UNIWERSYTET Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie

BEZPIECZEŃSTWO TEORIA I PRAKTYKA SECURITY THEORY AND PRACTICE

e-ISSN 2451-0718
ISSN 1899-6264

2026
Nr 1

Copyright© 2026 by the Authors
Opublikowano w wolnym dostępie (Open Access) na licencji CC BY-NC-ND 4.0

https://doi.org/10.31749/2451-0718-btip-2026-1-002
Received: 30.12.2025
Accepted: 9.03.2026

Postrzeganie bezpieczeństwa przez turystów przyjeżdżających do Zjednoczonych Emiratów Arabskich w kontekście usług hotelarskich segmentu premium

Izabela Kapera

dr hab., prof. UAFM, Wydział Zarządzania, Mediów i Technologii,
Uniwersytet Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie (Faculty of Management, Media and Technology, Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University, Kraków, Poland)
https://orcid.org/0000-0003-1691-5275

Wprowadzenie

Bezpieczeństwo w usługach hotelarskich stanowi zagadnienie wielowymiarowe i jest powszechnie uznawane za jeden z kluczowych elementów jakości usług turystycznych, wpływający zarówno na komfort oraz zaufanie klientów, jak i na postrzeganie całości doświadczenia turystycznego. W literaturze przedmiotu problematyka bezpieczeństwa w hotelarstwie analizowana jest na wielu płaszczyznach – od aspektów technicznych i organizacyjnych, poprzez regulacyjne i prawne, aż po zachowania konsumentów oraz percepcję ryzyka. Zakres tych analiz obejmuje zarówno odpowiedzialność hotelarza oraz przestrzeganie obowiązujących przepisów, jak i identyfikację zagrożeń, a także wdrażanie rozwiązań organizacyjno-technicznych służących ich ograniczaniu.

W literaturze polskiej zagadnienia bezpieczeństwa w hotelarstwie były już podejmowane. Przykładem są analizy Kapery i Kapery (2014), którzy wskazują na szerokie spektrum zagrożeń występujących w obiektach hotelowych (obejmujących czynniki

wewnętrzne i zewnętrzne), odpowiedzialność hotelarza za bezpieczeństwo gości oraz konieczność systemowego podejścia do identyfikacji i minimalizacji ryzyka. Rozwijając perspektywę zarządczą, Podwysocka (2024) zwraca uwagę na znaczenie bezpieczeństwa jako integralnego elementu systemu zarządzania kryzysowego w branży hotelarskiej. Szersze ujęcie dotyczące zagadnień bezpieczeństwa prezentuje Chodyński (2021; 2024), analizując je w kontekście rezyliencji organizacyjnej. Autor wskazuje, że zdolność organizacji do utrzymania stabilności oraz adaptacji w warunkach kryzysowych stanowi fundament jej długofalowego funkcjonowania, a bezpieczeństwo jest tym ujęciu jednym z kluczowych filarów rezyliencji. Znaczenie zarządzania bezpieczeństwem w hotelarstwie podkreślają również Chodyński, Podwysocka, Wolak i Kapera (2024), wskazując, że skuteczne przeciwdziałanie sytuacjom kryzysowym wymaga uwzględnienia oczekiwań zarówno interesariuszy wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Dla pełniejszego ujęcia problematyki zasadne jest odróżnienie bezpieczeństwa jako kategorii organizacyjnej od percepcji bezpieczeństwa jako kategorii poznawczej i społecznej. W naukach o zarządzaniu bezpieczeństwo bywa ujmowane przez pryzmat rozwiązań strukturalnych, procedur, nadzoru i kontroli ryzyka, natomiast percepcja bezpieczeństwa odnosi się do sposobu, w jaki uczestnicy organizacji lub odbiorcy usług interpretują poziom zagrożenia oraz skuteczność stosowanych zabezpieczeń. Problematyka ta znajduje szerokie odzwierciedlenie w literaturze międzynarodowej. W przeglądach dotyczących ryzyka w turystyce podkreśla się, że percepcja zagrożeń ma charakter wielowymiarowy i wpływa zarówno na wybory podróżnych, jak i na ocenę jakości doświadczenia turystycznego (Yang i Nair, 2014; Seabra, Dolnicar, Abrantes i Kastenholz, 2013). W odniesieniu do hotelarstwa badania Chan, Leung i Lo (2013) pokazują, że bezpieczeństwo i zabezpieczenia należą do istotnych kryteriów oceny obiektu, przy czym między perspektywą zarządzających a oczekiwaniami gości mogą występować wyraźne rozbieżności. Z kolei Berezina, Cobanoglu, Miller i Kwansa (2012) zwracają uwagę, że naruszenia bezpieczeństwa informacyjnego również oddziałują na postrzeganą jakość usług hotelowych i zaufanie klientów.

Jednocześnie w nowszych badaniach coraz większą uwagę poświęca się percepcji bezpieczeństwa z perspektywy odbiorców usług. Bezpieczeństwo nie jest wówczas rozumiane wyłącznie jako zbiór formalnych rozwiązań funkcjonalnych i organizacyjnych, lecz jako subiektywne poczucie gościa, kształtowane przez doświadczenia pobytu, kontakt z personelem oraz sposób organizacji przestrzeni hotelowej. Taki kierunek interpretacji pozostaje zbieżny z dorobkiem badań, który wskazuje na to, że recenzje internetowe traktowane są jako ważne źródło wiedzy o doświadczeniach konsumentów, redukcji postrzeganego ryzyka oraz procesach decyzyjnych w turystyce i hotelarstwie (Sparks i Browning, 2011; Marine-Roig i Huertas, 2020; Yadav, Verma i Chikhalkar, 2024). Zaproponowana w artykule analiza opinii gości publikowanych na platformach internetowych umożliwia uchwycenie tych aspektów bezpieczeństwa, które nie zawsze znajdują odzwierciedlenie w przepisach, projektowaniu czy procedurach dotyczących obiektów.

