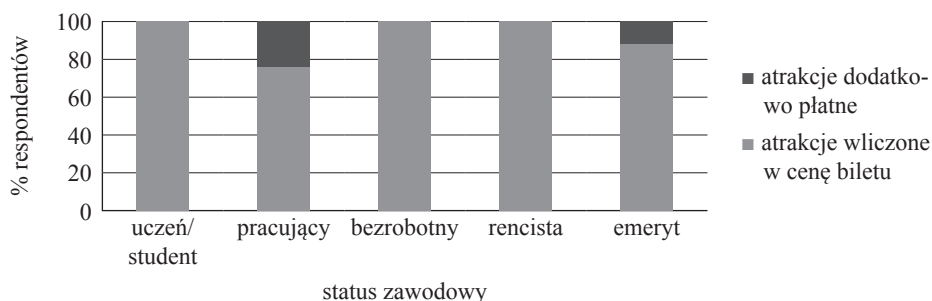
KOMPLEKS TERMALNO-BASENOWY W OPINII TURYSTÓW

Podobnie jak w przypadku mieszkańców Uniejowa, wszyscy badani turyści pozytywnie ocenili ofertę rekreacyjną term. Brak osoby, która byłaby niezadowolona z usług obiektu, świadczy o tym, że mimo pewnych mankamentów związanych z jego funkcjonowaniem, zaspokaja on potrzeby klientów związane z rekreacją w tego typu obiektach. Bardzo różnorodnie przedstawia się struktura odpowiedzi dotycząca najatrakcyjniejszego elementu kompleksu (ryc. 7).



Ryc. 7. Najatrakcyjniejszy element kompleksu w opinii ankietowanych turystów
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Ponad połowa respondentów (58%) za najatrakcyjniejszy element obiektu uznała baseny zewnętrzne, co prawdopodobnie wiąże się z porą roku, w której prowadzone były badania. Lato to czas kiedy najczęściej osób korzysta ze strefy „pod gołym niebem”. Ma to bezpośredni związek z dogodnymi warunkami atmosferycznymi, możliwością opalania się na leżakach, którymi obiekt dysponuje, oraz korzystania ze wszystkich obiektów zewnętrznych, co zimą z powodu chłodu jest niemożliwe. Wielu badanych wskazało także na baseny wewnętrzne (30%), wyspę z *jacuzzi* (29%) oraz zjeżdżalnie (26%). Mniej respondentów wytypowało tężnię solankową (18%), co może mieć związek z tym, że jest ona usytuowana na półpiętrze, pomiędzy strefą basenową a strefą saun i restauracją. W związku z tym wiele osób może nie wiedzieć o jej istnieniu lub myśleć, że jest to obiekt dodatkowo płatny. Niewiele osób wskazało także na strefę saun (16%), czego przyczyną jest konieczność dokonania dodatkowej opłaty za wstęp oraz pora roku, w której prowadzono badania. Najmniej turystów wytypowało rwącą rzekę (14%) oraz bufet wodny z zatoką (4%). Rwąca rzeka to atrakcja lubiana przede wszystkim przez dzieci, a więc grupę, która nie brała udziału w badaniach. Bufet wodny z zatoką to natomiast element dodatkowo płatny, co przekłada się na mniejsze zainteresowanie wśród turystów. Struktura odpowiedzi była bardzo zróżnicowana, zarówno ze względu na wiek, jak i na płeć, co świadczy o tym, że główną determinantą wyboru były własne upodobania respondentów. Nie bez znaczenia pozostał także status zawodowy turystów (ryc. 8).

