



Sylvia Graja-Zwolińska

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu
Wydział Medycyny Weterynaryjnej
i Nauk o Zwierzętach
Katedra Turystyki Wiejskiej
Studenckie Koło Naukowe Turystyki AgroTur
sgraja@wp.pl

Patrycja Nowak

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu
Wydział Medycyny Weterynaryjnej
i Nauk o Zwierzętach
Katedra Turystyki Wiejskiej
Studenckie Koło Naukowe Turystyki AgroTur
patrycja-nowak39@wp.pl

HOTELE PRZYJAZNE ŚRODOWISKU – UTOPIA CZY RZECZYWISTOŚĆ? STUDIUM PRZYPADKU MIASTA POZNANIA

Streszczenie: W dobie postępujących zmian klimatycznych wdrażanie postaw proekologicznych na każdej płaszczyźnie życia wydaje się być konieczne. Kwestia ta dotyczy także turystyki – szczególnie wobec rosnącego problemu tzw. *overtourism*. Niniejszy artykuł przedstawia wyniki badań przeprowadzonych na grupie poznańskich hoteli reprezentujących kategorię od 3 do 5 gwiazdek. Założono bowiem, że rozwiązania proekologiczne będą obecne w tej grupie obiektów i że będą one eksponowane w działaniach informacyjnych oraz promocyjnych hoteli. Do badań zastosowano metodę tajemniczego klienta, a konkretnie e-mailingu, polegającego na wysłaniu zapytania ofertowego do wybranych obiektów. Analizie poddano zakres udzielonych odpowiedzi, jak również opinie gości zamieszczone na portalach rezerwacyjnych. Celem opracowania było znalezienie odpowiedzi na następujące pytania: Jaki odsetek poznańskich hoteli najwyższej kategorii (od 3 do 5 gwiazdek) prowadzi działania na rzecz ochrony środowiska? Czy istnieją różnice w podejściu do badanego problemu między obiektami sieciowymi a niezależnymi? Czy i w jakim zakresie hotele wykorzystują działania proekologiczne w działaniach promujących obiekt? Czy goście analizowanych hoteli zwracają uwagę na aktywność prośrodowiskową?

W świetle przeprowadzonych analiz można stwierdzić, iż poznańskie hotele należące do grupy reprezentującej obiekty od 3 do 5 gwiazdek realizują działania proekologiczne o bardzo podobnym zakresie (racjonalne gospodarowanie wodą, energią i segregacja odpadów), co wynika z konieczności przestrzegania przepisów prawa i wymogów kategoryzacyjnych. Aktywność na tej płaszczyźnie prezentują powszechnie (np. za pomocą witryn internetowych) hotele sieciowe, natomiast wśród obiektów niezależnych taką aktywność wykazał tylko jeden hotel. Badania ukazały także różnice w podejściu hotelarzy do działań przyjaznych środowisku (co stwierdzono na podstawie przekazanych informacji), co może świadczyć o zróżnicowanym poziomie wiedzy ekologicznej posiadanej przez pracowników. Uzyskane spostrzeżenia utwierdzają w przekonaniu, iż podnoszenie świadomości ekologicznej to proces złożony i długotrwały.

Słowa kluczowe: ekologiczny hotel, polityka ekologiczna, zachowania prośrodowiskowe.

JEL Classification: Q010, Z000.

Wprowadzenie

Przemysł hotelarski stanowi jeden z najbardziej oddziałujących na środowisko sektorów turystyki. Średnio w przeliczeniu na 1 pokój hotelowy powstaje od 160 kg do 200 kg dwutlenku węgla rocznie. Natomiast zużycie wody wynosi od 170 do 400 litrów w przeliczeniu na gościa na 1 dobę w przypadku hotelu 5-gwiazdkowego. Hotele wytwarzają średnio 1 kg odpadów na 1 gościa na 1 dobę hotelową [Fatoki, 2019, s. 3]. W obliczu tych faktów zachowania prośrodowiskowe należy uznać za konieczne do wdrażania na różnych płaszczyznach funkcjonowania obiektu.