Pomimo rosnącej liczby publikacji poświęconych bezpieczeństwu w hotelarstwie, widoczna pozostaje luka badawcza odnosząca się do segmentu premium oraz do rynków pozaeuropejskich. Segment ten obejmuje obiekty i usługi o ponadstandardowej jakości, w których kluczową rolę odgrywają takie cechy jak wysoki poziom personalizacji, prywatność oraz rozbudowane mechanizmy kontroli procesów. Na łamach literatury naukowej sektor premium w turystyce jest najczęściej konceptualizowany poprzez pojęcia turystyki luksusowej oraz hotelarstwa w obiektach o wysokim standardzie. W badaniach dotyczących doświadczeń gości zauważa się, że poczucie i oczekiwania wobec bezpieczeństwa w tego typu miejscach rzadko są artykułowane wprost, lecz odnoszą się na przykład do sposobu organizacji przestrzeni czy zachowaniu personelu.

Zjednoczone Emiraty Arabskie postrzegane są jako jeden ze światowych liderów w zakresie turystyki luksusowej, a rynek hotelarski tego państwa charakteryzuje się dużą liczbą obiektów segmentu premium oraz szeroko rozwiniętą ofertą usługową. W tym kontekście problematyka bezpieczeństwa nabiera szczególnego znaczenia – zarówno jako element zarządzania w hotelarstwie, jak i jako istotna składowa wizerunku destynacji turystycznej.

W odpowiedzi na zidentyfikowaną lukę badawczą artykuł podejmuje problematykę percepcji bezpieczeństwa w doświadczeniach turystów korzystających z usług hotelarskich segmentu premium w Zjednoczonych Emiratach Arabskich. Analiza oparta została na materiałach źródłowych, obserwacjach własnych dokonanych podczas pobytu w badanej destynacji i wizytach w wybranych hotelach, a także na jakościowej analizie ponad 70 000 opinii internautów publikowanych w Internecie (Tripadvisor i Google Reviews). Szczególną uwagę poświęcono aspektom bezpieczeństwa zarówno artykułowanym wprost, jak i ujawniającym się pośrednio w narracjach gości. Celem artykułu jest zbadanie sposobów postrzegania kwestii bezpieczeństwa przez gości korzystających z usług hotelarskich segmentu premium w Zjednoczonych Emiratach Arabskich.

Metoda badawcza

W postępowaniu badawczym zastosowano: analizę materiałów źródłowych, obserwację własną oraz jakościową analizę opinii gości publikowanych na platformach internetowych.

Analiza materiałów źródłowych objęła literaturę przedmiotu, raporty branżowe oraz dokumenty dotyczące bezpieczeństwa w hotelarstwie. Obserwacja własna została przeprowadzona podczas pobytu w Zjednoczonych Emiratach Arabskich i obejmowała wizyty w wybranych obiektach hotelowych segmentu premium (Jumeirah Burj Al Arab w Dubaju, Emirates Palace Mandarin Oriental w Abu Zabi). Kluczowym elementem badania była jakościowa analiza treści opinii gości

publikowanych na platformach Tripadvisor i Google Reviews. Analizie poddano recenzje odnoszące się do pobytów w obu hotelach, przy czym szczególną uwagę zwrócono zarówno na bezpośrednie wzmianki dotyczące bezpieczeństwa, jak i na odniesienia pośrednie, takie jak kwestie prywatności, czystości, organizacji przestrzeni czy zachowania personelu. Bazowano na publicznie dostępnych opiniach dotyczących hoteli segmentu premium w Zjednoczonych Emiratach Arabskich i ze względu na bardzo dużą liczbę recenzji zastosowano projekt dwustopniowy. W celu identyfikacji opinii bezpośrednio odnoszących się do bezpieczeństwa przeprowadzono kwerendę treści z wykorzystaniem słów kluczowych: *safe, safety, secure, security* (oraz ich form negatywnych: *unsafe*, *insecure*). To pozwoliło wyodrębnić recenzje, w których kwestie bezpieczeństwa były artykułowane wprost. W celu zapewnienia jakości materiału badawczego przeprowadzono weryfikację treści opinii pod kątem ich kompletności oraz zgodności z przyjętym zakresem analizy. Wpisy niejednoznaczne klasyfikowano na podstawie analizy kontekstu całej wypowiedzi, a przypisanie do kategorii następowało według dominującego wątku znaczeniowego. Analizie poddano wyłącznie opinie sformułowane w języku angielskim, co zapewnia spójność semantyczną materiału empirycznego oraz porównywalność narracji gości pochodzących z różnych krajów, lecz zawęża reprezentację zróżnicowanej językowo grupy gości.

Przypisanie fragmentów opinii do kategorii analitycznych opierało się na identyfikacji słów i wyrażeń kluczowych, a w dalszym postępowaniu – ich interpretacji w kontekście całej wypowiedzi. W drugim etapie przeprowadzono także pogłębioną analizę jakościową opinii pośrednio związanych z bezpieczeństwem (tabela 1). Łącznie przeanalizowano 37 741 opinii dotyczących Jumeirah Burj Al Arab i 33 287 wypowiedzi na temat Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi (tabela 2). Zebrane opinie odzwierciedlają stan widoczny na platformach rezerwacyjnych na dzień 30 grudnia 2025 r., przy czym liczba publicznie dostępnych recenzji może ulegać zmianom w wyniku aktualizacji danych, moderacji treści oraz publikowania nowych opinii.

