

## Társadalmi felelősségvállalás a hazai wellness szállodák körében - innovatív megoldások a klímaváltozás hatásaira

### Bevezetés

A turizmus világgazdaságban betöltött szerepének növekedésével párhuzamosan kerül egyre nagyobb mértékben fókuszba a turizmus és a környezetváltozás kapcsolatának vizsgálata a kutatásokban is. HOLDEN (2008) szerint nagy lépésnek volt tekinthető, hogy Dél-Koreában már 1981-ben előírták a 80 szoba feletti szállodák beruházásához környezettanulmány készítésének szükségességét.

A turizmus szerepe a klímaváltozásban kettős, amennyiben a szektor nemcsak okozója, hanem elszennvedője is a környezetváltozás hatásainak. A turizmusra mind direkt (hűtés-fűtés), mind indirekt (biodiverzitás csökkenése) módon képes hatni a klímaváltozás. Emellett az elvándorlást és a mobilitást mint hatást is meg kell említeni. (HOLDEN, A. 2008)

A turizmus nagymértékben járul hozzá a környezeti problémák kialakulásához és növekedéséhez, többek között a szektor által okozott CO<sub>2</sub> kibocsátás formájában, mely elsősorban a közlekedésből fakad (75%), ennek is 40%-a a légi közlekedésből. A szállodaipar kibocsátása pedig nagyjából az összes kibocsátás 21%-át adja. (POLLOCK, A. 2008)

Sajnálatos módon a szálloda-szektor energia felhasználását illetően nem állnak rendelkezésre pontos adatok, de a tudományos becslések megállapították, hogy már egy évtizeddel korábban is 97,5 TWh-ra tehető az ágazat energiafelhasználása. (HOTEL ENERGY SOLUTIONS, 2011) Ugyanakkor kiemelendő tény, hogy a szállodák üzemelésében - figyelembe véve a szobák számát, a szolgáltatások összetettségét és a vendégek magatartását - az energiaköltségek a legjelentősebbek között találhatók (HASSANIAN et al. 2010). A szállodák tehát költségeik csökkenésének lehetőségét sok esetben az ún. Corporate Social Responsibility (CSR), vagyis a társadalmi felelősségvállalás keretein belül alkalmazott környezetbarát tevékenységek bevezetésben látják. (BUTLER, J. 2008)

### CSR a szállodákban - környezeti fenntarthatóság

A fenntartható fejlődés alap gondolata, hogy nem csupán a gazdasági fenntarthatóságot kell egy vállalatnak szem előtt tartani, hanem ebből kitekintve a társadalom és környezet elemeinek figyelembevétele is szükséges a fejlődéshez. ELKINGTON (1998) háromágú villáján tehát a fenntartható fejlődés ágai a jövedelmezőség, a környezeti minőség és a társadalmi igazságosság.

A vállalatok társadalmi felelősségvállalásával (Corporate Social Responsibility - CSR) a '90-es évek elején kezdett foglalkozni a szakirodalom - az azóta eltelt két évtized egyértelműen bebizonyította a CSR létjogosultságát és szükségességét. A CSR definiálását számos szervezet és kutató elvégezte (DAHLSTRUD, A. 2008), jelen munkában a Fenntartható Fejlődés Világgazdasági Tanácsának értelmezését tartjuk mérvadónak. Eszerint a CSR „az üzleti világ elkötelezettségét jelenti, hogy hozzájáruljon a fenntartható gazdasági fejlődéshez, az alkalmazottakkal, a családjaikkal, a helyi közösséggel és a társadalom széles rétegeivel együttműködve, az életminőség javítása érdekében” (in KOTLER - LEE, 2007). A szálloda szektorra koncentrááló kutatásokban viszonylag ritkán kerül sor a CSR valamennyi pillérjének vizsgálatára, mivel a szektorban tevékenykedő szolgáltatók maguk is elsősorban a fenntartható környezeti működéshez kapcsolják saját CSR tevékenységük kommunikációját. (LEVY, S. - PARK, S-Y., 2011)

A turisztikai ágazat környezetbarát szemléletváltásának igénye már három évtizeddel ezelőtt is sürgető problémaként jelent meg a kutatásokban és a turizmus tervezésében. E kérdések ugyan az egész ágazat szempontjából közelítették meg a környezeti fenntarthatóságot, de a szállodaiiparban is értelmezhetőek és alkalmazhatóak (BOHDANOWICZ, 2006b).

