

Spółeczna odpowiedzialność biznesu turystycznego na rzecz zrównoważonego rozwoju na przykładzie obiektów hotelarskich

Małgorzata Borkowska-Niszczota

Politechnika Białostocka, Wydział Zarządzania, Katedra Gospodarki Turystycznej
e-mail: m.borkowska@pb.edu.pl

DOI: 10.12846/j.em.2015.01.23

Streszczenie

Niniejszy artykuł dotyczy społecznej odpowiedzialności w przedsiębiorstwach świadczących usługi hotelarskie. Jego głównym celem jest przedstawienie dobrych praktyk podejmowanych przez te obiekty w różnych obszarach społecznej odpowiedzialności i tym samym ukazanie ich zaangażowania w osiąganie celów zrównoważonego rozwoju. W artykule w części teoretycznej wprowadzono w problematykę społecznej odpowiedzialności biznesu oraz wykazano jej ścisły związek ze zrównoważonym rozwojem.

Słowa kluczowe

społeczna odpowiedzialność biznesu, zrównoważony rozwój, hotelarstwo

Wstęp

Postępująca globalizacja gospodarki i wzrost konkurencji na rynkach światowych, powoduje, że zmniejszają się jakościowe, technologiczne czy cenowe różnice między produktami i usługami. Coraz większą rolę zaczynają odgrywać inne czynniki, które wyróżnią dany produkt lub usługę na tle konkurencji i które konsument może wziąć pod uwagę. Do takich czynników można zaliczyć zaangażowanie społeczne i odpowiedzialność za skutki oddziaływania przedsiębiorstwa na konkretnych interesariuszy w szczególności klientów, pracowników, społeczność lokalną oraz środowisko przyrodnicze (Arodź i in., 2005). Od współczesnych przedsiębiorstw wymaga się zatem, oprócz dostarczania dóbr i usług, ponoszenia odpowiedzialności

ekologicznej, społecznej, pomocy w rozwiązywaniu złożonych problemów społecznych. Przedsiębiorstwa powinny partycypować w niwelowaniu zagrożeń cywilizacyjnych. Są to: ubóstwo, nierówność, bezrobocie, katastrofy ekologiczne, do których powstawania się przyczyniają. Przez implementację zasad społecznej odpowiedzialności (CSR – *Corporate Social Responsibility*) możliwa jest realizacja koncepcji zrównoważonego rozwoju na poziomie przedsiębiorstwa.

Przedsiębiorstwa świadczące usługi hotelarskie powinny angażować się w realizację inicjatyw społecznej odpowiedzialności biznesu, aby sprostać wspomnianym wyzwaniom. Podejmowane one muszą być na wielu płaszczyznach. Wskazane jest zaangażowanie w działania proekologiczne, prospołeczne, skierowane na dobro pracowników oraz gości. Branża noclegowa społecznie odpowiedzialna powinna ponosić także odpowiedzialność za zachowanie lokalnej kultury, ponieważ kultura stanowi o atrakcyjności i unikalności danej lokalizacji.

Głównym celem artykułu jest identyfikacja i przeanalizowanie podejmowanych działań w zakresie CSR jako przykładów dobrych praktyk, adresowanych do różnych grup odbiorców przez przedsiębiorstwa świadczące usługi hotelarskie. Jako cel dodatkowy przyjęto ukazanie istoty społecznej odpowiedzialności biznesu oraz jej związków ze zrównoważonym rozwojem.

1. Społeczna odpowiedzialność biznesu a zrównoważony rozwój

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest odpowiedzią sektora gospodarczego na wyzwania, które stawiają przed nim zasady zrównoważonego rozwoju. Przez minimalizowanie swojego negatywnego oddziaływania na wewnętrzne oraz bliższe i dalsze otoczenie zewnętrzne, przedsiębiorstwo może być jednocześnie określane jako firma zrównoważonego rozwoju. Bez zrównoważonego rozwoju firm nie jest bowiem możliwe osiągnięcie nowego paradygmatu rozwoju, jakim jest zrównoważony rozwój.

Koncepcja CSR jest promowana przez Komisję Europejską. Podejmuje się ona wzmocnić strategię UE propagującą społeczną odpowiedzialność biznesu, która stanowi ważny element zapewnienia sobie długotrwałego zaufania pracowników i konsumentów (Komunikat Komisji..., 2010). CSR znalazła swoje odzwierciedlenie w wielu istotnych dla Unii Europejskiej dokumentach, między innymi w „Strategii Lizbońskiej” (dzięki CSR miała zostać osiągnięta realizacja głównego celu strategii), „Zielonej Księdze” (CSR uznano za jeden z ważniejszych elementów polityki społeczno-gospodarczej UE), „Białej Księdze” (przedstawiającej obszary działań społeczności międzynarodowej dotyczące wprowadzenia w życie CSR).

Spółeczna odpowiedzialność biznesu stanowi także podstawę celów ujętych w obowiązującej Strategii „Europa 2020 – Strategii na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu”. W dokumencie Komisja proponuje pięć wymiernych celów UE na 2020 rok. Obejmują one zatrudnienie, badania i innowacje, zmiany klimatu i energię, edukację oraz walkę z ubóstwem. Pokazują one kierunek, w którym należy zmierzać oraz wpisują się w motyw przewodni, jakim jest rozwój inteligentny (rozwój gospodarki opartej na wiedzy i innowacji), zrównoważony rozwój (wspieranie gospodarki efektywniej korzystającej z zasobów, bardziej przyjaznej środowisku i bardziej konkurencyjnej) i sprzyjający włączeniu społecznemu (wspieranie gospodarki o wysokim poziomie zatrudnienia, zapewniającej spójność społeczną i terytorialną), (Komunikat Komisji..., 2010).

Rozwój zrównoważony definiuje się jako proces pozwalający na zaspokojenie potrzeb dnia dzisiejszego, który nie ogranicza zdolności przyszłych pokoleń do zaspokojenia własnych potrzeb. Proces ten jest warunkowany przez wzrost gospodarczy, ochronę środowiska naturalnego i rozwój społeczny. Strategia zrównoważonego rozwoju opiera się na potrójnym fundamencie, na który składają się następujące czynniki: troska o ludzi, ochrona środowiska, dobre wyniki finansowe. Określane to bywa również jako: etyka, ekologia, ekonomia (Lewicka-Strzelecka, 2009). Zrównoważony rozwój jako doktryna ekonomii politycznej zakłada, że ludzkość a w szczególności przedstawiciele biznesu w ramach prowadzonej przez siebie działalności powinni brać pod uwagę wyzwania społeczne, środowiskowe i ekonomiczne. Świadomość zbilansowania tych trzech obszarów stanowi o zrównoważonym rozwoju (*Kapitał społeczny...*, 2015).

Spółeczną odpowiedzialność biznesu można postrzegać w odniesieniu do wspomnianych trzech aspektów: ekonomicznego, ekologicznego i społecznego i w związku z powyższym odnosić do koncepcji zrównoważonego rozwoju. Spółeczna odpowiedzialność biznesu jest także ściśle związana ze zrównoważonym rozwojem, ponieważ celem społecznej odpowiedzialności organizacji powinien być wkład do tej idei.

Zainteresowanie budowaniem społecznie odpowiedzialnego modelu biznesu wynika nie tylko z koncepcji zrównoważonego rozwoju, ale także z:

- rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, domagającego się zwiększenia znaczenia praw człowieka, równouprawnienia, właściwych stosunków pracy, dbania o zdrowie i bezpieczeństwo pracowników, ochrony konsumentów, czy ograniczania wpływu działalności gospodarczej na środowisko;

- samoregulacji biznesu w kierunku zwiększania przejrzystości działalności gospodarczej i jej skutków, w tym ograniczenia korupcji i nieetycznych zachowań w biznesie oraz stosowania tak zwanych dobrych praktyk w relacjach z zainteresowanymi stronami;
- postępującego procesu globalizacji, który spowodował, iż przedsiębiorstwa stały się ważnym aktorem międzynarodowych stosunków gospodarczych i politycznych, a podejmowanie dobrowolnych inicjatyw w zakresie CSR jest postrzegane jako dowód na przestrzeganie dobrych praktyk biznesowych (*Spółeczna odpowiedzialność...*, 2014).

Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw skłania je do podejmowania odpowiedzialności nie tylko za wynik finansowy, ale także za ich wpływ na sferę społeczną i środowisko naturalne oraz rozliczania tego wpływu wobec poszczególnych grup interesariuszy i szeroko pojmowanej opinii publicznej.

W literaturze przedmiotu zapisano różne ujęcia terminologiczne społecznej odpowiedzialności biznesu. Wszystkie definicje CSR mają jednak cechy wspólne: wskazują na zintegrowane podejście w organizacji do 3 wymiarów zrównoważonego rozwoju, podkreślają działanie na rzecz lepszego jutra oraz wskazują na współpracę z interesariuszami, czyli wszystkimi na których biznes oddziałuje i którzy mogą oddziaływać na biznes (Gorzeń-Mitka, 2012). Jedna z nich określa społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw jako dobrowolne, wykraczające poza minimalne wymogi prawne, uwzględnianie przez przedsiębiorstwa problematyki społecznej i środowiskowej w swojej działalności komercyjnej i stosunkach z zainteresowanymi stronami. Podstawowym założeniem CSR jest odpowiedzialne i etyczne postępowanie biznesu względem grup społecznych, na które oddziałuje z możliwie największym poszanowaniem środowiska przyrodniczego (*Spółeczna odpowiedzialność...*, 2014).

W normie ISO 26000 zawarto bardziej szczegółową definicję, zgodnie z którą społeczna odpowiedzialność to odpowiedzialność organizacji za skutki swoich decyzji i działań mających wpływ na społeczeństwo i środowisko poprzez stosowanie przejrzystych i etycznych zachowań, które: przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju, w tym ochrony zdrowia i dobrobytu społecznego, uwzględniają oczekiwania zainteresowanych stron, są zgodne z obowiązującym prawem i międzynarodowymi normami zachowania, oraz zintegrowane w całej organizacji (Citkowski, 2010). Warto także zwrócić uwagę na rozumienie tego pojęcia przez świat biznesu. Przedstawiciel sieci Hoteli Qubus za biznes odpowiedzialny społecznie uznaje świadomość firm na temat tego, jak ich funkcjonowanie wpływa na społeczeństwo i środowisko oraz branie odpowiedzialności za ten wpływ. Chodzi tu nie tylko o działa-

nie zgodnie z prawem, środowiskiem czy zasadami społecznymi i etycznymi panującymi w danym kraju, ale także o prowadzenie działań maksymalizujących tworzenie wspólnych wartości w społeczeństwie. Biznes społecznie odpowiedzialny polega też na rozpoznawaniu, zapobieganiu i łagodzeniu możliwych negatywnych skutków funkcjonowania danej firmy (*Biznes hotelarski...*, 2014).

Specyfika współczesnego rozumienia CSR polega na tym, że jest ona traktowana strategicznie i są opracowywane narzędzia do realizacji tej strategii. W przeszłości działania firm na rzecz społeczeństwa podejmowane były spontanicznie, w reakcji na zaobserwowane lub zgłoszone potrzeby, czy po to, by zneutralizować negatywne skutki, które już zaistniały. Obecnie działania te mają być prowadzone systematycznie, w sposób zorganizowany i za pomocą profesjonalnych narzędzi (Lewicka-Strzelecka, 2009).

Społeczna odpowiedzialność biznesu obejmuje niezwykle szeroki zakres działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa. Jest to zbiór działań bardzo różnorodnych, trudno poddających się agregacji, pomiarowi i porównaniom (Lewicka-Strzelecka, 2009). Podmioty z reguły określają obszary, w których będą takowe działania realizować oraz grupy docelowe, na które będą ich działania nakierowane. Ważne jest, aby działalność dotycząca społecznej odpowiedzialności obejmowała zarówno wewnątrz przedsiębiorstwa oraz otoczenie bliższe i dalsze (Banasiewicz, 2010). Najczęściej działania kierowane do otoczenia są najbardziej wyraźne, zaś te skierowane do wnętrza organizacji pozostają niezauważone (Nogieć, 2013). Prowadzenie działań z obszaru społecznej odpowiedzialności wśród różnych grup interesariuszy dotyczy przede wszystkim organizacji dużych, które mogą zaangażować więcej sił i środków w tego typu działania. Nie oznacza to, że mniejsze przedsiębiorstwa rezygnują z tego typu działań. Przeciwnie usiłują dopasować posiadane zasoby do oczekiwań rynku w zakresie przedsiębiorczości społecznej (Nogieć, 2013). Często jednak firmy podejmując działania w obszarze CSR robią to „z doskoku”, w ramach promocji *public relations* (PR).

Firma społecznie odpowiedzialna prowadzi działalność zgodnie z przepisami prawa, określonymi normami zawodowymi oraz standardami wewnętrznymi, wypracowanymi w danej firmie. Jej podstawową zasadą jest też przestrzeganie praw człowieka wobec wszystkich pracowników, partnerów i konkurencji. Wiąże się to nierozdzielnie z zasadami etycznego biznesu, do którego można zaliczyć między innymi dochowywanie umów i zobowiązań wobec partnerów, a także utrzymywanie z nimi poprawnych kontaktów. Wobec konkurentów firma odpowiedzialna nie powinna stosować nieuczciwych praktyk czyli kopiowanie produktów, naruszanie nazwy, czy stosowanie tak zwanego czarnego PR'u.

Istotnym elementem jest regularne i sprawiedliwe wynagradzanie oraz przestrzeganie praw pracownika. Element ten jest podstawą prawidłowego funkcjonowania firmy. Jednak, aby firma mogła efektywnie się rozwijać na rynku, powinna inwestować w przyjazną politykę personalną. Ważne jest budowanie odpowiedniej ścieżki kariery, wdrażanie systemów szkoleniowych umożliwiających pracownikom samorealizację, czy gwarantowanie dodatkowych świadczeń pracowniczych. Organizacja powinna też dbać o bezpieczeństwo i higienę pracy pracowników oraz nie dopuszczać do zagrożeń ich zdrowia i życia.

Przedsiębiorstwo społecznie odpowiedzialne powinno odpowiednio dbać o środowisko naturalne oraz podejmować w ramach CSR właściwe działania mające na celu zapobieganie zanieczyszczeniom, zrównoważone zużycie zasobów, łagodzenie zmian klimatycznych oraz ochronę i restytucję środowiska. Musi mieć świadomość tego jakie negatywne skutki wywołuje w środowisku działalność firmy.

Zaangażowanie w życie społeczne (lokalne) jako kolejny obszar działań środowiska biznesu powinno mieć charakter ciągły, a nie sprowadzający się do jednostkowych wydarzeń. Powinno ono przejawiać się pomocą w rozwiązywaniu istniejących problemów społecznych, rozwijaniem partnerstwa z zainteresowanymi stronami, propagowaniem kultury i edukacji, podejmowaniem inwestycji społecznych.

Ostatni element społecznej odpowiedzialności dotyczy relacji z klientami. Odnoszą się one do uczciwego marketingu, ochrony zdrowia i bezpieczeństwa klientów, promocji zrównoważonej konsumpcji, właściwej obsługi klientów oraz ochrony ich danych i własności (Citkowski, 2010). Dla zapewnienia najwyższej jakości produktów i usług firma społecznie odpowiedzialna powinna mieć pełną świadomość działań, jakie podejmowane są w ramach całego cyklu życia produktu (*Biznes hotelarski...*, 2014).

Głównymi celami działań polegających na kreowaniu społecznej odpowiedzialności przez przedsiębiorstwa są:

- zwiększenie zainteresowania inwestorów firmą – wiarygodność finansowa jest często uzależniona od jej wiarygodności społecznej;
- zwiększenie lojalności klientów – wzrost świadomości klientów, zwracanie uwagi na „ekologiczność” produktów i usług;
- poprawa relacji ze społecznością lokalną – trwałe zakorzenienie się w społeczności i pozyskanie przychylności jej mieszkańców;
- wzrost konkurencyjności – sposób na zdobycie przewagi konkurencyjnej,
- podnoszenie poziomu kultury organizacyjnej firmy – podnoszenie standardów postępowania wobec pracowników, kontrahentów, klientów;

- kształtowanie pozytywnego wizerunku firmy wśród pracowników – jeden z elementów pozafinansowego motywowania pracowników, sposób na pozyskanie i utrzymanie najlepszych pracowników (Nogieć, 2013).