W obrębie tzw. polityki proekologicznej w hotelarstwie uznaje się wiele działań mających na celu ochronę zasobów środowiskowych. Wśród nich za najważniejsze uważa się: systemy zarządzania środowiskowego (14001 – PN-EN ISO 14001:2005, EMAS – ang. EMAS, Eco-Management and Audit Scheme), ekoetykiety (do najbardziej znanych w Europie należą EU Flower, Green Key, Eco-friendly hotels, Nordic Swan), współpracę z innymi podmiotami turystycznymi oraz ludnością lokalną, edukację ekologiczną wszystkich zainteresowanych podmiotów, w tym także gości hotelowych, a także inicjatywy w sferze gospodarki wodnej, elektrycznej, gospodarowania odpadami oraz produktami [Kłós, 2013, s. 148-149]. Jednakże jak twierdzi cytowana autorka, kluczem efektywności tych wszystkich działań jest dobrowolność. Wykształcenie hotelarstwa przyjaznego środowisku jest możliwe tylko w warunkach tzw. zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu obiektem hotelowym. Taki hotel jest często nazywany hotelem ekologicznym, określanym również takimi synonimami, jak: ekohotel, zielony obiekt, obiekt przyjazny środowisku czy też biohotel [Nowakowska, 2014, s. 169].

Jak zauważają Bugdoł, Puciato i Borys [2019, s. 158], hotele reprezentują różne poziomy proekologicznej orientacji, co może wynikać m.in. ze zbyt słabej aktywizacji działań ze strony struktury organizacyjnej. Fatoki [2019, s. 10] podkreśla znaczenie postawy kadry zarządzającej oraz współpracy z instytucjami proekologicznymi jako czynników istotnie oddziałujących na zachowania pozostałego personelu hotelowego.

W konsekwencji wdrożonej polityki proekologicznej można dostrzec wiele wymiernych korzyści istotnych dla codziennego funkcjonowania obiektu m.in.:

- budowanie wizerunku firmy przyjaznej dla środowiska,
- obniżenie kosztów przedsiębiorstwa dzięki zastosowaniu bardziej racjonalnej gospodarki surowcami, tj. energia, woda i odpady,
- podniesienie konkurencyjności dzięki wprowadzeniu nowości technologicznych,
- wzrost świadomości ekologicznej wśród klientów i pracowników przedsiębiorstwa [Nowakowska, 2014, s. 168].

Tymczasem oszczędności zużycia wody lub energii z zastosowaniem nowoczesnych technologii w hotelach mogą dochodzić obecnie do 30-50% bez ograniczenia świadczonej jakości usług.

Problematyką badania postaw prośrodowiskowych w Polsce wśród hotelarzy zajmowali się m.in. Bohdanowicz [2006], porównująca podejście hotelarzy z Polski i różnych krajów europejskich, oraz Gryszel, Jaremen i Rapacz [2008], analizujący stosunek dolnośląskich hotelarzy, czy Bugdol, Puciato, Borys [2019], tłumaczący model zachowań proekologicznych.

Należy podkreślić, iż brakuje szczegółowych badań dotyczących preferencji gości korzystających z usług hotelarskich w Polsce – zwłaszcza w ujęciu dynamicznym, na przestrzeni określonego przedziału czasowego. Interesujących wniosków dostarczyły badania przeprowadzone w latach 90. przez sieć Starwood (obecnie przejęta przez Marriott). Przeprowadziła ona badania ankietowe wśród swoich 500 gości (z czego ponad 60% stanowili klienci zagraniczni), z których wynikało, iż aż 94% ankietowanych zadeklarowało, że ekologia ma dla nich duże znaczenie, a 84% stwierdziło, że stara się postępować na co dzień ekologicznie [Róg-Skrzyniarz, 2011].

Według Dominika [2012] podejście do zagadnienia polityki ekologicznej jest inne w Polsce i w krajach wysokorozwiniętych gospodarczo. Konsumenci w Europie są coraz bardziej świadomi oddziaływania turystyki na otoczenie, stąd poszukują miejsc wdrażających rozwiązania prośrodowiskowe, również tych z ekocertyfikatem [Dominik, 2012, s. 49].

Zdaniem Firleja i Spychalskiej [2015] aspekty dbałości o środowisko mogą się stać istotnym kryterium wyboru przez gości w przypadku obiektów zlokalizowanych w miejscach atrakcyjnych ekologicznie, tzn. o niewielkim stopniu przekształcenia środowiska (np. na obszarach chronionych). Warto także dodać, iż zarówno pokolenie Y, jak i Z są bardzo wyczulone na autentyczność. W przypadku rozwiązań proekologicznych oczekują holistycznego podejścia w obiekcie noclegowym – począwszy od designu hotelu i jego jednostek mieszkalnych,