A 2006-2009-es gazdasági válság arra ösztönözte a szállodaszektor képviselőit is, hogy törekedjenek a környezetbarát működési megoldások keresésére (KAPIKI, 2010; KANG et al, 2012). Ez főként az olyan 4-5 csillagos, elsősorban wellness hoteleket érinti, melyek kiemelkedően magas energia költségekkel működnek. Másrészt, a keresleti oldal nyomása is egyre erősebben megjelenik a hotelekben, hiszen a turisták körében növekszik a környezettudatosság iránti igény: elsősorban a mindennapokban követik a „zöld-életmódot”, de az utazásaik során is egyre nagyobb mértékben törekednek erre (BOHDANOWICZ, 2006a).

Annak ellenére, hogy kutatások alapján a növekvő környezettudatosságú vendégek többet fizetnének a környezetbarát szállodai szolgáltatásokért (KANG et al, 2012), mégis az tapasztalható a szállodaszektorban, hogy szállodavezetők csekély hajlandósággal vezetik be a környezetbarát technológiai újításokat, tartva a nagy volumenű pénzügyi befektetések megtérülésétől (HSIAO et al, 2014).

A „zöld” megoldások alkalmazása jóval szélesebb körű, mint csupán az energiatakarékos izzók alkalmazása vagy a környezettudatos hulladék-menedzsment, bár természetesen ezen tényezők sem elhanyagolhatók. SMITH (2009) szerint egy hotel fizikai jellegzetességei determinálják a környezetbarát működés lehetőségeit. Míg KAPIKI (2010) elsősorban az olyan, szállodák üzemeltetése során is alkalmazható energiatakarékos (és egyben költségtakarékos) megoldásokat hangsúlyozza, mint a megújuló energiaforrások és energiatakarékos eszközök használata, addig TIMOTHY ÉS TEYE (2009) más zöld lehetőségeket is kiemel, mint például biológiailag lebomló anyagok és helyben előállított termékek alkalmazása (in KUCUKUSTA et al. 2013).

RAHMAN és társai (2012) kutatásai alapján elmondható, hogy független hotelekhez képest a lánchoz tartozó szállodák nagyobb figyelmet fordítanak a CSR tevékenységre, ezen belül a környezettudatos intézkedésekre. TARÍ és társai (2010) kutatása azt is igazolta, hogy a szállodalánc tagság és a környezettudatosság között kapcsolat áll fenn.

Meg kell említeni, hogy a környezettudatos működést - többek között a keresleti oldal informálására - számos ökocímkével igazolhatja egy vállalkozás, jelen esetben egy szálloda. Napjainkban világszerte több, mint 100 ökocímke létezik a turisztikai szolgáltatók, az ökoturizmus és a hotel szektor minősítésére (HOTEL ENERGY SOLUTIONS, 2011). Léteznek olyan ökocímkék, melyek bármely vállalkozás számára megpályázhatók és elérhetők (például EcoLabel, Der Blaue Engel), illetve számos, kizárólag a szálloda szakma számára kifejlesztett ökocímke is megszerezhető (pl. Zöld Szálloda díj, Green Key). Ezek mindegyike szigorú szabályokat és előírásokat tartalmaz azon hotelek számára, melyek szeretnék megszerezni a minősítést. A címkék országonként és szervezetenként eltérnek, de természetesen számos közös elemet tartalmaznak (Hotel Energy Solutions, 2011).

A magyar szállodai gyakorlatban még nem terjedt el az ökocímkék széleskörű használata, szinte kizárólag a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége (továbbiakban: MSZÉSZ) által 1993-ban kiírt „Zöld Szálloda” minősítésre pályáznak a hotelek. A pályázatot lánc- és független szállodák számára írja ki a MSZÉSZ, a díjat elnyert házak 2 évig használhatják a minősítést. További zöld minősítés található a nemzetközi láncokhoz tartozó hotelek esetében, melyeket a láncok alakítottak ki, és ítélnek oda saját tagjaik számára.

### Innováció a szállodákban

Schumpeter (1934) egyike volt az elsőknek, akik megalkották az innováció elméletét. Szerinte az innováció nem más, mint a dolgok elkészítésének új módja, vagy a termelési tényezők egyedi, vagy jobb kombinációja. Állítása szerint az innováció újabb értékek hozzáadásával új lehetőségeket teremt (MARTINEZ-ROS-ORFILA

SINTES, 2009). Az innováció sok minden lehet: egy ötlet, egy gyakorlat, egy folyamat vagy egy termék, amit újnak érzékelnek az egyének (OTTENBACHER, 2008).

