ULOGA INFORMACIJSKO KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJA U POSLOVANJU „ZELENIH“ HOTELA U HRVATSKOJ

Domgjoni, Valentina

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:478411

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET SPLIT

DIPLOMSKI RAD

ULOGA INFORMACIJSKO KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJA U POSLOVANJU „ZELENIH“ HOTELA U HRVATSKOJ

Mentor:
Izv.prof.dr.sc. Daniela Garbin Praničević

Student:
Valentina Domgjoni

Split, lipanj 2018.

SADRŽAJ

1. UVOD 4

1.1. Problem istraživanja 4

1.2. Predmet istraživanja 6

1.3. Istraživačke hipoteze 8

1.4. Ciljevi istraživanja 9

1.5. Metode istraživanja 9

1.6. Doprinos rada 10

1.7. Obrazloženje strukture diplomskog rada 11

2. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA 13

2.1. Pojmovno određenje održivog razvoja 13

2.2. Povezanost održivog razvoja s turizmom 16

2.3. Održivi razvoj turizma u Republici Hrvatskoj 21

2.4. Pojmovno određenje „zelenih“ hotela 23

2.4.1. Pojam i razvoj društveno odgovornog poslovanja 24

2.4.2. Društveno odgovorno poslovanje u turizmu 26

2.4.3. Obilježja “zelenih” hotela 28

2.4.4. Oznake i certifikati “zelenih” hotela 29

3. POJMOVNO ODREĐENJE INFORMACIJSKO KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJA I NJIHOVA ULOGA U TURIZMU 36

3.1. Definiranje informacijsko komunikacijskih tehnologija 36

3.2. Utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na turizam 38

3.3. Povezanost informacijsko komunikacijskih tehnologija i razvoja održivog turizma 41

3.3.1. Uloga informacijsko komunikacijskih tehnologija u poslovanju „zelenih“ hotela 44

4. IMPLEMENTACIJA ICT-A NA PRIMJERU “ZELENIH” HOTELA U HRVATSKOJ I INOZEMSTVU 47

4.1. Primjer “zelenih” hotela u inozemstvu 47

4.1.1. ViVood landscape hotels u Španjolskoj 47

4.1.2. Palo Santo u Argentini 49

4.1.3. Kamp Whichaway na Antarktiku 52

4.2. Primjer “zelenih” hotela u Hrvatskoj 53

4.2.1. Hotel Split u Podstrani 53

4.2.2. Hotel Ilirija u Biogradu 55

5. ULOGA INFORMACIJSKO KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJA U POSLOVANJU „ZELENIH“ HOTELA U HRVATSKOJ 59

5.1. Metodologija istraživanja 59

5.2. Rezultati istraživanja 60

5.3. Istraživačke hipoteze 67

6. ZAKLJUČAK 78

LITERATURA 81

POPIS SLIKA 86

POPIS TABLICA 86

SAŽETAK 87

SUMMARY 87

PRILOG – ANKETNI UPITNIK 88

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Pojam ekologija vuče korijene od grčke riječi oikos - što znači dom, kućanstvo, gospodarstvo i logos - riječ, znanost. Prema tome, ekologija se doslovno, tj. u najširem smislu riječi može definirati kao vještina, umijeće upravljanja, tj. gospodarenja kućanstvom, domom. Iako se najprije počela upotrebljavati u biologiji kao pojam vezan uz proučavanje staništa biljnih i životinjskih vrsta, s vremenom se počela koristiti i u širem kontekstu, a napose da bi označila racionalno gospodarenje prirodnim okolišem koji predstavlja dom, ne samo za čovjeka, nego i za sva ostala živa bića. Iz pojma ekologija nastao je velik broj izvedenica koje, ovisno o kontekstu upućuju na povezanost i sa izvedenim, ali i sa izvornim značenjem tog pojma. Tako i kovanica "eko - hotel", osim što pojmu hotel daje atribut "zelenog", ujedno upućuje na činjenicu da hotel na svojevrstan način predstavlja dom, kućanstvo (oikos), makar i privremen, kako za turiste, tako i za uposlenike. Dakle, budući da je hotel dom (oikos), njegovo poslovanje bi trebalo biti zasnovano na osnovnim principima dobrog gospodarenja svakim domom (kućanstvom), a to su maksimiranje prihoda, tj. koristi i minimiziranje utrošaka. Ovi principi ujedno su i osnovni postulati ekologije kao znanstvenog pristupa i danas već globalnog pokreta za očuvanje okoliša i uspostavljanje koncepta održivog razvitka.[1]

