

# Hotele a środowisko

## przykład: Szwecji, Polski i Chorwacji

Środowisko naturalne, czyli powietrze, powierzchnia ziemi, woda, roślinność i zwierzęta, a także środowisko stworzone przez człowieka, czyli cała infrastruktura obejmująca drogi, zabudowania, sztuczne krajobrazy, zabytki itp., są podstawą rozwoju turystyki. Otoczenie, w którym uprawiana jest turystyka ma istotne znaczenie dla wrażeń turysty. Atrakcyjność danego obszaru, jego warunki klimatyczne, obecność plaż, czystych wód, górskiego powietrza i wspaniałego krajobrazu przyciąga turystów. Co prawda, podróżujący rzadko odwołują się bezpośrednio do spraw ochrony środowiska, jednakże można powiedzieć, iż walory przyrodnicze i kulturalne zawsze stanowiły istotny aspekt wyboru miejsca podróży. Ponadto w ostatnich latach coraz częściej podnoszą się apele, zarówno wśród turystów jak i przedstawicieli tego sektora gospodarki, o wprowadzenie polityki proekologicznej i bardziej efektywnych metod ochrony środowiska. Turystyka, dzięki swojej globalnej obecności, ma zaś wszelkie predyspozycje aby odegrać kluczową rolę w procesie wprowadzania polityki proekologicznej w gospodarce i usługach, oraz w edukacji ekologicznej i kształtowaniu świadomości ekologicznej ludzkości.

Osiągnięcie zrównoważonego rozwoju w turystyce masowej na pewno nie jest proste i wymaga zmian postawy i zachowań wśród reprezentantów przemysłu turystycznego. Sektor zakwaterowania stanowi zaś jeden z filarów przemysłu turystycznego. Dlatego też istotne jest poznanie poziomu świadomości ekologicznej hotelarzy i ich gotowości do wprowadzenia w życie zasad zrównoważonego rozwoju. W badaniu opisanym w tym artykule uwzględniono sektory hotelowe w Szwecji, Polsce i Chorwacji. Środowisko i problemy jego zanieczyszczenia oraz konieczność ochrony miały różną wartość priorytetową w tych krajach, i w konsekwencji społeczeństwa reprezentują odmienny poziom świadomości ekologicznej. Sytuacja ta została wyraźnie ukazana w analizie wyników otrzymanych podczas badań.

W celu udowodnienia powyższej tezy autorka przeprowadziła ankietę wśród przedstawicieli hotelarstwa w Szwecji, Polsce i Chorwacji. W przypadku dwóch pierwszych krajów ankietę rozesłano pocztą elektroniczną, zaś w Chorwacji grupa studentów osobiście rozprowadzała i zbierała ankiety. Badanie ankietowe zostało przeprowadzone na jesieni 2002, oraz na wiosnę i w lecie roku 2003.

Ankiety rozesłano do 1923 hoteli, w tym 946 w Szwecji (całkowita liczba hoteli to 1550), 942 w Polsce (966), oraz 35 na terenie Chorwacji (410). Liczby te reprezentują odpowiednio 61%, 97.5% oraz 27.1% hoteli obecnych w danym regionie. Otrzymano trzysta siedemdziesiąt dziewięć (379) wypełnionych kwestionariuszy, co daje rzeczywistą stawkę odpowiedzi wynoszącą 25.52% dla Szwecji (225 formularzy), 16.51% dla Polski (124 formularzy), oraz 85.71% dla Chorwacji (30 formularzy). Rzeczywista stawka odpowiedzi została obliczona bez uwzględnienia adresów e-mail, które okazały się nieważne, bądź nieprawidłowe, w przypadku próbek szwedzkiej i polskiej.

Próbki szwedzka i chorwacka są małe, najprawdopodobniej obciążone błędem systematycznym, i nie reprezentują sytuacji w całej populacji. Pomimo tych niedociągnięć, autorka pokusiła się o analizę trendów ukazanych w badaniu.

### Hotele a środowisko

Sukces turystyki i pośrednio sektora hotelowego w dużej mierze zależy od dostępności czystego środowiska naturalnego. Jednocześnie środowisko naturalne jest głównym odbiorcą negatywnych wpływów wywołanych poprzez konstrukcję i eksploatację obiektów hotelowych. Przez wiele lat przemysł był niechętny przyznawaniu się do posiadanej negatywnego wpływu na środowisko, jednakże ostatnio obserwuje się zmianę poglądów. Pozytywną oznaką zmian jest fakt, iż większość respondentów, 81.5% w Polsce, 82.7% w Szwecji i aż 100% w Chorwacji ufa, iż ochrona środowiska jest kluczowym aspektem



Dozownik mydła, szamponu

Kącik ekologiczny

Segregacja odpadów

Materiałowe ręczniki

dobrobytu i dalszego rozwoju przemysłu turystycznego. Rozpoznanie problemu jest pierwszym krokiem w kierunku zapobiegania przyszłym błędom oraz wprowadzania bardziej odpowiedzialnego zachowania.

