

Izabela Kapera

ORCID 0000-0003-1691-5275

Krakowska Akademia im. A. Frycza Modrzewskiego
Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych
lowczowska@poczta.onet.pl

ROZWÓJ ZRÓWNOWAŻONY W HOTELARSTWIE – MIĘDZY TEORIA I PRAKTYKĄ W POLSCE¹

Abstrakt: Celem autorki artykułu jest analiza stanu obecnego, możliwości i barier w implementacji koncepcji zrównoważonego rozwoju do praktyki hotelarstwa w Polsce. W artykule zaprezentowano to zagadnienie w oparciu o zarys kształtowania się oraz wdrażania koncepcji rozwoju zrównoważonego w odniesieniu do hoteli. Ukazano przykłady dobrych praktyk w zakresie wprowadzania omawianych zasad, a następnie uwypuklono problemy związane z realizacją tej koncepcji w praktyce.

Słowa kluczowe: turystyka, rozwój zrównoważony, hotelarstwo.

1. WPROWADZENIE

Rosnące zainteresowanie zagadnieniem rozwoju zrównoważonego, a w konsekwencji presja mediów, rządu i konsumentów na większą aktywność w tej dziedzinie zmusza coraz więcej firm do wdrażania polityki przyjaznej środowisku. Zrównoważony rozwój w odniesieniu do przedsiębiorstw to umiejętność długofalowego utrzymania firmy dzięki zyskom, efektywności środowiskowej i zaangażowaniu społecznemu, które wspólnie warunkują długotrwały rozwój. Zrównoważony rozwój w branży hotelarsko-gastronomicznej odnosi się do innowacyjnych sposobów radzenia sobie z ciągle rosnącymi kosztami energii i wody, a także moralnych, etycznych, społecznych i politycznych argumenty przemawiających za podejmowaniem omawianych działań (SLOAN, LEGRAND, CHEN 2009). W ostatnich latach branża hotelarska coraz częściej zaczyna brać odpowiedzialność za środowisko (VAN RHEEDE, BLOMME 2012) i choć niektóre praktyki w zakresie zrównoważonego rozwoju należy uznać niemal za uniwersalne, to jednak ich stosowanie w obiekcie wciąż nie ma takiego znaczenia przy wyborze hotelu przez klienta, jak cena i wygoda (BRUNS-SMITH i in. 2015). Zainteresowanie hotelarzy omawianą aktywnością wynika z kilku powodów. Po pierwsze liczba osób poszukujących zakwaterowania odznaczającego się dbałością o środowisko stale rośnie (FERMANI, CRESPI, STARA 2016). Według wcześniejszych analiz autorki ponad 60% gości uważa, że w hotelach powinny być podejmowane

działania proekologiczne, co ma związek z ochroną środowiska, oszczędnością kosztów operacyjnych oraz efektami promocyjnymi i pozytywnym wpływem na wizerunek tych obiektów (KAPERA, WSZENDYBYŁ-SKULSKA 2017). Na rynku usług turystycznych pojawił się nowy rodzaj konsumentów, którzy są w stanie ponieść wyższe koszty zakupu produktów ekologicznych (NIEZGODA 2010). Jak prognozuje M. HENDEL (2016), w przyszłości, gdy związek między środowiskiem i społeczeństwem będzie dla konsumenta zrozumialszy niż obecnie, czynnik środowiskowy może stać się elementem przesądającym o zakupie. Wzrost wymagań konsumentów i zmiana ich zachowań nabywczych, a także wyłonienie się nowych modeli konsumpcji wymagają uwzględnienia tego przez branżę turystyczną (HENDEL, ŻEMŁA 2016). Coraz częściej menedżerowie usług hotelarskich chcą wiedzieć, w jaki sposób zrównoważone systemy zarządzania mogą zostać zintegrowane z ich działalnością, a przez to utrzymać i poprawić wyniki finansowe (SLOAN, LEGRAND, CHEN 2009). Trudno jednak nie dostrzec pewnych rozbieżności, które widoczne są podczas analizy omawianego zagadnienia. Hotelarstwo tworzy warunki umożliwiające dostęp do atrakcji turystycznych. W związku z tym zarysowuje się tendencja do lokalizacji hoteli na terenach atrakcyjnych przyrodniczo, co stoi w sprzeczności z ideą rozwoju zrównoważonego. Bywa, że postulaty niwelowania presji turystyki na

najcenniejsze przyrodniczo tereny pozostają w kolizji z planami jej rozwoju, zakładającymi np. budowę dużych obiektów noclegowych (*Pogranicze polsko-słowackie. Dostępność transportowa a turystyka* 2012). Jednocześnie w branży coraz częściej dąży się do wdrażania zrównoważonego rozwoju, jednak z drugiej strony polityka hoteli jest ukierunkowana głównie na często rzucaną się w oczy konsumpcję, która pod wieloma względami jest jego antytezą (JONES, HILLIER, COMFORT 2016). Na poziomie korporacyjnym kilka głównych międzynarodowych sieci hotelowych w coraz większym stopniu podkreśla zaangażowanie w zrównoważony rozwój i włącza go w swoją podstawową strategię biznesową. Dzieje się to przy jednoczesnym dążeniu do stałego wzrostu, który implikuje ogromne zapotrzebowanie na zasoby środowiskowe. W świetle przytoczonych spostrzeżeń celem badań jest analiza stanu obecnego, możliwości i barier implementacji koncepcji zrównoważonego rozwoju do praktyki hotelarstwa w Polsce. W realizacji zamierzenia pomocna była kwerenda, podczas której dokonano analizy polskich i zagranicznych materiałów źródłowych, w tym raportów, ekspertyz i strategii związanych z rozwojem zrównoważonym. Przeprowadzone postępowanie badawcze wykazało, że w literaturze krajowej występuje niewiele wydawnictw zwartych, w których omawiana jest koncepcja rozwoju zrównoważonego w odniesieniu do przedsiębiorstw hotelarskich. Na ową lukę poznawczą zwraca uwagę E. SZYMAŃSKA (2014), sygnalizując jednocześnie konieczność zacieśnienia współpracy między przedsiębiorcami a uczelniami wyższymi, kształcącymi i prowadzącymi badania w omawianym zakresie.

2. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ I HOTELARSTWO

Termin „zrównoważony rozwój” jest coraz częściej stosowany w wielu dziedzinach, jednak jego koncepcja, choć dziś już powszechna, w dalszym ciągu nastrocza trudności związanych zarówno z definiowaniem i pomiarem, jak i ze zastosowaniem jej zasad w praktyce. Zdaniem L. Butowskiego w literaturze przedmiotu dominuje opisowy styl w odniesieniu do turystyki zrównoważonej oraz wielokierunkowość, której efektem jest niejednoznaczność w definiowaniu zjawiska (BUTOWSKI 2013). Z kolei M. Kazimierczak zwraca uwagę na to, że „idea zrównoważonego rozwoju, skonfrontowana z realiami świata późnego kapitalizmu, uświadamia istnienie głębokiego rozdźwięku pomiędzy deklaracjami i hasłami zrównoważenia a rzeczywistą praktyką, także w sferze turystycznej, i to na poziomie globalnym, jak i lokalnym”

(KAZIMIERCZAK 2010, s. 9). Do zbliżonych wniosków dochodzi M. MIKA (2015), twierdząc, że próby realizowania idei turystyki zrównoważonej ukazały, iż jej założenia koncepcyjne są bardzo niedopasowane do realiów rozwoju turystyki oraz cech rozwoju społeczno-gospodarczego. Problem wynika między innymi z niewielkich chęci turystów do samoograniczenia, osobistego poświęcenia i rezygnacji ze swobody decyzyjnej w trakcie wyjazdów turystycznych, a także z tego faktu, że wymóg zachowania równowagi na gruncie przyrodniczym, społecznym i ekonomicznym w odniesieniu do podmiotów rynku turystycznego stanowi w rzeczywistości barierę jego funkcjonowania (MIKA 2015). O stanie bliskim idei zrównoważonego rozwoju mówi się wtedy, gdy aktywne podmioty układu wykazują chęć do wprowadzenia samoograniczeń (KOWALCZYK 2010). W działalności dużych systemów i sieci hotelowych strategia rozwoju zrównoważonego jest często elementem szerszej polityki firmy. Otwarte jednak pozostaje pytanie o to, czy hotele, które należą do międzynarodowych systemów oraz sieci hotelowych i charakteryzują się ustandaryzowaniem produktu, począwszy od jednolitych budynków, pokoi, usług, na ofercie gastronomicznej skończywszy, w rzeczywistości uwzględniają lokalną specyfikę. Zwracał na to już uwagę J. KRONENBERG (2011), analizując wspomniane zagadnienie na przykładzie obiektu w Tomaszowicach. Mimo głosów krytycznych o tej koncepcji idea konsekwentnie się rozwija, a dobrowolne, czasami przypadkowe inicjatywy ewoluowały niejednokrotnie w złożoną i zdyscyplinowaną strategię biznesową, uwzględniającą wymagania klientów i interesariuszy. Omawiane zagadnienie pozostaje w związku z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu, choć należy podkreślić, że oba podejścia nie są ze sobą tożsame. Jak pisze A. PRZYBYLSKA (2012), społeczna odpowiedzialność biznesu to przede wszystkim takie zarządzanie firmą, by wniosła ona jak najwięcej w zrównoważony rozwój społeczeństwa, w praktyce charakteryzujące się „przemysłanymi działaniami na rzecz środowiska, określoną polityką personalną, wspieraniem społeczności lokalnej w zakresie produktów lokalnych oraz ich dostawców” (PRZYBYLSKA 2012, s. 354). Istota koncepcji społecznej odpowiedzialności została dostrzeżona zarówno przez właścicieli przedsiębiorstw, jak i innych podmiotów. Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna w 2010 r. opublikowała normy ISO 26000, *Guidance on social responsibility*. W dokumencie mającym zastosowanie we wszystkich organizacjach, w tym publicznych, prywatnych czy o charakterze non-profit, zawarto wytyczne na temat społecznej odpowiedzialności, rozumianej jako „odpowiedzialność organizacji za wpływ podejmowanych przez nią decyzji i działań na społeczeństwo i środowisko poprzez przejrzyste i etyczne postępowanie, które:

- przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, w tym zdrowia i dobrobytu społeczeństwa;
- uwzględnia oczekiwania interesariuszy (osób lub grup, które są zainteresowane decyzjami czy działaniami organizacji);
- jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami postępowania;
- jest zintegrowane z działaniami organizacji i praktykowane w jej działaniach podejmowanych w obrębie jej sfery oddziaływania" (ISO 26000, *Guidance on social responsibility* 2010).

