

*УДК 911.3*

*Krzysztof Parzych, Paweł Czaplinski*

*ETYKA W ZARZĄDZANIU PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNYM*

*Zarys treści:* Przedmiotem opracowania jest zagadnienie etyki w funkcjonowaniu współczesnego przedsiębiorstwa turystycznego. Rozważania nad wpływem norm etycznych na prowadzoną działalność w sektorze turystycznym oparto o badania przeprowadzone w Hotelu Neptun w Łebie w wykorzystaniem metody wywiadu kwestionariuszowego

*Słowa kluczowe:* etyka, przedsiębiorstwo turystyczne, Hotel „Neptun”

Предметом опрацювання є проблема етики в функціонуванні сучасного туристичного підприємства. Міркування над впливом етичних норм в діяльності туристичного сектора зроблені на основі досліджень, проведених в готелі «Нептун» в м. Леба методом соціологічного опитування.

*Ключові слова:* етика, туристичне підприємство, готель «Нептун»

Ostatnie lata XX wieku oraz początek XXI wieku wiążą się z dynamicznym rozwojem gospodarki światowej. Postępującym procesom globalizacji, umiędzynaradawiana się gospodarki światowej towarzyszą dynamiczne zmiany w wielu sferach życia społecznego i gospodarczego.

Jedną z najdynamiczniej rozwijających się w ostatnich latach jest sfera usług turystycznych. Wiąże się ona z powolną zmianą dotychczasowych dominujących form turystyki (zmiana dotychczasowego paradygmatu 3s (sea, Sun, Sund) w nowy 3e (entertainment, excitement, experience) oraz z rosnącą konkurencją na rynku usług turystycznych. Rosnący w skali świata poziom stopy życiowej ludności wyrażający się we wzroście dochodów realnych wielu społeczeństw zwłaszcza krajów Europy Środkowo -Wschodniej rodzi wzrost zapotrzebowania potrzebami wyższego rzędu. Naprzeciw temu wychodzi wzrost możliwości dostępności komunikacyjnej wielu regionów turystycznych świata, dzięki obniżaniu kosztów transportu lotniczego dominującego w strukturze przewozów w międzynarodowym ruchu turystycznym.

Zmieniające się również upodobania klientów- turystów, wymuszają ciągle urozmaicenie oferty usług turystycznych. Zjawisko to rodzi konieczność rywalizacji pomiędzy przedsiębiorstwami sektora turystycznego w celu pozyskania nowych klientów. Głównym elementem konkurencji staje się konkurencja cenowa. Coraz częściej jednak w dobie rosnącej zamożności potencjalnych turystów coraz większego znaczenia nabierają inne atrybuty oferty przedsiębiorstw branży turystycznej: rzetelność informacji, niezawodność oferty, otwartość na potrzeby i sugestie klienta. Czynniki te pozwalają budować markę przedsiębiorstwa turystycznego. W dobie silnej konkurencji pomiędzy przedsiębiorstwami na rynku usług turystycznych istotnego znaczenia nabierają normy etyczne prowadzonej działalności. Dotyczy to zarówno przestrzegania norm etycznych w kontaktach pomiędzy usługodawcą turystycznym a klientem oraz w relacjach pomiędzy usługodawcami na rynku turystycznym.

W niniejszym opracowaniu podjęto zagadnienie funkcjonowania norm etycznych w funkcjonowaniu sektora obsługi ruchu turystycznego. Zagadnienie etyki w turystyce doczekało się szeregu opracowań naukowych [1,3,4,5,6,7].

W niniejszym opracowaniu rozważania oparto na analizie funkcjonujących w branży turystycznej kodeksów norm etycznych oraz na krótkim wywiadzie kwestionariuszowym dotyczącym funkcjonowania norm etycznych w codziennej działalności przedsiębiorstwa z sektora obsługi ruchu turystycznego. Jako studium przypadku posłużyły wywiady kwestionariuszowe przeprowadzone wśród grupy pracowników Hotelu „Neptun” w Łebie jednej z głównych miejscowości wypoczynkowych na obszarze polskiego wybrzeża Bałtyku.