przez kosmetyki, posiłki czy wreszcie recykling [ABC inwestycji hotelowych 2018/2019, s. 10]. Bugdół, Puciato, Borys [2019, s. 159], analizując literaturę zagraniczną, dostrzegli możliwość wystąpienia pewnego rodzaju konfliktu między proekologiczną polityką realizowaną przez hotel, nastawioną na oszczędzanie, a wysokimi wymaganiami gości hotelowych wybierającymi obiekty 4- i 5-gwiazdkowe. Jednakże w opinii autorek istotne jest w tym przypadku informowanie gości i powszechne promowanie działań prośrodowiskowych realizowanych przez obiekt, np. za pomocą własnych witryn internetowych czy mediów społecznościowych. Tego typu aktywność sprzyja nie tylko budowaniu wizerunku hotelu odpowiedzialnego za otoczenie, ale także edukowaniu klientów, kontrahentów, pracowników oraz wymianie doświadczeń w środowisku branżowym.

Warto podkreślić, iż od wielu lat na forum międzynarodowym można dostrzec wiele inicjatyw hotelarzy (zrzeszonych w różnych organizacjach) na rzecz większej dbałości o szeroko pojęte otoczenie hotelu. W działaniach tych zwraca się uwagę zarówno na środowisko naturalne, jak i społeczno-kulturowe. W 1992 roku, w konsekwencji konferencji ONZ w sprawie środowiska (popularnie zwanej Szczytem Ziemi), powstała Międzynarodowa Inicjatywa Hoteli ws. Ochrony Środowiska (IHEI), znana obecnie jako Międzynarodowe Partnerstwo Turystyki (ITP). Organizacja ta od lat 90. propaguje w hotelarstwie dobre praktyki działań przyjaznych środowisku, opracowuje narzędzia ułatwiające monitoring wpływu obiektu na otoczenie (m.in. emisję dwutlenku węgla), prowadzi branżowy portal i organizuje tematyczne konferencje sprzyjające wymianie wiedzy i doświadczeń.

Popularyzacji wdrażania rozwiązań proekologicznych i upowszechniania ich wśród potencjalnych klientów służą różne konkursy i rankingi, m.in. przez prestiżowy magazyn podróżniczy „Conde Nast Traveler” [www 1], „National Geographic Traveler” [www 2] czy „Newsweek” [www 3].

W kraju Polska Izba Hotelarstwa opracowała Kodeks Etyki Hotelarza, w którym odniosła się do kwestii wdrażania inicjatyw środowiskowych w rozdziale X pt.: Hotel a środowisko naturalne [www 4].

Innym przejawem działań motywujących do większej troski o środowisko była aktywność podjęta przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska w ramach programu certyfikującego pod nazwą Czysta Turystyka. Ponadto Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego w 2019 roku rozpoczęła kampanię „Hotel bez plastiku”, w ramach której przygotowano specjalny poradnik wskazujący 30 sposobów ograniczenia stosowania plastiku w obiekcie noclegowym [www 5]. Działalność proekologiczna w hotelarstwie jest promowana w Polsce również za sprawą konkursów, m.in. EKOJANOSIK – inicjatywa Narodowej Rady Ekolo-

gicznej i Głównego Inspektoratu Ochrony Środowiska. W 2018 roku w gronie laureatów znaleźli się m.in. Hotel Mikołajki, Hotel Arłamów, Mercure Kraków Stare Miasto [www 6].

Jak zauważa Dominik [2012, s. 50], budowanie wizerunku hotelu ekologicznego nie opiera się jedynie na ekoetykietach, a pożądanym narzędziem edukacji ekologicznej są informacje zamieszczone na stronie internetowej hotelu, w materiałach informacyjnych i ulotkach.

1. Studia przypadków ze świata i Polski

Działania proekologiczne w hotelarstwie to w świetle współczesnych problemów środowiskowych nie tylko konieczność, ale również istotne narzędzie do podnoszenia konkurencyjności obiektu i jego oferty na rynku świadczonych usług. Analizując różne źródła (zarówno publikacje naukowe, jak i materiały promocyjne hoteli), można dostrzec wiele interesujących, a zarazem oryginalnych inicjatyw.