Zelene strategije ili strategije zaštite okoliša sve su prisutnije u turističkim destinacijama i u hotelskim korporacijama u čijem je središtu "zeleni hotel" koji djeluje u interakciji s okolišem, slijedeći načela održivog razvoja i podržavajući odgovorno ponašanje prema okolišu. U dokumentima WTO-a se održivi razvoj turizma definira kao oblik "turizma koji vodi računa o potrebama turista u turističkoj destinaciji, na način da štiti i unapređuje mogućnosti njegova razvoja i u budućnosti, a prioritetan mu je zadatak zaštita resursa, sagledano s polazišta ekonomskih, estetskih i sociooloških polazišta, a radi očuvanja kulturnog integriteta, zaštite osnovnih ekoloških procesa i biološke raznolikosti, te radi osiguranja optimalnih uvjeta života i rada na razini turističke destinacije" i šire.[2]

[1] Petrić, L., (1999.), Eko-hotel : u prilog strategiji održivog razvitka turizma, Tourism and hospitality management, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 107.
[2] Peršić, M., (2007.), Partnerstvo i eko-bilanca turističke destinacije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija, str. 1.

Održivi bi se razvoj trebao odnositi na ekonomska, socijalna i okolišna pitanja. Mnogi poslovni subjekti danas uključuju samo socijalne i ekonomske učinke među poslovne indikatore. Katkad se ovakav pristup naziva mjerenje trostrukoga konačnog rezultata ili trostrukog ishoda osnovice, tj. tripple bottom line. Ovaj se pristup usredotočuje na odgovornost, transparentnost, usmjerenost prema sudionicima, te na sustavno mjerenje i izvještavanje.[3]

Kada analiziramo turizam kao cjelinu po pitanju održivosti, dolazimo do zaključka da su upravo hoteli, kao građevine, najzahtjevnija i najteža stvar koju čovjek čini svom okruženju. Za izgradnju i tijekom cjelokupnoga životnog ciklusa hotela potrebne su goleme količine energije. Energija je svuda oko nas i bez energije nema ničega. Za svaku akciju koja se poduzima prilikom iskopa materijala, prijevoza, skladištenja, potrebna je energija. Energija koja se potroši u zgradama čini 41 % ukupne konačne potrošnje energije u Hrvatskoj i u stalnom je porastu.[4]

Izraz „zeleni“ hotel opisuje hotele koji nastoje biti ekološki prihvatljiviji putem učinkovitije upotrebe energije, vode i materijala, uz pružanje kvalitetne usluge. Zeleni hoteli se brinu o očuvanju i uštedi vode, smanjenju potrošnje energije i smanjenju krutog otpada. U takvom načinu poslovanja vidjeli su mnogobrojne koristi kao što su smanjenje troškova i obveza, visoki prinosi i ulaganja s niskim rizikom, povećanu dobit i pozitivne novčane tokove. Prepoznavanje ovih prednosti i poticaja omogućilo je rast popularnosti zelenih hotela.[5] Na putu prema održivom poslovanju hotel mora ispuniti određene uvjete i prilagoditi svoje poslovanje budućim održivim trendovima. Osiguranjem tih uvjeta omogućuje dobivanje „zelenog“ certifikata.