Az innováció értelmezése alapvetően az ipari folyamatok elemzésén alapszik, ezért a szolgáltatási szektorban nehéz a definiálása (GALLOUJ-WEINSTEIN, 1997). Sok vita tárgyát képezi az, hogy vajon az innovációs elmélet, ami az iparral kapcsolatban alakult ki, vonatkozik-e a szolgáltatási szektorra, mint például: a turizmusra (EASINGWOOD, 1986; BRENTANI, 1989; MARTIN-HORNE, 1993; GALLOUJ, 2002). A szolgáltatási innováció előtérbe hozza az újítások „lágyabb” aspektusát, ami a képzettségen és a szervezeten belüli együttműködés gyakorlatán alapszik (TETHER, 2005). Nem utolsó sorban a szolgáltatási innováció természete sokkal szervezetibb, mint a termelésen belüli innovációnak, aminél a középpontban a technológia áll (GALLOUJ, 2002), habár a szolgáltatás innováció is egyre inkább kezd technológiai lenni (MILES, 1993). A szolgáltatások újításai ritkán K+F (Kutatás és fejlesztés) alapúak, de gyakorlati tapasztalatok által vezetettek (SUNDBO, 1997).

A turizmust érintő kutatások alapján elemzésre került az innováció kifejezés használata, melynek eredménye azt mutatja, hogy az innovációs politika a fenntarthatóságot hangsúlyozza, valamint az ötletek és jó gyakorlatok leginkább más szektorokból érkeznek (HJALAGER, 1997, 2002). GYURÁ CZ-NÉMETH és társai (2010) kutatásaik során arra a következtetésre jutottak, hogy az innováció több formában is megjelenhet a turizmusban, elkülönítettek három fő csoportot: információs és kommunikációs technikák innovációja, turisztikai termékek innovációja, kihívásokra adott innovatív megoldások, javaslatok. A jelenlegi kutatás témaköre a harmadik csoportba tartozik, mivel a klímaváltozásra adott innovatív válaszokat kutatja.

A szállodák nem tartoznak a leginnovatívabb vállalatok közé elsősorban konzervatívságuk és a tőke intenzív szerkezet miatt (OTTENBACHER, 2008). A szállodai innovációk megtérülésénél sok esetben több, mint 25 évvel kell kalkulálni (GYURÁ CZ-NÉMETH és társai, 2010), ami kifejezetten óvatossá teszi az újítások iránt érdeklődő szállodaigazgatókat, a tulajdonosokat pedig riasztja. A szállodaiparban a legtöbb innováció egyébként kívülről érkezik, azoktól a szakemberektől, akik eredetileg más tudományterületekkel foglalkoznak, ezért nem kötik őket a jelenlegi gyakorlatok és szokások (ALLEGRO-DE GRAAF, 2008). A környezettudatos CSR-vel kapcsolatos ötletek és innovációk is elsősorban kívülről származnak, a kutatásban szereplő ököcímkeket sem elsősorban szállodai alkalmazásra találták ki.

### Kutatási célok és a kutatás jellemzői

A kutatás céljait a szakirodalmi áttekintés alapján a következőképpen határoztuk meg:

- Innovatív környezettudatos működés és a környezeti fenntarthatósághoz kapcsolódó tevékenység vizsgálata a zöld szállodákban
- Zöld szállodák jellemzőinek meghatározása
- Zöld szállodák kategorizálása
- Hazai zöld szállodák feltérképezése

Primer kutatásunk alapját a fent bemutatott szakirodalmak alapján folytattuk le. A kutatás során egy strukturált interjúvázzlat alapján kérdeztük meg a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége „Zöld Szálloda” díját 2009-től elnyert szállodákat a környezettudatossággal kapcsolatban. Az interjú mind a szállodák környezetre gyakorolt hatását, mind a klímaváltozás hatásaira való felkészültséget vizsgálja. A felmérést követően a vizsgált 8 szállodát értékeltük a környezettudatos működés szempontjából, majd besoroltuk őket a következőkben bemutatott zöld szálloda típusokba.

Jelen kutatási eredmények bemutatásáig mindösszesen nyolc mélyinterjú lefolytatására került sor, ugyanakkor cél a 2009-es év óta „Zöld Szálloda” díjban részesült valamennyi hotel feltérképezése annak



érdekében, hogy maradéktalanul átfogó képet alkothassunk a magyar szállodaszektor minősítetten környezetbarát üzemeltetést folytató házairól. Az 1. táblázat összefoglalja a kutatási alanyok demográfiai jellemzőit.