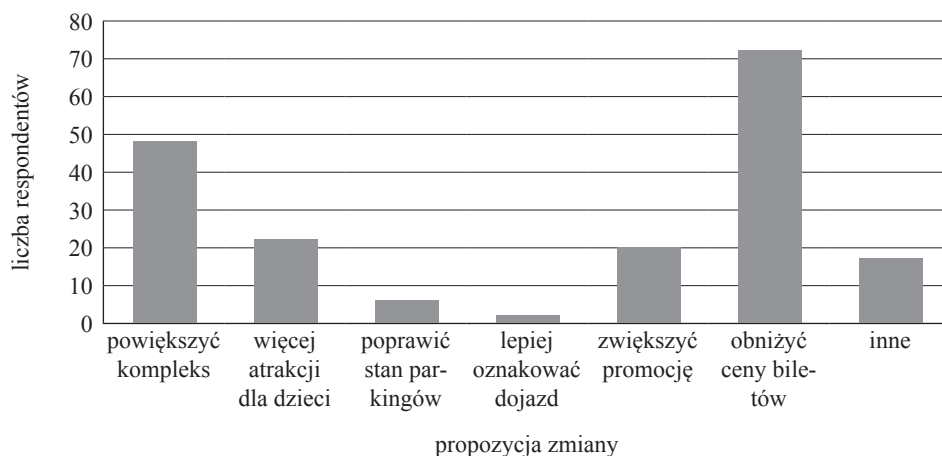


Ryc. 8. Najatrakcyjniejszy element kompleksu a status zawodowy turystów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Postrzeganie atrakcji dodatkowo płatnych za najatrakcyjniejsze w obiekcie, w dużym stopniu zależne było od statusu zawodowego. Elementy dodatkowo płatne tj. strefa saun oraz bufet wodny z zatoką, wymienione zostały jedynie przez dwie grupy respondentów – osoby pracujące oraz emerytów. Dodatkowa opłata sprawia, że dla uczniów, studentów, bezrobotnych oraz rencistów był to powód, dla którego z takich atrakcji nie korzystają.

Sugestie respondentów dotyczące zmian, które pomogłyby zwiększyć atrakcyjność term, umożliwiły dostrzeżenie słabych stron obiektu (ryc. 9).



Ryc. 9. Propozycje zmian, które zwiększyłyby atrakcyjność term, wskazane przez ankietowanych turystów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

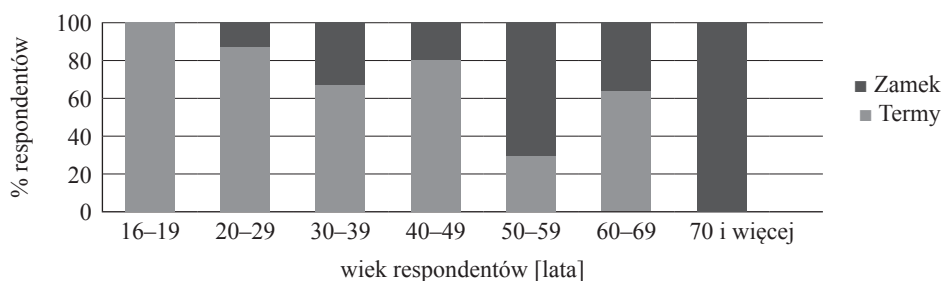
Znaczna większość ankietowanych (72%) wskazała, że aby zwiększyć atrakcyjność kompleksu należy obniżyć ceny biletów. Świadczy to o tym, iż mimo swojej wyjątkowości jest to atrakcja kosztowna, wymagająca dość dużych nakładów finansowych dla przeciętnego turysty¹². Prawie połowa badanych (48%) uznała, że należałoby również powiększyć obiekt. Uzasadnieniem tego jest przede wszystkim weekendowa frekwencja w okresie letnim, kiedy zaczyna brakować szafek, leżaków czy dysz masujących, czego konsekwencją są kolejki osób oczekujących na wstęp do obiektu. Zdaniem wielu respondentów korzystne byłoby zwiększenie liczby atrakcji dla dzieci (22%) oraz lepsza promocja (20%). Potwierdza to fakt, że większość respondentów o obiekcie dowiedziała się od znajomych, a więc za pomocą tzw. marketingu szeptanego, co wskazuje na zbyt mało efektywne działania promocyjne samego obiektu. Aż 17% ankietowanych udzieliło odpowiedzi „inne”, z czego 13% wskazało, że aby zwiększyć atrakcyjność należy zwrócić uwagę na bardzo długie kolejki. Ma to bezpośredni związek z wielkością i przepustowością obiektu, zbyt małą w stosunku do zapotrzebowania. Pozostałe 2% zasugerowało by dodać więcej dysz masujących oraz większe jezdzalnie dla dorosłych. Najmniej ankietowanych za problem uznało stan par-