Certifikat 'zeleni hotel' jamči da objekti u svom poslovanju slijede svjetske trendove održivog poslovanja, poput uspješnog upravljanja održivošću u svakodnevnom hotelskom poslovanju, zaštiti okoliša i stalnom razvijanju svijesti o toj zaštiti, energetske učinkovitosti, edukacije zaposlenika, uštede energije i vode, nabave, prodaje, marketinga i PR-a, kao i kontrole ispuštanja emisije CO2. To su neki od brojnih kriterija (u ukupno devet kategorija) koje hoteli moraju zadovoljiti kako bi stekli taj certifikat. Proces certificiranja provodi se u nekoliko faza,

[3] Carić, H., (2006.), Planirnje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom naslijeđu, Institut za turizam, Zagreb, str. 6.
[4] Bašić, I., (2015.), Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma u 21. stoljeću, Prostorno planiranje kao čimbenik razvoja u županijama, Zbornik radova, Zagreb, str. 408.
[5] Alexander, S., (2002.), Green hotels: Opportunities and resources for success, Zero Waste Alliance, Portland, str. 2.

s revizijama po hotelima i akcijskim planovima u razdoblju od tri do pet mjeseci i analizom postignutih rezultata.[6] Navedene kriterije moguće je ostvariti ulaganjem u područja ICT-a. Temelj ovog rada je istražiti koja je uloga i na koji način informacijsko komunikacijske tehnologije utječu na prilagodbu „zelenih“ hotela u održivom poslovanju.

Primjena novih tehnologija i ICT rješenja pridonosi sustavnim inovacijama te praćenje i prilagođavanje suvremenim trendovima i individualiziranim zahtjevima turista. Postojeća programska rješenja i aplikacije se sustavno razvijaju i nadograđuju, a broj novih u stalnom je porastu. Unatoč izuzetnim potencijalima hrvatskog turizma i mogućnostima njegovog daljnjeg razvoja kao i poticaja razvoja ukupnog gospodarstva Hrvatske, ono se još uvijek u nedovoljnoj mjeri oslanja na potporu i primjenu novih tehnologija.[7] Problem istraživanja ovog rada je stupanj uključenosti hotelskih poduzeća u održivi razvoj turizma, njihova svijest o učincima poslovanja na okolinu poduzeća i razina spremnosti investiranja u informacijsko komunikacijske tehnologije vezane za poboljšanje održivog poslovanja hotela.

1.2. Predmet istraživanja

Stanovnici turističkih područja sve više usvajaju realne strategije za zadržavanje svoje neovisnosti i zaštitu svojeg okoliša. Ekološki održiva strategija primarna je pretpostavka uspjeha čak i najboljih hotela, restorana i drugih turističko-ugostiteljskih objekata. Kada se govori o pružanju usluga smještaja, onda treba kazati da je preispitivanje prioriteta zbog jačanja svijesti o okolišu već započelo. Sve više modernih (suvremenih) turista spremno je platiti dodatak na cijenu kako bi odsjeli u hotelu koji ne narušava okoliš. Na međunarodnom turističkom tržištu proteklih deset godina stvorila se potpuno nova situacija. Razvoj tehnologije unosi promjene u strukturi tržišta i primjeni marketinga što omogućava proces koncentracije subjekata ponude.[8]

[6] Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, U Hrvatskoj trenutno 41 hotel ima 'zeleni' certifikat, raspoloživo na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=22827, (02.08.2017.)
[7] Horvatić, A., Bačić, L., (2013.), Nove tehnologije kao promotori turizma i gastronomske ponude Hrvatske, Učenje za poduzetništvo, Zagreb, Vol.13 Nr.1, str. 165.
[8] Bašić, I., (2015.), Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma u 21. stoljeću, Prostorno planiranje kao čimbenik razvoja u županijama, Zbornik radova, Zagreb, str. 409.