Tabela 1. Charakterystyka postępowania badawczego

Element opisu	Charakterystyka
Obszar badań	Zjednoczone Emiraty Arabskie (Dubaj, Abu Zabi)
Analizowane obiekty	Jumeirah Burj Al Arab; Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi
Segment hotelarski	Segment premium (luksusowy)
Źródła danych	Tripadvisor, Google Reviews
Etap I badania	Kwerenda tematyczna opinii zawierających słowa kluczowe odnoszące się do bezpieczeństwa
Etap II badania	Pogłębiona analiza jakościowa opinii

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Liczba opinii – Tripadvisor i Google Reviews – dotyczących wybranych hoteli (stan w dniu 30.12.2025)

Hotel	Tripadvisor – liczba opinii	Google Reviews – liczba opinii
Jumeirah Burj Al Arab (Dubaj)	7154	30 587
Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi	2196	31 091

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi*. Tripadvisor. https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g294013-d507156-Reviews-Emirates_Palace_Mandarin_Oriental-Abu_Dhabi_Emirate_of_Abu_Dhabi.html [dostęp: 31.12.2025]; *Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi*. Google Maps – Reviews. https://www.google.com/maps/place/Emirates+Palace+Mandarin+Oriental [dostęp: 31.12.2025]; *Jumeirah Burj Al Arab*. Google Maps – Reviews. https://www.google.com/maps/place/Jumeirah+Burj+Al+Arab [dostęp: 31.12.2025]; *Jumeirah Burj Al Arab*. Tripadvisor. https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g295424-d302457-Reviews-Burj_Al_Arab_Jumeirah-Dubai.html [dostęp: 31.12.2025].

Obszar badań

Obszar badań stanowiły Zjednoczone Emiraty Arabskie – kraj będący przykładem dynamicznie rozwijającego się rynku turystyki luksusowej.

Dane statystyczne pokazują, że w drugiej połowie ostatniej dekady ZEA osiągały wysokie poziomy przyjazdów turystycznych. W 2015 roku liczba międzynarodowych przyjazdów turystycznych w ZEA wyniosła ponad 19,3 mln, następnie systematycznie rosła i osiągnęła 25,3 mln w 2019 roku, co stanowiło rekordowy poziom przed pandemią COVID-19 (CEIC Data, 2025). W 2020 roku, w wyniku globalnych ograniczeń podróży związanych z pandemią, liczba przyjazdów spadła do niemal 8,1 mln – było to znaczące obniżenie w porównaniu z 2019 rokiem i jeden z najniższych wyników w analizowanym okresie (CEIC Data, 2025).

Po okresie spadków sektor turystyczny w ZEA zaczął się sukcesywnie odbudowywać. Na poziomie globalnym turystyka międzynarodowa zbliżyła się do wyników sprzed pandemii w 2023 i 2024 roku, co znajduje odzwierciedlenie także w statystykach dla ZEA. Generalnie przemysł turystyczny cechuje się wysokim poziomem rezyliencji i – z wyjątkiem długotrwałych konfliktów zbrojnych – jest zdolny do pełnej odbudowy po różnorodnych kryzysach (Mansfeld i Pizam, 2006). Szczegółowe dane z destynacji wskazują, że Dubaj, który był dominującym ośrodkiem turystycznym w ZEA, przyjął około 17,15 mln międzynarodowych turystów nocujących w 2023 roku, co stanowiło wzrost o ok. 19% w porównaniu z 2022 rokiem i przewyższyło wcześniejszy rekord z 2019 roku (Alrashdi, 2024). W 2024 roku liczba ta wzrosła do 18,72 mln (wzrost o około 9% rok do roku i nowy rekord odwiedzin) (Dubai Department of Economy and Tourism [DET], 2025; Global Media Insight 2025). Trend ten potwierdza szybką odbudowę sektora turystycznego w ZEA po okresie ograniczeń pandemicznych oraz silne przyciąganie kraju jako destynacji turystycznej. Według oficjalnych danych federalnych, w pierwszej

połowie 2024 roku w ZEA funkcjonowało ponad 213,7 tys. pokoi hotelowych we wszystkich emiratach (Ministry of Economy, 2024). Wcześniejsze dane ministerialne wskazują, że w 2022 roku w Zjednoczonych Emiratach Arabskich działało 1189 hoteli, oferujących około 203 tys. pokoi (Ministry of Economy, 2022). Największym i najważniejszym rynkiem hotelowym w ZEA pozostawał Dubaj, który koncentrował zdecydowaną większość krajowej podaży hotelowej. Zgodnie z danymi Dubai Department of Economy and Tourism, na koniec 2024 roku w Dubaju funkcjonowały 832 obiekty hotelowe, oferujące łącznie 154 016 pokoi (DET, 2024). Struktura tej podaży wskazuje na silną orientację emiratów na segment wysokiego standardu – około 35% pokoi hotelowych w Dubaju należało do hoteli pięciogwiazdkowych, a kolejne 28%– do hoteli czterogwiazdkowych (Emirates NBD Research, 2025).

Drugim pod względem wielkości rynkiem hotelowym była stolica kraju. Dane publikowane przez władze emiratu oraz materiały prasowe oparte na oficjalnych statystykach wskazują, że w 2024 roku w Abu Zabi funkcjonowało około 171 hoteli, oferujących ponad 34 tys. pokoi (Aletihad 2025). Struktura bazy hotelowej emiratu charakteryzowała się także znaczącym udziałem obiektów luksusowych. Istotną rolę w krajowej strukturze hotelowej odgrywała również Szardża, która w ostatnich latach systematycznie rozwijała ofertę noclegową. Według danych Sharjah Commerce and Tourism Development Authority, w 2024 roku w emiracie działało 101 hoteli (Sharjah Commerce and Tourism Development Authority, 2025). Mniejsze emiraty, takie jak Adżman, Ras al-Chajma czy Fudżajra, również rozwijały swoją bazę hotelową, choć na znacznie mniejszą skalę. Przykładowo, według danych branżowych w Adżmanie funkcjonowały w 2024 roku 52 hotele, oferujące około 4315 pokoi, co wskazuje na stopniowy rozwój infrastruktury noclegowej w emiratach o mniejszym natężeniu ruchu turystycznego (Connecting Travel, 2024). Analiza struktury bazy hotelowej w Zjednoczonych Emiratach Arabskich pokazuje wyraźną dominację segmentu luksusowego oraz wysoką koncentrację podaży w Dubaju i Abu Zabi. Jednocześnie obserwowany wzrost liczby hoteli w pozostałych emiratach świadczył o stopniowej dywersyfikacji przestrzennej oferty noclegowej i rosnącym znaczeniu turystyki jako czynnika rozwoju regionalnego w skali całego kraju.