Etyką zawodowa obejmuje spisane normy regulujące sposób postępowanie pracowników przedsiębiorstwa zgodny z ujednoliconymi standardami moralnymi obowiązującymi w określonej branży zawodowej. Etyka zawodowa występuje w postaci norm zinstytucjonalizowanych (kodeksy, przysięgi, ślubowania) oraz norm formułowanych jako indywidualne propozycje, luźne lub stanowiące uporządkowany zespół postulatów.

Etyka zawodowa ułatwia wykonywanie określonego zawodu, wpływa na jego prestiż, pomaga w rozwiązywaniu konfliktów, przyspiesza podejmowanie decyzji, daje wskazówki obyczajowe i dotyczące perfekcjonizmu zawodowego, zakreśla i uzasadnia granice odstępstwa od norm powszechnych, nakazuje w pewnych wypadkach traktować obowiązki ogólnie uznane za nadzwyczajne jako podstawowe.

Istnieje kilka podstawowych narzędzi wypracowanych przez specjalistów od etyki zawodowej, które pozwalają organizacji podnieść swój poziom etyczny. Do narzędzi tych należą: system selekcji i rekrutacji, szkolenie pracowników, przyjęcie strategii działania w zakresie etyki, przywództwo etyczne, budowanie i umacnianie kultury etycznej, instytucja doradcy do spraw etyki, komitety etyczne, techniki działań indywidualnych oraz kodeksy etyczne. Kodeksy etyczne w turystyce to sposób przekazywania jej pracownikom informacji o obowiązujących normach i akceptowanych sposobach postępowania w kluczowych dla niej obszarach.

W Polsce pierwszym dokumentem dotyczącym etyki był ogłoszony w 1994 roku przez Krajową Izbę Gospodarczą - „Kodeks etyki w działalności gospodarczej”. Jest to dokument składający się z preambuły oraz jedenastu części dotyczących wielu aspektów funkcjonowania firmy w układzie z innym strukturami gospodarczymi. Kodeks ten składa się z odrębnych jedenastu rozdziałów, które regulują sposób postępowania w relacjach z akcjonariuszami, usługodawcami, kontrahentami oraz pracownikami. Znajdują się też w nim pewne ogólne zapisy dotyczące norm etycznych w prowadzonej działalności w stosunku do środowiska naturalnego, lokalnych społeczności, władz lokalnych oraz regulacje dotyczące postępowania w relacjach gospodarczych o charakterze międzynarodowym. Kodeks ten jest jednak kodeksem o charakterze ogólnym, ustalającym normy etyczne w działalności gospodarczej dotyczącej wszystkich sfer gospodarki w ogólnym zakresie [10].

W zakresie turystyki kluczowym dokumentem regulującym normy etyczne dotyczące sektora usług turystycznych jest przyjęty przez członków Światowej Organizacji Turystyki, przedstawicieli przemysłu turystycznego, delegatów państw, przedsiębiorstw, instytucji i organizacji zebranych na zgromadzeniu ogólnym w Santiago w Chile 1 października 1999r. Globalny Kodeks Etyki w Turystyce. Globalny Kodeks Etyki w Turystyce składa się z artykułów, których przewodnimi deklaracjami normatywnymi są:

Artykuł 1 - udział turystyki w pogłębianiu wzajemnego zrozumienia i szacunku pomiędzy narodami i społeczeństwami.

Artykuł 2 - turystyka jako narzędzie indywidualnej i zbiorowej samorealizacji.

Artykuł 3 - turystyka jako czynnik zrównoważonego rozwoju.

Artykuł 4 - turystyka użytkownikiem, ale i beneficjentem dziedzictwa kulturowego ludzkości.

Artykuł 5- turystyka jako działalność przynosząca krajom i społecznościom przyjmujących turystów.

Artykuł 6 - obowiązki uczestników rozwoju turystyki.

Artykuł 7 - prawo do turystyki.

Artykuł 8 - swoboda ruchu turystycznego.

Artykuł 9 - prawa pracowników i przedsiębiorców branży turystycznej.

