

Innowacje w hotelarstwie w świetle zrównoważonej turystyki

Ivanna Moroz

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: 87171@student.pb.edu.pl

Elżbieta Szymańska 

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: e.szymanska@pb.edu.pl

DOI: 10.24427/az-2025-0054

Streszczenie

Celem prezentowanych badań jest zdiagnozowanie roli innowacji w hotelarstwie w kontekście zrównoważonej turystyki. Metodyka uwzględnia triangulację metodyczną i obejmuje: przegląd literatury przedmiotu, sondaż diagnostyczny przeprowadzony na grupie przedstawicieli kadry zarządzającej 20 hoteli oraz studia przypadków, ilustrujących najlepsze praktyki w tym zakresie. Obszarem badań jest województwo podlaskie. Przeprowadzone badanie wykazało, że hotele w województwie podlaskim angażują się głównie w działania proekologiczne, jednak najczęściej są to proste inicjatywy. Wdrażanie bardziej kompleksowych rozwiązań, w tym innowacji technologicznych i zmian w systemie zarządzania, jest ograniczone, głównie ze względu na bariery finansowe i organizacyjne. Współpraca z lokalną społecznością i edukacja turystów w zakresie zrównoważonego znajdują się na niskim poziomie, a proces wdrażania innowacji ma zróżnicowany charakter. Podczas prowadzenia badań zidentyfikowano kluczowe czynniki hamujące rozwój zrównoważonego hotelarstwa, takie jak niedostatek środków finansowych, niska świadomość ekologiczna oraz ograniczone wsparcie ze strony instytucji publicznych. Pomimo tych przeszkód, część hoteli wykazuje potencjał i determinację do dalszego wdrażania praktyk zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju. Badania podsumowano sformułowaniem rekomendacji dotyczących wspierania innowacji w sektorze hotelarskim poprzez działania edukacyjne, finansowe i organizacyjne.

Słowa kluczowe

innowacje, turystyka zrównoważona, hotelarstwo, zarządzanie obiektami noclegowymi, zrównoważony rozwój

Wstęp

Dynamiczny rozwój hotelarstwa i rosnąca troska konsumentów o środowisko naturalne powodują, że wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju staje się coraz bardziej ważne dla uzyskania przewagi konkurencyjnej w turystyce. Zrównoważona turystyka, uwzględniająca aspekty środowiskowe, społeczne i ekonomiczne [Kowalczyk, 2010, s. 118], wymaga od hoteli minimalizowania negatywnego wpływu na otoczenie przy jednoczesnym zachowaniu wysokiego standardu usług. Województwo podlaskie, z uwagi na jego wyjątkowe bogactwo przyrodnicze i kulturowe, ma ogromny potencjał do rozwoju turystyki zgodnej z ideą zrównoważonego rozwoju.

Głównym celem badania jest określenie (zdiagnozowanie) roli innowacji w hotelarstwie w kontekście zrównoważonej turystyki, na przykładzie obiektów noclegowych świadczących usługi na obszarze województwa podlaskiego. Dociekania badawcze skupiają się na realizacji następujących celów szczegółowych:

C1 – Identyfikacja innowacji wdrażanych w obiektach noclegowych,

C2 – Ocena wpływu tych poszczególnych kategorii/rodzajów innowacji na zrównoważony rozwój,

C3 – Zdiagnozowanie przeszkód i możliwości związanych z ich wdrożeniem.

W artykule zastosowano interdyscyplinarne podejście z zastosowaniem triangulacji metodycznej, łączące metody jakościowe i ilościowe. Wykorzystano przegląd literatury (*desk research*), sondaż diagnostyczny wśród kadry zarządzającej 20 obiektów zakwaterowania oraz analizę studiów przypadków hoteli wdrażających dobre praktyki zrównoważonego rozwoju. Takie podejście pozwala na kompleksową ocenę sytuacji i wyciągnięcie wniosków oraz sformułowanie rekomendacji dla rozwoju hotelarstwa zgodnie z zasadami zrównoważonej turystyki.

1. Przegląd literatury

Dokonując przeglądu literatury można zaobserwować rosnące zainteresowanie rolą innowacji w branży hotelarskiej, które można uznać za kluczowy element wpływający na konkurencyjność i sprawność działania hoteli. Definicja "innowacji" jest jednak elastyczna i zależy od podejścia badawczego. Zgodnie z opinią J. Kordosa, innowacja to nowy lub ulepszony produkt lub proces (lub ich kombinacja), który różni się znacznie od wcześniejszych produktów lub procesów jednostki i który został udostępniony potencjalnym użytkownikom produktu lub wprowadzony do użycia przez jednostkę [Kordos, 2021, s. 16]. Z kolei E. Gwarda-Gruszczyńska podkreśla, że innowacje obejmują nie tylko nowe produkty czy procesy, ale także metody

organizacyjne i marketingowe, wdrażane w odpowiedzi na potrzeby rynku [Gwarda-Gruszczyńska, 2020, s. 45]. Obie definicje stanowią kontynuację koncepcji J.A. Schumpetera [Schumpeter, 1960], zwanego ojcem teorii innowacji.