Większość respondentów była zdania iż hotele mają znaczący do bardzo istotnego wpływ na środowisko (Wykres 1), co jest w zgodzie z wcześniejszymi badaniami oraz opiniami panującymi w środowisku naukowym. W podobnym badaniu przeprowadzonym w Guernsey na Wyspach Kanalu w połowie lat dziewięćdziesiątych przez Stabler'a i Goodall'a tylko 38% respondentów przyznało, że wpływ sektora zakwaterowania oraz turystyki na problemy środowiska jest średni do znaczącego.

Ze względu na wielkość i obecność na całym świecie, przemysł hotelarski posiada znaczący potencjał do promowania i popierania idei odpowiedzialności zbiorowej (corporate responsibility). Dlatego też zachęcające jest, iż dominująca większość hotelarzy wyraziła zainteresowanie sprawami środowiska. Zasięg odpowiedzi zbiorowej obejmował 82.3% reprezentantów z Polski, 94.7% ze Szwecji i, ponownie, aż 100% z Chorwacji.

Przedstawiciele sektora hotelowego z terenu Szwecji nie tylko deklarują wysokie zainteresowanie sprawami środowiska; wiedza na temat inicjatyw pro-ekologicznych w hotelach jest również najczęściej deklarowana (66.2% odpowiedzi pozytywnych, włączając 60.4% wymieniających różne dostępne metody). Reprezentanci Chorwacji lokują się na drugim miejscu (odpowiednio 63.3% i 60% ankietowanych), a hotelarze z Polski są zaraz za nimi (odpowiednio 56.5% i 43.5%). Należy jednak nadmienić, iż sprawą poruszaną przez wielu ankietowanych był koszt niezbędny do zostania bardziej odpowiedzialnym, „zielonym obiektem”. Wielu z hotelarzy uważa, iż droga do ekorozwoju jest zbyt kosztowna aby się jej podejmować, szczególnie w dzisiejszych czasach, niestabilnych i ryzykownych ekonomicznie. Ponadto brak jest instytucji oferujących pomoc finansową bezpośrednio branży hotelowej, a procedury pozyskiwania środków z innych źródeł (np. inicjatywy Unii Europejskiej) są uważane za zbyt skomplikowane.

Pozytywnym aspektem jest, iż pomimo istniejących barier, większość hotelarzy deklaruje zaangażowanie w działania proekologiczne (50% w Chorwacji,

84.7% w Polsce, i 93.3% w Szwecji). Szacuje się, iż aż trzy czwarte negatywnego działania hoteli na środowisko można przypisać nadmiernej konsumpcji artykułów użytkowych (i w konsekwencji produkcji odpadów), jak również wykorzystywaniu energii i wody. Logicznie, są to również dziedziny najczęściej objęte działaniami pro-ekologicznymi. Ogólnie ponad 77% ankietowanych z Polski i Szwecji, oraz jedynie 26% z Chorwacji, deklaruje działania w kierunku oszczędności energii i wody, jak również bardziej odpowiedzialnego zarządzania odpadami.

Reprezentanci Szwecji ukazują najwyższy stopień zaangażowania we wszelkie inicjatywy pro-środowiskowe, podczas gdy takowe rozwiązania są niemalże niestosowane w Chorwacji.

Ankietowani hotelarze zostali również zapytani o najbardziej prawdopodobne (w 7-mio stopniowej skali Likerta, 7 - cechy najważniejsze, 1 – najmniej istotne) bodźce zachęcające ich do podjęcia działań proekologicznych. Dla celów analizy policzono średnią z wyników (Wykres 2). Jak widać wyniki różnią się dość znacznie pomiędzy regionami.