Przeprowadzone badanie koncentruje się na wybranych obiektach hotelarskich segmentu premium zlokalizowanych w Dubaju i Abu Zabi, będących rozpoznawalnymi symbolami luksusu i wysokich standardów obsługi. Do badań wybrano następujące hotele: Jumeirah Burj Al Arab w Dubaju i Emirates Palace Mandarin Oriental w Abu Zabi. Przynależność obu obiektów do segmentu premium wynika z kumulacji cech charakterystycznych dla dóbr i usług luksusowych, obejmujących ekskluzywność, wysoki standard infrastruktury, intensywną personalizację świadczeń oraz symboliczny wymiar prestiżu.

Hotele te charakteryzują się wysoką rozpoznawalnością międzynarodową, dużą liczbą opinii publikowanych przez gości oraz zróżnicowaną ofertą usługową, co czyni je odpowiednim polem badawczym do analizy postrzegania bezpieczeństwa w hotelarstwie segmentu premium.

Jumeirah Burj Al Arab to jeden z najbardziej rozpoznawalnych symboli Dubaju i zarazem przykład hotelu, którego znaczenie wykracza poza funkcję noclegową – obiekt jest ikoną urbanistyki i swego rodzaju wizytówką destynacji oraz narzędziem budowania marki luksusu.

Bywa on wskazywany jako flagowy element architektury Dubaju oraz przykład obiektu, którego powstanie wpisywało się w proces transformacji miasta i wzmacniało przekonanie o możliwości realizacji ambitnych projektów wysokościowych w jego przestrzeni (Hammad, 2020). Jak zauważa Tawfik (2023), Burj Al Arabto modelowy przykład, jak estetyka luksusu materializuje się w formach przestrzennych, rozwiązaniach projektowych oraz symbolice architektury.

Drugi z wybranych obiektów, Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi, to także jeden z najbardziej reprezentacyjnych przykładów luksusowego hotelarstwa w Zjednoczonych Emiratach Arabskich. Poza istotną rolą w turystyce, obiekt ma również znaczenie symboliczne, kulturowe i gospodarcze dla stolicy kraju. Hotel został otwarty w 2005 roku jako Emirates Palace i od początku pełnił podwójną funkcję: ekskluzywnego obiektu hotelowego oraz miejsca oficjalnych wydarzeń państwowych, dyplomatycznych i międzynarodowych. W 2020 roku przeszedł pod zarządzanie sieci Mandarin Oriental, zachowując swoją architektoniczną i prestiżową tożsamość.

Wyniki i analiza badań

Przeprowadzona analiza opinii gości luksusowych hoteli w Zjednoczonych Emiratach Arabskich, opublikowanych na platformach Tripadvisor oraz Google Reviews, umożliwiła wielowymiarowe ujęcie zagadnień bezpieczeństwa w hotelarstwie segmentu premium. Badanie objęło łącznie ponad 71 tysięcy recenzji dotyczących dwóch obiektów o zbliżonym prestiżu rynkowym, lecz odmiennych strategiach organizacyjnych: Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi oraz Jumeirah Burj Al Arab.

Uzyskane wyniki pozwalają sformułować wnioski wykraczające poza prostą ocenę poziomu bezpieczeństwa i skoncentrować się na jego percepcji, narracyjnym ujawnianiu oraz roli w zarządzaniu doświadczeniem gościa.

Na poziomie ogólnym analiza wykazała wysoką spójność wyników niezależnie od platformy publikacji opinii. W obu hotelach bezpieczeństwo funkcjonuje przede wszystkim jako domyślny standard luksusu, a nie jako problem wymagający częstego werbalizowania. Marginalna obecność pojęć *unsafe* oraz *insecure* (tabela 3) w analizowanych zbiorach świadczy o wysokim poziomie zaufania gości do samych obiektów.

W tym sensie bezpieczeństwo przejawia się raczej w braku narracji o zagrożeniu niż w bezpośrednich deklaracjach dotyczących jego odczuwania. Jak wynika z przeprowadzonej analizy, pojęcia *safe* i *safety* odnoszą się do emocjonalnego komfortu, spokoju, poczucia opieki oraz rodzinnego charakteru pobytu. Są one wykorzystywane jako element pozytywnej oceny doświadczenia, rzadko natomiast jako narzędzie refleksji nad konkretnymi zagrożeniami czy procedurami ochronnymi. Z kolei termin *security* koncentruje się wokół sfery operacyjnej: personelu ochrony, kontroli dostępu, weryfikacji uprawnień oraz organizacji przestrzeni. To właśnie w odniesieniu do *security* pojawiają się najbardziej szczegółowe, a zarazem najbardziej krytyczne narracje.

