

Renata Przeorek-Smyka

IDENTYFIKACJA OBSZARÓW INNOWACJI PROEKOLOGICZNYCH W PRZEDSIĘBIORSTWACH TURYSTYCZNYCH

1. Wstęp

Obserwowane obecnie przemiany społeczne i ekonomiczne, w tym przede wszystkim postępujący proces globalizacji rynku, wzrost znaczenia jakości produktu i świadomości konsumenta, jak również rozwój techniki i technologii oraz szerszy dostęp do informacji, sprawiają, że ciężar walki konkurencyjnej przedsiębiorstw coraz częściej związany jest z poszukiwaniem nowych rozwiązań w poszczególnych sferach ich aktywności rynkowej. Wiedza i innowacje¹ nabierają podstawowego znaczenia nie tylko dla przetrwania, ale przede wszystkim dla rozwoju podmiotów gry rynkowej.

Przewaga konkurencyjna polegająca m.in. na wyróżnieniu oferty i/lub firmy coraz częściej utożsamiana jest z proekologiczną aktywnością przedsiębiorstw, źródłem atrakcyjności ich oferty stają się bowiem atrybuty związane z ekologią. Wskazana sytuacja jest odpowiedzią na wymagania stale rosnącej grupy konsumentów o wysokiej świadomości ekologicznej, goto-

¹ Aktywność innowacyjną można określić jako „całokształt działań naukowych, technologicznych, organizacyjnych, finansowych i handlowych, które prowadzą bądź mają prowadzić do wdrażania nowych lub udoskonalonych produktów lub procesów” [2, s. 94]. W związku z tym w opracowaniu pojęcie „innowacja” traktowane jest zamiennie z pojęciem „zmiana”. Por. również np.: [8, s. 358-359].

wych zapłacić wyższą cenę za „czysty” produkt. Dla nich istotne znaczenie ma wpływ, jaki na otoczenie przyrodnicze wywierają usługi i funkcjonowanie firmy. Wyniki prowadzonych badań pokazują, iż grupa omawianych uczestników rynku już obecnie jest znaczna. Przykładowo z badań CBOS-u z 2000 r. wynika, iż 56% respondentów w ciągu ostatniego roku unikało kupowania produktów szkodliwych dla środowiska [3]. Inne badania tego instytutu przeprowadzone w 2002 r. podają, iż zaledwie 34% Polaków nie sprawdza nigdy szkodliwości dla środowiska nabywanych środków czystości [10, s. 6]. Wprowadzanie rozwiązań proekologicznych w przedsiębiorstwach może się stać więc w niedalekiej perspektywie poważnym źródłem ich przewagi konkurencyjnej.

Celami artykułu są identyfikacja podstawowych obszarów wprowadzania innowacji o charakterze ekologicznym w przedsiębiorstwach turystycznych działających na terenach wiejskich (w tym głównie gospodarstw ekologicznych) oraz wskazanie przykładów szczegółowych, możliwych do zastosowania, rozwiązań warunkujących wzrost konkurencyjności omawianych podmiotów gospodarki turystycznej.

Należy zauważyć, iż wiele zidentyfikowanych w niniejszym artykule innowacji o charakterze ekologicznym ma charakter uniwersalny i interdyscyplinarny.

2. Przesłanki wprowadzania rozwiązań ekologicznych w turystyce

Podstawową przesłanką wprowadzania innowacji ekologicznych w turystyce są zapisy strategicznych dokumentów Polski i Unii Europejskiej. Najważniejszym i wyjściowym dokumentem w UE jest dokument pt. Zrównoważona Europa dla lepszego świata: strategia zrównoważonego rozwoju dla Unii Europejskiej. Jego główne zapisy dotyczą czterech celów strategicznych [6]:

- ograniczania zmian klimatycznych i wzrostu znaczenia „zielonej” energii,
- wzrostu bezpieczeństwa zdrowotnego, w tym bezpieczeństwa żywnościowego w obiektach turystycznych,
- usprawniania systemu transportowego i gospodarowania przestrzenią, w tym m.in. wprowadzenia rekomendacji dla zintegrowanego rozwoju obszarów wiejskich i przyrodniczo cennych oraz promowania rozwoju m.in. niezmotoryzowanych form transportu,

- gospodarowania zasobami naturalnymi w sposób odpowiedzialny, w tym wdrażania instrumentów popierających oszczędne gospodarowanie zasobami, przede wszystkim nieodnawialnymi oraz zasobami o cennych walorach przyrodniczych, jak również racjonalizacji gospodarki odpadami.