Celem społecznej odpowiedzialności jest wspieranie rozwoju zrównoważonego (PN-ISO 2600: 2012 2012), jednak próżno szukać jego jednolitej, uznanej przez wszystkich definicji. Dodatkowo, w związku ze zmianą spojrzenia na zrównoważony rozwój, już obecne formuły ewoluują. Z uwagi na charakter opracowania i konieczność oparcia się na formalnej definicji w niniejszej publikacji przyjęto, że rozwój zrównoważony to taki rozwój społeczno-gospodarczy, w którym następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych, z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości podstawowych procesów przyrodniczych, w celu zagwarantowania możliwości zaspokajania podstawowych potrzeb poszczególnych społeczności lub obywateli zarówno współcześnie, jak i w przyszłości (*Ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska* 2001). Obecnie coraz więcej firm uznaje zrównoważony rozwój za jeden z czynników decydujących o przewadze konkurencyjnej. Trend ten wynika z wielu czynników, do których należą np.: konieczność dostosowania się do regulacji prawnych; obawy dotyczące kosztów i niedoboru zasobów naturalnych; narastająca świadomość opinii publicznej czy akcjonariuszy co do znaczenia świadomości społecznej; coraz większe zainteresowanie mediów; próba wyróżnienia się na tle konkurencji i poprawienie reputacji firmy (JONES, HILLIER, COMFORT 2016). Podobnie jak w przypadku innych dziedzin gospodarki, tak i w turystyce obserwuje się wzmoczenie badań nad zrównoważonym rozwojem. Jednak zrównoważone hotelarstwo bywa wciąż stosunkowo rzadko postrzegane jako obszar badań, tymczasem jest ono bardzo istotne w szerszym kontekście studiów nad zrównoważoną turystyką, w oparciu o jej wpływ i szczególną pozycję w ramach analizowanych systemów społeczno-ekologiczno-gospodarczych (MELISSEN 2013). P. JONES, D. HILLIER, D. COMFORT (2016) zwracają uwagę na kilka wątków podejmowanych w literaturze światowej w odniesieniu do zrównoważonego hotelarstwa. Dotyczą one przede wszystkim: projektowania „zielonych” hoteli, minimalizacji zużycia energii, roli innowacji technologicznych w osiągnięciu zrównoważonego rozwoju, zrównoważonej turystyki, marketingu zrównoważonego rozwoju, spojrzenia od strony konsumentów i zarządzania zasoba-

mi ludzkimi. Podstawowy problem, który pojawia się również tutaj, dotyczy sposobu definiowania zrównoważonego rozwoju w branży hotelarsko-gastronomicznej. O ile w podejściu naukowym uwzględnia się zaspokajanie potrzeb współczesnych gości, hotelarzy i interesariuszy z dbałością o przyszłe pokolenia, o tyle przedstawiciele przemysłu hotelarskiego patrzą na to zagadnienie przez pryzmat celów i strategii biznesowych. W ten sposób wiodące sieci hotelowe na świecie opracowują programy zrównoważonego rozwoju, które są przygotowywane w dużej mierze (choć niekoniecznie wyłącznie) ze względu na interesy handlowe. W takiej sytuacji kładzie się nacisk na zwiększenie wydajności w wielu płaszczyznach środowiskowych i społecznych, a nie na utrzymaniu naturalnych ekosystemów czy wyczerpujących się zasobów (JONES, HILLIER, COMFORT 2016). Większość głównych graczy na rynku hotelarskim jest publicznie zaangażowana w strategiczne korporacyjne programy zrównoważonego rozwoju i sporo z nich podaje do publicznej wiadomości informacje na temat swoich zobowiązań oraz osiągnięć w odniesieniu do troski o środowisko przyrodnicze i społeczne. Problem pojawia się w przypadku mniejszych hoteli, które nie są zrzeszone w międzynarodowych systemach i sieciach hotelowych. Podejmowane przez te obiekty działania tego typu albo nie są tak powszechne, albo nie zalicza się ich do przedsięwzięć z zakresu rozwoju zrównoważonego.

Analiza literatury pozwala dostrzec problem związany z zaangażowaniem w ich działania na rzecz rozwoju zrównoważonego wewnętrznych interesariuszy (JONES, HILLIER, COMFORT 2016). Niejednokrotnie wiąże się to z kwestią edukowania pracowników w omawianym zakresie. Pomimo dużego zainteresowania zagadnieniem zrównoważonego rozwoju rzadko jest on uwzględniany w ramach programu nauczania na kierunkach związanych z turystyką, a szczególnie z hotelarstwem. W 2012 r. w Polsce przeprowadzone zostało badanie, którego celem było przygotowanie ekspertyzy dotyczącej edukacji w zakresie zrównoważonego rozwoju. Z raportu wynika między innymi, że: brakuje jednej sformalizowanej struktury/sieci współpracy i to zarówno w odniesieniu do szkolnictwa, jak i do współpracy pomiędzy jednostkami szkolnymi a przedsiębiorcami – potencjalnymi pracodawcami absolwentów (*Ekspertyza dotycząca edukacji dla zrównoważonego rozwoju w Polsce* 2012).