Znaczenie innowacji dla rozwoju przedsiębiorstw turystycznych stosunkowo rzadko stanowi przedmiot dociekań badawczych. Za prekursorkę tych badań należy uznać A.-M Hjalager [2010]. Stosunkowo szeroko zakrojone badania tego zjawiska przeprowadziła E. Szymańska [Szymańska 2021, 2009], uwzględniając nie tylko działalność innowacyjną obiektów noclegowych ale także przedsiębiorstw świadczących usługi gastronomiczne [Szymańska, Żukrowska, Czerpak, 2024, s. 56-71]. Innowacyjność hotelarstwa zauważył również R. Runiewicz, definiując je jako praktyczne zastosowanie pomysłów w celu uzyskania mierzalnych rezultatów w postaci ulepszonych usług, procesów i modeli biznesowych [Runiewicz, 2022, s. 91-109]. S. Taylor z kolei zwraca uwagę na kreatywny aspekt innowacji, traktując je jako narzędzie rozwoju społecznego i technologicznego [Taylor, 2017, s. 128-146]. W literaturze wskazuje się również na różne typologie innowacji w hotelarstwie – od infrastrukturalnych, technologicznych, organizacyjnych, po marketingowe i społeczne [Pantyukhina, 2023, s. 12-13; Golovchyts, 2024, s. 19]. Dokonano również przeglądu innowacji oraz procesów innowacyjnych w turystyce [Szymańska, Berbel-Pineda, 2024, s. 15-28]. Te badania wskazują, że innowacje w hotelarstwie muszą uwzględniać zarówno wymagania klientów, jak i aktualne problemy ekologiczne i społeczne.

Dążąc do zrównoważonego rozwoju, eksperci i badacze coraz częściej podkreślają, że hotele powinny włączyć do swojej działalności praktyki proekologiczne i społecznie odpowiedzialne. UNWTO definiuje turystykę zrównoważoną jako działalność uwzględniającą równowagę między aspektami ekonomicznymi, społecznymi i środowiskowymi [UNWTO, 2018]. Z kolei I. Marekha i in. [2022] wskazują, że działalność turystyczna powinna uwzględniać zarówno ochronę bioróżnorodności, jak i dobrobyt lokalnych społeczności [Marekha i in., 2022, s. 7]. Turystykę zrównoważoną poddano ocenie lokalnej społeczności zamieszkałej na obszarze województwa podlaskiego, reprezentującej pokolenie Z [Niezgoda i Szymańska, 2024, s. 1-10], co pozwoliło wskazać na znaczące braki w wiedzy mieszkańców badanego obszaru.

Liczne opracowania wskazują również na bariery we wdrażaniu innowacji w hotelarstwie – od wysokich kosztów, przez brak wykwalifikowanego personelu, po ograniczenia regulacyjne i ryzyko technologiczne [Tereshchuk, 2022, s. 154-165].

Przegląd literatury pozwolił zidentyfikować lukę badawczą dotyczącą wprowadzania innowacji w hotelarstwie w kontekście zrównoważonej turystyki w regio-

nach o wyjątkowym dziedzictwie przyrodniczym i kulturowym, takich jak województwo podlaskie. Dotychczasowe analizy koncentrowały się głównie na dużych miastach i sieciach hotelowych, ignorując mniejsze, regionalne obiekty, które mogą mieć duży potencjał do rozwoju zrównoważonej turystyki.

2. Metodyka badań

Przedmiotem badań były praktyki stosowane przez obiekty noclegowe, obejmujące działania proekologiczne, efektywność operacyjną oraz zaangażowanie społeczne. Główny problem badawczy dotyczył poziomu zaangażowania obiektów w działania innowacyjne spójne z koncepcją zrównoważonej turystyki. Sformułowano trzy tezy badawcze:

1. Większość badanych hoteli stosuje podstawowe praktyki proekologiczne.
2. Zrównoważone działanie przekłada się na kreowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa i wymierne oszczędności ekonomiczne.
3. Obiekty z dłuższym doświadczeniem na rynku wykazują większą skłonność do inwestowania w innowacje.