Tabela 3. Porównanie częstości użycia słów związanych z bezpieczeństwem w opiniach gości hoteli Jumeirah Burj Al Arab i Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi na platformie Tripadvisor i Google Reviews

	safe	*safety*	*secure*	*security*	*unsafe*	*insecure*
Tripadvisor						
Jumeirah Burj Al Arab	30	10	19	197	1	0
Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi	11	6	2	28	1	1
Google Reviews						
Jumeirah Burj Al Arab	15	0	14	50	0	0
Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi	11	0	2	20	2	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z: *Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi*. Tripadvisor. https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g294013-d507156-Reviews-Emirates_Palace_Mandarin_Oriental-Abu_Dhabi_Emirate_of_Abu_Dhabi.html [dostęp: 31.12.2025]; *Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi*. Google Maps – Reviews. https://www.google.com/maps/place/Emirates+Palace+Mandarin+Oriental [dostęp: 31.12.2025]; *Jumeirah Burj Al Arab*. Google Maps – Reviews. https://www.google.com/maps/place/Jumeirah+Burj+Al+Arab [dostęp: 31.12.2025]; *Jumeirah Burj Al Arab*. Tripadvisor. https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g295424-d302457-Reviews-Burj_Al_Arab_Jumeirah-Dubai.html [dostęp: 31.12.2025].

Istotnym wnioskiem jest fakt, że krytyka obecna w opiniach gości nie dotyczy braku bezpieczeństwa jako takiego, lecz stylu jego realizacji. Negatywne wypowiedzi odnoszą się przede wszystkim do sposobu komunikacji personelu ochrony, proporcjonalności kontroli, elastyczności procedur oraz pojedynczych uchybień operacyjnych. Nawet incydentalne użycia pojęcia *unsafe* mają charakter punktowy i odnoszą się do konkretnych problemów infrastrukturalnych, nie podważając ogólnego poczucia bezpieczeństwa w obiekcie. Brak narracji o trwałym zagrożeniu potwierdza, że bezpieczeństwo w badanym segmencie hotelarstwa jest postrzegane jako norma, a nie jako wartość wyróżniająca.

Na tym tle szczególnie wyraźnie ujawniają się różnice pomiędzy analizowanymi hotelami, które dotyczą nie poziomu ochrony, lecz modelu zarządzania bezpieczeństwem i sposobu jego doświadczania przez gości. Emirates Palace Mandarin

Oriental, Abu Dhabi reprezentuje model bezpieczeństwa wbudowanego w kulturę organizacyjną, styl obsługi oraz relacje z gośćmi. Ochrona działa dyskretnie, pozostając w tle codziennego doświadczenia pobytu. W narracjach gości bezpieczeństwo wzmacnia poczucie spokoju, komfortu psychicznego oraz rodzinnej swobody, szczególnie w kontekście dzieci, infrastruktury rekreacyjnej i rozległej przestrzeni obiektu. Język opinii sugeruje, że bezpieczeństwo jest tu zarządzane poprzez zaufanie, empatię i obecność wspierającą, a nie poprzez restrykcję czy nadmierną kontrolę.

W przypadku Jumeirah Burj Al Arab bezpieczeństwo stanowi wyraźny element struktury organizacyjnej oraz narracji marki. Goście mają silną świadomość obecności ochrony, punktów kontrolnych i zasad dostępu, które pełnią nie tylko funkcję zabezpieczającą, lecz także selekcyjną i symboliczną. Bezpieczeństwo jest tu integralnym składnikiem ekskluzywności i prestiżu, ale jednocześnie bywa doświadczane ambiwalentnie. W ocenach pojawia się napięcie pomiędzy logiką ochrony a logiką gościnności – bezpieczeństwo może wzmacniać poczucie wyjątkowości, lecz w niektórych sytuacjach generować dyskomfort, poczucie nadmiernej kontroli lub ograniczenia swobody.

Porównanie opinii publikowanych na obu platformach pozwala stwierdzić, że postrzeganie bezpieczeństwa jest zasadniczo zbieżne, choć ujawnia się poprzez różne akcenty znaczeniowe. Z perspektywy praktyki zarządzania oznacza to potrzebę takiego projektowania rozwiązań ochronnych, aby były one skuteczne, ale zarazem możliwie dyskretne, proporcjonalne i spójne z doświadczeniem pobytu w obiekcie premium. Szczególnego znaczenia nabiera komunikacja personelu z gośćmi, ponieważ sposób wyjaśniania procedur, styl interakcji oraz kultura obsługi współdecydują o tym, czy środki bezpieczeństwa są odbierane jako element troski, czy jako źródło dystansu i dyskomfortu. Wnioski te wskazują również, że w hotelarstwie premium bezpieczeństwo powinno być uwzględniane nie tylko w procedurach ochrony, lecz także w projektowaniu przestrzeni, organizacji ruchu gości oraz standardach kontaktu personelu z klientem.

Podsumowanie

Przeprowadzone badanie miało na celu analizę postrzegania bezpieczeństwa przez turystów korzystających z hoteli segmentu premium w Zjednoczonych Emiratach Arabskich na podstawie opinii publikowanych na dwóch wiodących platformach turystycznych – Tripadvisor oraz Google. Zastosowane metody pozwoliły uchwycić bezpieczeństwo nie tylko jako techniczny element funkcjonowania obiektów hotelowych, lecz przede wszystkim jako istotny komponent doświadczenia turystycznego oraz narzędzie zarządzania relacjami z gośćmi.

Uzyskane wyniki wskazują, że w narracjach gości bezpieczeństwo rzadko jest artykułowane wprost. Może to świadczyć o jego postrzeganiu jako elementu oczywistego

i domyślnego w hotelarstwie luksusowym oraz o wysokim poziomie zaufania do funkcjonujących rozwiązań ochronnych. Skuteczność systemów bezpieczeństwa ujawnia się zatem głównie w braku narracji o zagrożeniu, a nie w częstym deklarowaniu poczucia bezpieczeństwa. Jednocześnie kwestie te pojawiają się pośrednio poprzez odniesienia do komfortu psychicznego, spokoju, prywatności, czystości obiektu oraz profesjonalizmu personelu, co podkreśla ich znaczenie dla całościowego odbioru jakości pobytu. W przypadku Zjednoczonych Emiratów Arabskich, a zwłaszcza hoteli segmentu premium, bezpieczeństwo jest oczekiwane, lecz niewidoczne, dopóki nie zostanie naruszone.