Możliwość obniżenia kosztów operacyjnych hotelu jest dla hotelarzy z Polski zdecydowanie najważniejszym czynnikiem, nie jest to aż tak oczywiste w przypadku hotelarzy ze Szwecji i Chorwacji (średnia równa 5.82 w porównaniu z 5.1 dla Chorwacji i 5.04 dla Szwecji). Otrzymany wynik jest zgodny z wnioskami pochodzącymi z badania w Guernsey. Dla hotelarzy z Chorwacji chęć poprawienia wizerunku hotelu plasuje się na pierwszej pozycji. Wymagania klientów są na drugim miejscu według przedstawicieli hotelarstwa w Polsce i Szwecji, zaś dla Chorwatów jest to chęć ograniczenia ujemnych wpływów działalności hotelu na środowisko. Wysoka pozycja pierwszego czynnika jest całkowicie zrozumiała zważywszy na fakt iż hotelarstwo należy do sektora usług. Niska pozycja dodatkowego atutu marketingowego w postaci „zielonego” hotelu może być łatwo wytłumaczana niemalże całkowitym brakiem zainteresowania ze strony klientów (Wykres 3). W sytuacji, gdy goście nie zwracają uwagi na zaangażowanie w sprawy środowiska eksponowane przez hotel, zdecydowanie nie jest to skuteczny atut marketingowy. Jednakże istnieją na całym świecie przykłady hoteli zaprzeczające tej tezie, takie jak Centrum Konferencyjne Sänga Saby w Szwecji ([www.sanga-saby.se](http://www.sanga-saby.se)) oraz skandynawska sieć hoteli Scandic ([www.scandic-hotels.com](http://www.scandic-hotels.com)). Istnieje również przekonanie że w przyszłości klienci będą poświęcać więcej uwagi postawie wybieranego hotelu wobec środowiska.

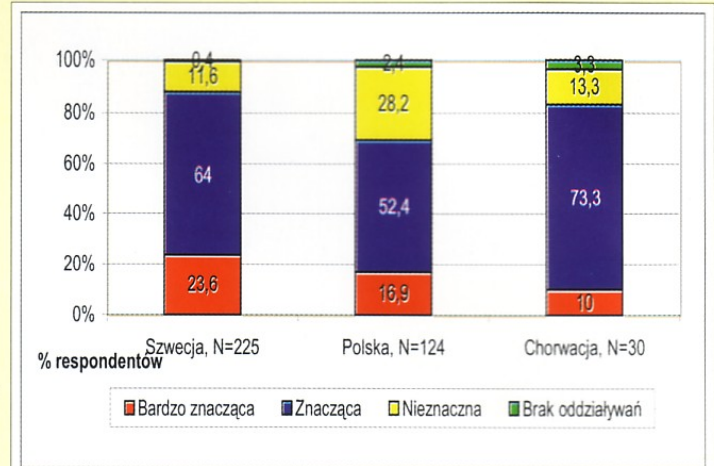
## Czy te informacje są przydatne?

Na dzień dzisiejszy istnieje bardzo znikoma ilość studiów dotyczących świadomości ekologicznej oraz inicjatyw pro-ekologicznych obecnych w sektorze hotelowym. Analiza zatytułowana European Hotel's Implementation of Environmental Policies i opublikowana w lipcowej edycji Hospitality Directions – Europe Edition w roku 2001 przez Pricewaterhouse Coopers oraz studium 1999 Worldwide Hotel Industry Study przygotowane i opublikowane przez Horwath International wraz ze Smith Travel Research to dwa najobszerniejsze opracowania w temacie. Pierwsze studium zawiera informacje z wiodących firm hotelowych w Europie posiadających około 10% wszystkich pokoi hotelowych na rynku. Drugie opracowanie ma bardziej globalny zasięg i zawiera dane z ponad 3000 hoteli. Niestety żadna z tych publikacji nie jest dostępna dla przeciętnego czytelnika. Studium opracowane przez Horwath International i Smith Travel Research jest zarezerwowane jedynie dla członków Międzynarodowego Zrzeszenia Hotel i Restauracji (International Hotel and Restaurant Association), zaś cena drugiego artykułu jest dość wysoka jak na polskie realia (USD 100).

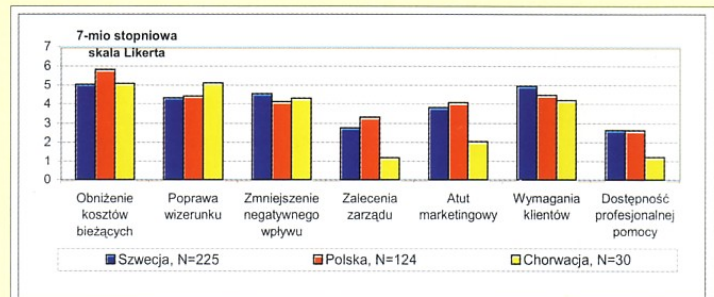
W związku z powyższą sytuacją wyniki przedstawionych tu badań mają szansę okazać się przydatne dla krajowych oraz regionalnych organizacji hotelowych lub turystycznych, jak również firm hotelowych i pojedynczych przedsiębiorstw, które chciałby doprowadzić do stworzenia bardziej odpowiedzialnego i „zielonego” sektora hotelowego. Bazując na przeprowadzonych badaniach można określić dziedziny koniecznych akcji, oraz wyszczególnić konieczne założenia polityki, a także kampanie i inicjatywy, które należy wdrożyć do sektora.

