

Dr. Domán Szilvia – Tamus Antalné Dr. – Rác Alexandra

ZÖLDEN A ZÖLDÖVEZETBEN – AVAGY ZÖLD SZÁLLODAI BERUHÁZÁS A MÁTRÁBAN



Dr. Domán Szilvia PhD, Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, főiskolai docens, e-mail: doman@karolyrobert.hu

Diploma: közgazda, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem
Üzleti szférában dolgozott 5 évig, felsőoktatásban 15 éve. Publikációinak száma: 76



Tamus Antalné Dr. PhD, Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, főiskolai tanár, e-mail: tamusne@karolyrobert.hu

Diploma: közgazda, mérnök-tanár, Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetem
Üzleti szférában dolgozott 14 évig, középfokú oktatásban 6 évig felsőoktatásban 17 éve. Publikációinak száma: 89



Rác Alexandra közgazdász, Front office menedzser, Erzsébet Park Hotel, e-mail: racz.alexandra@windowslive.com

Diploma: Kodolányi János Főiskola, turizmus-vendéglátás szak.

Összefoglaló

Napjainkban a környezet-tudatosság a szállodaiparban is egyre fontosabb szerepet kap. Magyarországon 1995 óta pályázhatnak a szállodák a „Zöld szálloda” címre.

Kutatásunk során célunknak tekintettük, hogy megismerjük a Mátra zöld szállodáit, illetve primer kérdőíves megkérdezés formájában feltárjuk a jelenlegi és potenciális szállóvendégek véleményét a környezetvédelem fontosságáról a szállodaiparban.



Megállapítottuk, hogy kevesen vannak tisztában a zöld szálloda kifejezés tartalmával, sokan az új építésű, illetve zöldövezetben található szállodákat vélik „zöldnek”. Ennek megfelelően nem is érzik fontos szempontnak a választásnál a szálloda környezetbarát mivoltát.

Ezen tények a kommunikáció fontosságára irányítják a figyelmet: célszerű lenne nagyobb publicitást szerezni a zöld szálloda minősítés megszerzésének, illetve jelentésének is.

Kulcsszavak: Környezet-tudatosság, zöld szálloda, asszociációk, preferenciák, tudatosság, primer kutatás

1. Bevezetés

Napjainkban egyre fontosabb szerepet kap a környezettudatosság az élet majdnem minden területén. A XXI. század magával hozott egyfajta szemléletváltást a turizmus-vendéglátás világában is: a fenntartható fejlődés záloga a környezettudatosság. Hosszútávon az a piaci szereplő tud talpon maradni, aki a hagyományos értékek-vezérelvek (úgy, mint profitmaximalizálás, költségcsökkentés) mellett felismeri az öko-barát szemlélet fontosságát, és ezt átülteti a szállodai menedzsment mindennapjaiba, akár a rövid távú célok csorbításának árán is.

Megfigyelhető, hogy tőlünk nyugatabbra különös tekintettel a tengeren túlra az emberek egészen más szemléletben kezelik a zöld turizmus kérdését: a fejlett országokban már közel tíz évvel ezelőtt felismerték, hogy a turisták egy csoportja hajlandó többet áldozni, ha utazásacéljául zöld szállodát választhat. Ez az igény ösztönzőleg hatott a turizmus iparágának környezetbaráttá válására. (<http://www.amazon.com/Harvard-Business-Review-Strategy-Paperback/dp/1422121089>)

A zöld elvek átültetése a szállodaiparba a következő területeket öleli fel:

- Munkaerő bevonása, ösztönzése
- Környezeti menedzsment (energiahatékonyság, vízgazdálkodás, szilárd hulladékok és légszennyező anyagok csökkentése)
- Beszerzés (helyi beszállítók, öko-címkés termékek) (Sloan-Legrand-Chen, 2009)
- Társadalmi felelősségvállalás (környezettudatos alkalmazottak, lokális gazdaság serkentése, helyi attrakciók, helyi dolgozók, vendégek ösztönzése a környezet megóvására)
- Desztináció védelme (növény- és állatvilág) (International Tourism Partnership, 2010)

Magyarországon a zöld szállodákkal kapcsolatos első szakmai kezdeményezés 1995-ben kezdődött, a Magyar Szállodaszövetség kiírt egy pályázatot úgynevezett „Zöld Szálloda” cím elnyerésére. Azóta a szövetség két évente hirdeti ki sikeres pályázóinak nevét. Az a szálloda, amely ezen megtisztelő címet szeretné birtokolni komplex követelmény rendszernek kell megfelelnie (emberi elkötelezettség, külső környezet, energia felhasználás,



szilárd hulladékkezelés, vízfelhasználás, beszerzések, zöld iroda, ózon réteg védelme, biodiverzitás.)