Strategia zrównoważonego rozwoju dla Unii Europejskiej stanowi integralną część strategii lizbońskiej, która stanowi długofalowy, kompleksowy program rozwoju społeczno-gospodarczego UE. Zgodnie z nim Unia Europejska powinna się rozwijać w sposób zrównoważony. W owej strategii wyróżniono pięć sfer działania, do których zaliczono m.in.: innowacyjność i przechodzenie do gospodarki opartej na wiedzy oraz ochronę środowiska naturalnego poprzez ograniczenie zmian klimatycznych i zachowanie zasobów naturalnych².

Wśród innych podstawowych dokumentów istotnych dla ekologizacji turystyki należy wymienić: strategię ochrony różnorodności biologicznej UE, dokument odnoszący się do polityki transportowej UE oraz szósty program działań na rzecz ochrony środowiska [6, s. 8-10].

Szczególną uwagę należy zwrócić w tym miejscu na precyzyjne zdefiniowanie celów ochrony środowiska stawianych przed turystyką (przedsiębiorstwami turystycznymi) przez ostatni z wymienionych dokumentów. Wskazują one mianowicie na bezpośredni lub pośredni udział turystyki w takich obszarach, jak [6, s. 11]:

- promowanie przyjaznych środowisku środków transportu i systemów transportu,
- efektywne wykorzystanie energii i promocja odnawialnych źródeł energii,
- redukcja emisji gazów szklarniowych.

Do polskich dokumentów wskazujących na znaczenie wprowadzania zmian proekologicznych można zaliczyć m.in.: dokumenty pt. Polityka ekologiczna państwa na lata 2003-2006 z uwzględnieniem perspektywy na lata 2007-2010 oraz Polityka ekologiczna państwa na lata 2007-2010 z uwzględnieniem perspektywy na lata 2011-2014 (projekt) [14], Krajowa strategia ochrony i umiarkowanego użytkowania różnorodności biologicznej

² Szerzej zob.: [11].

wraz z programem działań³, Narodowa strategia edukacji ekologicznej⁴ i Strategia rozwoju turystyki w latach 2001-2006⁵.

Regulacje prawne dotyczące ochrony środowiska stymulują inwestowanie w proekologiczne usługi i produkty oraz urządzenia przedsiębiorstwa, muszą być bowiem spełnione określone standardy.

Do innych uwarunkowań wprowadzania innowacji o proekologicznym charakterze należy zaliczyć:

- rosnącą konkurencję otoczenia,
- rozwój nowych proekologicznych technologii,
- wzrost świadomości ekologicznej społeczeństw,
- wzrost kosztów eksploatacji środowiska, który prowadzić będzie do rozszerzania produkcji proekologicznej celem podnoszenia konkurencyjności w skali globalnej,
- zmianę struktury podatków na niekorzyść firm wytwarzających odpady i zużywających znaczne ilości energii.

Warunki sprzyjające rozwojowi ekoturystyki to przede wszystkim:

- odpowiedni stan środowiska (niezdegradowany krajobraz),
- walory rekreacyjne (przyrodnicze i historyczno-kulturowe),
- baza materialna usług turystycznych (sieć komunikacyjna, baza noclegowa i gastronomiczna, punkty informacyjne i usługi paraturystyczne),
- zainteresowanie mieszkańców regionu świadczeniem usług w zakresie ekoturystyki (świadomość ekologiczna).

Na zakończenie rozważań dotyczących przesłanek wprowadzania innowacji proekologicznych należy wspomnieć o zagrożeniach związanych z omawianymi działaniami. Do podstawowych niebezpieczeństw występujących w procesie zmian zalicza się m.in.: uproszczenie i spłycenie procesu zmian, poszukiwanie uniwersalnego wzorca przeprowadzania zmian, jednokierunkowe zorientowanie zmian⁶.