Skłonność firm do podejmowania społecznej odpowiedzialności może wzrastać przez działania na rzecz wzmocnienia świadomości konsumentów. Konsument, chcący przyczynić się do zrównoważonego rozwoju mogą w swoich wyborach kierować się etykietami, które powinny stać się ważnym narzędziem CSR (Lewicka-Strzelecka, 2009).

Hotelarstwo jako źródło globalnych zagrożeń ekologicznych i społecznych powinno być włączone w nurt przekształceń tradycyjnej produkcji i konsumpcji w ich zrównoważone odpowiedniki. Podstawowymi zasadami obiektów hotelarskich powinny być zasady określone w Inicjatywie Global Compact. Dotyczą one praw człowieka (popierania i przestrzegania praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową, eliminacji wszelkich przypadków łamania praw człowieka przez firmę), standardów pracy (poszanowania wolności stowarzyszania się, eliminacji wszelkich form pracy przymusowej, zniesienia pracy dzieci, efektywnego przeciwdziałania dyskryminacji w sferze zatrudnienia), ochrony środowiska (prewencyjnego podejścia do środowiska naturalnego, podejmowania inicjatyw mających na celu promowanie postaw odpowiedzialności ekologicznej, stosowania i rozpowszechniania przyjaznych środowisku technologii) i przeciwdziałania korupcji (we wszystkich formach, w tym wymuszeniach i łapówkarstwie). Inne ważne zasady do przestrzegania których obiekty hotelarskie powinny się włączyć wynikają z międzynarodowego standardu ISO 26000. Są to: zasada odpowiedzialności (związana z ponoszeniem konsekwencji za wpływ jaki wywiera na społeczeństwo i środowisko), przejrzystości (transparentności decyzji i działań organizacji mających wpływ na społeczeństwo i środowisko), etycznego zachowania, szacunku dla potrzeb interesariuszy (uwzględnianie ich celów przy podejmowaniu kluczowych decyzji), przestrzegania przepisów prawa oraz międzynarodowych norm zachowania. Dzięki temu będą mogły przyczynić się do rozwiązania istotnych problemów gospodarczych współczesnego świata, zminimalizować skutki globalizacji oraz przyczynić się do zrównoważonego wzrostu światowej gospodarki.

2. Metodyka badań

Koncepcja społecznej odpowiedzialności zyskuje coraz większą popularność wśród przedsiębiorstw z branży turystycznej. Realizowana jest ona w sposób mniej lub bardziej świadomy. Rozwój CSR nie dotyczy wyłącznie dużych przedsiębiorstw.

Liczne inicjatywy CSR są podejmowane także w środowisku małych i średnich przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa te podejmują często doraźne inicjatywy praktykując tak zwany nieuświadomiony CSR.

Celem części badawczej niniejszego opracowania jest ukazanie przykładów funkcjonowania i rozwijania biznesu turystycznego z wykorzystaniem koncepcji CSR. Działania podejmowane w poszczególnych obszarach CSR, w obszarze prawa człowieka i stosunki pracy, ochrona środowiska przyrodniczego, uczciwe praktyki rynkowe, relacje z konsumentami oraz zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności, przedstawione zostały w odniesieniu do obiektów hotelarskich. Analizie poddano dobre praktyki w polskich obiektach hotelarskich różnych marek, o zróżnicowanym standardzie, które komunikują swoje zaangażowanie w zakresie CSR poprzez takie narzędzia jak artykuły i wypowiedzi eksperckie, informacje prasowe, wywiady, foldery i strony www.

Dla realizacji założonego celu przeprowadzono badania wtórne. W badaniu wykorzystano literaturę dotyczącą problematyki społecznej odpowiedzialności biznesu, artykuły ukazujące osiągnięcia wybranych obiektów hotelarskich w zakresie CSR, informacje dostępne na stronach internetowych obiektów hotelarskich, strategie i raporty zrównoważonego rozwoju, broszury korporacyjne. Przeprowadzone badania pozwoliły, na podstawie źródeł wtórnych, dokonać interpretacji wyników metodą analizy, syntezy, porównań i dedukcji.

3. Dobre praktyki obiektów hotelarskich w zakresie społecznej odpowiedzialności. Wyniki badań

Dobre praktyki w polskich realiach w poszczególnych obszarach społecznej odpowiedzialności powinny:

- w obszarze – prawa człowieka i stosunki pracy – wynikać z potrzeby przeciwdziałania dyskryminacji lub wzmacniania ochrony praw pracowniczych; mieć na uwadze warunki pracy i opiekę społeczną, bezpieczeństwo i higienę pracy, rozwój społeczny, potrzebę prowadzenia stałego dialogu społecznego oraz utrzymania otwartych i uczciwych relacji z podmiotami współpracującymi;
- w obszarze – uczciwe praktyki rynkowe – służyć przeciwdziałaniu nieuczciwej konkurencji, służyć uczciwej współpracy oraz poszanowaniu praw własności; aktywnie promować zasady odpowiedzialności w sferze wpływów;

- w obszarze – ochrona środowiska przyrodniczego – być ukierunkowane na jak najmniejszą skalę zanieczyszczeń emitowanych do środowiska oraz podejmowane kroki zmniejszające poziom zużycia zasobów naturalnych;
- w obszarze – relacje z klientami – koncentrować się na uczciwych praktykach w zakresie marketingu produktów i usług, uczciwych warunkach umów, obiektywnej i rzetelnej informacji, edukacji rynku, zaangażowaniu w ochronę zdrowia i bezpieczeństwa konsumentów, jakość obsługi;
- w obszarze – zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności – być ukierunkowane na zaangażowanie w prowadzenie dialogu społecznego, w proces planowania i realizacji projektów społecznych, dotyczyć inwestycji społecznych w takich obszarach jak edukacja i kultura, zdrowie, rozwój i dostęp do technologii (*Spoleczna odpowiedzialność...*, 2014).

Wykaz zidentyfikowanych dobrych praktyk - odpowiedzialnych działań poszczególnych obiektów hotelarskich wobec różnych grup interesariuszy – pracowników, kontrahentów, klientów, środowiska (jako interesariusza utajonego) oraz społeczności lokalnej zaprezentowano w tab. 1.

Tab. 1. Działania społecznie odpowiedzialne obiektów hotelarskich

Obiekt hotelarski	Podejmowane działania
Obszar - prawa człowieka i stosunki pracy	
Hotel „Nad przełomem” ***	<ul style="list-style-type: none"> • kursy, warsztaty, seminaria podnoszące kwalifikacje pracowników
MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel****	<ul style="list-style-type: none"> • szkolenia pracowników, między innymi w celu zwiększenia świadomości ekologicznej
„Hotel Polski Pod Białym Orłem” ***	<ul style="list-style-type: none"> • szkolenia personelu hotelowego z zakresu ochrony środowiska
Sieć Hoteli Qubus *** /****	<ul style="list-style-type: none"> • nowoczesny system motywacyjny – opracowane wskaźniki pokazują pracownikom, które działania są najważniejsze i jakie wyniki powinien osiągnąć; • program „Otówkowe” – dofinansowanie do wyprawek szkolnych dzieci pracowników; • „Prymus” konkurs dla studiujących i pracujących razem; • dofinansowanie do opieki zdrowotnej; • newslettery pracownicze, spotkania integracyjne i projektowe, szkolenia na platformie e-learningowej; • szkolenia w dziale gastronomii z zakresu świadomości życia produktu, zasad BHP, certyfikacji ISO, HCCP
Crown Piast Hotel&Park *****	<ul style="list-style-type: none"> • transparentność zatrudnienia; • równe traktowanie kobiet i mężczyzn; • równość płac na tym samym stanowisku; • cykliczne szkolenia pracowników dotyczące dbałości o środowisko

cd. Tab. 1.