3. HOTELARSTWO W POLSCE W KONTEKŚCIE ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO

W Polsce nawiązanie do zasad zrównoważonego rozwoju jest uwypuklone w art. 5 *Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej*. Poza nią idea ta została uwzględniona

także w wielu innych aktach prawnych i dokumentach strategicznych. Obowiązująca obecnie *Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 r.)* jest główną strategią rozwojową kraju. Jej zasadniczym celem jest „tworzenie warunków dla wzrostu dochodów mieszkańców Polski przy jednoczesnym wzroście spójności w wymiarze społecznym, ekonomicznym, środowiskowym i terytorialnym” (*Strategia na rzecz... 2017*). W odniesieniu do samej turystyki przyjęte zostały: *Program rozwoju turystyki do 2020 r.* oraz *Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020*. Pierwszy z wspomnianych programów zakłada „wzmocnienie konkurencyjnej i innowacyjnej turystyki poprzez wspieranie przedsiębiorstw, organizacji i instytucji oraz inicjatyw sektora turystyki z poszanowaniem zasad zrównoważonego rozwoju” (*Program rozwoju turystyki... 2015*). Wyznaczone w dokumencie cele operacyjne również nawiązują do idei rozwoju zrównoważonego. W zamierzeniach tych podkreśla się znaczenie innowacyjności, nawiązuje do wzmocnienia aktywności społecznej i przedsiębiorczości w sektorze turystyki oraz zwiększenia kompetencji kadr. W ostatnim celu operacyjnym została podniesiona kwestia zagospodarowania i modernizacji przestrzeni dla rozwoju turystyki oraz infrastruktury turystycznej, przy przestrzeganiu zasad zrównoważonego rozwoju i przepisów ochrony środowiska (*Program rozwoju turystyki... 2015*). Z kolei w strategii marketingowej wprawdzie znalazły się odniesienia do światowych trendów w turystyce, wśród których wymienia się wprost rozwój zrównoważony, ale w całym dokumencie brakuje kompleksowego podejścia do wdrażania zasad omawianej koncepcji. W obowiązującym obecnie prawodawstwie, bezpośrednio związanym z turystyką, również nie występują takie tendencje. Tymczasem brak odpowiednich zapisów nie obliżuje przedstawicieli branży do wdrażania omawianych zasad. Wśród innych dokumentów w kontekście omawianego zagadnienia należy także wymienić opracowaną w 2012 r. *Polską Normę PN-ISO 26000: 2012*, zawierającą wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności. Jest ona tłumaczeniem angielskiej wersji *Normy Międzynarodowej ISO 26000: 2010*, która powstała po to, aby ułatwić organizacjom podejmowanie działań przyczyniających się do zrównoważonego rozwoju (*PN-ISO 26000: 2012 2012*). Może być pomocna w działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju, podejmowanych przez przedsiębiorstwa hotelarskie. Należy podkreślić, że liczba obiektów bazy noclegowej sukcesywnie rośnie. W Polsce w 2017 r. było 10 681 obiektów noclegowych (*Turystyka w 2017 2018*). Na terenie kraju jest też duże rozdrobienie struktury własnościowej bazy noclegowej. Dominują obiekty indywidualne, prowadzone bezpośrednio przez właścicieli, a udział hoteli funkcjonujących pod międzynarodową marką wynosi 6% (*Polska. Market Insights*.

Raport roczny 2016). Właściciele obiektów przynależnych do międzynarodowych systemów i sieci hotelowych są często zobowiązane do prowadzenia działań na rzecz rozwoju zrównoważonego w związku ze strategiami stosowanymi w odniesieniu do danej marki. Główni przynależni do tych systemów gracze działający na polskim rynku hotelarskim najczęściej opracowywali strategię rozwoju zrównoważonego oraz sposoby monitorowania efektów działań w oparciu o swoje wytyczne. Jak wykazały analizy M. SZTORC (2017), implementacja strategii zrównoważonego rozwoju w badanych koncernach hotelowych traktowana jest jako kluczowy element promocji poszczególnych sieci. Z kolei w przypadku obiektów niezależnych w odniesieniu do rozwoju zrównoważonego mocną stroną stanowi gościnność, przyjacielskie nastawienie i kontakt z gośćmi (DOMINIK 2017). J. SALA (2009) dodaje także, że to właśnie te hotele są odbiciem lokalnej kultury oraz środowiska, a w swej działalności najlepiej odpowiadają potrzebom rynku lokalnego.

4. DZIAŁANIA NA RZECZ ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO W HOTELU

Przedsiębiorstwa hotelarskie powinny angażować się w działania proekologiczne, prospołeczne, mające na celu dobro pracowników oraz gości (BORKOWSKA-NISZCZOTA 2015). Działalności w branży hotelarskiej coraz częściej towarzyszy wysiłek, by kontrolować koszty poprzez praktyki, takie jak np. ograniczanie zużycia wody i energii. W dzisiejszych czasach dodatkowy impuls do podejmowania wymienionych działań stanowi zainteresowanie konsumentów wpływem przedsiębiorstw na środowisko. Jednak mimo wieloletnich zabiegów na rzecz ochrony środowiska zużycie energii i zasobów w hotelach nadal jest znaczące. Wysiłki te mimo wszystko przynoszą podwójną korzyść w postaci oszczędności dla przedsiębiorstwa i korzyści dla środowiska. Jednocześnie zrównoważony rozwój wymaga poświęcania większej uwagi lokalnym społecznościom. Zaangażowanie w życie społeczne powinno mieć charakter ciągły i przejawiać się pomocą w rozwiązywaniu problemów społecznych, opieraniem współpracy na partnerstwie, propagowaniem kultury i edukacji oraz wspieraniem inwestycji społecznych (BORKOWSKA-NISZCZOTA 2015). E. MAZUR-WIERZBICKA (2018) przeprowadziła analizę działań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu w wybranych grupach hoteli. Wynika z niej, że w obiektach noclegowych dotyczą one przede wszystkim pracowników (programy dotyczące odpowiedzialności za zdrowie i bezpieczeństwo pracowników, szkolenia, aktywna polityka w zakresie mobilności i rozwoju kariery zawodowej, prowadzenie przyjaznej polityki

Tab. 1. Przykłady działań proekologicznych i prospołecznych, podejmowanych przez przedstawicieli obiektów świadczących usługi hotelarskie