³ Dokument Ministerstwa Środowiska.

⁴ Dokument Ministerstwa Środowiska.

⁵ Rządowy program wsparcia rozwoju turystyki w latach 2001-2006. Ministerstwo Gospodarki przygotowało również projekt strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013. W skali makroekonomicznej realizacja strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013 wyraźnie wpisuje się w osiągnięcie celów strategicznych UE określonych w strategii lizbońskiej.

⁶ Szerzej zob. [7, s. 312].

3. Obszary wprowadzania zmian w przedsiębiorstwach turystycznych

Można wskazać pięć podstawowych obszarów wprowadzania zmian w przedsiębiorstwach turystycznych. Są nimi (por. [1, s. 403-405]):

- świadczone usługi i wytwarzane produkty,
- organizacja i zarządzanie,
- marketing,
- zasoby rzeczowe i ludzkie,
- relacje z otoczeniem.

Do podstawowych zmian w świadczonych usługach i wytwarzanych produktach należy zaliczyć głównie: oparcie ich na przyjaznych środowisku formach turystyki i infrastrukturze turystycznej, wykorzystywanie do wytwarzania produktów ekologicznych komponentów pochodzących np. z recyklingu (m.in. do opakowania produktu – pamiątki), ekologiczną żywność, wprowadzanie do oferty produktów ekologicznych przyjaznych środowisku i mających edukacyjny charakter, jak np.: ścieżki przyrodnicze i zdrowotne, lekcje topografii, obserwacja zwierząt, rozpoznawanie gatunków fauny i flory, nauka prac w gospodarstwie, organizowanie imprez kulturalnych i folklorystycznych, wytwarzanie pamiątek z lokalnych materiałów ekologicznych (rękodzieło), np. z gliny, drewna, trzciny, wikliny. Efektem wprowadzania zmian w tym obszarze powinno być tworzenie ekoturystycznych programów – produktów wypoczynku bazujących na zorganizowanej sieci usług i obiektów. Kompleksowa oferta ma większą szansę zaistnienia na rynku i odniesienia sukcesu niż sprzedaż pojedynczych usług. Działania te, przez tworzenie zróżnicowanych i wewnętrznie bogatych produktów ekologicznych, mogą się przyczynić do szerszego rozpowszechnienia ekoturystyki, która przez wielu autorów definiowana jest jako „forma aktywnego i dogłębnego zwiedzania obszarów o wybitnych walorach przyrodniczych i kulturowych, która nie niszczy harmonii ekosystemów przyrodniczych i odrębności kulturowej lokalnych społeczności oraz dostarcza środków finansowych dla ochrony tych elementów” [9, s. 35]. Powodzenie wprowadzenia wielu wskazanych w tym obszarze zmian wymaga współpracy podmiotów funkcjonujących na danym terenie.

W sferze organizacji i zarządzania powinny zostać podjęte takie działania, jak: zorganizowanie sortowania odpadków powstających w gospodarstwie, tworzenie ośrodków edukacji i terapii w lub przy gospodarstwach, wprowadzenie rozwiązań z zakresu logistyki, np. wykorzystanie ekolo-

gicznych – niekonwencjonalnych środków transportu w gospodarstwie głównie na potrzeby turystów (np. wozów, bryczek, rowerów, sani, łodzi), nawiązywanie kontaktów z dostawcami ekologicznych produktów (m.in. żywności, artykułów gospodarstwa domowego), wprowadzanie systemów monitorowania wpływu własnej działalności na środowisko przyrodnicze.

W zakresie aktywności marketingowej należałoby przede wszystkim zbudować system informacji i edukacji, którego jednym z podstawowych zadań byłoby tworzenie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa ekologicznego oraz wprowadzenie elementów badania rynku turystycznego. Działania te miałyby na celu głównie kształtowanie lojalności nabywców, pozyskiwanie nowych grup klientów i podnoszenie świadomości ekologicznej uczestników rynku turystycznego.