Dla przykładu hotel Brooklyn Bridge w USA obfituje w zestaw ścian z żywych roślin (rośliny doniczkowe są zresztą wszechobecne w pomieszczeniach hotelowych, łącznie z łazienkami). Obiekt wykorzystuje w znacznej mierze do funkcjonowania energię siły wiatru oraz posiada system odzyskiwania wody, który zbiera wodę deszczową, aby następnie utrzymać sąsiedni Brooklyn Bridge Park w zieleni podczas upalnych miesięcy w Nowym Jorku. W hotelu jest prowadzona aktywna kampania edukacyjna na rzecz wdrażania działań proekologicznych, takich jak: publiczny transport, promocja diety roślinnej, zasady dobrego recyklingu, ograniczenia stosowania plastiku w codziennym życiu oraz edukacja ekologiczna innych [www 7].

Hotel Stadthalle w Wiedniu proponuje swoim gościom spędzenie czasu na lawendowym dachu, a jego dodatkowym atutem jest możliwość degustacji wyprodukowanego tu miodu, np. podczas organicznego śniadania. Goście przybywający do hotelu pociągami bądź rowerem są nagradzani 10% rabatem na wynajęcie pokoju. Eliminacja minibarów z pokoi (by ograniczyć zużycie energii elektrycznej), segregacja odpadów na poziomie 100%, ogród z drzewami zaciennymi hotel, co odciąża klimatyzację, to tylko przykłady wybranych działań [www 8].

Polskim hotelem promującym się jako przyjazny środowisku jest Aquarius w Kołobrzegu. Prezentowane są działania realizowane w obiekcie – począwszy od racjonalnego gospodarowania wodą, energią, przez udział w kampaniach społecznych (co dowodzi społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa), a skoń-

czywszy na zachęcaniu do spożywania wody prosto z kranu [www 9]. Swoje działania proekologiczne prezentuje również Hotel Eco Tatry, zachęcając tym samym do postawy proekologicznej swoich gości [www 10].

W Polsce jednym z hoteli będącym pionierem rozwiązań hotelarskich był Młyn Klekotki Resort & Spa położony w województwie warmińsko-mazurskim. Obiekt powstał na terenie dawnego majątku młyńskiego, obejmującego dom młynarza, młyn, kuźnię, stajnię, a powstałego w XVII w. Wśród rozwiązań przyjaznych środowisku należy wymienić: oczyszczalnię ścieków, elektrownię wodną, kolektory słoneczne, pompy ciepła, stację uzdatniania wody – te inicjatywy znacznie ułatwiają gospodarowanie energią elektryczną oraz zasobami wody. Dodatkowo w obiekcie są stosowane ekologiczne środki do prania, serwowane posiłki są przygotowane na bazie produktów od lokalnych dostawców, jak również z pobliskiego ogrodu warzywno-ziołowego uprawianego bez użycia środków ochrony roślin (blisko połowa wykorzystywanych warzyw pochodzi właśnie z tego ogrodu) [www 11]. W 2016 roku gospodarstwo wspierające działalność obiektu otrzymało certyfikat gospodarstwa ekologicznego [www 12]. Kosmetyki wykorzystywane do zabiegów w spa w dużej mierze powstają na bazie naturalnej i są sporządzane na miejscu. W Młynie Klekotki już od ponad 10 lat organizuje się tzw. zielony eventy – obejmujące zarówno sferę biznesu, jak i imprez rodzinnych (np. wesela).

2. Metodyka badań

W kontekście powyższych rozważań teoretycznych, a także analizy przypadków różnych obiektów hotelarskich ze świata i Polski, za celowe uznano sprawdzenie podejścia do działań ekologicznych na poznańskim rynku hotelowym. Ocenie poddano hotele znajdujące się w Poznaniu, reprezentujące kategorię od 3 do 5 gwiazdek. Założono, że gestorzy wyższej kategorii obiektów będą dysponować większymi środkami, jak również większym poziomem wiedzy ekologicznej, pozwalającymi na wdrażanie konkretnych inicjatyw.

Wyboru hoteli dokonano na podstawie Centralnego Wykazu Obiektów Hotelarskich [www 13]. Łącznie zakwalifikowano 45 obiektów, wobec których zastosowano metodę *mystery client*, wykorzystując technikę e-mailingu. Umożliwia ona nie tylko uzyskanie konkretnych informacji, ale również weryfikuje sposób podejścia do potencjalnego klienta, wpływa na jakość obsługi. Kruczek i Cieszkowska [2017, s. 49] zwracają uwagę na fakt, iż metoda ta pozwala na uzyskanie wyników o dużym stopniu obiektywności. Do jej najistotniejszych

wad należą natomiast pracochłonność w przygotowaniu badania oraz ryzyko subiektywnego stawiania wniosków przez osobę weryfikującą zebrane dane.