Najveća i najskuplja upotreba resursa u hotelima najvećim dijelom se odnosi u potrošnji neobnovljive energije, prekomjernoj upotrebi vode i velikoj količini proizvodnje otpada.[9] Hoteli se drže najvećim potrošačima energije u turističkom sektoru; tako jedan hotel otpušta između 160 i 200 kg CO2 po metru četvornom površine hotelske sobe, gosti hotela troše između 170 i 360 litara vode na noć, a hotel ujedno generira i oko 1kg otpada dnevno po gostu, što čini oko jedne tone otpada mjesečno.[10] Svjetske organizacije svojim djelovanjem nastoje u budućnosti navedene učinke svesti na minimum.

Postoje mnoge opcije za očuvanje energije, kao što je uvođenje solarnog sustava zagrijavanja, dobra izolacija kojom se mogu smanjiti i ukloniti potrebe za grijanjem i hlađenjem, te jednostavno mijenjanje postavki termostata. Za smanjenje upotrebe vode koriste se i ugrađuju razne vrste tehnologije koje smanjuju količinu utrošene vode dok istovremeno ostavljaju osjećaj intenziteta mnogo veće količine. Kruti otpad sastoji se od više komponenti, ostataka hrane, papira, raznih metala, aluminija, plastike i stakla. Za rješavanje tog problema potrebno je uskladiti i obučiti sva područja organizacije, od menadžmenta, zaposlenika, sve do gostiju.

Neki tvrde da se glavno područje promjena i inovacija u turizmu tiče upotrebe informacijske i komunikacijske tehnologije. S druge pak strane, ignoriranje ICT-a i izbjegavanje njihove implementacije u sve aspekte poslovanja rezultira negativnim učincima i povećava komparativnu prednost konkurenata.[11] Dokazano je da, s obzirom na strateške prednosti kojima informacijske tehnologije pospješuju poslovne performanse hotelskih poduzeća, nepravilno korištenje informacijske tehnologije ili neprikladan izbor tehnoloških rješenja za određeno hotelsko poduzeće može značajno ugroziti tržišnu poziciju tog poslovnog subjekta.[12] Informacijska i komnikacijska tehnologija kao najprirodnija generička tehnologija današnjice - predstavlja potporu i obuhvaća integrirani sustav koji osigurava učinkovitu obradu podataka.[13] ICT je, u biti, tehnologija potrebna za obradu informacija. Alati/aplikacije temeljene na informacijskoj tehnologiji mogu se grupirati u tri sektora: ICT opremu,

[9] Alexander, S., (2002.), Green hotels: Opportunities and resources for success, Zero Waste Alliance, Portland, str. 2.
[10] Golja, T., (2009.), Percepcija menadžera o važnosti implementacije načela održivog razvoja u poslovne strategije hotelskih poduzeća – slučaj velikih hotelskih poduzeća u Istri, Ekonomska misao i praksa, Dubrovnik, str. 9.
[11] Čavlek, N., Matečić, I., Ferjanić Hodak, D., (2010.), Pokretači inovacija u turizmu: neki teoretski i praktični aspekti, Acta turistica, Zagreb, str. 9.
[12] Law, R., Jogaratnam, G., (2005), A study of hotel information technology applications, International Journal of Contemporary Hospitality Management, str.17.
[13] Mihajlović, I., (2013.), Dinamika utjecaja novih trendova u turizmu primjenom ict-a i posljedice transformacijskih procesa na poslovanje turističkih agencija, Poslovna izvrsnost, Zagreb, str. 46.

softverske proizvode i ICT usluge. To se može dalje podijeliti na mikroelektroniku, nove funkcije, mreže, ICT uređaje i sučelja, softver, usluge upravljanja i aplikacije.[14]

Predmet istraživanja ovog rada proizlazi iz problema istraživanja, odnosno istražit će se značaj informacijsko komunikacijskih tehnologija u „zelenim“ hotelima, te na koji način one utječu na društveno odgovorno ponašanje hotela. Opisati će se obilježja održivog razvoja turizma, veza između drušveno odgovornog ponašanja i informacijskih tehnologija te istražiti i usporediti primjeri u praksi. Anketnim upitnikom će se prikupiti podaci o ulozi i funkciji informacijsko komunikacijskih tehnologija u „zelenim“ hotelima u Hrvatskoj.