Badanie oparto na metodzie sondażu diagnostycznego, przy użyciu ankiety zawierającej pytania zamknięte i otwarte. Struktura ankiety składała się z czterech obszarów tematycznych. Pierwszy obszar poświęcony był rodzajom wdrażanych innowacji (technologicznych, organizacyjnych, środowiskowych, marketingowych). Drugi obszar koncentrował się na motywach i barierach uniemożliwiających ich wdrożenie. Trzeci obszar oceniał efekty wdrażania zrównoważonych działań, takie jak oszczędności i poprawa wizerunku. Czwarty obszar analizował zaangażowanie obiektów w realizację zasad zrównoważonej turystyki. Kwestionariusz rozpowszechniano drogą elektroniczną (Microsoft Forms, Google Forms) oraz osobiście. Pytania dotyczyły charakterystyki obiektu, rodzaju innowacji, motywacji ich wdrażania, efektów i planów rozwoju.

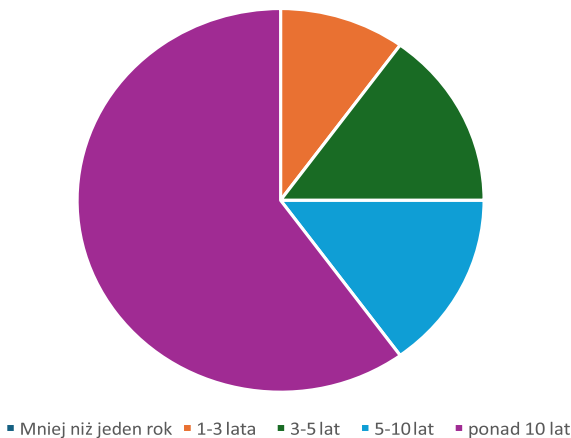
Próba badawcza objęła 20 obiektów noclegowych z całego województwa podlaskiego – zarówno miejskich, jak i wiejskich – w tym hotele różnych kategorii, pensjonaty i obiekty typu boutique. Doboru respondentów dokonano spośród 267. Obiektów noclegowych działających na badanym obszarze, wśród których 94 to obiekty hotelowe, w tym 49 – hotele [Turystyka w Województwie Podlaskim, 2024]. Analiza danych objęła metody ilościowe (statystyki opisowe) i jakościowe (analiza odpowiedzi otwartych). Wyniki umożliwiły ocenę aktualnych praktyk zrównoważonych oraz sformułowanie rekomendacji i kierunków dalszych badań.

3. Wyniki badań

W ramach badań, za pomocą metody sondażu diagnostycznego otrzymano kwestionariusze wypełnione przez pracowników obiektów noclegowych z całego województwa podlaskiego. Uzyskane wyniki pozwoliły określić stopień wdrożenia innowacyjnych rozwiązań z zakresu zrównoważonego rozwoju oraz ich wpływ na działalność badanych obiektów.

Pierwsza część narzędzia badawczego obejmowała pytania dotyczące doświadczeń respondentów na rynku turystycznym, ich grupy docelowej, a także pytania zamknięte (wielokrotnego i jednokrotnego wyboru) dotyczące trzech kluczowych aspektów zrównoważonego rozwoju: ekonomicznego, środowiskowego i społecznego. Dodatkowo, w pytaniu otwartym, respondenci byli proszeni o wyszczególnienie wdrożonych innowacji.

Wyniki wskazują, że większość ankietowanych firm hotelarskich ma duże doświadczenie na rynku turystycznym, bowiem 60% podmiotów działa w branży od 10 lat lub dłużej, co świadczy o ich stabilnej pozycji w sektorze. Kolejne 15% ma doświadczenie wynoszące od 5 do 10 lat, a 15% – od 3 do 5 lat. Tylko 10% ankietowanych obiektów to obiekty stosunkowo nowe, działające krócej niż 3 lata, a żaden z respondentów nie wskazał okresu krótszego niż rok. Analiza wykazała również, że firmy z większym doświadczeniem chętniej inwestują w zrównoważone innowacje, co wskazuje na związek między doświadczeniem a chęcią rozwoju i wdrażania nowych rozwiązań.



Rys. 1. Okres działalności badanych podmiotów na rynku hotelarskim

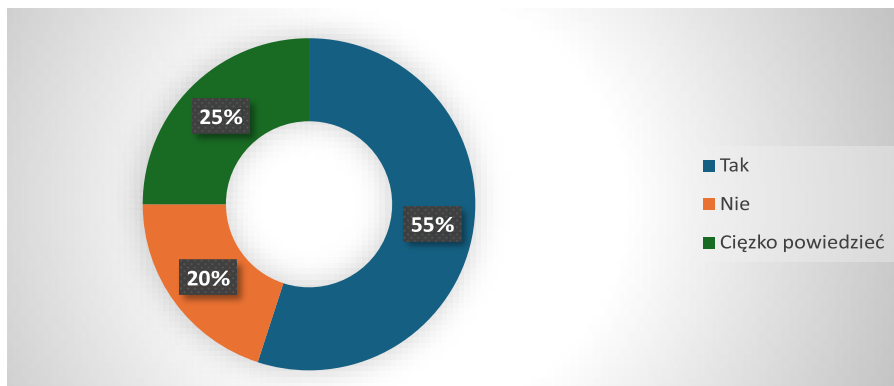
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wpływ działań proekologicznych i innowacyjnych na rentowność zakładów jest oceniany przeważnie pozytywnie: 50% respondentów określiło go jako „raczej pozytywny”, a 25% – jako „zdecydowanie pozytywny”. Warto zauważyć, że żaden z respondentów nie odczuł negatywnych konsekwencji takich działań, a 25% nie zauważyło żadnego wpływu na sytuację finansową firmy.