Do wybranych hoteli wysłano zapytanie ofertowe uwzględniające działania ekologiczne prowadzone przez hotel. We wspomnianym zapytaniu założono, iż kryterium działań prośrodowiskowych prowadzonych przez hotel będzie decydowało o wyborze obiektu na spotkanie biznesowe dla grupy gości zagranicznych. Zastosowanie metody tajemniczego klienta, a dokładnie e-mailingu, pozwoliło na uzyskanie większego zakresu informacji dotyczącego analizowanego zjawiska, co nie zawsze jest możliwe w trakcie wizyt studentów w obiektach. E-mailing znalazł zastosowanie w badaniach m.in. Kosmaczewskiej [2011] czy Żemły [2015].

Badania zrealizowano na przełomie stycznia i lutego 2020 roku. Składały się one z 3 etapów:

1. Analiza treści witryn internetowych hoteli pod kątem zawartości informacji o działaniach proekologicznych.
2. E-mailing z zapytaniem ofertowym – z wysłanych 45 zapytań odpowiedź zwrotną uzyskano od 13 obiektów, co stanowiło 28,9% badanych. Przy czym przedstawiciele 2 hoteli (w obu przypadkach reprezentanci obiektów niesieciowych) wskazali, iż dopiero są na etapie wdrażania działań proekologicznych.
3. Weryfikacja opinii gości badanych hoteli na portalu Booking.com w celu sprawdzenia, czy istnieje zainteresowanie problematyką ekologiczną po stronie popytowej.

3. Kluczowe spostrzeżenia

W pierwszym etapie badań ocenie poddano treść informacji zawartych na stronach internetowych hoteli. W świetle przeprowadzonych analiz stwierdzono, iż jedynie w witrynach 2 hoteli 3-gwiazdkowych znajduje się kompleksowa informacja o prowadzonych działaniach proekologicznych. Uwzględniono tu m.in. udział w akcji „Hotel bez plastiku”, posiadanie stacji do ładowania samochodów elektrycznych, obecność ekokącika podczas serwowania śniadań, posiadanie własnego ogródka ziołowego, ekologicznych kosmetyków. Należy dodać, iż zdecydowanie więcej informacji pojawiało się w kwestii wyżywienia – w 7 z 45 obiektów zaznaczono fakt podawania wysokiej jakości posiłków, serwowanych z wykorzystaniem produktów regionalnych, a w jednym produktów ekologicznych. W przypadku 5 hoteli należących do znanych zagranicznych systemów hotelowych (Accor, Marriott) informacje dotyczące całej polityki ekologicznej systemu znajdowały się w osobnej za-

kładce, ale dotyczyły holistycznego spojrzenia na problemy środowiskowe przez pryzmat całej prowadzonej działalności na świecie.

W efekcie przeprowadzonego e-malingu odpowiedź na zapytanie ofertowe uzyskano od 13 obiektów, z czego w przypadku 2 (niezależnych obiektów) znalazło się wyjaśnienie, iż są dopiero w trakcie wdrażania polityki ekologicznej do codziennych aktywności hotelu. Natomiast w przypadku pozostałych jedenastu pojawiły się konkretne inicjatywy. Warto zaznaczyć, iż cztery hotele należały do zagranicznych systemów hotelowych, trzy kolejno reprezentowały polskie sieci, a dwa stanowiły obiekty niezależne. Rozpatrując obiekty w ujęciu kategorii, odpowiedzi udzieliły dwa hotele 5-gwiazdkowe, pięć obiektów 4-gwiazdkowych, cztery 3-gwiazdkowe.

Działania na rzecz ochrony środowiska podejmowane w grupie badanych poznańskich hoteli dotyczyły gospodarowania wodą, energią elektryczną, odpadami oraz w mniejszym stopniu wykorzystywania lokalnych produktów do sporządzania posiłków. Racjonalne gospodarowanie wodą i energią sprowadzało się do zastosowania takich rozwiązań, jak: wyłączniki prądu na kartę, oświetlenie z czujnikami ruchu, energooszczędny sprzęt, perlatory w węzłach sanitarnych. Powszechnie zastosowanie ma zmiana ręczników i pościeli na życzenie gości lub co 3 dni.