1.3. Istraživačke hipoteze

U okviru postavljenog problema i predmeta istraživanja postavlja se glavna radna istraživačka hipoteza koja će nakon provebe istraživanja biti dokazana ili opovrgnuta. Njome će se pokušati utvrditi veza informacijsko komunikacijskih tehnologija i održivog poslovnja „zelenih“ hotela. Glavna hipoteza glasi:

H1: Informacijsko komunikacijske tehnologije doprinose poslovanju „zelenih“ hotela u skladu s ciljevima održivog razvoja

Postavljenom hipotezom istražit će se postojanje statistički značajne veze između informacijsko komunikacijskih tehnologija i „zelenih“ hotela koji su orijentirani društveno odgovornom poslovanju. Objasnit će se u kojoj mjeri i na koji način one utječu na ostvarenje određenih kriterija koji „zeleni“ hoteli nastoje ostvariti u cilju efikasnijeg društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja turizma.

[14] Ali, A., Frew, A., (2013), Information and communication technologies for sustainable tourism, Routledge, New York, str. 10.

1.4. Ciljevi istraživanja

Na temelju definiranog problema i predmeta rada, te postavljenih istraživačkih hipoteza, definiraju se i ciljevi istraživanja. Ciljevi ovog istraživanja su sljedeći:

- Istražiti razvoj i ciljeve održivog turizma u Republici Hrvatskoj, objasniti značaj društveno odgovornog poslovanja hotela, te proučiti uvjete i kriterije potrebne za dobivanje „zelenog“ certifikata
- Utvrditi važnost i ulogu informacijsko komunikacijskih tehnologija u poslovanju „zelenih“ hotela
- Analizirati održivi razvoj poslovanja na nekim primjerima domaćih i inozemnih „zelenih“ hotela
- Empirijski istražiti ulogu i utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija u „zelenim“ hotelima u Republici Hrvatskoj

1.5. Metode istraživanja

Prema metodama koje se koriste pri izradi znanstveno – istraživačkih radova, u ovom radu koristit će se sljedeće metode:[15]

• *Induktivna metoda* – na temelju pojedinačnih ili posebnih činjenica dolazi se o zaključaka o općem sudu, odnosno do zapažanja konkretnih pojedinačnih slučajeva i fakata dolazi se do općih zaključaka. Na temelju ove metode, formirati će se zaključci o važnosti implementacije informacijsko komunikacijske tehnologije u održivom poslovanju „zelenih“ hotela.

• *Deduktivna metoda* – sustavna je i dosljedna primjena u kojoj se iz općih stavova izvode posebni, pojedinačni zaključci. Pomoću ove metode istražit će se nove zakonitosti za dokazivanje postavljene hipoteze, odnosno utvrđivanja pozitivne korelacije utjecaja informacijsko komunikacijskih tehnologija na razvoj održivog poslovanja „zelenih“ hotela.

• *Metoda analize* – ova metoda predstavlja postupak znanstvenog istraživanja i objašnjenja stvarnosti putem raščlanjivanja složenih misaonih tvorevina bilo da se radi o

[15] Zelenika, R., (2000.) Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog dijela. Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka

određenim pojmovima, sudovima, zaključcima na njihove jednostavnije dijelove i elemente, a potom i njihovo pojedinačno izučavanje u odnosu na cjeline. Temeljem općenitog objašnjenja održivog načina poslovanja i informacijskih tehnologija, te njihovom raščlambom utvrdit će se bitan učinak na razvoj poslovanja „zelenih“ hotela i općenito održivog turizma.

- *Metoda kompilacije* – ovom metodom preuzeti će se tuđi rezultati znanstveno – istraživačkog rada, odnosno tuđa opažanja, stavovi, zaključci i spoznajen način citiranja i navođenja preuzetih dijelova.