¹² Dla przykładu, w czasie kiedy prowadzono badania godzina pobytu w strefie basenowej w dni powszednie w godzinach 10–16 kosztowała 14 zł (bilet ulgowy 12 zł), w godzinach 16–22 cena wynosiła 15 zł (bilet ulgowy 13 zł), a w weekendy i święta 19 zł (bilet ulgowy 16 zł). Aktualny cennik znajduje się na www.termyniejow.pl

kingów samochodowych (6%), a także oznakowanie dojazdu (2%), co świadczy o spełnieniu oczekiwań turystów w tych kwestiach.

Aż 89% respondentów odpowiedziało, że zamierza ponownie odwiedzić termy, a 93%, że zachęci swoich znajomych do przyjazdu. Zaledwie 11% było niezdecydowanych jeśli chodzi o kolejną wizytę w obiekcie, a 7% udzieliło odpowiedzi, że nie wie czy poleci go przyjaciółom. Zarówno na jedno, jak i na drugie pytanie żaden z respondentów nie udzielił odpowiedzi przeczącej.

Podobnie jak w przypadku poprzedniej grupy respondentów, postanowiono dowiedzieć się, który obiekt turyści uważają za „wizytówkę” miasta (ryc. 10).



Ryc. 10. „Wizytówka” Uniejowa w opinii ankietowanych turystów
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Wszyscy respondenci poniżej 19 roku życia za „wizytówkę” miasta uznali termy, natomiast wszyscy badani powyżej 70 roku życia wskazali na zamek arcybiskupów gnieźnieńskich. Struktura odpowiedzi w pozostałych grupach wiekowych nie była tak regularna, jak w przypadku mieszkańców. Można wysnuć jednak wniosek, że także w przypadku turystów zauważalna była tendencja, że wraz z wiekiem termy rzadziej uznawane były za „wizytówkę” miasta na rzecz zamku.

CZYNNIKI DETERMINUJĄCE OCENĘ KOMPLEKSU

Po przeprowadzeniu analizy wyników badań, zdecydowano się wyszczególnić czynniki determinujące ocenę kompleksu termalno-basenowego „Termy Uniejów”, w dwóch grupach respondentów. Poszczególne odpowiedzi w znacznym stopniu zależne były od osobistych upodobań oraz subiektywnych odczuć badanych osób. Jednak ważną determinantą w ocenie kompleksu był wiek respondentów. Czynnikiem ten w znacznym stopniu decydował o tym, którą z atrakcji respondenci postrzegają jako „wizytówkę” Uniejowa. Cecha ta wpłynęła również na opinię ankietowanych dotyczącą tego, czy powstanie kompleksu „Termy Uniejów” zwiększyło atrakcyjność gminy. Należy zauważyć, że mimo ogólnie pozytywnej oceny obiektu, starsi respondenci wykazywali nieco mniej przychylny stosunek do term, niż ludzie młodzi.

W przypadku badanej grupy mieszkańców determinantą okazała się także płeć. Mniej entuzjastycznie „Termy Uniejów” były postrzegane przez mężczyzn. Ma to związek z faktem, że usługi oferowane przez obiekt w większym stopniu spełniają oczekiwania kobiet. Odnosi się to głównie do zażywania kąpeli słonecznych, korzystania ze strefy *wellness* oraz zabiegów leczniczych poprawiających stan zdrowia.