## Co z tego wszystkiego wynika?

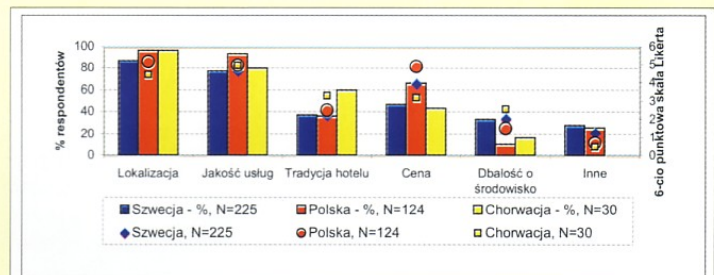
Szwedzcy hotelarze przejawiają wysoki poziom świadomości ekologicznej, posiadają rozległą wiedzę dotyczącą spraw związanych z ochroną środowiska i mają mocno ugruntowane inicjatywy pro-ekologiczne. Polscy hotelarze są natomiast na etapie rozpoznawania roli walorów środowiska przyrodniczego i ich ochrony oraz inicjowania działań pro-ekologicznych. Jednakże, z uwagi na względnie niski poziom edukacji i świadomości ekologicznej społeczeństwa, większość z podejmowanych inicjatyw stanowią działania szybko przynoszące zyski lub te wymagane przez prawo. Można pokusić się o komentarz, iż działania te są inicjowane z powodów ekonomicznych, a zdarza się że część z nich ma przy okazji również pozytywny wpływ na środowisko naturalne. Hotelarze z Chorwacji ukazują wysoki poziom wiedzy na temat środowiska, jak również zainteresowanie jego



Wykres 1. Skala oddziaływań na środowisko naturalne, % respondentów.



Wykres 2. Bodźce zachęcające do podjęcia działań proekologicznych, średnia 7-mio stopniowej skali Likerta.



Wykres 3. Najczęściej reklamowane cechy hotelu, oraz ranking czynników uważanych za istotne podczas wyboru obiektu przez klienta – według hotelarzy, % respondentów oraz 6-cio stopniowa skala Likerta.

problemami. Z drugiej jednak strony nie robi się aby teorii zamienić w praktykę. Sytuację taką można tłumaczyć faktem, iż przemysł turystyczny na terenie Chorwacji dopiero się rozwija i ugruntowuje swoją pozycję po latach niepewnej sytuacji politycznej w kraju. Przewiduje się, iż po zakończeniu prywatyzacji sektora hotelowego w Chorwacji działania mające na celu poprawę stanu środowiska naturalnego ulegną intensyfikacji. Wyniki badania potwierdziły iż, możliwość znacznego obniżenia kosztów operacyjnych hotelu, wraz z wyraźnymi żądaniem klientów są czynnikami, które mają największą szansę na zmianę zachowań hotelarzy i ich wstąpienie na drogę do ekorozwoju. Aby tego dokonać należy jednak poświęcić większą uwagę edukacji ekologicznej i podnoszeniu świadomości ekologicznej wśród hotelarzy

i całego społeczeństwa. Biorąc pod uwagę specyficzną funkcję sektora hotelowego w społeczeństwie może on spełnić istotną rolę w przekazywaniu informacji i edukowaniu nie tylko społeczeństwa ale również innych gałęzi przemysłu. Informacje przedstawione w tym artykule zostały zebrane w czasie przygotowywania pracy doktorskiej na Królewskim Instytucie Technicznym w Sztokholmie, Szwecja, oraz Uniwersytecie Gdańskim, i zostały częściowo opublikowane w pracy licencjackiej zatytułowanej: „A Study of Environmental Impacts, Environmental Awareness and Pro-Ecological Initiatives in the Hotel Industry”.

**Paulina Bohdanowicz**  
 Królewski Instytut Techniczny  
 w Sztokholmie  
[paulinka@energy.kth.se](mailto:paulinka@energy.kth.se)  
[paulina\\_bohdanowicz@yahoo.com](mailto:paulina_bohdanowicz@yahoo.com)  
[www.greenthehotels.com](http://www.greenthehotels.com)