Hotel	Nem	Kor	Iskolai végzettség	Eltöltött idő (nap)	Korábbi tapasztalat
A	Nő	40	BA	5	18
B	Férfi	33	BA	6	6
C	Nő	?	n/a	n/a	n/a
D	Nő	36	BA	14	nincs
E	Nő	23	BA	1	nincs
F	Férfi	60	n/a	5	37
G	Férfi	30	BA	4	10
H	Nő	33	BA	1,5	11

1. táblázat: Az interjúalanyok demográfiai adatai  
Forrás: A szerző szerkesztése.

## Kutatási eredmények

A következőkben először azon szempontok kerülnek bemutatásra, melyek alapján minősítettük a kutatásba bevont szállodákat. Ezt követően a szempontok összegzéseként különbséget teszünk a zöld szállodák között, környezeti fenntarthatósághoz kapcsolódó elhivatottságuk tekintetében. Végül összegző áttekintést nyújtunk a vizsgált szállodák környezetbarát mivoltáról.

## Zöld szálloda jellemzők és típusok

A kutatás első lépéseként a szakirodalmi áttekintés alapján felállításra került egy szempontrendszer, melynek vizsgálatára a szállodavezetőkkel folytatott interjúkban térünk ki. A szempontokat egy 1-5-ig terjedő skálán osztályoztuk, átalakítva a kvalitatív adatokat számszerű értékekké. Fontosnak tartottuk, hogy a jelen kutatásban alkalmazott szempontrendszer eltérjen a „Zöld Szálloda” díj minősítési rendszerétől, mivel e vizsgálat során nem annyira a „zöltség”, sokkal inkább a környezeti fenntarthatóság mint a CSR tevékenység részeként vizsgáltuk a szállodákat. Ez a megkülönböztetés mindenképpen más jellegű, a MSZÉSZ által kialakított rendszertől eltérő megközelítést igényel. A 2. táblázat a vizsgálati szempontokat és a szelvértékek jellemzőit mutatja be.

Jellemző	Legkevésbé	Leginkább
Környezetbarát működési tevékenységek részlegenként	Alapvetően környezetbarát	Kiemelkedően környezetbarát
A környezetbarát működéshez szükséges beruházások forrása	Kizárólag pályázati	Kizárólag saját források bevonása
A szálloda által eddig elnyert zöld minősítések	Kizárólag „Zöld Szálloda” díj	Más (nemzetközi) minősítés
CSR politika megléte és kialakulásának eredete	Külső kényszer hatására	Belső szándék
Sztenderdek a környezetbarát működéshez kapcsolódóan	Nincs	Van, kérésre kivételt tesznek
Keresleti nyomás érzékelése a környezetbarát működés kapcsán	Nem tapasztal	Erősen érzi
Saját környezetbarát tevékenységek kommunikációja	Pályázati követelmény	Szemléletformáló
Saját megfogalmazás a környezetbarát szolgáltatásra	Kizárólag gyakorlati szempontok	Filozófiai szempontok dominálnak
A klímaváltozás, mint kockázati tényező érzékelése	Nem találja kockázatnak	Jelentős kockázatnak véli

2. táblázat: A zöld szálloda jellemzőinek meghatározása. Forrás: a szerző szerkesztése.

A fent meghatározott jellemzők figyelembe vételével a kutatás egyik eredményeként a következő három szállodacsoportot különböztethetjük meg a környezetbarát működés tekintetében:

*Technikailag zöld szálloda:* Működése során csupán alapvető környezetbarát intézkedéseket alkalmaz (például energiatakarékos izzók használata). Szinte kizárólag pályázati források hatására fejleszt, a pályázathoz szükséges önrészt biztosítja, de nem nyertes pályázat esetén nem fordít gondot a környezetbarát üzemeltetésre. Kizárólag „Zöld Szálloda” minősítéssel rendelkezik. Nincs dokumentált CSR politikája, a CSR egyik ága sem jelenik meg működési stratégiájában. A környezettudatossághoz kapcsolható szten-derdek alkalmazására nem, vagy nagyon egyértelmű szinten kerül sor (pl. nem szükséges a naponkénti törölköző csere). Vendégei sem igénylik a környezettudatos üzemeltetést, a szálloda nem érzékeli a kereslet részéről az ilyen jellegű nyomást. A környezettudatosságot nem hangsúlyozza kommunikációjában, csupán a pályázatokhoz kapcsolódó információkat tüntetni fel, a pályázati kommunikáció előírásai miatt. A környezetbarát szolgáltatást inkább technológiai szempontok alapján definiálja, az üzemeltetéssel kapcsolatos költségcsökkentési előnyöket hangsúlyozza. Egyáltalán nem vagy csekély mértékben tartja kockázatnak a klímaváltozást.