Hotel „Pod Orłem” ***	<ul style="list-style-type: none"> • zatrudnianie osób z orzeczonym średnim stopniem niepełnosprawności; • organizowanie atrakcji dla pracowników kilkakrotnie w ciągu roku; • organizacja szkoleń podnoszących kwalifikacje
Hotele Sheraton *****	<ul style="list-style-type: none"> • organizacja dla pracowników edukacyjnych wycieczek rowerowych, tematycznych wykładów w celu podniesienia świadomości ekologicznej; • szkolenia oraz cotygodniowe treningi, które mają na celu utrwalanie wiedzy zdobytej na wcześniejszych szkoleniach; • rozwinięty system oceny pracy poprzez anonimowe ankiety wypełniane zarówno przez pracowników jak i przełożonych; • ponad połowę stanowisk kierowniczych zajmują kobiety; • szereg imprez dla pracowników i ich rodzin, jak pikniki rodzinne, czy spotkania integracyjne
Hotele Grupy Orbis (Novotel, Mercure, Ibis, Orbis Hotels) ***/*****	<ul style="list-style-type: none"> • rozwój zawodowy pracowników w ramach specjalistycznych szkoleń; • realizacja programu zarządzania różnorodnością pokoleń – edukowanie pracowników, przekazywanie praktycznych wskazówek współpracy z zespołach o zróżnicowanej strukturze wiekowej; • innowacyjne rozwiązania edukacyjne
Obszar - uczciwe praktyki rynkowe	
Hotel „Nad przełosem” ***	<ul style="list-style-type: none"> • polecenie gościom gospodarstw sprzedających produkty lokalne
Radisson Blue Kraków *****	<ul style="list-style-type: none"> • inspirowanie partnerów biznesowych do działań ekologicznych i prospołecznych w ramach „Blu Loves Green” (lekcji ekologii); • włączenie w organizację imprezy „Blue Loves Green” lokalnych podwykonawców i artystów; • współpraca z firmami deklarującymi uczciwe zasady zatrudnienia pracowników
Sieć Hoteli Qubus ***/*****	<ul style="list-style-type: none"> • korzystanie z usług sprawdzonych dostawców
Obszar - ochrona środowiska przyrodniczego	
Hotel „Nad przełosem” ***	<ul style="list-style-type: none"> • zamknięty obieg wody w części basenowej; • bezpieczne dla środowiska środki czyszczące; • żarówki energooszczędne i światła ledowe; • segregacja odpadów w budynku i na zewnątrz; • w cenie pobytu gości zorganizowany transport busem do okolicznych wyciągów

cd. Tab. 1.

<p>MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel ****</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 50% punktów poboru wody posiada urządzenia ograniczające jej zużycie (reduktory przepływu wody, dwudzielne spukiwanie toalety); • biodegradowale środki czystości; • ponad 40% urządzeń jest energooszczędne (oświetlenie, urządzenia AGD); • systematyczna wymiana starych żarówek na energooszczędne; • monitorowanie zużycia energii cieplnej i elektrycznej przy użyciu kalkulatora CO2; • stosowanie segregacji szkła, papieru i tworzyw sztucznych; • zbiórka i utylizacja zużytych baterii, sprzętu elektrycznego i elektronicznego; • promocja rozwiązań ekologicznych; • zachęcanie gości do składania pomysłów na stronie hotelu odnośnie ochrony środowiska
<p>Radisson Blue Kraków *****</p>	<ul style="list-style-type: none"> • rygorystyczna segregacja odpadów; • szczegółowa kontrola używanych materiałów (papiery, tonery, produkty żywnościowe, oleje) i surowców; • montowanie wyłącznie świetlówek energooszczędnych; • używanie kart magnetycznych uruchamiających prąd w pokojach; • organizacja „Zielonych konferencji” (odpowiednie planowanie logistyki transportu, restrykcyjny system segregacji śmieci; materiały konferencyjne są zdatne do recyklingu lub wytworzone z materiałów recyklingowych); • większość przedmiotów wykorzystywanych podczas spotkań to produkty ekologiczne; • Reverse Carbon Offset – możliwość sfinansowania lub posadzenia przez uczestników drzew, które w określonym czasie pochłoną dwutlenek węgla wyemitowany w związku ze spotkaniem; • raportowanie na temat zużytych materiałów i wyprodukowanych podczas spotkania śmieci; • minimalizowanie poziomu zużycia energii elektrycznej i cieplnej; Akcja „Car free Mondays”; • meble recyklingowe podczas imprez (bar wykonany z 5000 butelek wody mineralnej, wyspy cateringowe wykonane z 200 drewnianych europalet); • produkty pakowane w pojemniki zbiorcze; • szklane butelki na wodę; • ograniczenie używania stężonych środków chemicznych

cd. Tab. 1.

<p>„Hotel Polski Pod Białym Orłem”***</p>	<ul style="list-style-type: none"> • segregacja odpadów; • opakowania zbiorcze i wielokrotnego użytku; • utylizacja zużytych baterii; • wodoszczędne słuchawki prysznicowe, perlatory; • czujniki ruchu przy oświetleniu ogólnodostępnych pomieszczeń; • oświetlenie LED; • termostaty pozwalające na ograniczenie zużycia ciepła w niewyłączonych pokojach; • stosowanie farb mineralnych podczas remontu; • biodegradowalne środki czystości; • promocja działań proekologicznych wśród gości (proponuje się możliwość rezygnacji z codziennej wymiany bielizny pościelowej i ręczników, wyłączanie wszystkich światel jednym wyłącznikiem, stosowanie w toalecie szarego papieru, wrzucanie baterii zużytych do pojemnika przy recepcji, segregacja odpadów)
<p>Crown Piast Hotel&Park *****</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 10 000 m² zieleni wokół hotelu (bogaty drzewostan, dekoracyjne krzewy, kwiaty); • żarówki energooszczędne, oświetlenie ledowe, czujniki ruchu; • perlatory napowietrzające w bateriach; • segregacja odpadów; • zbiórka materiałów do ponownego przetwarzania (tonery, pojemniki na tusze); • ciepło wyprodukowane w pralni wykorzystywane do ogrzewania wody użytkowej i hotelu; • wyłączanie pokoi nieużytkowanych w obiegu ogrzewania; • zachęcanie gości do ponownego wykorzystania ręczników
<p>Hotel „Pod Orłem” ***</p>	<ul style="list-style-type: none"> • dachowe panele słoneczne ogrzewające większą część wody w sezonie letnim; • system klimatyzacyjny wykorzystujący technikę wody lodowej; • w pokojach zainstalowany system sterowania zasilaniem, który w przypadku nieobecności gości w pokoju (z powodu braku karty aktywującej) pozwala na wyłączenie pozostawionego oświetlenia; • ogrzewanie gazowe budynku; • krany z czujnikami ruchu w toaletach ogólnodostępnych; • w toaletach system dwufazowego spłukiwania wody; • system uzdatniania wody w kuchni restauracji, podnoszący jej jakość i pozwalający na wydłużenie życia urządzeń kuchennych; • wstępne sortowanie odpadów z zaplecza hotelowego; • olej używany do głębokiego smażenia utylizowany w bezpieczny sposób przez firmę zewnętrzną; • ograniczanie używania naczyń i sztućców jednorazowych przy świadczeniu usług cateringowych

cd. Tab. 1.