Pracownicy czterech obiektów podkreślili fakt ograniczania marnotrawstwa żywności w trakcie przygotowania posiłków oraz planowania zakupów według zasady *less waste*. W odpowiedziach czterech hoteli pojawiła się kwestia odpowiedniego doboru dostawców – byli to głównie lokalni kontrahenci. W przypadku dwóch obiektów ciekawym rozwiązaniem (jak na obiekty miejskie) było korzystanie z zasobów hotelowych ogródków warzywnych, ziołowych. Ciekawy jest również fakt, iż reprezentanci dwóch hoteli wskazali na zastąpienie jaj z chowu klatkowego na te pochodzące z wolnego wybiegu. W jednym obiekcie podkreślono popularyzację dań wegetariańskich, co ma stopniowo zmniejszać skalę globalnej produkcji zwierzęcej. W trzech hotelach akcentowano wprowadzenie papierowych lunchboxów. Przedstawiciele wszystkich hoteli zwrócili uwagę na rezygnację z wody butelkowanej w plastikowych opakowaniach na rzecz szklanych. Warto zaznaczyć, iż we wszystkich obiektach zadeklarowano rezygnację z plastikowych opakowań na rzecz biodegradowalnych lub zbiorczych (zwłaszcza w odniesieniu do detergentów). Reprezentanci sześciu hoteli wskazali na aktywnie prowadzoną segregację odpadów, w dwóch zwrócono uwagę na stosowanie żarówek energooszczędnych i świetlików. W dwóch hotelach zrealizowano akcję na rzecz ochrony lokalnych zasobów przyrodniczych – w jednym obiekcie wspierano nasadzenia tradycyjnych drzew owocowych, w drugim zakupiono nasadzenia do pobliskiej przestrzeni miejskiej. W dwóch hotelach

wskazano na posiadanie stacji ładowania samochodów elektrycznych oraz na nieodpłatne udostępnianie rowerów, zarówno wśród gości, jak i pracowników.

W ostatnim etapie badań analizie poddano opinie gości, odwiedzających badane obiekty, zamieszczane na portalu rezerwacyjnym Booking.com. Jeden z gości hotelu pięciogwiazdkowego zwrócił uwagę na obecność stacji ładowania samochodów elektrycznych, a inny gość pochwalił obiekt za ekologiczne podejście do wymiany ręczników: *Mega duży plus za informację w łazience dot. ekologicznej wymiany ręczników (jeśli nie musisz, zostaw powieszony, aby nie marnować wody i środków na pranie)* [www 14]. W przypadku dwóch hoteli czterogwiazdkowych zwrócono uwagę na obecność regionalnych produktów podczas serwowania śniadań. Co ciekawe, w jednym z hoteli jest wypiekany chleb, który klient może nie tylko zjeść podczas posiłków, ale również zakupić. W innym czterogwiazdkowym obiekcie gość docenił obecność świeżego miodu.

Podsumowanie

W świetle przeprowadzonych badań i analiz można zauważyć, iż poznańskie hotele:

- 1) stosują podobne rozwiązania w zakresie gospodarowania wodą, energią i odpadami, co wynika z konieczności przestrzegania obowiązujących przepisów prawa i zasad kategoryzacji obiektów hotelarskich;
- 2) nie różnią się zakresem podejmowanych działań na płaszczyźnie hotele sieciowe – hotele niezależne (jedynie te pierwsze – zwłaszcza przynależące do zagranicznych inwestorów – podają konkretne wskaźniki liczbowe, np. ograniczenia emisji dwutlenku węgla, zużycia prądu etc., wynikające często z założeń ogólnej polityki proekologicznej wspólnej dla wszystkich przynależnych obiektów);
- 3) podejmują działania proekologiczne niezależnie od posiadanej kategorii (autorci zamierzają sprawdzić ten fakt także w odniesieniu do obiektów niższych kategorii, by potwierdzić bądź wykluczyć istnienie zależności między kategorią hotelu a jego polityką proekologiczną);
- 4) można dostrzec nasilenie inicjatyw w sferze gastronomii (produkty sezonowe od lokalnych dostawców, promowanie posiłków wegetariańskich, certyfikowane produkty ekologiczne);
- 5) praktycznie nie wykorzystują działań proekologicznych w promocji obiektu i jego wizerunku (warto przy tym nadmienić, iż spośród 45 hoteli odniesienia do założeń polityki proekologicznej można znaleźć na stronie głównej zagranicznych systemów, a tylko 2 obiekty bezpośrednio na swojej stronie omawiały realizowane inicjatywy);

6) goście hotelowi w swoich opiniach wyrażanych na portalach rezerwacyjnych nie zwracają uwagi na te działania, a jedynie w sposób pośredni dostrzegają wysoką jakość oferty gastronomicznej (głównie śniadań).