Łącząc oba obszary badań, można stwierdzić, że obiekty turystyczne aktywnie korzystają z automatyzacji procesów, ale rzadziej sięgają po inne formy optymalizacji kosztów, takie jak systemy zarządzania energią. Jednocześnie zdecydowana większość grupy badawczej dostrzega wymierne korzyści finansowe wynikające z wdrożenia zrównoważonych i innowacyjnych rozwiązań. W związku z tym istnieje potrzeba wzmocnienia działań informacyjno-edukacyjnych, mających na celu popularyzację kompleksowych systemów optymalizacji w sektorze turystycznym.

Analiza odpowiedzi na temat współpracy z lokalną społecznością pokazała, że dominująca część respondentów (39%) preferuje wspieranie lokalnej gospodarki poprzez zakup lokalnych produktów, takich jak żywność i rękodzieło. Promowanie lokalnych atrakcji jest również dość popularne (30% głosów). Jednocześnie 16% respondentów wybrało współpracę z lokalnymi artystami i rzemieślnikami. Najmniej atrakcyjnymi inicjatywami okazały się organizowanie wydarzeń na rzecz rozwoju i promocji regionu, a także wydarzenia edukacyjne, które zebrały odpowiednio zaledwie 7% i 5% głosów. Warto zauważyć, że tylko 5% respondentów nie bierze udziału w żadnych działaniach na rzecz lokalnej społeczności, co podkreśla wysoki poziom społecznej odpowiedzialności i świadomości w branży turystycznej.

Dane dotyczące kwestii zatrudniania przedstawicieli grup defaworyzowanych (np. osoby z niepełnosprawnościami, seniorzy, długotrwale bezrobotne), przedstawione na rysunku 2, wskazują, że zdecydowana większość respondentów jest chętna do współpracy z osobami o utrudnionym dostępie do zatrudnienia.

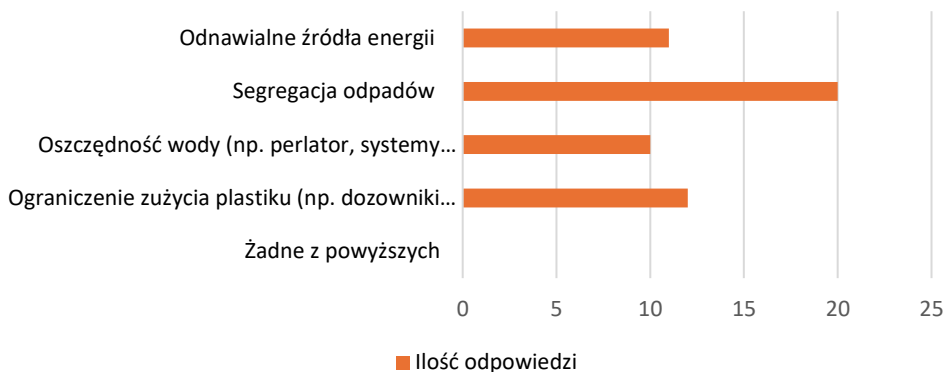


Rys. 2. Poziom zatrudnienia osób z grup defaworyzowanych w badanych obiektach

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Zaobserwowano, że proste formy interakcji ze społecznością lokalną, takie jak wspieranie lokalnych producentów poprzez zakup produktów i promocja walorów turystycznych regionu, są wykorzystywane znacznie częściej niż bardziej złożone projekty, takie jak organizacja eventów czy prowadzenie szkoleń. W obszarze zatrudnienia obserwuje się pozytywny trend w kierunku angażowania grup defaworyzowanych w branżę. Jednak niektóre instytucje nie są wystarczająco aktywne w tym obszarze lub nie monitorują swojej działalności w zakresie zatrudnienia. Wyniki wskazują na potrzebę aktywniejszej promocji programów ukierunkowanych na współpracę z lokalnymi mieszkańcami i wspieranie przedsiębiorstw w ich staraniach o zatrudnienie osób defaworyzowanych.