Wprowadzanie zmian w obszarze zasobów ludzkich w przedsiębiorstwach turystycznych działających na terenach wiejskich powinno się wiązać głównie z wprowadzeniem odpowiednich systemów kształcenia dla właścicieli i ich rodzin oraz zatrudnianych przez nich pracowników, a prowadzących do zmniejszania oporu wobec innowacji i wprowadzania ich w zarządzanych firmach, podnoszenia poziomu wiedzy na temat możliwości wprowadzania zmian i kosztów ich stosowania. Budowanie przewagi kosztowej na podstawie innowacji proekologicznych nie jest bowiem tak kosztowne jak się powszechnie uważa. Istotna jest tu zmiana nastawienia do użytkowanych zasobów przyrodniczych i pojawienie się motywacji wewnętrznej, gdyż to ona niezbędna jest do faktycznego zaangażowania się w proces ekorozwoju. Kształtowanie świadomości ekologicznej ma kluczowe znaczenie dla dalszego rozwoju turystyki i wprowadzania innowacji ekologicznych. Każdy uczestnik rynku, w tym również przedsiębiorcy działający w turystyce, powinien uświadomić sobie trzy zasadnicze kwestie, to mianowicie, że [5, s. 366]:

- problem stanu środowiska przyrodniczego stanowi jeden z najważniejszych zagadnień współczesnego życia,
- nastawienie turystów i wytwórców usług turystycznych do problemów środowiskowych musi ulec zmianie,
- niezbędne jest zmniejszenie dystansu między deklarowaną świadomością ekologiczną a rzeczywistym postępowaniem ekologicznym podmiotów turystyki.

Wprowadzanie innowacji proekologicznych w zakresie zasobów rzeczowych przedsiębiorstw turystycznych wiąże się głównie z:

- mniejszym zużyciem wody i energii,

- mniejszym i bardziej efektywnym wykorzystaniem surowców i materiałów przez stosowanie urządzeń oczyszczających, segregacji odpadków, technologii niskoodpadowych,
- niższą emisją zanieczyszczeń powietrza, wody i gleby.
Przejawami aktywności innowacyjnej jest w tym obszarze:
- wprowadzenie całkowitego wykorzystania zasobów, np. odpady stosowane jako nawozy, środki do walki ze szkodnikami, materiał do budowy pomieszczeń gospodarczych,
- wykorzystanie odnawialnych źródeł energii takich, jak wiatr, woda, energia słoneczna i ciepło geotermalne,
- wykorzystanie materiałów budowlanych naturalnego pochodzenia i pochodzących z recyklingu, które po zużyciu mogą być również poddane temu procesowi (przykładem może być budowa niedaleko Pszczyny w województwie śląskim nad Jeziorem Łackim domu wykorzystującego wiele rozwiązań ekologicznych, np. materiały przyjazne środowisku, układ pomieszczeń, zasilanie w kolektory słoneczne, energooszczędny sprzęt gospodarstwa domowego),
- stosowanie zamkniętych obiegów wody i uszczelnianie instalacji wodnych.

W kształtowaniu relacji z otoczeniem istotne jest wypracowanie i wprowadzanie zmian w wykorzystywanych formach kooperacji z innymi podmiotami turystycznymi, jak również przedstawicielami samorządu terytorialnego, zasad komunikacji i zarządzania jakością w kontaktach z otoczeniem. Kształtowanie współpracy z podmiotami otoczenia prowadzi do umocnienia pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa, wzrostu efektywności działania oraz do obniżenia kosztów m.in. pozyskiwania innowacji z otoczenia.

4. Uwagi końcowe

Przeprowadzone rozważania, mimo ogólnego charakteru, pozwalają na sformułowanie kilku tez, z których najważniejsze zostały przedstawione poniżej.

1. Obecnie następuje kształtowanie się lokalnych rynków turystyki ekologicznej. Ma to miejsce głównie w regionach przyrodniczo cennych, w których wprowadzenie ekologii jest niezbędne ze względu na ochronę środowiska, oraz na obszarach rolniczych, na których łączona jest ona z produkcją żywności ekologicznej.

2. Ekoturystyka staje się czynnikiem ekologizacji zarówno turystyki, jak też innych dziedzin z nią powiązanych, np.: transportu, handlu, produkcji żywności, budownictwa. Zintegrowanie celów i zasad jest niezbędne do ekorozwoju przedsiębiorstw, a w konsekwencji – regionów turystycznych.