*Tudatosan zöld szálloda:* Működésében komolyabb, az alapvető technológiai megoldásokon túlmutató intézkedéseket is alkalmaz (például megújuló energiaforrások használata). Alapvetően pályázati források hatására fejleszt, de más tényező is szerepet játszik a fejlesztésben, kisebb környezetbarát beruházásokat a pályázat kimenetelétől függetlenül megvalósít. A „Zöld Szálloda” minősítésen túl saját, lánc által adományozott minősítése is van. Bár rendelkezik CSR/környezetvédelmi politikával, ennek megfogalmazására egyértelműen külső hatásra került sor (pl. lánc tag). A környezettudatos üzemeltetés megjelenik a sztenderdekben, főként ott, ahol ennek gazdasági haszna is van. A kereslet részéről érezhető az igény a környezetbarát működésre, a szálloda törekszik az igények figyelembe vételére operatív szinten. A saját honlapon megjeleníti a „Zöld Szálloda” minősítést, esetleg a környezeti fenntarthatósághoz kapcsolódó intézkedéseket, de mást nem kommunikál, a vendégek szemléletmódját nem akarja megváltoztatni. A környezettudatos szolgáltatás megfogalmazása során már a szemléletmód is előkerül, azaz stratégiai szinten értelmezi a környezeti fenntarthatóságot. Kockázatnak tartja a klímaváltozást és technikai jellegű stratégiai intézkedéseket tesz ellene (pl. izzócsere, de nem csak a megtakarítás miatt).

*Innovatívan zöld szálloda:* Kiemelkedő (innovatív) technológiai intézkedéseket alkalmaz a működése kapcsán (pl. több megújuló és passzív energiaforrásra támaszkodó technológia párhuzamos alkalmazása). Döntően saját forrásokra támaszkodva végzi a környezettudatos fejlesztéseket, pályázati kiírástól és támogatástól függetlenül. Akár több zöld minősítéssel is rendelkezik, a „Zöld Szálloda” díjon és a saját fejlesztésű minősítésen kívül. Van CSR politikája, különálló és beazonosítható környezeti fenntarthatóságra vonatkozó fejezettel. A környezettudatos üzemeltetés megjelenik a sztenderdekben, nem csak a gazdasági haszon miatt; a vendég kérésére pozitív irányban is hajlandóak eltérni a sztenderdektől. Kommunikációjában hangsúlyozza a környezettudatos működést és vendégeit is környezettudatosságra ösztönzi, valamint fontosnak tartja, hogy alkalmazottait képezze a fenntartható üzemeltetés kapcsán. Vendégei igénylik a környezettudatos üzemeltetést és ezt a szálloda érzékeli is, törekedve arra, hogy ne csak kövesse, de meg is előzze a vendégigényeket. A környezetbarát szolgáltatás meghatározása során filozófiai szempontok és a fenntarthatóságra vonatkozó elkötelezettség dominál. Kockázatnak tartja a klímaváltozást és stratégiai intézkedéseket tesz ellene.

### A felmérés eredményei

A strukturált interjúk során kapott válaszokat a 2. táblázatban meghatározott szélső skálaértékek alapján számszerűsítettük. A 3. táblázat szemlélteti az egyes szállodák részpontjait. Az első nyolc szempont során (tevékenység - saját megfogalmazás) a szerzők osztályozták az egyes értékeket, ugyanakkor a kockázati szempont esetében az interjúalanyok határozták meg az értéket ötös skálán. A „Saját értékelés” mező

esetében ugyancsak az interjúalanyoknak kellett ötös skálán értékelniük saját környezeti fenntarthatóságukat, míg az utolsó „Értékelés” sorban a szerzők objektív véleménye látható ugyanezen szempontokról.

Az sorok összegzése az egyes szempontok összesítő eredménye valamennyi mintaelem kapcsán (maximum 40 pont), az oszlopok összesítése pedig az egyes elemek számszerűsített környezeti fenntarthatóságát mutatja be (maximum 9 pont).