Determinantą w ocenie kompleksu przez grupę badanych turystów był również status zawodowy. Atrakcje dodatkowo płatne zostały docenione jedynie przez osoby pracujące i emerytów. Można więc założyć, że były to grupy osób o lepszej sytuacji finansowej niż studenci, bezrobotni, czy renciści. Na podstawie tego wnioskować można, że dodatkowo płatne atrakcje były zbyt kosztowne dla wielu klientów, którzy w związku z tym nie postrzegali ich pozytywnie lub z nich nie korzystali. Potwierdził to dodatkowo fakt, że wielu respondentów zwracało uwagę na wysoką cenę biletu wstępu do obiektu, uważając że należałoby ją obniżyć.

W przypadku turystów silną determinantą okazało się również miejsce zamieszkania. Potwierdziły to zarówno badania kwestionariuszowe, jak i terenowe dokonane na podstawie spisu tablic rejestracyjnych. Wśród odwiedzających dominowały osoby z województwa łódzkiego, a następnie wielkopolskiego i mazowieckiego. Również w skali województwa zauważalna jest pewna prawidłowość. W przypadku województwa łódzkiego dominowali mieszkańcy środkowozachodniej części, województwa wielkopolskiego – wschodniej i województwa mazowieckiego – zachodniej.

WNIOSKI

W Polsce funkcjonuje 13 kompleksów termalno-basenowych. Zlokalizowane są one na obszarze ośmiu województw, z czego najwięcej znajduje się w województwie małopolskim (pięć obiektów). „Termy Uniejów” są jedynym tego rodzaju obiektem w województwie łódzkim, co świadczy o jego bezkonkurencyjności na obszarze Polski Środkowej. Na wzrost atrakcyjności term wpływa dodatkowo posiadanie przez miasto statusu uzdrowiska, który Uniejów uzyskało w 2012 r.¹³

Badania społeczne wskazały, że powstanie obiektu znacząco wpłynęło na poprawę wizerunku gminy Uniejów i wywołało zadowolenie wśród miejscowej ludności oraz odwiedzających turystów. Potwierdza to fakt, że wszyscy badani respondenci pozytywnie ocenili ofertę rekreacyjną obiektu oraz wskazali szereg korzyści jakie przyniosło jego powstanie. Niewątpliwie największy problem dla osób korzystających z obiektu stanowiły zbyt wysokie ceny biletów oraz bardzo długie kolejki przed obiektem, zwłaszcza w sezonie letnim. Spowodowane było

¹³ K. Smętiewicz, *Świadomość społeczna...*, s. 115.

to zbyt małą, w stosunku do liczby klientów, powierzchnią kompleksu, a w konsekwencji liczbą dostępnych szafek, co również zostało wskazane przez respondentów jako element wymagający zmiany. Ciekawostką niewątpliwie okazały się odpowiedzi na pytanie dotyczące obiektu, który zdaniem badanych osób zasługuje na miano „wizytówki” Uniejowa. Przez respondentów pod uwagę wzięte zostały jedynie dwie atrakcje, tj. kompleks termalno-basenowy „Termy Uniejów” oraz zamek arcybiskupów gnieźnieńskich. Osoby do 29 roku życia za „wizytówkę” uznały termy, natomiast respondenci powyżej 30 roku życia, wraz z wiekiem, coraz częściej wskazywały zamek. Mniej wyraźna proporcja zachowana była wśród turystów, jednak pozwoliło to wysnuć wniosek, że wiek jest głównym czynnikiem determinującym ocenę kompleksu. Pozwoliło to na ostateczne stwierdzenie, że obiekt większym uznaniem cieszył się wśród ludzi młodych.