Porównanie dwóch hoteli o zbliżonym poziomie prestiżu, lecz odmiennych strategiach organizacyjnych, pozwoliło zidentyfikować różne modele realizacji bezpieczeństwa w hotelarstwie segmentu premium. W jednym przypadku bezpieczeństwo przyjmuje formę relacyjną i dyskretną, opartą na zaufaniu oraz braku ostentacyjności działań ochronnych, co wzmacnia poczucie spokoju i swobody gości. W drugim modelu bezpieczeństwo ma charakter bardziej proceduralny i widoczny, co podkreśla ekskluzywność i selektywność dostępu, lecz jednocześnie tworzy ambiwalentne doświadczenia gości. Oba podejścia okazują się funkcjonalnie skuteczne, jednak prowadzą do odmiennych narracji w opiniach internetowych.

Wyniki badania wpisują się w ustalenia literatury dotyczącej zarządzania bezpieczeństwem i rezyliencji organizacyjnej, potwierdzając, że skuteczne systemy ochrony w hotelarstwie luksusowym cechują się wysoką efektywnością przy jednoczesnej niskiej widoczności dla klienta. Szczególne znaczenie ma w tym kontekście bezpieczeństwo rozumiane nie tylko jako ochrona przed zagrożeniami, lecz także jako element doświadczenia gościa, obejmujący poczucie komfortu, sprawczości i zaufania. Tak ujmowane bezpieczeństwo istotnie wpływa na postrzeganie jakości usług oraz satysfakcję gości.

Przeprowadzone badanie potwierdza również zasadność wykorzystania analizy opinii internetowych w badaniach nad bezpieczeństwem w turystyce. Metoda ta umożliwia identyfikację subtelnych mechanizmów percepcyjnych i narracyjnych, trudnych do uchwycenia za pomocą klasycznych metod ilościowych, a jednocześnie dostarcza wiedzy istotnej zarówno z perspektywy teoretycznej, jak i praktyki zarządzania w hotelarstwie segmentu premium.

Ograniczenia badania

Przedstawione badanie ma pewne ograniczenia, które należy uwzględnić przy interpretacji uzyskanych wyników. Przede wszystkim trzeba zaznaczyć, że ocena poziomu bezpieczeństwa w hotelarstwie ZEA wymaga uwzględnienia zmieniających się uwarunkowań regionalnych i geopolitycznych, które mogą okresowo wpływać na percepcję bezpieczeństwa oraz funkcjonowanie sektora turystycznego. Po drugie analiza

opiera się na opiniach gości publikowanych na platformach Tripadvisor i Google Reviews, które odzwierciedlają indywidualne doświadczenia oraz sposoby narracyjnego ujmowania kwestii bezpieczeństwa, a nie pełny obraz rozwiązań organizacyjnych stosowanych w badanych obiektach. Dodatkowo badanie koncentruje się wyłącznie na hotelach segmentu premium, co ogranicza możliwość generalizacji wyników na inne segmenty rynku hotelarskiego oraz odmienne konteksty kulturowe i destynacje turystyczne.

Pomimo wskazanych ograniczeń przyjęte podejście pozwala na identyfikację sposobów, w jakie zagadnienia bezpieczeństwa ujawniają się w narracjach gości luksusowych hoteli, oraz potwierdza użyteczność opinii internetowych jako źródła wiedzy wspierającej zarządzanie bezpieczeństwem i doświadczeniem gościa w hotelarstwie segmentu premium.

Bibliografia

Abu Dhabi Media Office. (2024). *Department of Culture and Tourism – Abu Dhabi records 4.8m hotel visitors received in emirate in 2024*. Abu Dhabi Government Media Office. https://www.mediaoffice.abudhabi/en/tourism/department-of-culture-and-tourism-abu-dhabi-records-4m-hotel-visitors-received-in-emirate-in-2024/ [dostęp: 30.12.2025].

Aletihad. (2025, January 15). *Abu Dhabi hotel sector booms with 5.8 million guests in 2024*. https://en.aletihad.ae/news/business/4579524/abu-dhabi-hotel-sector-booms-with-5-8-million-guests-in-2024 [dostęp: 30.12.2025].

Alrashdi, M. (2024, 26 lutego). *Dubai Tourism: Record visitors numbers in 2023*, Emirates NBD Research, https://www.emiratesnbdresearch.com/en/articles/dubai-tourism-2023 [dostęp: 30.12.2025].

Berezina, K., Cobanoglu, C., Miller, B. L., & Kwansa, F. A. (2012). The impact of information security breach on hotel guest perception of service quality, satisfaction, revisit intentions, and word-of-mouth. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 24*(7), 991–1010. https://doi.org/10.1108/09596111211258883

CEIC Data. (2025). *United Arab Emirates AE: International tourism: Number of arrivals*. World Bank. https://www.ceicdata.com/en/united-arab-emirates/tourism-statistics [dostęp: 30.12.2025].

Chan, E. S. W., & Lam, D. (2013). Hotel safety and security systems: Bridging the gap between managers and guests. *International Journal of Hospitality Management, 32*, 202–216. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.05.010

Chodyński, A. (2021). *Dynamika przedsiębiorczości i zarządzania innowacjami w firmach. Odpowiedzialność – prospołeczność – ekologia – bezpieczeństwo*. Oficyna Wydawnicza KAAFM.