Artykuł 10 – wprowadzanie zasad Globalnego Kodeksu Etyki w Turystyce.

Globalny Kodeks Etyki jest adresowany do wszystkich podmiotów i instytucji związanych statutowo i indywidualnie z działalnością turystyczną. Jest więc skierowany do organów administracji rządowej, władz regionalnych odpowiedzialnych za rozwój turystyki, przedsiębiorstw na rynku usług turystycznych, samorządów lokalnych, pracowników, etatowych oraz sezonowych, związków zawodowych związanych ze sferą turystyki, instytucji finansowych związanych ze wspomaganiem, wdrażaniem i realizacją projektów turystycznych oraz społeczności lokalnych miejscowości recepcyjnych [8]. Zasady Globalnego Kodeksu Turystyki odnoszą się również w swoich zapisach do samych turystów oraz szerzej rozumianych odwiedzających i podróżnych.

Globalny Kodeks Etyki nie jest dokumentem prawnie wiążącym. Jego przyjęcie i przestrzeganie jest dobrowolne i zależy od samodzielnej decyzji każdego podmiotu i uczestnika związanego z rozwojem turystyki. Patronat nad rozpowszechnianiem i realizacją norm Globalnego Kodeksu Turystyki przejmuje Światowa Organizacja Turystyki, która z godnie z przyjętą rezolucją A/RES/406(XIII), zobowiązała państwa członkowskie do publikacji i jak najszerszego rozpowszechniania zasad kodeksu w swoich krajach.

Globalny Kodeks Turystyki jest najbardziej rozpowszechnionym kodeksem etycznym na świecie wprowadzającym normy postępowania w usługach turystycznych i innych aspektach działalności związanej z turystyką.

W Polsce drugim wiodącym kodeksem etycznym związanym z turystyką jest Kodeks Etyki Hotelarza.

Kodeks Etyki Hotelarza składa się z dziewięciu odrębnych rozdziałów, które zawierają normy postępowania w realizacji usług hotelarskich. Wszystkie rozdziały są związane z normami regulującymi relacje, w które wchodzi obiekty hotelowe i pracownicy ich obsługi zarówno o charakterze zewnętrznym jak i wewnętrznym.

Relacje te dotyczą kolejno:

Rozdział I- relacje w kontaktach- „Hotelarz- gość hotelowy”.

Rozdział II- relacje -”Personel-Dyrekcja”.

Rozdział III- relacje-„Zarząd -Personel hotelowy”.

Rozdział IV- relacje- „Management- Management”.

Rozdział V-relacje- „Personel-Personel”.

Rozdział VI-relacje- „Hotel – współpracownicy zewnętrzni”.

Rozdział VII- relacje-„Hotel-konkurencja”.

Rozdział VIII- „Hotel- władze branżowe”.

Rozdział IX- „Hotelarz a instytucje otoczenia hotelarskiego”.

Jakkolwiek akceptacja i realizacja zaleceń Kodeksu Etyki Hotelarza nie ma wiążącej mocy prawnej, tak jednocześnie, Polska Izba Hotelarska zaleca akceptację i wdrażanie Kodeksu Etyki Hotelarza poprzez aklamację całego środowiska zawodowego hotelarzy w Polsce [9].

W celu określenia roli norm etycznych w realizacji usług turystycznych posłużono się studium przypadku przedsiębiorstwa turystycznego Hotel „Neptun” w Łebie. W realizacji celu badawczego posłużył wywiad kwestionariuszowy, któremu poddano pracowników Hotelu Neptun. Pytania miały charakter otwarty oraz półotwarty. W wywiadzie wzięło udział 20 osób zatrudnionych w Hotelu „Neptun”.