Czynnikiem determinującym ocenę kompleksu, poza wiekiem respondentów, była również płeć. Badania prowadzone wśród mieszkańców miasta pokazały, że obiekt większym uznaniem cieszył się wśród kobiet, na co wpływ mają świadczone w nim usługi, tj. spa i *wellness*, kąpiele słoneczne oraz zabiegi lecznicze. Determinantą w ocenie kompleksu przez turystów okazał się również status zawodowy respondentów oraz miejsce zamieszkania. Respondenci dostrzegający atrakcyjność elementów dodatkowo płatnych byli przede wszystkim osobami pracującymi lub emerytami, a więc osobami o stosunkowo dobrej sytuacji finansowej. Turyści odwiedzający kompleks pochodzili przede wszystkim z środkowozachodniej części województwa łódzkiego oraz województw sąsiednich, tj. wschodniej części województwa wielkopolskiego i zachodniej części województwa mazowieckiego. Wskazuje to na regionalne znaczenie atrakcji w skali kraju.

Bibliografia

- Borowska-Stefańska M., *Ocena ryzyka powodziowego jako element wdrażania Dyrektywy Powodziowej – przykład Uniejowa*, „Problemy Rozwoju Miast”, z. 3, 2014, s. 5–11.
- Dej M., Huculak M., Jarczewski W., *Rekreacyjne wykorzystanie wód geotermalnych w krajach Grupy Wyszehradzkiej*, Institute of Urban Development, Kraków 2013.
- Ustawa *Prawo geologiczne i górnicze* z dnia 9 czerwca 2011 r., Dz.U., nr 163, poz. 981.
- Foszczyńska P. (red.), *Kąpieliska termalne, mineralne i lecznicze. Słowacja, Węgry oraz Zakopane*, Wydawnictwo Bezdroża, Kraków 2007.
- Kępińska B., *Warunki termiczne i hydrotermalne podhalańskiego systemu geotermalnego*, Studia, Rozprawy, Monografie 135, Wydawnictwo IGSMiE PAN, Kraków 2006.
- Plucińska A.J., „Świeża woda zdrowia doda”. *Opowieść o wodzie. Studium etnograficzne*, „Biuletyn Uniejowski”, t. 1, 2012, s. 121–130.
- Sapińska-Słiwa A., *Udostępnianie wód termalnych w Uniejowie – rys historyczny*, „Biuletyn Uniejowski”, t. 1, 2012, 1, s. 63–77.
- Smętkiewicz K., *Świadomość społeczna wykorzystania wód geotermalnych w województwie łódzkim i landzie Styria*, Łódź 2014.

Spis stron internetowych

www.infobasen.pl (data dostępu: 12.03.2015).

www.termalni.pl (data dostępu: 12.03.2015).

www.termyuniejow.pl (data dostępu: 10.03.2015).

[Wpłynęło: marzec 2915; akceptacja: czerwiec 2015]

ATTRACTIVENESS OF THE THERMAL COMPLEX OF UNIEJÓW IN THE OPINION OF TOURISTS AND UNIEJÓW RESIDENTS

Summary

The article presents the attractiveness of Thermal Complex of Uniejów in the opinion of Uniejów residents and the tourists who visited „Termy Uniejów” at least once. The author conducted a questionnaire survey of representatives of both groups for this purpose. The selection of respondents was aimed at getting the possibly greatest diversity of representatives. The questionnaire survey was supplemented by observations of license plates of cars which were parked in front of the Thermal Complex of Uniejów. It showed the spatial range of tourists.

The studies confirmed the author’s thesis that the object has improved the image of the commune and caused satisfaction among the local population and visiting tourists. The respondents also pointed out negative aspects of „Termy Uniejów”. The main problems for people who have visited the object were the high cost of tickets and very long queues, mainly in the summer.

A detailed analysis of the research findings allowed identification of the main factors determining the opinion about the object: age, sex, professional status and place of residence.

Key words: Uniejów, social surveys, thermal complex, Termy Uniejów