W kontekście środowiskowego aspektu zrównoważonego rozwoju, wszystkie analizowane obiekty turystyczne wykazały wdrożenie przynajmniej niektórych działań proekologicznych. Sugeruje to, że minimalne wymogi środowiskowe stały się już normą w branży. Do najczęściej wdrażanych działań należały systemy selektywnej zbiórki odpadów oraz redukcja zużycia plastiku, na przykład poprzez przejście z indywidualnych kosmetyków na dozowniki. Odnotowano również działania na rzecz oszczędzania wody (poprzez aeratory i kampanie informacyjne dla gości) oraz wykorzystanie odnawialnych źródeł energii.

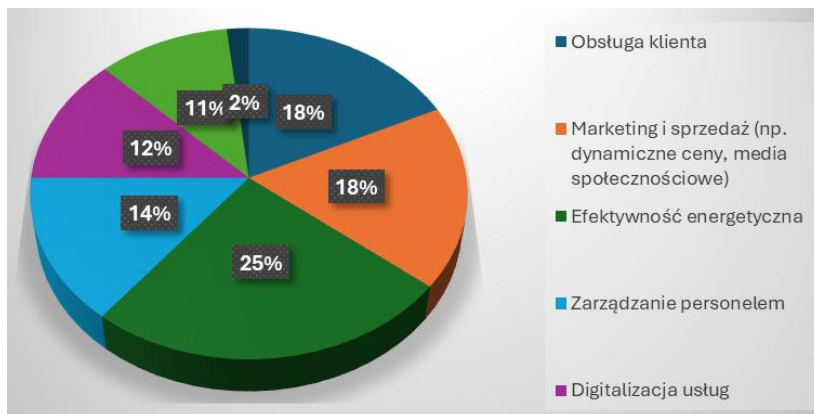


Rys. 3. Działania proekologiczne stosowane w badanych obiektach

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Analiza odpowiedzi dotyczących edukacji ekologicznej wśród gości pokazuje, że 50% obiektów korzysta jedynie z podstawowych form informowania, takich jak materiały drukowane czy np. naklejki w pokojach z prośbą o oszczędzanie wody lub światła. Jednocześnie tylko 25% hoteli idzie o krok dalej, organizując wydarzenia lub kampanie edukacyjne z zakresu edukacji ekologicznej. Jedna czwarta badanych hoteli nie podejmuje żadnych działań edukacyjnych w tym kierunku. Choć podstawowe inicjatywy proekologiczne zakorzeniły się już w praktyce branży turystycznej, wciąż istnieje wiele możliwości wprowadzenia zaawansowanych technologii i kompleksowego podejścia do edukacji ekologicznej.

Mówiąc o wdrażaniu oraz rodzajach innowacji, okazało się że w ciągu ostatnich trzech lat w badanych firmach hotelarskich wdrożono innowacyjne rozwiązania w szerokim zakresie obszarów, co wyraźnie widać na rysunku 4. Jednocześnie największą uwagę poświęcono efektywności energetycznej, co potwierdza dominację trendu „zielonego” w branży.



Rys. 4. Obszary działalności hotelu, w których zostały wprowadzone innowacje

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Badanie jakościowych odpowiedzi respondentów na pytanie o konkretne przykłady innowacyjnych rozwiązań zastosowanych w obiektach pozwoliło na ustalenie następujących wyników:

W obszarze efektywności energetycznej najczęściej pojawiały się:

- instalacje fotowoltaiczne (wymienione przez 6 zakładów),
- inteligentne systemy zarządzania energią,
- systemy odzyskiwania energii,
- wymiana oświetlenia na LED.

W zakresie obsługi klienta:

- systemy samodzielnej rezerwacji check-in/check-out,
- rozwiązania AI (czat boty),

W obszarze marketingu i sprzedaży:

- dynamiczne ceny,
- wzrost aktywności w mediach społecznościowych,
- nowoczesne systemy rezerwacyjne.

Warto zauważyć, że 2 z 20 badanych obiektów (10%) nie wprowadziło żadnych innowacji w badanym okresie. Pozostałe wykazały wdrożenie rozwiązań, zazwyczaj obejmujących kilka obszarów.

Podsumowując, innowacje w badanych obiektach hotelarskich rozwijają się obecnie w trzech głównych kierunkach:

- a) Ekologia i efektywność energetyczna (innowacja środowiskowa),
- b) Digitalizacja procesu obsługi klienta (innowacja organizacyjna/zarządcza),

c) Optymalizacja działań marketingowych (innowacja marketingowa).

Kluczowym czynnikiem motywującym firmy do zrównoważonego rozwoju jest wewnętrzna inicjatywa kadry zarządzającej. Podkreśla to zaangażowanie kadry zarządzającej hotelami w społeczną odpowiedzialność biznesu i świadomość ekologiczną (rysunek 5). Ponadto, rosnące zapotrzebowanie konsumentów na przyjazne dla środowiska opcje zakwaterowania oraz obowiązujące standardy środowiskowe mają istotny wpływ na proces decyzyjny. Respondenci biorący udział w wywiadach przyznali, że takie działania wynikają zarówno z chęci obniżenia kosztów operacyjnych, co potwierdza, że inwestowanie w zrównoważony rozwój może przynieść wymierne korzyści finansowe. Co zaskakujące, żaden z respondentów nie wskazał rosnącej konkurencji jako siły napędowej, co może wskazywać, że aspekt ten nie jest jeszcze uważany za kluczowy dla osiągnięcia przewagi rynkowej.