W opinii auterek intensyfikacja aktywności ekologicznej w poznańskich hotelach może nastąpić wskutek dwóch bodźców: odgórnych obostrzeń, wdrażania kolejnych regulacji prawnych, norm oraz zainteresowania potencjalnych klientów. Ten drugi bodziec zaktywizuje jednak obie strony trwale, pokazując wymierne efekty działań.

Jak zauważają Pawlicz i Sidorkiewicz [2013, s. 198], liczba innowacji ekologicznych w sektorze turystycznym jest wciąż zbyt mała, co wynika m.in. z kosztów i ryzyka wdrażania tego rodzaju inicjatyw w małych i średnich przedsiębiorstwach dominujących w turystyce. Z przedstawionymi motywami ograniczonych działań polemizuje jednak wielu badaczy tej problematyki [m.in. Baker, Davis, Weaver, 2014, s. 97; Hall i in., 2016, s. 25], wskazując na fakt opłacalności inwestycji w dłuższej perspektywie czasowej. Zdaniem Bugdola, Puciato i Borysa [2019, s. 165] istotna jest motywacja do realizacji działań proekologicznych, począwszy od właściciela, przez kadrę kierowniczą, pracowników poszczególnych szczebli, a skończywszy na gościu hotelowym.

Literatura

- ABC inwestycji hotelowych 2018/2019, https://issuu.com/hotelarz/docs/raport_abc_01c1ffda42c1d5 (dostęp: 9.09.2020).
- Baker M., Davis E., Weaver P. (2014), *Eco-friendly Attitudes, Barriers to Participation, and Differences in Behavior at Green Hotels*, "Cornell Hospitality Quarterly", Vol. 55(1), s. 89-99.
- Bohdanowicz P. (2006), *Turystyka a świadomość ekologiczna*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń.
- Bugdol M., Puciato D., Borys T. (2019), *Zachowania prośrodowiskowe w hotelach w kontekście zrównoważonego rozwoju turystyki – bariery i rekomendacje dla dalszych badań*, „Problemy Ekorozwoju”, Vol. 14, No. 2, s. 157-170.
- Dominik P. (2012), *Postępowanie proekologiczne w hotelarstwie wyrazem społecznej odpowiedzialności w biznesie*, „Handel Wewnętrzny”, nr 2(337), s. 46-55.
- Fatoki O. (2019), *Hotel Employees’ Pro-Environmental Behaviour: Effect of Leadership Behaviour, Institutional Support and Workplace Spirituality*, "Sustainability", Vol. 25, Iss. 4, s. 1-15.
- Firlej K., Spychalska B. (2015), *Wybrane uwarunkowania rozwoju branży hotelarskiej w Polsce*, „Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy”, nr 8, s. 202-221.