- *Metoda deskripcije* – ovaj postupak predstavlja opisivanje činjenica i procesa dobivenih iz empirijskog dijela istraživanja, stoga će se ovom metodom nastojati utvrditi uzroci i posljedice rezultata kako bi se na temelju podataka mogli odrediti određeni stavovi i zaključci. Ova metoda predstavlja opisivanje činjenica dobivenih iz rezultata istraživanja.

- *Metoda dokazivanja* – ova metoda jedno je jedna od najvažnijih znanstvenih metoda, a predstavlja izvođenje istinitosti pojedinih stavova na temelju znanstvenih činjenica ili ranije utvđenih istinitih stavova. Cilj metode je utvrditi točnost spoznaje, te će se u ovom radu pokušati utvrdit važnost utjecaja informacijskih tehnologija u razvoju održivog poslovanja „zelenih“ hotela.

- *Metoda komparacije* – bitna je radi utvrđivanja sličnosti određenih srodnih činjenica, pojava, procesa i odnosa u njihovom ponašanju i razlike među njima.

Literatura koja će se koristiti prilikom izrade rada obuhvaća stručnu literaturu domaćih i stranih autora, znanstveni članci koji su dostupni na internetskim bazama podataka, poput ScienceDirect, OECD, Hrčak, GoogleScholar, i drugi.

1.6. Doprinos rada

U Hrvatskoj se, a i općenito u svijetu, iz godine u godinu bilježi rast razvoja održivog poslovanja, kako u području turizma, tako i u ostalim područjima. Najveći doprinos ovog rada je utvrditi ulogu i utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija u poslovanju „zelenih“ hotela, koji su u zadnje vrijeme sve traženiji od strane gostiju.

Kroz rad će se utvrditi i analizirati načini na koje „zeleni“ hoteli svojim poslovanjem doprinose očuvanju okoliša, uštedi vode, energije i svih ostalih bitnih elemenata potrebnih za ostvarenje pozitivnih rezultata u razvoju održivog turizma. Dakle, ovim radom će se nastojati pokazati kako hoteli implementacijom informacijske tehnologije mogu jednostavnije kontrolirati i uvelike smanjiti negativne učinke na okoliš.

Nadalje, provest će se empirijsko istraživanje na hotelima sa „zelenim“ certifikatom u Republici Hrvatskoj, te će se na temelju prikupljenih podataka analizirati utjecaj i doprinos informacijsko komunikacijske tehologije u navedenim hotelima, njihovo zadovoljstvo te spremnost na buduća ulaganja u razvoju održivog poslovanja. Ovo područje nije još u potpunosti istraženo na području Republike Hrvatske, što ujedno čini još jedan doprinos ovoga rada. Rezultati rada bit će općenito od važnosti za sve turističke zajednice Republike Hrvatske, te će doprinjeti povećanju svijesti smještajnih objekata o prednosti očuvanja okoliša i održivog poslovanja.

1.7. Obrazloženje strukture diplomskog rada

Diplomski rad podijeljen je u šest tematskih cjelina, uključujući uvod i zaključak te popis literature.

U prvom, uvodnom dijelu rada opisat će se problem i predmet istraživanja, definirat će se istraživačke hipoteze i glavni ciljevi istraživanja. Zatim će se utvrditi metode i doprinos istraživanja te opisati struktura diplomskog rada.

U drugom poglavlju, uvodom u temu pojmovno će se odrediti pojam održivog razvoja, njegova povezanost sa turizmom, opisati stanje održivog turizma u Republici Hrvatskoj koji sve više dolazi do značaja, načini na koje on utječe na poslovanje hotela te proučiti certifikati „zelenih“ hotela.

Treći dio prikazat će pojmovno određenje informacijsko komunikacijskih tehnologija. Definirat će se njihov utjecaj na turizam te razvoj održivog turizma općenito. Zatim će se opisati i definirati značaj i povezanost informacijsko komunikacijskih tehnologija u razvoju održivog turizma i njihov utjecaj na održivo poslovanje u „zelenim“ hotelima.