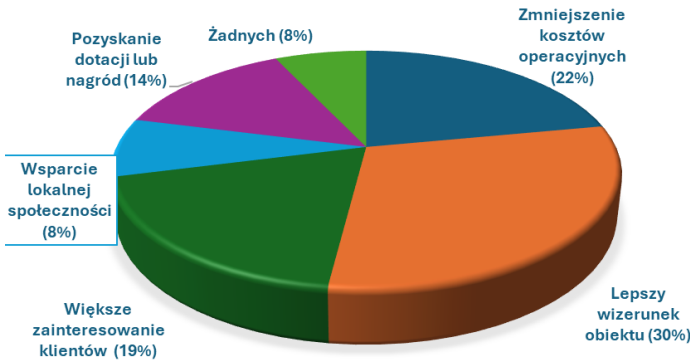


Rys. 5. Motywacje do wdrażania praktyk zrównoważonego rozwoju w obiektach turystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Analiza wyników pokazuje, że większość respondentów odnotowała pozytywne zmiany wizerunku przedsiębiorstwa dzięki podjętym działaniom (rysunek 6). Korzyści ekonomiczne płynące z inwestowania w zrównoważone praktyki potwierdzają również możliwość redukcji kosztów operacyjnych dzięki zrealizowanym działaniom. Ponadto, niektóre odpowiedzi wskazały na wzrost popytu konsumencijskiego, co przekłada się bezpośrednio na wskaźniki finansowe. Niektórzy respondenci odnotowali otrzymanie wsparcia ze strony lokalnej społeczności, a także gran-

tów i nagród, co wskazuje na możliwość uzyskania dodatkowych korzyści wizerunkowych i finansowych. Niewielka liczba respondentów nie odnotowała pozytywnych efektów swoich działań.



Rys. 6. Efekty wdrażania praktyk zrównoważonego rozwoju w obiektach turystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Następnie respondenci zostali poproszeni o ocenę szeregu stwierdzeń dotyczących wpływu zrównoważonych praktyk na funkcjonowanie ich obiektów w 5-punktowej skali. Analiza wykazała, że uczestnicy różnie postrzegali korzyści płynące z wdrażania takich praktyk. Średnia ocena wpływu praktyk na pozytywne postrzeganie obiektów przez klientów wyniosła 3,60 w 5-punktowej skali, co wskazuje na ocenę umiarkowanie pozytywną.

Respondenci wyrazili różne opinie na temat korzyści ekonomicznych płynących ze zrównoważonych praktyk (średnia ocena 3,35), co nie pozwala na wyciągnięcie jednoznacznych wniosków na temat bezpośredniego efektu ekonomicznego. Nieco wyżej oceniono jednak wpływ na konkurencyjność (3,40), co prawdopodobnie wynika z rosnącego znaczenia zrównoważonego rozwoju dla konsumentów. Najwyższą ocenę uzyskała gotowość do dalszego rozwoju zrównoważonych praktyk (4,10). Wskazuje to na zrozumienie potrzeby długoterminowych inwestycji w tym sektorze, nawet przy umiarkowanej ocenie bieżących rezultatów.

Podsumowując, wyniki uzyskane w końcowej części badania wskazują, że:

- wdrażanie zrównoważonych praktyk ma większy wpływ na pozytywne nastawienie klientów i reputację rynkową niż na wyniki ekonomiczne;

- ponieważ konsumenci dopiero zaczynają kształtować swoje nastawienie do zrównoważonego rozwoju, jego wpływ na wybory konsumenckie jest jeszcze ograniczony;
- branża jest zaangażowana w dalszy rozwój zrównoważonych praktyk, pomimo obecnych ograniczeń w ich skuteczności i akceptacji społecznej.