Szempontok	A	B	C	D	E	F	G	H	Összesen
Tevékenység	1	3	5	5	2	2	5	5	<b>28</b>
Források	0	0	3	5	0	0	5	5	<b>18</b>
Minősítés	1	1	1	5	3	1	2	1	<b>15</b>
CSR-politika	1	0	5	3	4	4	5	5	<b>27</b>
Sztenderdek	4	2	0	3	4	3	5	5	<b>26</b>
Kereslet	1	1	1	4	0	1	2	5	<b>15</b>
Kommunikáció	1	3	2	3	1	1	5	5	<b>21</b>
Saját megfog.	1	0	2	4	1	1	4	5	<b>18</b>
Kockázat	2	0	4	2	5	3	5	4	<b>25</b>
<b>Összesen</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>23</b>	<b>34</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>38</b>	<b>40</b>	
Saját értékelés	4	4	4	5	5	4	4	4	
Értékelés	1	1	4	4	4	3	5	5	

3. táblázat: A felmért szállodák környezetbarát működésének értékelése. A szerző szerkesztése.

Az előzőekben bemutatott zöld szálloda kategóriák esetében a következő értéksávokat állapítottuk meg:

- technikailag zöld szálloda: 0 - 23 pont (a maximális 45 pont 50%-a alatt);
- tudatosan zöld szálloda: 24 - 35 pont (a maximális 45 pont 75%-a alatt);
- innovatívan zöld szálloda: 36 - 45 pont (a maximális 45 pont 75%-a felett).

A vizsgált hotelek kapcsán megállapítható, hogy csupán 2 szálloda esik az innovatívan zöld, azaz a legjobb minősítési kategóriába. A minta jelentős része (5 db hotel) csupán a technikailag zöld kategóriát éri el, itt is kiemelkedően gyenge minősítést kapott 2 vizsgált szálloda (10 és 12 pont). A jelenlegi eredmények alapján csupán egyetlen hotel tartozik a tudatosan zöld (középső szint) minősítésbe, ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy ez az elem a kategória felső határán található, lényegében csak a kerekítés szabályai miatt került a középső szintre.

A vizsgált szempontok közül a zöld minősítések megléte és a keresleti nyomás érzékelése és nyomon követése képviselik a legalacsonyabb kumulált értéket, 15-15 pontot. A zöld minősítések esetében megerősítést nyert az a megállapításunk, hogy a magyar szálloda szektorban a hazai minősítésen túl nem törekednek egyéb, objektív minősítések megszerzésére. A „Zöld Szálloda” díjon kívül legfeljebb a saját lánc minősítő díjával rendelkeznek a vizsgált házak. Fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy általában a CSR, szűkebb értelemben a környezeti fenntarthatóság szempontjából előttünk járó országokban (pl. skandináv államok, Németország), teljes mértékben eltér a gyakorlat ebben a tekintetben, mivel több objektív minősítéssel is rendelkeznek a szállodák.

A keresleti oldal igényeinek felmérésére jelen kutatás keretein belül nem került sor, ugyanakkor elmondható, hogy jellemzően a vizsgált szállodák esetében sem követik nyomon a kereslet környezettudatos működéssel kapcsolatos elvárásait. Felvetődik a kérdés, hogy létezik-e egyáltalán ilyen irányú elvárás a vendégek oldaláról, és ha igen, akkor milyen mértékű ez az igény.

A legmagasabb kumulált értéket (28 pont) a környezetbarát tevékenységek alkalmazása esetében állapítottuk meg. Ez az eredmény valószínűleg annak köszönhető, hogy a kutatás során kizárólag zöld minősítéssel rendelkező házakat vizsgáltuk, amely feltételezi, hogy az átlagosnál nagyobb számban alkalmaznak



(akár innovatívnak is tekinthető) megoldásokat a működés során. Ugyanakkor - pontosan ezen indoknál fogva - magasabb érték is elvárható lett volna ennél a szempontnál, meglehetősen nagy a szórás az egyes szállodák értékei esetében. Véleményünk szerint egy zöld minősítést elnyert hotel erre a szempontra nem kaphat(na) 3-nál alacsonyabb értéket, hiszen a gyakorlat azt mutatja, hogy szinte minden szálloda igyekszik csökkenteni az energiaköltségeit a különféle energiatakarékos megoldások alkalmazásával - egy zöld szállodának ebben kiemelkedőnek kell lennie.