Chodyński, A. (2024). Zarządzanie technologiami wodorowymi. Aspekty bezpieczeństwa ekologiczno-energetycznego. *Bezpieczeństwo. Teoria i Praktyka, 4*, 29–44. https://doi.org/10.48269/2451-0718-btip-2024-4-002

Chodyński, A., Podwysocka, B., Wolak, G., & Kapera, I. (2024). Przeciwdziałanie sytuacjom kryzysowym – rozmowa i prezentacja poglądów na temat zarządzania bezpieczeństwem w hotelarstwie. *Bezpieczeństwo. Teoria i Praktyka*, 1, 13–20. https://doi.org/10.48269/2451-0718-btip-2024-1-00W

Connecting Travel. (2024, May 22). *Ajman sees 9% upsurge in visitor numbers in Q1 2024*. https://connectingtravel.com/news/ajman-sees-9-upsurge-in-visitor-numbers-in-q1-2024-ct [dostęp: 30.12.2025].

Dubai Department of Economy and Tourism. (2024). *DET annual visitor report 2024*. https://www.dubaidet.gov.ae/en/research-and-insights/-/media/files/faqs/annual-visitor-report-2024/det-annual-visitor-report-2024.pdf [dostęp: 30.12.2025].

Dubai Department of Economy and Tourism. (2025, February 9). *Dubai welcomes 18.72 million international visitors in 2024 (+9% YoY)*. https://dmo.dof.gov.ae/en/news-and-publications/latest-press-releases/dubai-welcomes-1872-million-international-visitors-in-2024-plus9-yoy/ [dostęp: 30.12.2025].

Emirates NBD Research. (2024, February 26). *Dubai tourism sector hits new record in 2023*. https://www.emiratesnbdresearch.com/en/articles/dubai-tourism-2023 [dostęp: 30.12.2025].

Emirates NBD Research. (2025). *Dubai hotel market update*. https://www.emiratesnbdresearch.com/-/media/research/emirates-nbd-dubai-hotel-market-update.pdf [dostęp: 30.12.2025].

Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi. (n.d.). *Google Maps reviews*. https://www.google.com/maps/place/Emirates+Palace+Mandarin+Oriental [dostęp: 30.12.2025].

Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi. (n.d.). *Tripadvisor*. https://www.Tripadvisor.com/Hotel_Review-g294013-d507156-Reviews-Emirates_Palace_Mandarin_Oriental-Abu_Dhabi_Emirate_of_Abu_Dhabi.html [dostęp: 30.12.2025].

Global Media Insight. (2025, June 4). *Dubai tourism statistics 2025*. https://www.globalmediainsight.com/blog/dubai-tourism-statistics/[dostęp: 30.12.2025].

Hammad, A. A. R. (2020). Tall buildings in Dubai – Converting architecture into reality. *Urban Studies and Public Administration, 3*(2), 99–116. https://doi.org/10.22158/uspa.v3n2p99

Jumeirah Burj Al Arab. (n.d.). *Google Maps reviews*. https://www.google.com/maps/place/Jumeirah+Burj+Al+Arab [dostęp: 30.12.2025].

Jumeirah Burj Al Arab. (n.d.). *Tripadvisor*. https://www.Tripadvisor.com/Hotel_Review-g295424-d302457-Reviews-Burj_Al_Arab_Jumeirah-Dubai.html [dostęp: 30.12.2025].

Kapera, I., & Kapera, J. (2014). Bezpieczeństwo w hotelarstwie polskim. *Bezpieczeństwo. Teoria i Praktyka*, 3, 69–79. https://repozytorium.uafm.edu.pl/server/api/core/bitstreams/09f145a9-e5a3-44fe-96db-944ce14c6de2/content [dostęp: 30.12.2025].

Mansfeld, Y., & Pizam, A. (Eds.). (2006). *Tourism, Security and Safety: From Theory to Practice*. Butterworth-Heinemann.

Marine-Roig, E., & Huertas, A. (2020). How safety affects destination image projected through online travel reviews. *Journal of Destination Marketing & Management*, *18*, article 100469, https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100469

Ministry of Economy. (2022). *Tourism sector indicators in the UAE 2022*. Ministry of Economy – United Arab Emirates. https://www.moet.gov.ae/en/-/tourism-sector-indicators-in-2022 [dostęp: 30.12.2025].

Ministry of Economy. (2024). *UAE tourism sector witnesses steady growth with hotel establishment revenues increasing by 7 per cent to reach AED 24.6 billion in H1 2024*. Ministry of Economy – United Arab Emirates. https://www.moet.gov.ae/en/-/ministry-of-economy-uae-tourism-sector-witnesses-steady-growth-with-hotel-establishment-revenues-increasing-by-7-per-cent-to-reach-aed-24.6-billion-in-h1-2024 [dostęp: 30.12.2025].

Podwysocka, B. (2024). Determinanty funkcjonowania systemu zarządzania kryzysowego w branży hotelarskiej. In D. Fatuła & A. Bałamut (Eds.), *Społeczne aspekty zarządzania organizacjami wobec zmienności otoczenia* (pp. 143–159). Oficyna Wydawnicza AFM. https://doi.org/10.48269/978-83-67491-42-6-C

Seabra, C., Dolnicar, S., Abrantes, J. L., & Kastenholz, E. (2013). Heterogeneity in risk and safety perceptions of international tourists. *Tourism Management, 36*, 502–510. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.008

Sharjah Commerce and Tourism Development Authority. (2025). *Sharjah Hospitality Statistics Report, Year 2024.* https://www.sharjahtourism.ae/wp-content/uploads/2025/03/Statistics-Report-Yr-2024.pdf [dostęp: 30.12.2025].