A rendszeres pályázók hosszabb időre is megkaphatják a „Zöld Szálloda” címet.

Lakóhelyünkönél fogva a Mátrában megvalósult zöld szállodai beruházásokat állítottuk kutatásunk fókuszába.

A Mátrában két szálloda is sikeresen pályázott a „Zöld Szálloda” címre. A 2011 és 2012-es évben, Mátraházán a Hotel Residence Ózon, Galyatetőn a Hunguest Grandhotel Galya tanúsítottan környezetbarát szálláshely szolgáltatást folytat.

(www.hah.hu/opendoc.php?fn=zold2011.doc) (www.hah.hu) (letöltve: 2012.04.02)

2. Anyag és módszer

Kutatásunk során célunknak tekintettük, hogy megismerjük a környék zöld szállodáit, ezzel párhuzamba kívántuk állítani a fogyasztói oldal véleményét, azaz vizsgálni, hogy a jelenlegi vagy potenciális szállóvendégek hogyan vélekednek a környezetvédelem és a fenntartható fejlődés fontosságáról a turizmusban illetve a szállodaiparban.

A téma feltárása érdekében a szekunder kutatások mellett szükségesnek láttuk primer felmérések elvégzését is, melyek közül jelenleg egy 2013-ban lefolytatott, 240 fős (nem reprezentatív mintás) standard kérdőíves megkérdezés eredményei közül mutatunk be néhányat.

A megkérdezés során a kérdőív negyedik kérdéseként egy rövid asszociációs vizsgálatot alkalmaztunk, egy nyitott kérdést feltéve. A szóasszociációk módszere során azt célszerű elérni, hogy a válaszadók gondolkozás nélkül írjanak le mindent, amit a szó előhív bennük. Magától értődik, hogy ebben az esetben nincsenek „jó” vagy „rossz” válaszok. Minden asszociáció egyaránt érdekes és értékes, mert a válaszolók tudatában lévő világba enged bepillantást. (Szabó, 2009)

A „Mi jut az eszébe, ha azt a szót hallja, hogy...?” kezdetű kérdéssel fel lehet térképezni, hogy milyen kép él a választott célcsoport tudatában egy-egy fogalom társadalmi teréről, milyen mezőben helyezik el ezt. (Woodworth-Schlosberg, 1966)

A spontán asszociációk vizsgálatánál lényeges volt, hogy a megkérdezetteket még semmilyen egyéb kérdéssel ne befolyásoljuk (eltekintve a felvezető kérdésektől), mert ha ugyanezt a kérdést a kérdőív végén tettük volna fel, akkor módosította volna a megkérdezettek gondolkozását az, hogy már szó volt a környezetvédelemről. (Somogyi, 2010)

A minta

A megkérdezettek 52,5%-a férfi, 47,5%-a nőnemű volt. Életkor tekintetében a megoszlási arány a következő: 22,5% 18-25 év közötti, 29,2% 26-40 között, 42,5% 41-60 között, valamint 4% a 60 év fölötti.

A válaszadók beosztását illetően a legtöbben alkalmazottak illetve középvezetők (40, illetve 19%), de viszonylag sok tanuló is szerepelt a mintában (közel 16%). Alacsony



volt a felsővezetők száma (összesen 6 fő), mint ahogy a nyugdíjasok, a GYES-en levők és a kisvállalkozók is kevésbé képviseltették magukat. A végzettséget vizsgálva látható, hogy a felsőfokú végzettségűek erősen felülreprezentáltak a mintában, arányuk 57,5%. Az érettségizettek aránya a minta kb. 16%-át teszi ki. Szakiskolát és általános iskolát végzett 10 fő.

Az utolsó kérdésként feltett, jövedelmet firtató kérdésre adott válaszokból megállapítható, hogy a legtöbben a 0-100 ezer forintos kategóriát vallották be. (25%). A többi jövedelem-kategóriában viszonylag kiegyenlített a megoszlás, 15-22% közötti.