Podjęte działanie	Charakterystyka
Na etapie projektowania i budowy obiektu	
Lokalizacja obiektu	Wybór lokalizacji obiektu ma wpływ na podejmowane później działania w zakresie działań proekologicznych i prospołecznych. Lokalizacja ta zależy między innymi od typu obiektu. Umieszczenie w zabudowie miejskiej (częste w przypadku hoteli biznesowych) stwarza możliwość wykorzystania dostępnych już źródeł energii i odprowadzania ścieków. Z kolei w przypadku hoteli zlokalizowanych poza obszarami dużych miast (hotele uzdrowiskowe, wypoczynkowe) daje większą możliwość zastosowania alternatywnych form pozyskiwania energii elektrycznej i ciepłej.
Usytuowanie obiektu i rozmieszczenie pomieszczeń	Pomieszczenia wymagające dostępu do światła słonecznego powinny być projektowane od strony południowej, a takie jak kuchnia, czy część magazynowa – zorientowane w stronę północną.
Zastosowanie ekologicznej technologii budowlanej i odpowiednich materiałów budowlanych	Dotyczy to decyzji co do zastosowanych materiałów, termoizolacji budynku, sposobów pozyskiwania energii (alternatywne źródła energii), oszczędzania wody i odprowadzania ścieków.
Ekologicznie wyposażone wnętrza, w tym zastosowanie wycofanych z eksploatacji elementów	Może się to odnosić np. do mebli, wykładzin, armatury, sprzętu RTV.
Zieleń jako element środowiskowy	Zaplanowanie obszarów zielonych na zewnątrz obiektu i wykorzystanie roślin w jego wnętrzu.
Działania prospołeczne	Korzystanie z miejscowych zasobów siły roboczej i z produktów wytworzonych przez lokalnych mieszkańców.
Podczas eksploatacji obiektu	
Woda oraz ścieki	Redukcja zużycia wody poprzez zastosowanie perlatorów, zagospodarowanie uprzednio zmagazynowanej wody deszczowej, zwracanie się do gości z prośbą o jej oszczędzanie.
Energia elektryczna i ciepła	Oszczędność energii poprzez zastosowanie systemu elektronicznego dostępu, urządzeń z odpowiednimi certyfikatami energetycznymi, żarówek energooszczędnych, alternatywnego ogrzewania.
Odpady komunalne	Zmniejszenie masy odpadów poprzez użytkowanie produktów w dużych opakowaniach, stosowanie materiałów wielokrotnego użytku, zachęcanie oraz motywowanie pracowników i gości do sortowania odpadów, stosowanie pojemników umożliwiających segregację śmieci, wykorzystywanie nieużytkowanych przedmiotów do ozdoby (szczególnie tych, które oddają specyfikę regionu).
Certyfikaty i standardy ekologiczne	The Green Key, Ecolabel, Green Globe, Trevelife i inne, odpowiednie normy ISO.
Usługi hotelarskie	W jednostce mieszkalnej: zachęcanie gości do oszczędzania energii, wody oraz do segregowania śmieci. W ramach usług gastronomicznych: „zielone menu”, lokalne produkty. W obrębie usług dodatkowych: konferencje, w trakcie których dba się o ekologię (np. poprzez oszczędzanie papieru), spotkania i uroczystości, podczas których ma się na uwadze i wprowadza elementy działań związanych ze zrównoważonym rozwojem.
Działania wobec pracowników	Przeciwdziałanie dyskryminacji, ochrona praw pracowniczych, dialog z pracownikami. Dbałość o nich, np. poprzez pakiety zdrowotne oraz sportowe, atrakcyjne szkolenia. Prowadzenie działań (dotyczących zatrudnienia) w zakresie równouprawnienia płci, rozwoju zawodowego pracowników, ich mobilności i tworzenia wielopokoleniowego zespołu. Szkolenia pracowników i powołanie osób odpowiedzialnych za wdrożenie omawianych zasad, opracowanie polityki środowiskowej oraz monitoring tych działań.
Działania wobec klientów	Stosowanie uczciwych praktyk w zakresie marketingu, umów, informacji, edukacji, zaangażowanie w bezpieczeństwo i jakość obsługi. Informowanie klientów o prowadzonej działalności. Zamieszczanie w obiekcie znaków/piktogramów informujących gości o możliwości oszczędzania zasobów wody oraz energii elektrycznej i ciepłej. Docenianie, nagradzanie klientów za podjęcie tego rodzaju aktywności.
Zobowiązania względem partnerów	Uczciwe relacje z podmiotami współpracującymi. Informowanie partnerów o omawianych zasadach i obietnica stosowania ich, a także branie pod uwagę przy wyborze współników prowadzenia przez nich działalności w tym zakresie. Współpraca na rzecz rozwoju zrównoważonego.
Zobowiązania wobec społeczności lokalnych	Ukierunkowane na prowadzenie dialogu społecznego. Pozyskiwanie produktów od lokalnych producentów, wsparcie organizacji pozarządowych, szczególnie lokalnych, inicjatywy na rzecz domów dziecka, szkół, pomoc dzieciom z rodzin będących w trudnej sytuacji.