Hotele Sheraton *****	<ul style="list-style-type: none"> • zachęcanie klientów do oszczędzania wody i energii przez dobrowolne zrzeczenie się codziennego serwisu hotelowego (goście dokonujący takiego wyboru dostają w zamian niewielkiej wartości kupony na przekąski i napoje, możliwe do wykorzystania w hotelowej restauracji); • używanie kart magnetycznych uruchamiających prąd w pokojach; Żarówki energooszczędne w lampach; • szklany dach atrium hotelu, umożliwiający znaczącą oszczędność energii poprzez pozyskiwanie światła słonecznego do oświetlenia wnętrza atrium oraz ogrzania go w czasie zimy; • system rolet przykrywających szklaną konstrukcję dachu - w czasie lata ograniczone jest zużycie energii elektrycznej potrzebnej do schłodzenia atrium; • w urządzeniach klimatyzacyjnych stosowany jest zamknięty obieg wody; • specjalne baterie z dwustopniowym regulatorem strumienia, jak i perlatorom mieszającym strumień wody z powietrzem; • toalety w pokojach posiadające dwustopniowy przycisk spłukiwania; • wprowadzono system polegający na decydowaniu przez klienta o częstotliwości prania jego pościeli i ręczników; • ścieki technologiczne i wody opadowe kierowane są poprzez separatory do kanalizacji - ścieki z pomieszczeń kuchennych, gospodarczych i pralni kierowane są przez trzy separatory tłuszczu, wody opadowe z terenu parkingu i dachów budynku odprowadzane są poprzez separator benzyn i olejów; • segregowane są między innymi folie, papier, drewno, świetlówki, baterie, przeterminowane środki spożywcze; • wszystkie stosowane detergenty są biodegradowalne
Hotele Grupy Orbis (Novotel, Mercure, Ibis, Orbis Hotels) ***/*****	<ul style="list-style-type: none"> • zarządzanie efektywnością energetyczną, zużyciem wody i segregacją odpadów
Grand Hotel *****	<ul style="list-style-type: none"> • kolektory słoneczne, systemy wentylacyjne z odzyskiem ciepła, piece konwekcyjne oraz wymienniki ciepła; • niewykorzystane pokoje wyłączone z obiegu grzewczego i klimatyzacyjnego; • żarówki energooszczędne; • czujniki ruchu; • napowietrzacze w bateriach; • segregacja odpadów; • środki czystości z atestem ekologicznym; • wywieszki dla pracowników przypominające o potrzebie oszczędzania energii

cd. Tab. 1.

<p>Sieć Hoteli Qubus *** /****</p>	<ul style="list-style-type: none"> • monitoring zużycia surowców; • sprawdzanie stężenia środków czystości; • edukacja klientów na przykład na temat oszczędności wody; • energooszczędne oświetlenie
<p>Obszar – relacje z klientami</p>	
<p>Hotel „Nad przełosem” ***</p>	<ul style="list-style-type: none"> • w cenie pobytu gości zorganizowany transport busem do okolicznych wyciągów (poprawa komfortu wypoczynku); • współpraca z organizacjami turystycznymi i udział w wojewódzkich inicjatywach mających na celu poprawę jakości świadczonych usług; • w każdej części hotelu znajdują się informacje o realizowanych w niej usługach, regulaminy, instrukcje obsługi, czy składniki produktów; • możliwość otrzymania informacji w jednodniowym wyprzedzeniu o planowanych posiłkach na następny dzień; • możliwość uzyskania informacji od pracowników skąd pochodzą składniki produktów; • możliwość zakupu w hotelu składników posiłków produkowanych lokalnie
<p>Radisson Blue Kraków *****</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Koncept Baby Blu dla dzieci; • oferta Pillow Menu; • bezpłatny dostęp do Internetu na terenie całego hotelu; • impreza Blue Loves Green skierowana do klientów biznesowych; • podczas organizacji „zielonych” spotkań Obsługa koncertów – informacja dla uczestników chcących w ciekawy sposób spędzić czas
<p>Crown Piast Hotel&Park *****</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 10 000 m² zieleni wokół obiektu, oczko wodne z fontanną i karpinkami japońskimi, ścieżka wytyczona wśród zieleni to wartość dodana obiektu; • ułatwienia dla osób niepełnosprawnych ruchowo (brak progów, przestronne windy, dostosowane toalety)
<p>Hotel „Pod Orłem” ***</p>	<ul style="list-style-type: none"> • budynek hotelowy w pełni przystosowany do osób niepełnosprawnych; • podczas dużych uroczystości w sali bankietowej dzięki współpracy z przedszkolem hotel oferuje opiekę nad dziećmi oraz udostępnianie im przedszkolnego placu zabaw
<p>Hotele Sheraton *****</p>	<ul style="list-style-type: none"> • dostosowany do potrzeb ludzi niepełnosprawnych posiada pokoje wyposażone między innymi w poszerzone wejścia, obniżone włączniki światła i specjalne łazienki); • klienci mają możliwość oceniania usług oferowanych im przez hotel
<p>Grand Hotel *****</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ułatwienia dla osób niepełnosprawnych (specjalnie przeszkoleni pracownicy, poszerzone drzwi wejściowe do pokoi, odpowiednio zaaranżowane toalety)

cd. Tab. 1.

Obszar – zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności	
Hotel „Nad przełosem” ***	<ul style="list-style-type: none"> • zaangażowanie w rozwój lokalnej placówki oświatowej; Inicjowanie lokalnych festynów; • udostępnianie swojej infrastruktury dla dzieci i młodzieży lokalnej (na przykład lodowiska); • angażowanie społeczności lokalnej w oferowanie różnych usług gościom; • większość pracowników to lokalni mieszkańcy; • głównie i w pierwszej kolejności korzystanie z usług i produktów firm lokalnych
MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel ****	<ul style="list-style-type: none"> • współpraca z lokalną placówką oświatową – doskonalenie młodzieży z kierunku technik żywienia i usług gastronomicznych; • angażowanie się w pomoc młodzieży podczas konkursów; • wspieranie wielu imprez i akcji związanych z pomocą potrzebującym, jak również propagujących zdrowy tryb życia, takich jak: Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy (w postaci przekąsek), Warszawski Orszak Trzech Króli (udostępnienie dekoracji tematycznych), Spotkania świąteczne podopiecznych Fundacji i Stowarzyszeń (poczęstunek), Imprezy rekreacyjne (nagrody, sponsoring), Szlachetna Paczka (organizacja Gali Finałowej); • korzystanie z lokalnych produktów żywnościowych
Radisson Blue Kraków *****	<ul style="list-style-type: none"> • aukcje charytatywne na rzecz domu dziecka; • sprzedaż cegiełek; • zbiórka żywności; • wspieranie hipoterapii; • 80% dostawców żywności to firmy z regionu
„Hotel Polski Pod Białym Orłem” ***	<ul style="list-style-type: none"> • współorganizacja Małopolskiego Konkursu Kaligraficznego dla Dzieci i Młodzieży; • współpraca z Wydziałem Informacji, Turystyki i Promocji Miasta Krakowa
Sieć Hoteli Qubus ***/****	<ul style="list-style-type: none"> • szkolenia (edukacja hotelarska) dla dzieci z lokalnych przedszkoli i szkół; • dobry i ceniony pracodawca na rynku lokalnym; • wspieranie biznesu lokalnego; • współpraca z Polską Akcją Humanitarną (przekazywanie funduszy)
Crown Piast Hotel&Park *****	<ul style="list-style-type: none"> • udział w projekcie Krakowskiej Karty Rodzinnej; • unikatowy ogród dla wszystkich rodzinnych spotkań; • dziecięca karta menu i krzeselka dla najmłodszych w restauracji

cd. Tab. 1.

Hotel „Pod Orłem” ***	<ul style="list-style-type: none"> • porozumienie w władzami miasta w sprawie rewitalizacji pobliskiego parku; • współpraca w właścicielami firmy przewozowej w celu doprowadzenia do odnowy głównego przystanku autobusowego stanowiącego wizytówkę miasta; • pomoc instytucjom edukacyjnym i społecznym w pracach renowacyjnych na terenie tych instytucji (oferowanie siły roboczej); • współpraca z lokalnym dostawcami warzyw, owoców i mięsa
Hotele Sheraton *****	<ul style="list-style-type: none"> • współpraca z Fundacją Anny Dymnej, Pomoc dla Domu Dziecka (długookresowa pomoc materialna i świadczenie usług przez pracowników na rzecz instytucji na przykład pikniki, Przyjęcia Mikołajkowe dla Dzieci); • szereg inicjatyw nakierowanych na dzieci - zbieranie funduszy na rzecz UNICEF-u; • sponsorowanie imprez lokalnych; • włączanie się w realizację projektu mającego na celu dzielenie się z licealistami i studentami wiedzą i doświadczeniem z zakresu społecznej odpowiedzialności
Hotele Grupy Orbis (Novotel, Mercure, Ibis, Orbis Hotels) ***/*****	<ul style="list-style-type: none"> • wdrożony kodeks postępowania mający na celu ochronę dzieci przed wykorzystaniem seksualnym w turystyce; • realizacja programu rozwoju osobistego, staży i praktyk zawodowych dla dzieci z domów dziecka; • wsparcie dla Fundacji MaMa (umożliwienie matkom wykluczonym społecznie podjęcie pracy zawodowej); • realizacja licznych projektów z organizacjami: Krajowe Centrum ds. Aids, Fundacja Dzieci Niczyje, Maltańskie Centrum Pomocy Dzieciom

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Cieślakowski, 2014; MAZURKAS – Odpowiedzialność..., 2014; *Ekologiczny to ...*, 2014; *CSR czyli...*, 2014; *Orbis S.A. wdraża...*, 2014; Dragota i in., 2012).