Hipotézisek

A hazai lakosság nincs tisztában a zöld szálloda fogalmával, sokan még csak hallomásból sem ismerik a kifejezést.

Sokak számára a Zöld szállodai minősítés azt jelenti, hogy a szálláshely természetes környezetben (például erdő) található.

A turisták számára nem szempont a szálláshelyválasztásnál, hogy a hotelek környezettudatosak-e. Úgy véljük Magyarország egy árérzékeny piac, a hazai vendégeknek nem szerepel preferenciái közt a környezettudatosság, ez itthon még gyerekcipőben jár.

A turisták úgy gondolják, hogy Magyarországon nagyon kevés azon szállodák száma, akik Zöld szállodának mondhatják magukat, ugyanakkor a fogyasztók nem hajlandók pusztán azért többet fizetni, hogy környezetüket kevésbé terheljék.

3. Eredmények és értékelésük

3.1. Asszociációs vizsgálat

A vizsgálat elsődleges célja volt annak megállapítása, hogy a kutatás alanyai mennyire kapcsolják össze a zöld szót, a zöld színt a környezetvédelemmel, illetve az ökotudatossággal. Azzal a feltételezéssel éltünk, hogy a zöld szó napjainkra az emberek többségének tudatában kifejezetten azzal a többlettartalommal bír, amely a környezetvédelemmel összekapcsolható.

A válaszadók több mint fele, konkrétan 151 fő a 240 megkérdezettből a zöld szót valamilyen formában a természettel (és az ehhez, mint gyűjtőfogalomhoz kapcsolódó fogalmakkal – pl.: erdő, fa, fű, levél) társítja.

Második legtöbb említést a természetvédelem fogalomköre kapta (olyan kifejezéseket is bevontunk a környezetvédelem konkrét említése mellett, mint a zöldövezet, szelektív hulladékgyűjtés, green peace, melyek értelmezésünk szerint mintegy szinonimái a környezetvédelemnek). 136 válaszadónak jutott eszébe a zöld szóról a környezetvédelemre utaló fogalom.

Szintén „dobogós helyen” végeztek a környezetbarát gyűjtőnév alatt értelmezhető meghatározások – úgymint bio, környezettudatos, újrafelhasználható, egészség – erre a válaszadók majdnem fele, 113 fő asszociált.



Negyedik legtöbb említést az energia kifejezés kapta, ide soroltuk a gazdaságosság, takarékoság, napenergia, újrahasznosítás fogalmakat is. Erre a kifejezéskörre a válaszadók kevesebb, mint egynegyede, 56 ember gondolt.

Beigazolódtott az a hipotézisünk, miszerint a legtöbb ember a természettel esetleg a természetvédelemmel társítja a „zöld” fogalmat melyek tágabb értelemben összekapcsolhatók a környezetvédelemmel.

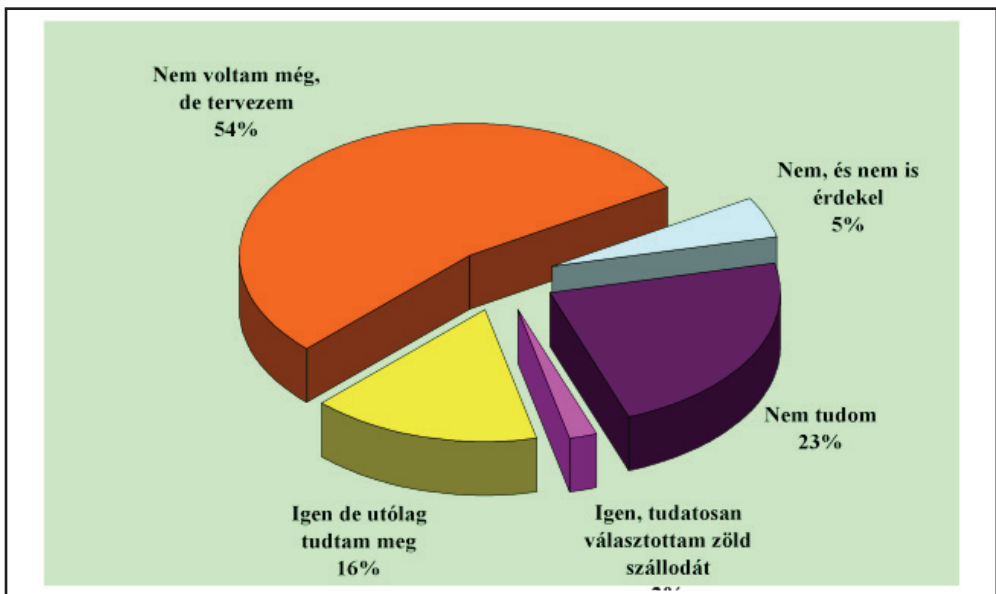
3.2. A „zöld szálloda” ismertsége, preferenciák, tudatosság