4. Dyskusja wyników

Przeprowadzone badania dowodzą, że innowacyjność stanowi integralną część procesu wdrażania zasad zrównoważonej turystyki w hotelarstwie województwa podlaskiego. Wyniki potwierdzają, że wszystkie badane obiekty podjęły już co najmniej podstawowe kroki w kierunku odpowiedzialności zrównoważonej, co wskazuje na utrwalanie się minimalnych standardów środowiskowych w regionalnym hotelarstwie. Tendencja ta pokrywa się z obserwacjami E. Gwardy-Gruszczyńskiej [2020], która podkreśla, że wymagania rynku i rosnąca świadomość ekologiczna klientów stymulują obiekty noclegowe do wdrażania co najmniej podstawowych praktyk zrównoważonego rozwoju. Jednak wdrażanie zaawansowanych technologii środowiskowych, takich jak systemy zarządzania energią czy pełna automatyzacja procesów, jest znacznie rzadsze. Potwierdza to Pantyukhina [2023], wskazując na bariery finansowe i organizacyjne jako główne przyczyny ograniczonej innowacyjności w małych hotelach, zwłaszcza w regionach oddalonych od dużych ośrodków miejskich. Ponadto, w badaniu ponad 25% respondentów nie zauważyło namacalnego pozytywnego wpływu działań proekologicznych na kondycję finansową firmy, co może osłabiać ich motywację do dokonywania poważniejszych inwestycji.

W wymiarze społecznym hotele w województwie podlaskim wykazują chęć współpracy z lokalnymi mieszkańcami, m.in. poprzez zakup lokalnych produktów i promocję dziedzictwa regionalnego. Jednak głębsze inicjatywy, takie jak edukacja ekologiczna gości czy organizacja wydarzeń na rzecz zrównoważonego rozwoju, należą do rzadkości. Kontrastuje to z wynikami badań Marech i in. [2023], którzy podkreślali rolę edukacji w kształtowaniu zachowań konsumenckich, wskazując na niewykorzystany potencjał w tym obszarze w regionie.

Pozytywnym trendem jest deklarowane zatrudnianie pracowników z grup wrażliwych przez ponad połowę badanych obiektów. Literatura naukowa podkreśla, że takie działania przyczyniają się do wzmocnienia lokalnych społeczności i budowania społecznie odpowiedzialnego wizerunku organizacji [Taylor, 2017]. W tym kontekście województwo podlaskie ma potencjał do rozwoju modelu biznesowego hoteli charakteryzującego się zwiększoną inkluzywnością społeczną.

Potwierdzenie zgodności wyników badań z postawionymi hipotezami pozwala na wyciągnięcie następujących wniosków:

- większość badanych przedsiębiorstw wdraża podstawowe praktyki ochrony środowiska, lecz wyzwaniem pozostaje wdrażanie bardziej złożonych i kompleksowych środków;
- innowacyjne rozwiązania stosowane przez przedsiębiorstwa korzystnie wpływają na ich wizerunek i przynoszą wymierne korzyści ekonomiczne;
- istnieje korelacja pomiędzy długością funkcjonowania firmy na rynku a jej zdolnością do wdrażania innowacji: im dłużej firma działa, tym większy jest jej potencjał innowacyjny.

Województwo podlaskie charakteryzuje się umiarkowanym poziomem innowacyjności w branży hotelarskiej. Wyraźnie widać przewagę innowacji środowiskowych nad społecznymi i organizacyjnymi. Sytuacja ta może wynikać z braku zasobów oraz priorytetowego traktowania spełniania minimalnych wymogów środowiskowych. Podkreśla to wagę zapewnienia większego wsparcia, które stymulowałoby bardziej kompleksowe i wielopłaszczyznowe wdrażanie innowacji.

Podsumowanie

Przeprowadzone badania pozwoliły na realizację wszystkich założonych celów i wykazały, że większość przebadanych obiektów podejmuje podstawowe działania w zakresie ochrony środowiska, takie jak selektywna zbiórka odpadów, minimalizacja odpadów wykonanych z plastiku i racjonalne zużycie wody. Jednocześnie, bardziej zaawansowane podejście innowacyjne, obejmujące wdrażanie nowych technologii, aspekty społeczne i zmiany organizacyjne, są mniej powszechne, co wynika przede wszystkim z trudności finansowych i organizacyjnych.

Z praktycznego punktu widzenia, oznacza to, że sektor hotelarski w tym zakresie jest otwarty na zastosowanie zasad dotyczących rozwoju zrównoważonego. Aby jednak ten potencjał mógł być w pełni wykorzystany, konieczne jest zapewnienie odpowiedniego wsparcia. Obejmuje ono przede wszystkim, doradztwo specjalistyczne oraz dostęp do środków finansowych. Szczególnie ważne jest nawiązywanie współpracy (w formie partnerstwa) z lokalnymi mieszkańcami i wykorzystywanie zaawansowanych rozwiązań technologicznych, które mają strategiczne znaczenie dla osiągnięcia zarówno efektywności finansowej, jak i kreowania pozytywnego wizerunku firmy.

Z perspektywy naukowej, badanie uzupełnia lukę w wiedzy na temat wdrażania innowacji w hotelarstwie zarówno w aglomeracji miejskiej, jak i poza dużymi ośrodkami.

kami miejskimi. Wyniki badania potwierdzają, że innowacyjność odgrywa kluczową rolę w zakresie wdrażania zasad zrównoważonej turystyki w badanych obiektach. Skuteczne wdrażanie innowacji zależy jednak od wielkości hotelu, dostępności zasobów oraz świadomości kadry zarządzającej. Analiza empiryczna przeprowadzona w województwie podlaskim wykazała, że czynniki lokalne, takie jak zasoby naturalne, ograniczenia budżetowe i specyfika rynku, determinują rodzaj wdrażanych innowacji.