Oprócz wyżej wymienionych działań do mniej popularnych akcji prowadzonych w obszarze dotyczącym zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności należy propagowanie przez obiekty hotelarskie kultury i sztuki. Jednym z podmiotów realizującym tego typu działania jest MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel. Inicjatywa FORUM HUMANUM MAZURKAS umożliwia synergię świata kultury i biznesu. Prace bohaterów wernisażu wystawione w hotelu (w swego rodzaju galerii 24 H) mogą być podziwiane i nabywane przez gości. Hotel angażuje się poza tym w organizację imprez kulturalnych (koncertów) oraz pomoc artystom. Potwierdzeniem tej aktywności jest otrzymany przez obiekt certyfikat: Firma przyjazna sztuce.

Promocją polskiej kultury oraz działaniami na rzecz ochrony dziedzictwa narodowego zajmuje się także Hotel Polski Pod Białym Orłem. Wspólnie z Gminnym

Domem Kultury w Lipnicy Murowanej jest organizatorem happeningu „Lipnickie Palmy w Krakowie”. Zarząd szczególnie dba o konserwację zabytkowych elementów architektury hotelu. Goście mogą podziwiać w hotelu między innymi zabytkowe belki z 1683 roku, skamieniałości sprzed 400 milionów lat zachowane w posadzce recepcji (Józefowski, Kokoszka, 2012).

Hotel „Pod Orłem”, jako członek Kaszubskiego Stowarzyszenia Turystycznego, stara się promować lokalną kaszubską kulturę na kilka sposobów, na przykład poprzez uczestnictwo w Tygodniu Kultury Kaszubskiej, podczas którego personel Hotelu i restauracji nosi stroje z elementami ubioru kaszubskiego, a restauracja serwuje dania kuchni kaszubskiej. W budynku restauracji planowane jest utworzenie izby pamięci poświęconej historii budynku i jego pierwszym lokatorom.

Wsparciem dla obiektów hotelarskich w realizacji założeń społecznie odpowiedzialnego biznesu oraz w funkcjonowaniu zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju może być udział w nowym, ogólnosiwiatowym programie zrównoważonego rozwoju - PLANET 21. Program ten nawiązuje do dokumentu „Agenda 21” – planu działań podpisanego w Rio de Janeiro w 1992 roku i przypomina o najbardziej aktualnych wyzwaniach XXI wieku. Program PLANET 21 grupuje w 7 kategoriach 21 zobowiązań na rzecz środowiska (natura, innowacyjność, dwutlenek węgla) i społeczeństwa (zdrowie, zatrudnienie, dialog, społeczność lokalna).

Do udziału w programie zrównoważonego rozwoju PLANET 21 angażują swoje hotele Orbis S.A wraz z partnerem strategicznym Grupą Accor. Dokonania hoteli grupy ACCOR (partnera strategicznego Grupy Orbis) oraz Hotelu Ibis – marki należącej do Grupy Orbis S.A. w poszczególnych filarach programu PLANET 21 zaprezentowano w tab. 2.

Tab. 2. Realizacja programu PLANET 21 przez Hotele Grupy Accor oraz Grupy Orbis na przykładzie Hotelu Ibis

Filary Programu PLANET 21	Dokonania Hotelu grupy Accor	Dokonania Hotelu Ibis
Zdrowie	<ul style="list-style-type: none"> • w 89% hoteli stosowane są produkty ekologiczne; • 87% oferuje zbilansowane posiłki; • 40% organizuje szkolenia dla pracowników z zakresu zapobiegania chorobom 	<ul style="list-style-type: none"> • 55% hoteli stosuje produkty z oznakowaniem ekologicznym (środki czystości, farby ścienne, pokrycia podłogowe); • 54% promuje zrównoważone żywienie; • 71% organizuje szkolenia prewencyjne dla pracowników

cd. Tab. 2.

Środowisko naturalne	<ul style="list-style-type: none"> • 1,3% mniejsze zużycie wody; • 79% hoteli poddaje odpady recyklingowi; • 39% uczestniczy w programie „Plant for the Planet” 	<ul style="list-style-type: none"> • 90% hoteli wyposażonych jest w prysznic i krany z regulacją przepływu wody; • 78% segreguje i poddaje recyklingowi wytworzone odpady; • 468 hoteli uczestniczy w akcji sadzenia drzew „Plant for the Planet”
Dwutlenek węgla	<ul style="list-style-type: none"> • mniejsze o 1,6% zużycie energii; • 6% hoteli wykorzystuje energię odnawialną 	<ul style="list-style-type: none"> • 89% stosuje żarówki energooszczędne do oświetlania całodobowego; • 95% monitoruje co miesiąc i analizuje zużycie energii; • 63% wykorzystuje odnawialne źródła energii, a 50 z nich jest wyposażona w panele słoneczne
Innowacje	<ul style="list-style-type: none"> • W 23% hoteli w pokojach znajdują się przynajmniej 3 elementy ekologiczne wystroju 	<ul style="list-style-type: none"> • 13% stosuje w pokojach przynajmniej 3 ekologiczne elementy (na przykład materace, bielizna łazienkowa, papier); • 11% zaprojektowała ekologiczne dozowniki oferowanych produktów i stosuje ten rodzaj wyposażenia
Rozwój lokalny	<ul style="list-style-type: none"> • 38% hoteli zobowiązało się do ochrony dzieci; • 68% kupuje i promuje produkty lokalne; • 83% hoteli wycofało z menu restauracji zagrożone gatunki morskie 	<ul style="list-style-type: none"> • 60% chroni lokalne ekosystemy, wyłączając z ofert owoce morza zagrożone wyginięciem; • prawie 4000 współpracowników przeszło szkolenia z zakresu zwalczania turystyki seksualnej z udziałem dzieci; • 35% kupuje i promuje lokalne artykuły spożywcze
Praca	<ul style="list-style-type: none"> • 80% menedżerów to awansowani pracownicy; • 27% managerów to kobiety; • w 80% krajach co 2 lata organizowane są wśród pracowników badania opinii 	<ul style="list-style-type: none"> • 115 hoteli organizuje szkolenia językowe dla swoich pracowników; • 101 hoteli organizuje szkolenia z zakresu zagrożeń psychospołecznych
Dialog	<ul style="list-style-type: none"> • 31% hoteli wszystkich marek ma certyfikat ISO 14001; • 60% umów na zakup towarów i usług jest zgodna z założeniami „Karty 21” 	<ul style="list-style-type: none"> • 414 hoteli uzyskało certyfikat Zarządzania Środowiskowego (ISO 14001); • 227 hoteli franczyzowych spełnia standardy

Źródło: (Hotel Ibis..., 2014; Hotele Accor..., 2014).

Na praktyczną implementację idei odpowiedzialnego biznesu oraz weryfikację społecznych, środowiskowych oraz etycznych aspektów funkcjonowania przedsiębiorstw pozwala szereg narzędzi. Należą do nich w szczególności: zasady i kodeksy

postępowania (niepoddawane zewnętrznej weryfikacji na przykład zasady Global Compact, kodeksy branżowe), instrumenty zarządzania systemowego (poddawane zewnętrznej certyfikacji czyli ISO 14001, EMAS, Standard AA8000, ISO 9001 oraz bez możliwości certyfikacji – norma ISO 26000), czy wytyczne dotyczące raportowania i komunikacji czyli Global Reporting Initiative, Standard AA1000.