A standard megkérdezéses vizsgálatunkból az alábbi célokkal összefüggő eredményeket emeljük ki:

- A „zöld szálloda” kifejezés ismeretének vizsgálata
- A potenciális szállóvendégek hozzáállása a zöld szállodához, választási preferenciák.

A válaszadók környezettudatosságának érvényesülését vizsgálva, a szálláshely választása során a megkérdezett turisták számára valóban nem tekinthető fontos szempontnak a szálláshelyválasztásnál, hogy a hotelek környezettudatosak-e. (1. ábra)

1. ábra
Környezettudatos szálloda igénybevétele



Forrás: Saját primer kutatás 2012. N=240

Válaszadóink csupán két százaléka választott eddig tudatosan zöld szállodát, ugyanakkor az is észrevehető (és pozitív tendenciának nevezhető), hogy több mint a megkérdezettek fele (54%) tervezi környezetbarát hotel felkeresését.



A „zöld szálloda” kifejezés ismeretének felmérésekor megállapítottuk, hogy 54 megkérdezett sosem hallott a zöld szálloda fogalmáról. Ezzel szemben 101-en vélekednek úgy, hogy legalább hozzávetőlegesen tisztában vannak a zöld szálloda jelentésével (ezek közül 13 fő pontosan ismeri a fogalmat, 8 személy pedig munkája kapcsán találkozik a jelenséggel), tehát a válaszadók jelentős része hallotta már a fogalmat. A vizsgálat további eredményei azonban azt mutatják, hogy a konkrét ismeretek tekintetében korántsem ilyen pozitív a kép.

Sokak számára csak egy zöld környezetben található szálloda rendelkezhet Zöld minősítéssel. Kérdőívünkben kitértünk arra is, hogy milyen paramétereket társítanak a kitöltők a zöld szálloda fogalmával. (Ennél a kérdésnél csak azokat a válaszadókat vettük figyelembe, akik legalább hozzávetőlegesen ismerik a fogalmat, hiszen így alakulhat ki reális kép).

Az 101 érintett személyből 24 fő gondolja úgy, hogy a zöld szálloda és a zöld környezet összefonódik. Legtöbben (89 fő) a szelektív hulladékgyűjtést, majd 83 személy a környezetbarát hűtés/fűtést valamint a környezetkárosító tisztítószerek mellőzését tartják relevánsnak. Ezek mellett sok más szempontot is megjelöltek, többek közt például az újrahasznosított építőanyagok használatát, az esővízöntözésre történő használatát, az éttermi csomagolóanyagok minimalizálását, az organikus konyhai szemét komposztálását vagy a mozgásérzékelős világítás telepítését a folyosókon.

Kérdőívünk egyik kérdése arra irányult, hogy a kitöltők ismernek-e zöld szállodát a Mátrában. A minta 71,7%-a nemleges választ adott. Az eredmények más érdekességet is tartogattak: 46 fő írta a Hotel Residence Ózon szállodát, azonban 13 fő – tévesen – úgy gondolja, a Lifestyle Hotel Mátra a zöld szállodák táborát erősíti. 11 fő említette a Hunguest Hotel Galyát, mint zöld hotel, és mindösszesen 1 fő említette, szintén tévesen a Hotel Narádot.