További kiemelkedő jellemzők a CSR politika (27) és a környezetbarát üzemeltetéshez kapcsolódó sztenderdek (26). Az előbbi kapcsán elmondható, hogy LEVI és PARK (2011) megállapítása a vizsgált sokaságra is igaz, hiszen csupán két hotel (az innovatívan zöld kategória tagjai) esetében kerül sor a CSR valamenyi pillérének meghatározására és kommunikációjára. A környezetbarát sztenderdekről megállapítható, hogy jellemzően az operatív, mindennapi tevékenységekre vonatkoznak, elsősorban a House Keeping<sup>1</sup> és az F&B<sup>2</sup> részlegeken merülnek fel. Öröndetes, hogy találunk olyan szállodát is a mintában, amely a vendég kérésére hajlandó eltekinteni egyes sztenderdektől (pl. hosszabb tartózkodás esetén nem háromnaponta cserél ágyneműt és törölközőt).

Ki kell emelni a szállodák saját értékelését a környezetbarát működés kapcsán, különösen a szerzők objektív véleményével összevetve. Itt megállapítható, hogy azon hotelek, amelyek egyrészt a pontozásban, másrészt az objektív minősítésben is a legalacsonyabb értékeket kapták, ugyanolyan szintűre értékeli környezetbarát működésüket, mint a mindkét szempontból maximális értéket kapó mintaelemek. A különbséget abban véljük felfedezni, hogy a gyenge kategóriába tartozók nagy valószínűséggel azért vannak ebben a csoportban, mert nem látják saját hiányosságaikat, nem érzékelik, hogy mely területeken volna szükség további fejlesztésekre. Külön felhívnánk a figyelmet a két leggyengébb minősítést kapott szálloda esetében (A és B hotelek) a klímaváltozás mint kockázati tényezőre adott válaszokra: mindkét válasz nagyon alacsonyra értékeli ezt a kérdést. Ezzel szemben a két legmagasabb értéket kapott szálloda esetében (G és H) az önmagukra adott négyes érték azt mutatja, hogy látják a saját hiányosságaikat, érzékelik, hogy még vannak fejlődési lehetőségek a fenntartható fejlődésben és a környezettudatos üzemeltetésben. Mindezek alapján összefüggést látunk a szállodák „zöld önismeretének” szintje és a „zöld minősítések” szintje között.

### Összegzés, következtetések

A kritériumok vizsgálata során megállapítást nyert, hogy a legnagyobb különbség a szállodák környezettudatos tevékenységeinek számában és minőségében van. Míg a legrosszabb szálloda felületesen kezeli az intézkedéseket, addig a legjobb nagy gondot fordít a tevékenységek mindennapokba történő integrálására, valamint a szemléletformálásra, mely a kommunikációban is nagy szerepet kap, és a saját megfogalmazásokban is megjelenik. Szintén jelentős különbség a kereslet nyomásának észlelése, amely a legjobb szálloda esetében kifejezetten kiemelkedő, míg a legrosszabb hotelben egyáltalán nem érzik úgy, hogy a vendégeiket érdekelné a téma. A klímaváltozás mint kockázat értékeléséhez való hozzáállás is jelentősen különbözik, mivel a legjobb szálloda már most készül rá, hogy stratégiai szinten kezeli a problémát, míg a legrosszabb egyáltalán nem foglalkozik a témával.

Szintén meg kell említeni, hogy míg a szakirodalom szerint a lánchoz tartozó szállodák előnyben vannak a környezettudatosság esetében, addig saját kutatásunkban mind a legrosszabb, mind a legjobb szálloda nemzetközi szállodalánc tagja, ezért ezt a feltevést nem tudjuk igazolni.

<sup>1</sup> A szállodaüzemben annak a részlegnek a megnevezése, amely biztosítja a szálloda egészének, beleértve a vendégszobák, a közös területek, a háttérterületek folyamatos tisztán tartását, karbantartását. [a szerk.]

<sup>2</sup> „Food and Beverage”, elterjedt rövidítés, mely a szállodák vendéglátási tevékenységének összességére utal. [a szerk.]