Uczestnictwo w programach certyfikacji zwiększa wiarygodność organizacji. Wybrane poddane wcześniejszej analizie obiekty hotelarskie na działalność w zakresie społecznej odpowiedzialności głównie starają się potwierdzać spełnienie najwyższych standardów w zakresie ochrony środowiska, certyfikatami ISO 14001. W 2014 roku Hotele Grupy Orbis - 12 obiektów Ibis w Polsce oraz 3 Hotele Novotel (jako pierwsze hotele tej marki) potwierdziły dbałość o środowisko wdrożonym systemem zarządzania środowiskowego. Potwierdzeniem działań służących ochronie środowiska są także Certyfikaty Czystej Turystyki (w MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel, Hotelu Polskim Pod Białym Orłem) oraz Certyfikaty Green Key (w Sieci Hoteli Sharaton, w Hotelach Radison Blue w Krakowie, a także Warszawie, Gdańsku, Wrocławiu, Szczecinie, oraz w innych hotelach czyli: Westin Warszawa, Arka Medical SPA Kołobrzeg, Pro-Vita Kołobrzeg). Inną normą zgodnie z którą analizowane firmy hotelarskie realizują CSR jest norma ISO 9001. Certyfikatem tym mogą pochwalić się Hotele Qubus, Sheraton, Grupy Orbis między innymi hotele marki Ibis, hotele należące do spółki Hotele Warszawskie „Syrena”. Niektóre obiekty hotelarskie mogą posiadać Zintegrowany System Zarządzania (w dowolnej konfiguracji). Przykładem obiektu, który posiada System Zarządzania Jakością (ISO 9001) zintegrowany z Systemem Zarządzania Bezpieczeństwem Żywności (ISO 22000) jest hotel Pałac Kawalera. Hotel Topaz w Poznaniu uzyskał z kolei Certyfikat Zintegrowanego Systemu Zarządzania Jakością, Bezpieczeństwem i Higieną Pracy, Środowiskiem i Bezpieczeństwem Żywności. W obiektach hotelarskich aktywność CSR nie jest regulowana przez normy ISO 26000, AA 1000, SA 8000. Wiele obiektów działa też bez określonej normy.

4. Dyskusja wyników

Przeprowadzone badania wskazują iż:

- Funkcjonujące w Polsce obiekty hotelarskie (w ramach strategii CSR) podejmują działania w różnych obszarach społecznej odpowiedzialności. Działania takie podejmują obiekty różnych marek, zarówno luksusowe, średniej klasy jak również hotele ekonomiczne. Poddane analizie obiekty realizują świadomy CSR.

- Analiza działań potwierdza wcześniejsze stwierdzenie, iż najbardziej wyraźne są działania przedsiębiorstw skierowane na zewnątrz organizacji. Szczególnie znaczącymi obszarami działań są: obszar środowiska przyrodniczego oraz obszar zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności.
- Obiekty hotelarskie wyższej kategorii mają bardziej rozbudowany zakres podejmowanych inicjatyw, we wspomnianym wyżej znaczącym obszarze dotyczącym ochrony środowiska przyrodniczego.
- Działalność obiektów na rzecz pracowników (w obszarze stosunki pracy i prawa człowieka) w głównej mierze dotyczą ich rozwoju zawodowego i podnoszenia kwalifikacji poprzez różnego typu szkolenia, dbania o kształtowanie ich świadomości ekologicznej. Firmy realizują także programy socjalne oraz związane z opieką zdrowotną. Respektują prawa człowieka, w szczególności przestrzegają zasad równości w różnych aspektach życia i różnorodności. Dbają także o właściwe relacje między pracownikami.
- Podejmowane działania związane z uczciwymi praktykami rynkowymi zazwyczaj nie są rozpowszechniane w różnego typu materiałach źródłowych informujących o prowadzonych działaniach w zakresie CSR, w takim stopniu jak działania podejmowane w innych obszarach. Zidentyfikowane działania podmiotów prowadzą do współpracy z firmami przestrzegającymi uczciwych zasad zatrudniania pracowników. Obiekty hotelarskie starają się angażować swoich partnerów biznesowych we wspólne akcje na przykład charytatywne. Oprócz partnerów w akcje włączani są także często goście hotelowi, tak jak ma to miejsce w Hotelu Radisson Blue w Krakowie. Dzięki temu turystyka może przyczynić się do lokalnych akcji charytatywnych.
- Relacje z klientami dotyczą w głównej mierze promocji zrównoważonej konsumpcji, zwłaszcza w obiektach realizujących Program Planet 21. Przekazują w rzetelny sposób informacje o swoim produkcie, starają się zapewnić właściwą obsługę. Obiekty hotelarskie dbają o zapewnienie odpowiedniej jakości usług. Starają się poszerzać zakres świadczonych usług stosownie do zmieniających się potrzeb klientów. Swoją ofertę kierują do różnych grup odbiorców, w tym osób niepełnosprawnych.
- Wybrane hotele podejmują działania mające na celu ochronę i promocję dziedzictwa kulturowego, wspierają rozwój regionu poprzez reklamowanie lokalnych imprez kulturalnych, zajmują się propagowaniem dorobku lokalnych twórców.
- W obszarze praktyk rynkowych obiekty hotelarskie wspierają rodzimą przedsiębiorczość zaopatrując się w produkty, głównie żywnościowe od lokalnych dostawców.

- Zaangażowanie widoczne jest w większym lub mniejszym zakresie w każdym z obiektów w akcje na rzecz społeczności lokalnej. Przedsiębiorstwa są otwarte na społeczność lokalną, rozwiązywanie ich problemów, uczestniczą w edukacji mieszkańców i propagowaniu kultury lokalnej. Poprzez tworzenie miejsc pracy dla społeczności lokalnej przyczyniają się do zwalczania ubóstwa. Obiekty hotelarskie często pozyskują środki lub angażują swoje na różnego typu inwestycje związane z edukacją, infrastrukturą czy opieką społeczną.
- W obszarze środowiska hotele dążą do zapobiegania zanieczyszczeniom, zrównoważonego zużycia surowców oraz łagodzenia zmian klimatycznych. Obiekty stosują szeroki wachlarz rozwiązań pro środowiskowych dotyczących gospodarki odpadami, gospodarki ściekowej, oszczędzania energii elektrycznej i ciepłej oraz obniżania zużycia wody, ograniczenia emisji zanieczyszczeń do powietrza w związku z prowadzoną działalnością. Działania społeczne w obszarze środowiska przyrodniczego bardzo często przekładają się na realizację celów ekonomicznych przedsiębiorstw. W realizację działań służących ochronie środowiska włączani są goście hotelowi. Obiekty hotelarskie są także otwarte na sugestie gości odnośnie rozwiązań proekologicznych, jakie mogłyby mieć zastosowanie w obiektach. W hotelach prowadzona jest edukacja ekologiczna gości.
- Wprowadzając rozwiązania przyjazne środowisku hotele w minimalnym zakresie wdrażają innowacje. Przykładem innowacji może być instalowanie bezwodnych pisuarów w budynkach hotelowych. Pozwala to na znaczne zmniejszenie zużycia wody. Środki czystości używane w tych systemach produkowane są na bazie związków biodegradowalnych. Systemy te oprócz oszczędzania wody, oszczędzają energię oraz środki związane z utrzymaniem, gdyż są bezawaryjne i odporne na zniszczenia (Dragota i in., 2012).
- Większość hoteli w Polsce stara się zwiększać swoją konkurencyjność i różnorodność oferowanych usług poprzez organizację konferencji i wydarzeń na terenie swoich obiektów. Niestety większość z nich nie jest planowana jako zielone wydarzenia, podczas których organizator stara się maksymalnie obniżyć wpływ wydarzeń na środowisko. Spośród analizowanych obiektów Radison Blue Kraków zaangażowany jest w organizację odpowiedzialnych i zrównoważonych spotkań (konferencji). Jako pierwszy hotel na świecie i pierwsza firma w Polsce dołączył do grona posiadaczy certyfikatu BS 8901. Strategia organizacji „odpowiedzialnych” i „zrównoważonych” spotkań opiera się na trzech priorytetach: zmniejszenia negatywnego wpływu na środowisko naturalne, pozytywnego oddziaływania na lokalną społeczność oraz redukcji kosztów produkcji i eksploatacji.