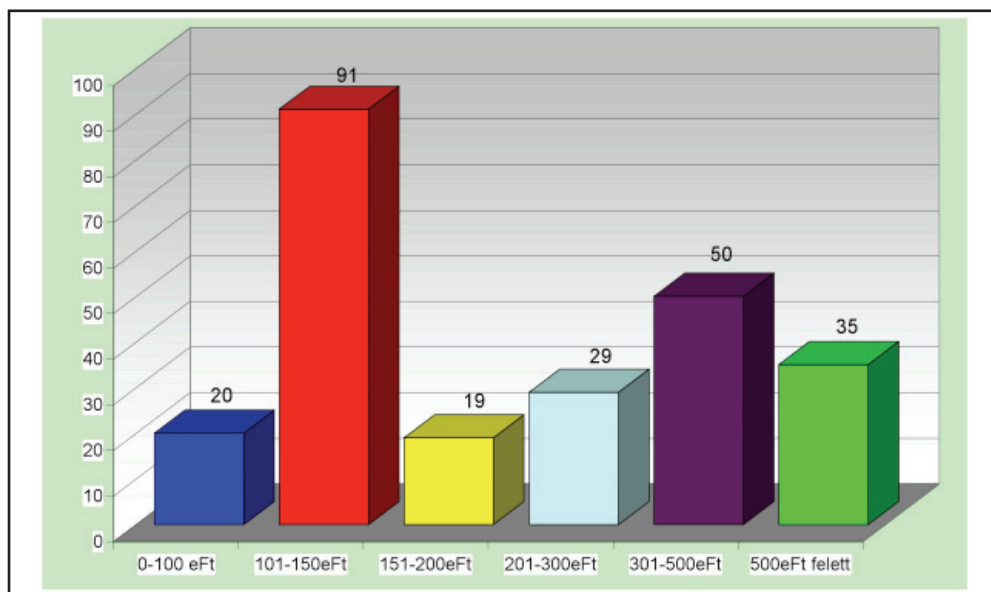
A Lifestyle Hotel és a Hotel Narád téves besorolásában feltehetőleg nagy szerepet játszhat, hogy mindkettő frissen (két éven belül) nyílt. Mivel új projektről van szó, sokan automatikusan társíthatják a zöld szálloda fogalmához őket. Egyes esetekben, elenyésző mennyiségben születtek olyan válaszok, melyek csak részben környezetbarát szálláshelyek, de nem szállodák, például: mátrakeresztesi Hidegkút Turistaház, mátraderecskei ÖkoVendégház, mátrászentimrei Borostyán Vendégház.

„Környezetvédelmi hajlandóság”

Úgy véljük, manapság a fogyasztók jellemzően nem hajlandók pusztán azért többet fizetni, hogy környezetüket kevésbé terheljék. Ezzel kapcsolatban úgy próbáltunk igazolást szerezni, hogy rákérdeztünk: a zöld szállodákat drágábbnak gondolják-e, mint egy átlagos szállodát (2. ábra).



2. ábra
A zöld szállodákat drágábbnak vélik jövedelem szerint



Forrás: Saját kutatás 2012. N=120

A 2. ábra jövedelem szerint bontva mutatja az értékelhető válaszokat. Látható, hogy a legtöbb jövedelemosztályban úgy gondolják, nem drágább a zöld szálloda a hagyományostól. Egyedül a 101-150 ezer Ft jövedelműek többsége tartja úgy, hogy árban többet kell áldozni egy környezetbarát hotel igénybevételekor.

A kérdőív utolsó tárgyköri kérdésében arra kerestük a választ, hogy megkérdezetteink szállodai tartózkodásuk során mennyiben, milyen cselekedetekkel veszik ki részüket a környezettudatosságból (akár nem zöld szállodában tartózkodva is). Az ezzel kapcsolatos első kérdés a törölközők és ágyneműk napi cseréjére irányult. A válaszadókra többnyire igaz, hogy pihenésük alatt nem kérnek napi cserét. Ebben az is nagy szerepet játszhat, hogy a fürdőszobában sok helyen felhívják a figyelmet arra, hogy a gyakori törölközőváltás mennyi szennyvizet termel.

A további kérdésekre kapott válaszokból fény derült arra, hogy a vendégek környezettudatossága nem merül ki mindösszesen a törölközők és ágyneműk cseréjének minimalizálásában. Válaszadóink többsége – állításuk szerint – szelektíven gyűjti a hulladékot (amennyiben van rá lehetősége) és törekednek a minél kevesebb hulladék termelésére is. Legtöbbször nem folytatják feleslegesen a csapokat és nappal a természetes fényt részesítik előnyben (ha nincs rá szükség, nem kapcsolnak villanyt).

A válaszok alapján sokan csak annyi ételt szednek (svédasztalos étkezés esetén), amennyit valóban képesek is megenni (ez némileg ütközik azzal a bennünk élő képpel, mely



szerint a hazai turisták szeretik kihasználni a svédasztalos étkeztetés „korlátmentes” előnyeit és hajlamosak túlzásokba esni, „pukkadásig” szedni tényérjaikat).