## Irodalom

- ALLEGRO S. - DE GRAAF R. 2008: Innovation and strategy implementation: the key challenge in today's competitive atmosphere. In Olsen M.-Zhao J. (szerk): Handbook of Hospitality Strategic Management. - Butterworth-Heinemann, Oxford.
- BOHDANOWICZ P. 2006a: Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries - survey results. Hospitality Management, 25, 662-682.
- BOHDANOWICZ P. 2006b: Responsible resource management in hotels - attitudes, indicators, tools and strategies. Doctorial Thesis, Stockholm
- BRENTANI U. 1989: Success and failure in new industrial services. Journal of Product Innovation Management. 6. 4. pp. 239-258.
- BUTLER J. 2008: The Compelling „Hard Case” for „Green” Hotel Development. Cornell Hospitality Quarterly 49. 3. pp. 234-244.
- DAHLSTRUD A. 2008: How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. Corporate Social Responsibility and Environmental Management 16. pp. 1-13.
- EASINGWOOD C. 1986: New product development for service companies. Journal of Product Innovation Management. 3. 4. pp. 264-275.
- ELKINGTON J. 1998: Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. New Society Publishers
- GALLOUJ F. 2002: Innovation in the Service Economy: The New Wealth of Nations. Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited.
- GALLOUJ F. - WEINSTEIN O. 1997: Innovation in services. Research Policy. 26. 4-5. pp. 537-556.
- GYURÁ CZ-NÉMETH P. - RAFFAY Á. - KOVÁ CS Z. 2010: Az innováció forrásai a turizmusban - fókuszban a szállodaipar és a közlekedés. In Csath M. (szerk.): Innováció, versenyképesség, KKV-K I. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár.
- HASSANIAN, A. - DALE, C. - CLARKE, A. 2010: Hospitality Business Development. Oxford, Elsevier
- HJALAGER A. 1997: Innovation patterns in sustainable tourism - an analytical typology. Tourism Management. 18. 1. pp. 35-41.
- HJALAGER A. 2002: Repairing innovation defectiveness in tourism. Tourism Management. 23. 5. pp. 465-474.
- HOLDEN A. 2008: Environment and tourism. Routledge, Oxon.
- HOTEL ENERGY SOLUTIONS 2011: Analysis on Energy Use by European Hotels: Online Survey and Desk Research. - Hotel Energy Solutions project publications
- HSIAO T.-Y. - CHUANG C.-M. - KUO N.-W. - YU S. M-F. 2014: Establishing attributes of an environmental management system for green hotel evaluation. International Journal of Hospitality Management. 36. pp.197-208.
- KANG K. H. - STEIN L. - HEO C.Y. - LEE, S. 2012: Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. International Journal of Hospitality Management, 31. pp. 564-572.
- KAPIKI S. 2010: Energy Management in Hospitality: a Study of the Thessaloniki Hotels. Institute of Organization and Management in Industry "ORGMASZ", pp. 78-97.
- KOTLER P. - LEE N. 2007: Vállalatok társadalmi felelősségvállalása. HVG Kiadó, Budapest
- KUCUKUSTA D. - MAK A. - CHAN, X. 2013: Corporate social responsibility practices in four and five-star hotels: Perspectives from Hong Kong visitors. International Journal of Hospitality Management, 34. pp. 19-30.



- LEVY S. E. - PARK S.-Y. 2011: An Analysis of CSR Activities in the Lodging Industry. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 18. pp. 147-154.
- MARTIN C. - HORNE D. 1993: Service innovation: successful vs. unsuccessful firms. *International Journal of Service Industry Management*. 4. 1. pp. 49-65.
- MARTÍNEZ-ROS E. - ORFILIA-SINTES F. 2009: Innovation activity in the hotel industry. *Technovation*. 29. 9. pp. 632-641.
- MILES I. 1993: Services in the new industrial economy. *Futures*. 25. 6. pp. 653-672.
- OTTERBACHER M. 2008: Innovation management. In: JONES P. (szerk.): *Handbook of hospitality operations and IT* - Oxford, Elsevier
- POLLOCK A. 2008: [The climate change challenge implications for the tourism industry. - The Icarus Foundation, Helping Canada's tourism sector be climate friendly.](#) Letöltve: 2014. szeptember.
- RAHMAN I. - REYNOLDS D. - SVAREN S. 2012: How "green" are North American hotels? An exploration of low-cost adoption practices. *International Journal of Hospitality Management*. 31. 3. pp. 720-727.
- SMITH R.A. 2009: Environmental responsibility in the spa. In COHEN M. & BODEKER G. (szerk.): *Understanding the global spa industry*, Oxford, Elsevier
- SUNDBO J. 1997: Management of innovation in services. *Service Industries Journal*. 17. 3. pp. 432-455.
- TARÍ J. J. - CLAVER-CORTÉS E. - PEREIRA-MOLINER J. - MOLINA-ARORIN J. F. 2010: Levels of quality and environmental management in the hotel industry: Their joint influence on firm performance. *International Journal of Hospitality Management*. 29. 3. pp. 500-510.
- TETHER B. S. 2005: Do services innovate (differently)? *Industry and Innovation*. 12. 2. pp. 153-184.