- Gryszel P., Jaremen D.E., Rapacz A. (2008), *Udział mieszkańców w realizacji idei zrównoważonego rozwoju w gminach turystycznych* [w:] G. Gołębski (red.), *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, Wyd. AE, Poznań.
- Hall C., Dayal N., Majstrovic D., Miliis H., Paul-Andrews L., Wallace Ch., Troung V. (2016), *Accommodation Consumers and Providers' Attitudes, Behaviours and Practices for Sustainability: A Systematic Review*, "Sustainability", Vol. 8(7), s. 1-30.
- Kłós A. (2013), *Proekologiczne rozwiązania w obiektach hotelarskich*, „Zeszyty Naukowe” nr 1(11), Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych, Warszawa, s. 147-165.
- Kosmaczewska J. (2011), *Wykorzystanie techniki e-mail mystery shopping w ocenie zarządzania jakością informacji turystycznej na przykładzie stowarzyszeń agroturystycznych* [w:] A. Rapacz (red.), *Gospodarka turystyczna w regionie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław, s. 269-279.
- Kruczek Z., Cieszkowska K. (2017), *Możliwości zastosowania metody mystery shopping w ocenie jakości usług turystycznych. Studium przypadku – termy w Białce Tatrzańskiej*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki”, nr 2(38) s. 47-60.
- Nowakowska A. (2014), *Ekoinnowacyjne rozwiązania w obiektach i miejscach spotkań* [w:] A. Grzegorzczak, J. Majewski, S. Wróblewski (red.), *Innowacje w przemyśle spotkań*, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa.
- Ogrodniczuk J., Węglarz A., Kamieniecka J. (2011), *Energia w obiekcie turystycznym*, Instytut na Rzecz Ekorozwoju, Warszawa.
- Pawlicz A., Sidorkiewicz M. (2013), *Ekologia jako podstawa innowacyjnego produktu hotelarskiego* [w:] P. Dominik (red.), *Innowacyjne rozwiązania we współczesnym hotelarstwie*, Szkoła Wyższa Almamater, Warszawa, s. 195-207.
- Róg-Skrzyniarz A. (2011), *Ekologia decyduje o wyborze hotelu*, <http://www.e-hotelarz.pl/> (dostęp: 9.09.2020).
- Żemła M. (2015), *Reakcje gestorów schronisk na rezerwacje mailowe w różnych językach. Porównanie obiektów w Polsce, Czechach i Słowacji*, „Folia Turistica”, Vol. 36, s. 125-142.
- [www 1] <https://www.cntraveller.com/gallery/best-eco-friendly-hotels> (dostęp: 30.01.2020).
- [www 2] <https://www.nationalgeographic.com/travel/lists/places-to-stay/new-green-hotels-around-the-world/> (dostęp: 10.01.2020).
- [www 3] <https://www.newsweek.com/luxury-eco-friendly-hotels-1382026> (dostęp: 30.01.2020).
- [www 4] <https://lepszyhotel.pl/kodeks-etyki-hotelarza-pobierz/> (dostęp: 30.01.2020).
- [www 5] https://u.profitroom.com/2017.ighp.pl/uploads/IGHP_Hotelbezplastiku.pdf (dostęp: 25.02.2020).
- [www 6] <https://www.horecab.com/nagrody-za-najlepsze-postawy-proekologiczne-w-polsce-rozdane/> (dostęp: 25.02.2020).
- [www 7] <https://www.1hotels.com/thefieldguide/sustainability-2020> (dostęp: 5.02.2020).

- [www 8] <https://www.hotelstadthalle.at/en/boutiquehotel/garden-city-vienna.html> (dostęp: 2.02.2020).
- [www 9] <https://www.aquariusspa.pl/pl/hotel-spa-nad-morzem/hotel-przyjazny-srodowisku/> (dostęp: 2.02.2020).
- [www 10] <https://www.ecotary-hotel.pl/ekoturystyka/> (dostęp: 2.02.2020).
- [www 11] <http://www.chronmyklimat.pl/projekty/wiadomosci/255/mlyn-klekotki-czy-ekologia-w-hotelarstwie-sie-oplaca?ajax=1&print=1> (dostęp: 2.02.2020).
- [www 12] <http://klekotki.com.pl/winiarnia/> (dostęp: 2.02.2020).
- [www 13] <https://turystyka.gov.pl/cwoh/index> (dostęp: 1.02.2020).
- [www 14] <https://www.booking.com/reviews/pl/hotel/vivaldipoznan.pl.html?page=1&> (dostęp: 28.02.2020).

ECO-FRIENDLY HOTELS – UTOPIA OR REALITY? CASE STUDY OF THE CITY OF POZNAŃ

Summary: In the era of progressing climate change, it seems necessary to implement pro-ecological attitudes at every level of life. This issue also applies to tourism – especially in view of the growing problem of the so-called overtourism. This article presents the results of research conducted on a group of Poznań hotels representing the category of 3 to 5 stars. The mystery shopper method was used, specifically e-mailing, consisting of sending an inquiry to selected objects. The scope of answers provided was analyzed, as well as guest reviews published on booking portals. The purpose of the study was to find answers to the following questions: What percentage of Poznań’s highest category hotels (from 3 to 5 stars) carry out activities for environmental protection? Are there any differences in the approach to the problem under investigation between network and independent objects? Do and to what extent hotels use environmentally-friendly actions in activities promoting the facility? Do the guests of the analyzed hotels pay attention to pro-environmental activity? In the light of the conducted analyzes, it can be stated that Poznań hotels belonging to the group representing objects from 3 to 5 stars carry out pro-ecological activities with a very similar scope (rational water, energy and waste segregation), which results from the need to comply with legal regulations and categorization requirements. Activity in this area is commonly presented (e.g. by means of websites) by network hotels, while among independent facilities only one hotel has demonstrated such activity. The research also showed differences in the hoteliers’ approach to environmentally friendly activities (which was confirmed on the basis of the information provided), which may indicate a diverse level of ecological knowledge possessed by employees. Observations confirm the belief that raising environmental awareness is a complex and long-term process.

Keywords: ecological hotel, ecological policy, environmental behavior.