- Podejmowane działania w ramach poszczególnych filarów Programu PLANET 21 związane są z poszczególnymi obszarami CSR. Dotyczą one:
 - w obszarze stosunki pracy: szkoleń pracowniczych zapobiegających chorobom i językowych oraz równouprawnienia;
 - w obszarze uczciwe praktyki rynkowe: współpracy z lokalnymi producentami, promocji produktów produkowanych lokalnie;
 - w obszarze relacje z klientami: oferowania zrównoważonych posiłków;
 - w obszarze środowisko przyrodnicze: działań na rzecz ograniczenia zużycia wody, energii, wykorzystania odnawialnych źródeł energii, ekologicznych produktów, segregacji odpadów oraz ich recyklingu, uczestnictwa w akcji sadzenia drzew;
 - w obszarze zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności: ochrony dzieci, korzystania z produktów lokalnych.

Podsumowanie

Przedsiębiorstwa świadczące usługi hotelarskie wychodzą naprzeciw wyzwaniom stawianym przez XXI wiek. Społeczna odpowiedzialność biznesu jest już częścią hotelarskiej rzeczywistości. W wielu polskich hotelach wdraża się polityki CSR ukierunkowane na poszczególne grupy docelowe. Wskazują na to zidentyfikowane w punkcie drugim opracowania dobre praktyki. Na ich podstawie można stwierdzić, że w ramach prowadzonej działalności w obiektach hotelarskich widoczne są elementy zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju. Zrównoważony rozwój nie dotyczy tylko kwestii środowiska naturalnego, ale także zachowania lokalnych kultur, przestrzegania praw człowieka, pracowniczych i konsumenta, rozwoju społeczności lokalnych, etycznych zachowań wobec klientów i konkurentów. Zrównoważony rozwój stanowi zintegrowany element filozofii działania wielu obiektów hotelarskich, zwłaszcza dużych sieci hotelowych. Wiele firm między innymi Orbis S.A. stawia sobie za cel bycie liderem w branży hotelarskiej w Polsce w obszarze CSR poprzez wyznaczanie wzorców i promowanie dobrych praktyk.

Pomimo sporego zaangażowania obiektów hotelarskich w realizację działań społecznej odpowiedzialności, przeprowadzone badania wskazują na potrzebę poszerzenia ich zakresu w odniesieniu do relacji z pracownikami oraz relacji z partnerami biznesowymi.

W celu uzyskania możliwie największych pozytywnych efektów (dla poszczególnych grup interesariuszy oraz całej firmy) niezbędne jest objęcie działań realizowanych w ramach CSR analizą benchmarkingu. Benchmarking służyć może jako

narzędzie doskonalenia podejmowanych działań społecznie odpowiedzialnych. Warunkiem powodzenia tego procesu jest odpowiednie wyszukiwanie wzorców. Ocena realizowanych działań w zakresie CSR odnoszona do wzorca wyznacza „lukę negatywną” stanowiącą przedmiot doskonalenia (Lulewicz-Sas, 2013a).

Zaleceniem dla obiektów hotelarskich realizujących świadomy CSR jest włączenie się do stosowania ujednoczonych zasad sprawozdawczości w zakresie CSR opracowanych przez Global Reporting Initiative (GRI). Raportowanie CSR jest obecnie biznesowym standardem. Raporty społeczne wydawane w formie publikacji lub umieszczane na stronie internetowej przedstawiają w sposób całościowy strategię organizacji, jej politykę społeczną i wyniki w zakresie odpowiedzialności wobec kluczowych grup interesariuszy. Przygotowane w prawidłowy sposób stanowią integralny element zarządzania CSR (Lulewicz-Sas, 2013b).

Powoli standardem staje się także poświadczanie danych odnośnie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności biznesu. Poświadczenie to może pomóc w uzyskaniu wiarygodności firm w zakresie spełnienia wysokich standardów ekonomicznych, społecznych i środowiskowych.

Działalność CSR w obiektach hotelarskich w większym zakresie powinna być regulowana poprzez podstawowe standardy które dotyczą bezpośrednio społecznej odpowiedzialności, takie jak norma ISO 26000, standardy serii AA 1000 czy standard SA 8000.

Literatura

1. Arodź J. i in. (2005), *Strategia zrównoważonego rozwoju Hotelu Sheraton Kraków*, Challenges of Sustainable Development In Poland, Mogilany
2. Banasiewicz K. (2010), *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w świetle badań empirycznych*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu 16
3. *Biznes hotelarski odpowiedzialny społecznie*, <http://www.hotelnews.pl> [26.11.2014]
4. Cieślakowski K., *Elementy CSR w funkcjonowaniu i rozwoju przedsiębiorstw turystycznych*, <http://www.odpowiedzialniwbiznesie.pl> [26.11.2014]
5. Citkowski M. (red.), (2010), *Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Koncepcja i praktyka*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Administracji Publicznej, Białystok
6. *CSR czyli przyjazne praktyki w krakowskich hotelach*, <http://biznesnafali.pl> [08.12.2014]
7. Dragota M. i in. (2012), *Hotel „Pod Orłem” Raport zrównoważonego rozwoju. Analiza i propozycje zmian*, Kartuzy
8. *Ekologiczny to za mało: Odpowiedzialność społeczna w hotelach*, <http://www.konferencje.pl/artykuly> [08.12.2014]
9. *Europa 2020 – Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu* (2010), Komunikat Komisji Europejskiej, Bruksela

10. Gorzeń-Mitka I. (2012), *Pomiar społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) w teorii i praktyce organizacji*, w: B. Kryk, L. Kłos, G. Leśniewska (red.), *Handel wewnętrzny, Trendy i wyzwania zrównoważonego rozwoju w XXI w.*, t. 3, Wydawnictwo Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa
11. *Hotel Ibis - nasz program zrównoważonego rozwoju PLANET 21*, <http://www.ibis.co/pl> [08.12.2014]
12. *Hotelarze, bycie „zielonym” się opłaca! Wnioski po Cornell Hospitality Research Summit*, <http://turystykaodpowiedzialnie.pl> [08.12.2014]
13. *Hotele Accor - nasz program zrównoważonego rozwoju PLANET 21*, <http://www.accorhotels.com/pl> [08.12.2014]
14. Józefowski B. (red.), Kokoszka B. (2012), *Małopolskie Obserwatorium Gospodarki. CSR w Małopolsce*, Kraków
15. *Kapitał społeczny dla gospodarki*, <http://www.odpowiedzialnafirma.pl> [30.01.2015]
16. Lewicka-Strzałecka A. (2009), *Miejsce CSR w europejskiej strategii na rzecz zrównoważonego rozwoju*, *Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym* 12 (1)
17. Lulewicz-Sas A. (2013a), *Benchmarking jako narzędzie doskonalenia organizacji w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu*, w: B. Kryk (red.), *Handel wewnętrzny, Trendy, wyzwania i dylematy zrównoważonego rozwoju*, t. 2, Wydawnictwo Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa
18. Lulewicz-Sas A. (2013b), *Społeczna odpowiedzialność biznesu w wybranych krajach Unii Europejskiej*, *Ekonomia i Prawo* 12 (4)
19. *MAZURKAS – Odpowiedzialność społeczna*, <http://www.mazurkashotel.pl/crs.html> [26.11.2014]
20. Nogieć J. (2013), *Działania społecznej odpowiedzialności biznesu skierowane do różnych grup odbiorców*, *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu* 1 (33)
21. *Orbis S.A. wdraża program PLANET 21*, <http://www.ccifp.pl> [08.12.2014]
22. *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, <http://www.mg.gov.pl> [08.12.2014]

The influence of corporate social responsibility in the tourism industry on sustainable development on the example of hotel facilities

Abstract

This article concerns the social responsibility of the companies providing hotel services. Its main goal is to present good practices undertaken by these entities in different areas of CSR

and thus demonstrate their commitment to achieving the goals of sustainable development. The theoretical part of the article introduces the issues of corporate social responsibility and demonstrates its close relationship with sustainable development.

Keywords

corporate social responsibility, sustainable development, hotel industry

Author information

Małgorzata Borkowska-Niszczoła

Białystok University of Technology

Wiejska 45A, 15-351 Białystok, Poland

e-mail: m.borkowska@pb.edu.pl