Źródło: opracowanie własne.

kadrowej, nowoczesne systemy motywacyjne) (MAZUR-WIERZBICKA 2018). Bywają też realizowane w odniesieniu do społeczności lokalnej. Wśród tych przedsięwzięć autorka wyróżniła następujące inicjatywy: respektowanie społecznych i etycznych zasad wartości w firmie i u lokalnych społeczności, działania dobroczynne, udzielanie pomocy domom dziecka, szkołom, przedszkolom, różnym organizacjom, niepełnosprawnym, udział w programie ochrony dzieci przed wykorzystywaniem seksualnym, hotele przyjazne rodzinom. Z kolei w odniesieniu do rynku wymienia się np. tworzenie kodeksu postępowania dla dostawców, promocję produktów pochodzących z ekologicznych i zrównoważonych upraw oraz lansowanie ich dostawców (MAZUR-WIERZBICKA 2018). W przypadku relacji z klientami znaczenie mają działania w zakresie uczciwego marketingu, ochrony zdrowia i bezpieczeństwa klientów, promocji zrównoważonej konsumpcji, właściwej obsługi klientów oraz ochrony ich danych i własności (CITKOWSKI, red. 2010). Zestawienie przykładowych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju zaprezentowano w tab. 1. Wynika z niej, że aktywność w zakresie wdrażania zasad rozwoju zrównoważonego można podejmować już na etapie projektowania hotelu (lokalizacja obiektu, rozmieszczenie pomieszczeń), a następnie może być przejawiana w związku z materialnymi komponentami usługi hotelarskiej (np. wyposażenie), jak i w jej niematerialnym wymiarze (np. szkolenia personelu).

Dyrektorzy hoteli, świadomi potencjalnych profi-tów z wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju, często promują omawiane działania oraz starają się o ekocertyfikaty. Wymienione w tabeli certyfikaty mogą odnosić się do całej działalności obiektu, bądź też do jego części. Poza tym Polskie Stowarzyszenie Budownictwa Ekologicznego prowadzi bazę budynków certyfikowanych. System BREEAM (*Building Research Establishment Environmental Assessment Method*) służy do oceny jakości budynków oraz ich wpływu na środowisko. Według danych zawartych w bazie budynków certyfikowanych wśród hoteli znalazły się: Andel's Hotel z Krakowa, Ibis Gdańsk Stare Miasto, Mercure Hotel Kraków Centrum, Hilton Garden Inn Kraków (ul. Konopnickiej), InterContinental Warszawa, Radisson Blu Hotel Kraków. Uznany międzynarodowym systemem certyfikacji jest też LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), który zapewnia zarówno właścicielom, jak i zarządcom budynków narzędzia służące do wdrożenia rozwiązań w zakresie projektowania, budowy, użytkowania i konserwacji budynków z uwzględnieniem działań proekologicznych. W bazie obejmującej obiekty z tym certyfikatem znajdują się: Gdynia Waterfront – Courtyard Marriott, Hampton by Hilton Warsaw City Centre, The Westin Warsaw, Holiay Inn Warsaw City Centre (https://plgbc.org/pl/...).

5. BARIERY W IMPLEMENTACJI ZASAD ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU DO PRAKTYKI HOTELARSTWA

Bariery związane z wdrażaniem zasad rozwoju zrównoważonego w hotelarstwie w dużej mierze pozostają w związku z trudnościami odnoszonymi do implementacji koncepcji do całej turystyki. Brak jednolitej definicji zjawiska oraz sposobów pomiaru stopnia zrównoważenia to słabe strony, które również znajdują potwierdzenie na gruncie hotelarstwa. Do tego dochodzi wspomniana uprzednio niechęć zarówno turystów, jak i przedsiębiorców do stosowania samoograniczeń w tym względzie. Jak zauważają J. BOHDA-NOWICZ i P. BOHDANOWICZ (2004), ekologizacja turystyki powinna odbywać się zarówno po stronie podaży, jak i popytu. O ile więc hotelarze zaczynają powoli podążać ścieżką rozwoju zrównoważonego, o tyle zachęcenie klientów obiektów do samoograniczeń nie jest zadaniem łatwym. Zastrzeżenia gości co do tego, że kosztem komfortu klienta korzyści odnosi głównie hotelarz, który obniża koszty energii, wody, odprowadzania ścieków, mogą wydawać się zasadne. Należy więc podwoić wysiłki zmierzające do informowania klientów o zyskach dla środowiska płynących z tego rodzaju działalności, ale przede wszystkim wypracować system zachęt prowadzących do wprowadzania pożądanych samoograniczeń. O ile zamieszczenie w pokoju hotelowym kartki z prośbą o ponowne używanie ręcznika może być informacją na temat dbałości hotelu o środowisko przyrodnicze, o tyle skuteczność takiego komunikatu wydaje się niska. W niektórych hotelach systemy wymiernych zachęt są już stosowane. Niemniej jednak w dalszym ciągu zakres proponowanych działań, mających na celu wdrożenie zasad rozwoju zrównoważonego, jest podobny w poszczególnych obiektach noclegowych. Dodatkowo praktyki związane ze społecznym aspektem zrównoważonego rozwoju w branży hotelarsko-gastronomicznej są mniej rozwinięte niż dotyczące środowiska przyrodniczego. Odrębną kwestią jest sama umiejętność informowania o omawianym w opracowaniu postępowaniu. O ile duże międzynarodowe systemy i sieci hotelowe wypracowały już mechanizmy informowania, a przez to wpływania na wizerunek obiektu, o tyle mniejsze hotele, nawet jeśli działają proekologicznie i prospołecznie, to często nie umieją tego nazwać albo komunikować o takiej aktywności. Tymczasem niezwykle ważne jest, by zarządzający hotelem w należyty sposób przedstawiali swoje działania w zakresie zrównoważonego rozwoju potencjalnym klientom. Poprzez takie postępowanie będzie łatwiej wpływać na ich decyzje dotyczące wyboru obiektu stosującego omawiane zabiegi i jednocześnie przyczyniać się do wdrażania ich przez obiekty konkurencyjne.