Biorąc pod uwagę te ustalenia, sformułowano rekomendację odnośnie przeprowadzenia badań porównawczych w pozostałych regionach kraju oraz opracowanie spójnego modelu wdrażania innowacji, który kompleksowo uwzględniłby kwestie zrównoważonego rozwoju i praktyczne realia obiektów noclegowych.

ORCID iD

Elżbieta Szymańska: <https://orcid.org/0000-0002-5678-6263>

Literatura

1. Golovchyts O. (2024), *Інновації в міжнародному готельному бізнесі*, Зклад Вищої освіти Університет Короля Данила, Ivano-Frankivsk.
2. Gwarda-Gruszczyńska E. (2020), *Współczesne koncepcje innowacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
3. Hjalager A.-M. (2010), A Review of Innovation Research in Tourism, *Tourism Management* 31(1), s. 1-12.
4. Kordos J. (2020), *Innowacje i badania innowacyjności*, Wiadomości Statystyczne. The Polish Statistician, s. 46-53.
5. Kowalczyk A. (2010), *Zagospodarowanie Turystyczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa,
6. Marekha I, Mozghova D., Kosiachenko F. (2022), *Analysis of ecological segments on the European market for sustainable tourism*, *Економіка та суспільство*, s. 1-10.
7. Niezgoda A., Szymańska E. (2024), *Local identity and residents' attitudes towards innovation in sustainable tourism - the example of generation Z*, *Economics and Environment* 2(89), pp. 1-10.
8. Pantyukhina V. (2023), *Інноваційні технології в готельному бізнесі (на прикладі готелю „Grand Hotel Ukraine” м. Дніпро)*, Міністерство освіти і науки України Миколаївський національний аграрний університет, Mykolaiv.
9. Runiewicz R. (2022), *Zarządzanie innowacjami*, *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, s. 91-109.

10. Schumpeter J.A. (1960), *Teoria rozwoju gospodarczego*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
11. Szymańska E. (2009), *Innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych w Polsce*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok.
12. Szymańska E. (2021), *Innowacyjne przedsiębiorstwo usługowe*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
13. Szymańska E., Berbel-Pineda J.-M. (2024), *Innovation processes: from linear models to artificial intelligence*, *Engineering Management in Production and Services* 16, s. 15-28.
14. Szymańska E., Żukrowska K., Czerpak A. (2024), *Innowacje w obliczu pandemii na przykładzie usług gastronomicznych*, *Przedsiębiorstwo Przyszłości* 1(58), s. 56-71.
15. Taylor S. (2017), *What Is Innovation? A Study of the Definitions*, *Open Journal of Social Sciences*, pp. 128-146.
16. Tereshchuk N. (2022), *Innovative technologies in the hospitality industry*, *Инфраструктура рынка*, s. 154-165.
17. Turystyka w Województwie Podlaskim 2024, Urząd Statystyczny w Białymstoku, dostęp: <https://bialystok.stat.gov.pl/opracowania-biezace/opracowania-sygnalne/sport-turystyka/turystyka-w-wojewodztwie-podlaskim-w-2024-r-,2,25.html> , [05.08.2024].
18. UNWTO (2018), *Good Practices Tourism for Development. Good Practices II*, <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419760>, [26.07.2025].

Innovations in the hotel industry in the context of sustainable tourism

Abstract

The aim of the presented research is to identify (diagnose) the role of innovation in the hotel industry within the context of sustainable tourism, using accommodation facilities in the Podlaskie Voivodeship as a case study. The research methodology includes a review of the relevant literature, analysis of data collected through a diagnostic survey method from the management staff of 20 hotels, and a case study analysis illustrating best practices in this field. The conducted study revealed that hotels in the Podlaskie Voivodeship engage in pro-environmental activities; however, these are most often simple sustainability initiatives. The implementation of more comprehensive solutions, including technological innovations and changes in management systems, is limited—mainly due to financial and organizational barriers. Cooperation with the local community and the education of tourists on sustainable development remain at a low level, and the innovation implementation process

varies significantly. During the research, key factors hindering the development of sustainable hospitality were identified, such as a lack of financial resources, low environmental awareness, and limited support from public institutions. Despite these obstacles, some hotels demonstrate potential and determination to further implement practices aligned with the principles of sustainable development. The article concludes with recommendations for supporting innovation in the hotel sector through educational, financial, and organizational measures.

Key words

Innovation, hotel industry, sustainable tourism, accommodation management, sustainable development