Sparks, B. A., & Browning, V. (2011). The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust. *Tourism Management, 32*(6), 1310–1323. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.12.011

Tawfik, M. J.,& Faris, J. M. (2023). Technical work and its design Image in the interior space: (as a case study of the Burj Al Arab hotel as a model). *Journal of Techniques***,** *5*(1), 260–266. https://doi.org/10.51173/jt.v5i1.586

Yadav, N., Verma, S., & Chikhalkar, R. (2024). Online reviews towards reducing risk. *Journal of Tourism Futures*, *10*(2), 299–316, https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0016

Yang, E. C. L., & Nair, V. (2014). Tourism at risk: A review of risk and perceived risk in tourism. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism, 3*(2), 239–259. https://doi.org/10.7603/s40930-014-0013-z

Postrzeganie bezpieczeństwa przez turystów przyjeżdżających do Zjednoczonych Emiratów Arabskich w kontekście usług hotelarskich segmentu premium

Streszczenie

Artykuł podejmuje problematykę obecności i znaczenia zagadnień bezpieczeństwa w doświadczeniach turystów korzystających z luksusowych obiektów hotelowych w Zjednoczonych Emiratach Arabskich. Postępowanie badawcze oparto na analizie materiałów źródłowych, obserwacji własnej przeprowadzonej podczas pobytu w badanej destynacji oraz wizyt w hotelach: Jumeirah Burj Al Arab i Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi. Istotnym uzupełnieniem badań była jakościowa analiza ponad 70 tys. opinii gości publikowanych na platformach Tripadvisor i Google Reviews, ze szczególnym uwzględnieniem odniesień do kwestii bezpieczeństwa. Uzyskane wyniki wskazują, że zagadnienia bezpieczeństwa rzadko są artykułowane wprost w narracjach gości hotelowych, co może świadczyć o postrzeganiu bezpieczeństwa jako immanentnego elementu oferty segmentu premium lub o wysokim poziomie zaufania do funkcjonujących rozwiązań. Jednocześnie bezpieczeństwo ujawnia się pośrednio poprzez opisy dotyczące kontroli dostępu, prywatności, czystości oraz zachowania personelu. Przeprowadzona analiza potwierdza, że opinie gości mogą stanowić istotne źródło wiedzy wspierające doskonalenie zarządzania bezpieczeństwem oraz wzmacnianie rezyliencji organizacyjnej w hotelarstwie segmentu premium.

Słowa kluczowe: zarządzanie, bezpieczeństwo, hotelarstwo, turystyka, Zjednoczone Emiraty Arabskie

Perception of safety by tourists visiting the United Arab Emirates in the context of premium hospitality services

Abstract

The article addresses the presence and significance of safety-related issues in the experiences of tourists using luxury hotel facilities in the United Arab Emirates. The research procedure was based on an analysis of source materials, the author's own observations conducted during stays in the studied destination, and visits to the hotels: Jumeirah Burj Al Arab in Dubai and Emirates Palace Mandarin Oriental, Abu Dhabi. An important complement to the research was a qualitative analysis of guest reviews (over 70, 000) published on online platforms Tripadvisor and Google Reviews, with particular attention paid to references related to safety.

The findings indicate that safety issues are rarely articulated explicitly in hotel guests' narratives, which may suggest that safety is perceived as an inherent component of the premium hospitality offering or reflects a high level of trust in existing protective measures. At the same time, safety emerges indirectly through narratives concerning access control, privacy, cleanliness, and staff behaviour. The analysis demonstrates that guest reviews can constitute a valuable source of knowledge supporting the improvement of safety management and the strengthening of organisational resilience in the premium hospitality sector.

Keywords: management, safety, hospitality, tourism, United Arab Emirates

Wkład autorów / Author Contributions

Konceptualizacja / Conceptualization: I.K.
Metodologia / Methodology: I.K.
Analiza formalna / Formal analysis: I.K.
Badania / Investigation: I.K.
Zasoby / Resources: I.K.
Przygotowanie wersji wstępnej / Writing – original draft: I.K.
Recenzja i edycja / Writing – review & editing: I.K.

Materiały dodatkowe / Supplementary Materials

Nie dotyczy / Not applicable.

Finansowanie / Funding

Badania nie otrzymały żadnego zewnętrznego finansowania. / This research received no external funding.

Oświadczenie o zatwierdzeniu etycznym / Ethics Approval Statement

Nie dotyczy / Not applicable.

Oświadczenie o świadomej zgodzie / Informed Consent Statement

Nie dotyczy / Not applicable.

Oświadczenie o dostępności danych / Data Availability Statement

Dane analizowane w niniejszym badaniu pochodziły z publicznie dostępnych opinii użytkowników Tripadvisor i Google Reviews. Przetworzone dane powstałe w toku badania są dostępne u autora na uzasadnioną prośbę. / The data analyzed in this study came from

publicly available user reviews on Tripadvisor and Google Reviews. The processed data generated during the study are available from the author upon request.

Declaration of Generative AI Use
No artificial intelligence tools were used in the preparation of this manuscript.

Podziękowania / Acknowledgments
Nie dotyczy / Not applicable.

Konflikt interesów / Conflict of Interest
Izabela Kapera dołączyła do zespołu redakcyjnego czasopisma „Bezpieczeństwo. Teoria i Praktyka" jako redaktorka sekcji tematycznej w lipcu 2026 roku. Proces redakcyjny i recenzje niniejszego artykułu zostały w pełni zakończone przed objęciem stanowiska. Artykuł został złożony 30 grudnia 2025 roku i przyjęty 9 marca 2026 roku. Autorka nie brała udziału w procesie redakcyjnym ani decyzyjnym dotyczącym niniejszego manuskryptu. / Izabela Kapera joined the editorial team of Security: Theory and Practice as a thematic section editor in July 2026. The editorial and peer review processes for this manuscript were fully completed prior to this appointment. The article was submitted on December 30, 2025, and accepted on March 9, 2026. The author had no role in the editorial handling or decision-making process of this manuscript.