ne. Jednak – jak zauważają A. NIEZGODA i E. MARKIEWICZ (2015) – przykładem wykorzystania popularności na zielony wizerunek jest *greenwashing* (w tym nadużywanie nic nieznaczących sformułowań czy składanie deklaracji o ekologicznych właściwościach produktu bez podstaw ku temu, a także niespójność produktu z postępowaniem firmy). Na wdrażanie omawianej koncepcji do hotelarstwa mają też wpływ mechanizmy polityczne, prawne i ekonomiczne, które mogą ukierunkować rozwój turystyki przyjaznej środowisku. Wśród nich można wymienić np.: regulacje prawne (konwencje międzynarodowe, legislacja krajowa i lokalna, przepisy branżowe, dobrowolne inicjatywy, w tym kody postępowania, wspomniane uprzednio ekocertyfikaty), ale też tworzenie obszarów chronionych, badanie wpływu projektów na środowisko, wdrażanie systemów zarządzania środowiskiem, opracowanie wskaźników zrównoważonego rozwoju (BOHDANOWICZ, BOHDANOWICZ 2004). Podkreślić należy, że podstawą kompleksowego spojrzenia na wdrażanie zasad rozwoju zrównoważonego do turystyki jest współdziałanie interesariuszy. Ważna jest współpraca zarówno z przedsiębiorcami, w tym z dostawcami usług i produktów do hotelu, jak i z innymi podmiotami. O rozwoju turystyki na terenie, na którym znajduje się hotel, decydują m.in. jednostki samorządu terytorialnego. Uprzednie badania autorki wykazały, że gminy najlepiej oceniały współpracę na rzecz rozwoju turystyki z innymi gminami. Najslabiej w analizach wypadła ich współpraca ze środowiskiem naukowym, a w przypadku wspólnych działań z przedsiębiorcami na rzecz rozwoju turystyki oceniana była jako przeciętna (KAPERA 2018). Otwarta pozostaje nadal kwestia edukacji w zakresie rozwoju zrównoważonego. W Polsce wiedza na ten temat wciąż nie jest wystarczająca. Zagadnieniem tym interesuje się stosunkowo niewielka grupa profesjonalistów (NIEZGODA 2004).

6. PODSUMOWANIE

Przedstawiciele branży hotelarskiej coraz częściej zaczynają brać odpowiedzialność za zrównoważony rozwój środowiska przyrodniczego i podejmują działania prospołeczne. Szerzej jednak podkreślane są inicjatywy na rzecz ochrony zasobów naturalnych. Koncentracja na zużyciu energii i wody oraz na odpadach jest bezpośrednio powiązana z odnoszeniem korzyści finansowych w funkcjonowaniu hoteli. Niemniej jednak na podstawie przedstawianych w artykule informacji można stwierdzić, że w ramach prowadzonej działalności w obiektach hotelarskich bywają stosowane praktyki w zakresie rozwoju zrównoważonego. Pomimo że nie są one powszechne ani

obligatoryjne, stanowią przejaw aktywności we właściwym kierunku. Implementacja koncepcji rozwoju zrównoważonego do praktyki hotelarstwa wymaga kompleksowego podejścia i wzmożonej współpracy z partnerami zaangażowanymi w rozwój turystyki oraz edukacji na każdym etapie postępowania. Przeprowadzone analizy wskazują też na to, że brakuje przepisów bezpośrednio związanych z turystyką, które wymusiłyby na przedsiębiorcach dbałość o środowisko przyrodnicze i społeczne. Potrzebne jest wypracowanie w obiektach noclegowych systemu zachęt klienta do podejmowania aktywności w omawianym zakresie. By zrozumieć motywy i faktyczne zachowanie pracowników oraz gości w przypadku zrównoważonych rozwiązań, konieczne jest przeprowadzenie dokładnej analizy tego zagadnienia od strony praktycznej. W związku z tym potrzebne są dalsze – zarówno jakościowe, jak i ilościowe – badania praktyk i motywów działań podejmowanych w celu bardziej zrównoważonego przemysłu hotelarskiego.

PRZYPISY

¹ Badania dotyczące rozwoju zrównoważonego turystyki, realizowane przez autorkę, są finansowane w ramach projektu WPAiSM/DS/24/2018.

BIBLIOGRAFIA

- BOHDANOWICZ J., BOHDANOWICZ P., 2004, *Stymulatory ekonomiczne i prawne polityki ekorozwoju dla turystyki*, Konferencja pt. „Główne problemy badawcze i metodologiczne współczesnej politologii w Polsce”, 8-10 listopada 2004, Władysławowo, Polska.
- BORKOWSKA-NISZCZOTA M., 2015, *Spoleczna odpowiedzialność biznesu turystycznego na rzecz zrównoważonego rozwoju na przykładzie obiektów hotelarskich*, „Economics and Management”, 1, s. 368-392.
- BRUNS-SMITH A., CHOY V., CHONG H., VERMA R., 2015, *Environmental sustainability in the hospitality industry: Best practices, guest participation, and customer satisfaction*, „Cornell Hospitality Report”, 15 (3), s. 6-16.
- BUTOWSKI L., 2013, *Długookresowy model turystyki zrównoważonej*, „Zeszyty Naukowe Uczelni Vistula. Ekonomia”, III, 32, s. 5-28.
- CITKOWSKI M. (red.), 2010, *Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Koncepcja i praktyka*, Wyd. Wyższej Szkoły Administracji Publicznej, Białystok.
- DOMINIK P., 2017, *Spoleczna odpowiedzialność branży hotelarskiej i gastronomicznej*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, 18, 2, II: *Zarządzanie humanistyczne i publiczne*, Ł. Sułkowski, A.M. Migdał (red.), s. 265-278.
- Eksperytyza dotycząca edukacji dla zrównoważonego rozwoju w Polsce. Raport końcowy*, 2012, Zespół Konsultantów ITTI, Poznań, s. 3-5.
- FERMANI A., CRESPI I., STARA F., 2016, *Sustainable hospitality and tourism at different ages: Women's and men's attitudes in Italy*, „Research in Hospitality Management”, 6 (1), s. 83-92.