Hotel „Neptun” to obiekt zlokalizowany w bezpośrednim sąsiedztwie plaży nadmorskiej w Łebie- jednym z głównych kurortów nadmorskich śródlądowej części Pobrzeża Słowińskiego. Jest to obiekt z ponad stuletnią tradycją. Został oddany do użytku i udostępniony dla gości 24 września 1907 roku. Aktualnie hotel posiada 33 pokoje i jednorazowo może przyjąć grupę około 45 osób lub dwie grupy po 20-25 osób. Przy maksymalnym wykorzystaniu pokoi hotelu może być w nim 77 miejsc noclegowych. Ponadto hotel jest wyposażony w restaurację, kawiarnię oraz salę konferencyjną i bogate zaplecze rekreacyjno rozrywkowe. Hotel cieszy się bardzo dobrą opinią w środowisku lokalnym. Ze względu na lokalizację, wyposażenie oraz standard realizowanych usług jest odwiedzany przez turystów o wysokim statusie materialnym, wśród których znaczący udział mają turyści zagraniczni, zwłaszcza niemieccy.

Celem wywiadu kwestionariuszowego przeprowadzonego wśród pracowników Hotelu „Neptun” była identyfikacja roli norm etycznych w realizacji usług związanych z obsługą gości hotelowych. Badanie dotyczyło zarówno rozpoznania znajomości wśród pracowników hoteli zasad etycznych postępowania w kontaktach z turystami, z pozostałymi pracownikami hotelu oraz z zarządem obiektu. Z drugiej strony pracowników podjętych badaniu zapytano o znajomość kodeksów etycznych związanych z turystyką- Globalnego Kodeksu Etyki Turystyki, Kodeksu Etyki Hotelarza oraz Kodeksu Etyki w działalności gospodarczej. Analiza wywiadów przeprowadzonych z pracownikami hotelu pozwala na wyciągnięcie interesujących wniosków.

Wszyscy pracownicy Hotelu uczestniczący w badaniu wskazali, że w placówce obowiązują i są realizowane normy etycznego zachowania. Podobnie wszyscy badani wskazali, że zostali oni zapoznani z normami etycznymi postępowania dotyczącymi relacji z turystami, innymi pracownikami oraz zarządem hotelu w początkowym etapie swojego zatrudnienia w obiekcie. Jednocześnie wskazali, że instrukcje dotyczące norm etycznych w pracy miały formę instrukcji słownej i nie wiązały się ze spisana deklaracją przyjęcia i realizacji określonych norm etycznych postępowania. Spośród 20 pracowników,

z którymi przeprowadzono wywiad 18 (90% ogółu uczestniczących w badaniu) stwierdziło, że realizuje zasady etycznego zachowania w codziennej pracy.

Ponadto 16 osób (80% ogółu uczestniczących w badaniu) uznało, że zasady etyczne, jakie funkcjonują w hotelu nie różnią się od systemu wartości etycznych pracowników co jednocześnie wpływa na wysoki stopień ich akceptacji i realizacji w wypełnianiu obowiązków zawodowych. Jednocześnie większość spośród pracowników, z którymi przeprowadzono wywiad 18 (90% badanych) uznało, że hotel nie posiada żadnego kodeksu etycznego. Z drugiej strony zdecydowana większość (85% respondentów) uznało, że taki kodeks powinno się wprowadzić gdyż ujednoliciłby on standardy postępowania w różnych sytuacjach, z jakimi spotykają się w codziennej pracy pracownicy hotelu. Ponadto zdaniem większości pracowników wprowadzenie i upowszechnienie tego typu kodeksu norm etycznych mogłoby podnieść standardy postępowania we wzajemnych relacjach pomiędzy pracownikami hotelu oraz zarządem, a także wpłynąć na podniesienie jakości realizacji usług świadczonych na rzecz przebywających w obiekcie turystów. Zdaniem pracowników wpłynęłoby to bardzo korzystnie na wizerunek hotelu w opinii gości oraz jego postrzeganie w lokalnym środowisku. Wyniki przeprowadzonych wywiadów z obsługą Hotelu „Neptun” wskazują, że jakkolwiek większość pracowników identyfikuje się w mocno z normami etycznymi w realizacji swoich codziennych obowiązków zawodowych, źródłem ich wiedzy dotyczącej etycznych norm zachowania w pracy nie są kodeksy etyczne. Spośród badanych większość osób wskazała na brak znajomości kodeksów: Globalnego Kodeksu Etyki Turystyki, Kodeksu etyki Hotelarza oraz Kodeksu Etyki w działalności gospodarczej. Z 20 osób uczestniczących w realizowanym wywiadzie zaledwie po 4 wskazały na znajomość Globalnego Kodeksu Etyki Turystyki, oraz Kodeksu Etycznego dla pracowników przedsiębiorstw. Znacznie lepszą znajomością cieszył się Kodeks Etyki Hotelarza, którego znajomość zadeklarowało 7 (65%) osób spośród uczestniczących w badaniu. Podsumowując wyniki przeprowadzonych wywiadów można stwierdzić, że normy etyczne postępowania w realizacji codziennych obowiązków zawodowych są znane pracownikom hotelu i są przez nich realizowane. Nie mają one jednak charakteru deklaracji pisemnych związanych ze zobowiązaniem się do przestrzegania wybranego kodeksu norm etycznych. Hotel nie posiada żadnego z wyżej wymienionych kodeksów norm etycznych. Wymagania etyczne pracodawcy są najczęściej zgodne z systemem wartości pracowników. Jednocześnie większość pracowników uznaje za stosowne uznanie za obowiązujące oraz wybór i stosowanie się do zasad któregoś z kodeksów norm etycznych funkcjonujących w turystyce. Aktualnie etyka w hotelu oparta jest na ogólnych wartościach i normach zachowania, nie wynika natomiast z realizacji norm powszechnie znanych kodeksów etycznych w turystyce.