3. Nie można w gospodarce ekologicznej uniknąć rozwoju infrastruktury turystycznej, ale rozbudowując ją kosztem przestrzeni przyrodniczej, należy określić granice jej przekształcania. Stopień degradacji środowiska przez turystykę uzależniony jest nie tylko od powstania obiektu, ale też technologii, według której powstał, a następnie eksploatacji oraz funkcji, jakie pełni. Istotne jest, aby gospodarstwo ekologiczne wykazywało podejście proekologiczne do funkcjonowania, dlatego ważne jest m.in. posiadanie prawidłowych rozwiązań w zakresie odprowadzania ścieków, stosowanie rozwiązań energooszczędnych, aby pełniły swoje funkcje bez zakłócania przyrody hałasem, a krajobrazu – agresywną architektonicznie zabudową [4, s. 66].

4. Innowacje ekologiczne mogą stanowić kluczowy czynnik sukcesu ekonomicznego przedsiębiorstw turystycznych. Podnoszą one bowiem skuteczność działania, zapewniają przewagę konkurencyjną na rynku oraz modernizację struktur wewnętrznych firmy.

5. Ekoturystyka jako jedna ze sfer stosunków społecznych i gospodarczych stanowi osobny kierunek specyficzny pod względem celów i zasad gospodarowania, nieograniczający się do rekreacji, z którą często potocznie jest utożsamiany.

Literatura

- [1] Brojak-Trzaskowska M., *Rola innowacji w polityce rozwoju przedsiębiorstw turystycznych*, [w:] *Polityka turystyczna*, red. A. Panasiuk, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin–Kopenhaga 2005.
- [2] Ćwik K., Szumowski W., *Globalizacja a transfer nowych technologii*, [w:] *Zmiana warunkiem sukcesu. Integracja, globalizacja, regionalizacja – wyzwania dla przedsiębiorstw*, red. J. Skalik, Prace Naukowe AE we Wrocławiu nr 963, AE, Wrocław 2002.
- [3] *Ekologiczna świadomość Polaków*, komunikat z badań COBOS, Warszawa 2000.
- [4] *(Eko)turystyka zielonym rynkiem pracy*, Instytut na rzecz Ekorozwoju, zeszyt nr 6, Warszawa 1995.
- [5] Gaworecki W.W., *Turystyka*, PWE, Warszawa 2003.

- [6] Kamieniecka J., Tatomir T., *Aktualne – w warunkach członkostwa w Unii Europejskiej – uwarunkowania kształtowania procesu ekologizacji turystyki w Polsce. Ekspertyza prawna*, Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa 2004.
- [7] Majchrzak J., *Niebezpieczeństwa w procesie przeprowadzania zmian organizacyjnych*, [w:] *Zmiana warunkiem sukcesu. Integracja, globalizacja, regionalizacja – wyzwania dla przedsiębiorstw*, red. J. Skalik, Prace Naukowe AE we Wrocławiu nr 963, AE, Wrocław 2002.
- [8] Mroczko F., *Uwarunkowania innowacji opartych na wiedzy*, [w:] *Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością*, red. L. Pawłowicz, CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2006.
- [9] Niezgoda A., *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*, AE, Poznań 2006.
- [10] *Polacy na zakupach. Komunikat z badań*, COBOS, Warszawa 2002.
- [11] *Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością*, red. L. Pawłowicz, CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2006.
- [12] www.ekoportal.pl.
- [13] www.mgip.gov.pl.
- [14] www.mos.gov.pl.

IDENTIFICATION OF PRO-ECOLOGICAL INNOVATIONS AREAS IN TOURIST ENTERPRISES

Summary

The article presents the basic areas of introducing the changes in tourist enterprises functioning in rural areas. It indicates hypothetical kinds of innovations which can be used in individual areas of economic activities of firms. Moreover, it describes the reasons for introducing pro-ecological innovations, emphasising legal regulation factors.

Renata Przeorek-Smyka – dr, adiunkt w Katedrze Marketingu i Zarządzania Gospodarką Turystyczną Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu – Wydział w Jeleniej Górze.