- HENDEL M., 2016, *Koncepcja konsumpcji zrównoważonej w turystyce jako możliwość realizacji założeń turystyki zrównoważonej*, „Marketing i Rynek”, 2, s. 13–19.
- HENDEL M., ŻEMŁA M., 2016, *Zrównoważona konsumpcja jako atrybut i uwarunkowanie rozwoju branży turystycznej w XXI wieku*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego”, 30 (4), s. 187–197.
- ISO 26000:2010, *Guidance on social responsibility*, 2010, ISO.
- JONES P., HILLIER D., COMFORT D., 2016, *Sustainability in the hospitality industry: Some personal reflections on corporate challenges and research agendas*, „International Journal of Contemporary Hospitality Management”, 28 (1), s. 36–67.
- KAPER A., 2018, *Sustainable tourism development efforts by local governments in Poland*, „Sustainable Cities and Society”, 40, s. 581–588.
- KAPER A., WSZENDYBYŁ-SKULSKA E., 2017, *Pro-ecological hotel policies as assessed by guest*, „Turizm/Tourism”, 27, 2, s. 57–62.
- KAZIMIERCZAK M., 2010, *Jaką aksjologię zakłada idea zrównoważonego rozwoju w turystyce?*, [w:] Z. Młynarczyk, I. Potocka, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, t. 6: *Turystyka zrównoważona*, s. 9–18.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 roku, DzU 1997, nr 78, poz. 483.
- KOWALCZYK A., 2010, *Turystyka zrównoważona – aspekty kulturowe*, [w:] Z. Młynarczyk, I. Potocka, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, t. 6: *Turystyka zrównoważona*, s. 19–29.
- KOWALCZYK A. (ed.), 2010, *Turystyka zrównoważona*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- KRONENBERG J., 2011, *Zrównoważony rozwój a powiązanie z miejscem i lokalną społecznością – Dwór w Tomaszowicach*, „Zrównoważony Rozwój – Zastosowania”, 2, s. 52–65.
- Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020, 2011, Warszawa.
- MAZUR-WIERZBICKA E., 2018, *Spółeczna odpowiedzialność biznesu w branży hotelarskiej*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki”, 1 (41), s. 59–66.
- MELISSEN F., 2013, *Sustainable hospitality: A meaningful notion?*, „Journal of Sustainable Tourism”, 21, s. 810–824.
- MIKA M., 2015, *Turystyka zrównoważona – pytania o naukową użyteczność koncepcji*, „Turizm/Tourism”, 25, 1, s. 9–18.
- NIEZGODA A., 2004, *Problems of implementing sustainable tourism in Poland*, „Economics and Business Review”, 1 (4), s. 30–42.
- NIEZGODA A., 2010, *Ekologiczne uwarunkowania zachowań nabywczych w turystyce*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług”, 52, s. 643–652.
- NIEZGODA A., MARKIEWICZ E., 2015, *Turystyka biznesowa a turystyka zrównoważona – przykład hotelu w aglomeracji*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu”, 63 (6), s. 226–240.
- Pogranicze polsko-słowackie. Dostępność transportowa a turystyka, 2012, Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania Polska Akademia Nauk, Geografický ústav Slovenská akadémia vied, Warszawa–Bratysława.
- Polska. Market Insights. Raport roczny, 2016, Colliers International, Warszawa.
- PN-ISO 2600:2012, *Wytyczne dotyczące społecznej odpowiedzialności*, 2012.
- Program rozwoju turystyki do 2020 roku, 2015, Warszawa.
- PRZYBYLSKA A., 2012, *CSR jako narzędzie rozwoju i promocji przedsiębiorstw turystycznych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług”, 86, s. 343–355.
- RHEEDE VAN A., BLOMME R.J., 2012, *Sustainable practices in hospitality: A research framework*, „Advances in Hospitality and Leisure”, 8, J.S. Chen (ed.), Emerald Group Publishing Limited, s. 257–271.
- SALA J., 2009, *Formy współczesnego hotelarstwa*, WUE, Kraków.
- SLOAN P., LEGRAND W., CHEN J.S., 2009, *Sustainability in the hospitality industry: Principles of sustainable operations*, Elsevier, Oxford.
- Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 r.), 2017, Warszawa.
- SZTORC M., 2017, *Problematyka zrównoważonego rozwoju oparta na wartościach w strategiach przedsiębiorstw hotelarskich*, „Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae”, 2, s. 303–316.
- SZYMAŃSKA E., 2014, *Zarządzanie usługami noclegowymi w świetle zasad zrównoważonej turystyki*, „Logistyka”, 3, s. 6201–6214.
- Turystyka w 2017, 2018, GUS, Warszawa.
- Ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska, DzU 2001, nr 62, poz. 627, ze zm.
- <https://plgbc.org.pl/baza-budynkow-certyfikowanych>.

Artykuł wpłynął:
8 października 2018 r.
Zaakceptowano do druku:
22 listopada 2018 r.