Remélhetőleg magától értetődőnek tekinthetjük, hogy a legtöbben nem rongálják a szálloda környezetében lévő fákat, növényeket.

A szobák hőmérsékletét (amennyiben termosztátos rendszer van kiépítve és van rá lehetőség) igyekeznek optimálisan beállítani, nyáron nem hűtik túl, télen pedig nem fűtik feleslegesen fel a szobát.

Kevesen értettek egyet azzal az állítással, mely szerint „ha sokat fizetek, kihasználok minden lehetőséget, és nem a környezetvédelemmel foglalkozom” (ez egybevág azzal az eredménnyel mely szerint a kérdezettek majdnem egészére – kivéve négy főt – igaz, hogy legalább foglalkoztatja a környezettudatos életmód, még ha nem is megrögzött híve a környezetvédelemnek).

Ettől talán érdekesebb (bár cseppet sem meglepő) tény, hogy a szálloda megközelítésére kifejezetten kevesen használnak tömegközlekedést. A drasztikus üzemanyagár-emelkedések dacára az emberek többsége még mindig jobban preferálja az egyéni utazást, pedig gazdaságossága mellett, a környezetet is kevésbé terheli, ha tömegközlekedéssel jutunk el célpontunkhoz. Ugyanakkor igaz, az egyéni utazás időben és akár pakolhatóság szempontjából sokkal függetlenebb.

4. Összegzés

A megkérdezéses vizsgálatunk igazolta, hogy jellemzően igen alacsony az általunk megkeresett potenciális szállóvendégek információellátottsága, azaz kevesen vannak tisztában a zöld szálloda kifejezés tartalmával. Sokan zöldnek vélik az új építésű szállodákat, illetve nem tudják a zöld szálloda tanúsítvánnyal rendelkező hotelekről ezt aényt. Ennek megfelelően nem is érzik fontos szempontnak a választásnál a szálloda környezetbarát mivoltát.

Bár hazánkban a szállodai szolgáltatást vásárlók körében is igen magas azok aránya, akik döntéseiben meghatározó szerepet játszik az ár, emellett megkérdezésünkből kiderült, hogy jellemzően nem tartják drágábbnak a zöld szállodákat.

Ezen tények a kommunikáció fontosságára irányítják a figyelmet: célszerű lenne nagyobb publicitást szerezni a zöld szálloda minősítés megszerzésének, illetve jelentésének is.

Kutatásunk folytatásában klaszter- és faktoranalízis módszerével definiáljuk majd a turisták szegmenseit, kiemelt figyelmet fordítva a promóció hatékonyságnövelésének lehetőségeire.

Környezettudatos emberek lévén mi magunk is bízunk benne, hogy a környezet-közpon-tú gondolkodás Magyarországon is szép lassan teret nyer majd, melynek elvitathatatlanul számos kedvező hozadéka lenne, és ebből a szállodaipar is profitálhatna.



FELHASZNÁLT IRODALOM

- Harvard Business Review on Green Business Strategy (Harvard Business Review Paperback Series) 2007. <http://www.amazon.com/Harvard-Business-Review-Strategy-Paperback/dp/1422121089> (letöltés ideje: 2012. 01. 23.)
- INTERNATIONAL TOURISM PARTNERSHIP (2010): *Going green*
<http://www.tourismpartnership.org/media-centre/downloads> (letöltve: 2012.02.01.)
- KIRK, D. (1996): *Environmental Managemant for Hotels*. Butterworth-Heinemann Publisher, Oxford.
- SLOAN, P. – LEGRAND, W. – CHEN, J. (2009): *Sustainability in the hospitality industry*. Butterworth-Heinemann, Oxford
- SOMOGYI, M. (2010): *Rejtett attitűdjeink mérése: az Implicit Asszociációs Teszt bemutatása*. <http://pszichologia.com/cikkek/tudomany/rejtett-attitudjeink-merese-az-implicit-asszociacios-teszt-bemutatasa.html> (letöltve:2012.03.25.)
- SZABÓ, I.(2009): *Eligazodás a társadalomban, a világban*, Magyar Pedagógia, 2009/4
- WOODWORTH – SCHLOSBERG: *Kísérleti pszichológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest 1966.