Normy etyczne są istotnym elementem funkcjonowania życia społecznego jak i ekonomicznego. Funkcjonujące w różnych dziedzinach życia kodeksy postępowania etycznego pozwalają zachowywać wysokie standardy realizacji

usług oraz realizacji stosunków międzyludzkich. Istnienie kodeksów norm etycznych w turystyce jest również pozytywnie postrzegane zarówno przez turystów jak i usługodawców turystycznych. Funkcjonujące w turystyce kodeksy postępowania etycznego podnoszą jakość obsługi w turystyce, wprowadzają wysokie standardy w relacjach pomiędzy różnymi instytucjami statutowo związanymi z działalnością turystyczną oraz indywidualnymi klientami.

1. Chiźniak W., Chiźniak K. Kodeks etyczny w turystyce// *Humanistyczne aspekty sportu i turystyki : praca zbiorowa / pod red. Zbigniewa Dziubińskiego, Warszawa, 2008. - s. 316-323*
2. Gadzińska A. Wybrane problemy badań w dziedzinie etyki turystycznej // *Zarządzanie i usługi w obszarze kultury fizycznej i hotelarstwa (teoria i praktyka) : praca zbiorowa / pod red. Wiesława Siwińskiego, Romana Dawida Taubera, Ewy Muchy-Szajek, Poznań, 2006, - s.375-380*
3. Kazimierczak M. Turystyka w etycznej perspektywie, *Roczniki Naukowe AWF w Poznaniu z.52, 2003. - s.143-150*
4. Kazimierczak M. Etyczny wymiar zrównoważenia w turystyce kulturowej ery ponowoczesnej//*W kręgu humanistycznej refleksji nad turystyką kulturową : praca zbiorowa / pod red. Marka Kazimierczaka .-Poznań, 2008. - , S. 347-358*
5. Milski K. Etyka w zawodzie hotelarza, *Hotelarz nr 1, 1999. - s.4-5, 26-27*
6. Ostrowski M. O etykę w turystyce : *Kodeks Etyki w Turystyce, ogłoszony przez Światową Organizację Turystyki , Folia Turistica nr 10 , 2001. -s.181-194*
7. Szalczyk A. Kontekst etyczny zarządzania turystyką W : *Gospodarka turystyczna w XXI wieku : problemy i perspektywy rozwoju w skali regionalnej i lokalnej / pod red. Stefana Bosiackiego, 2008. - s. 439-444*
8. *Globalny Kodeks Etyki w Turystyce*
9. *Kodeks Etyki Hotelarza*
10. *Kodeks Etyki w działalności gospodarczej*