Četvrto poglavlje obuhvaća analizu održivog poslovanja na primjeru „zelenih“ hotela u inozemstvu. Prvo će se analizirati ViVood landscape hotels u Španjolskoj, Pablo Santo hotel u Argentini i kamp Whichawai na Antartiku. Zatim će se pozornost posvetiti i analizi u Hrvatskoj, na primjeru hotela Split u Podstrani i hotela Ilirija u Biogradu.

Peto poglavlje obuhvaća empirijski dio rada. Opisati će se uzorak istraživanja, definirati će se statističke metode koje će se koristiti u ispitivanju hipoteze. Prikazat će se i interpretirati rezultati istraživanja. Anketnim upitnikom prikupit će se podaci na uzorku kojeg čine svi hoteli sa „zelenim“ certifikatom u Republici Hrvatskoj. Prikupljeni podaci biti će obrađeni u SPSS-u, na temelju čega će se dokazati ili opovrgnuti postavljena hipoteza.

U šestom, posljednjem poglavlju formirati će se zaključak provedenog istraživanja te će se priložiti literatura i sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku.

2. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

2.1. Pojmovno određenje održivog razvoja

Danas se u različitim područjima javnog života često susreće pojam održivog razvoja koji se unatoč svojoj učestalosti u praksi još uvijek slabo razumije i rijetko gdje provodi. Postoji mnogo različitih definicija održivog razvoja koje susrećemo u literaturi.

Primjer održivosti najbolje je prikazan u prirodi gdje svi procesi kruže i obnavljaju se što omogućuje trajnost i beskonačnost života. Taj primjer pokušava se sve više uvesti i u ekonomske grane i gospodarstvo radi smanjenja zagađenja okoliša i iscrpljivanja resursa temeljem čega se nastoji održati trajno održavanje poslovnih procesa.

Termin održivi razvoj ušao je u opću terminologiju 80.-ih godina 20. stoljeća i ukazuje na povezanost razvoja i zaštite okoliša, a definitivno je prihvaćen na konferenciji u Rio de Janeiru 1992. godine. Svjetska komisija o okolišu i razvoju definirala je održivi razvoj „kao razvoj koji zadovoljava potrebe današnjice bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija u zadovoljavanju njihovih potreba“. Održivi razvoj je, dakle, proces promjena u kojem su iskorištavanje resursa, smjer ulaganja, orijentacija tehničkog razvoja i institucionalne promjene u međusobnom skladu i omogućavaju ispunjavanje potreba i očekivanja sadašnjih i budućih naraštaja. Drugim riječima, održivi razvoj vodeća je paradigma s kraja dvadesetog i početka dvadeset i prvog stoljeća. Nastaje kao svojevrsna reakcija na činjenicu da ljudske aktivnosti negativno djeluju na prirodne procese i društvene sadržaje, iako se odvijaju s ciljem razvoja gospodarstva i društva uopće.[16]

Najčešće upotrebljavana definicija je objavljena u izvješću "Naša zajednička budućnost" UN-ove Komisije za okoliš i razvoj iz 1987. godine. Prema njoj, održivi je razvoj "razvoj kojim se zadovoljavaju potrebe današnjih naraštaja a da se pritom ne ugrožava mogućnost budućih naraštaja u zadovoljavanju njihovih potreba".[17] Svaka organizacija u procesu donošenja odluka i obavljanja svojih aktivnosti dužna je uzeti u obzir ekonomske i društvene činitelje koji utječu na zaštitu okoliša. Procesi promjena, upotreba resursa, smjer investicija, tehnološki

[16] Gavranović, A. (2017.), Međunarodna godina održivog turizma- katalizator pozitivnih promjena u poimanju turizma, raspoloživo na: http://www.businessin.hr/izvan-okvira-kolumne/1826-medunarodna-godina-odrzivoga-turizma-katalizator-pozitivnih-promjena-u-poimanju-turizma, (20.2.2018.)

[17] Bačun,D., Matešić, M., Omazić, M.A., (2012.), Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb, str. 195.

razvoj i institucionalne promjene moraju biti u skladu s potrebama današnjih i budućih naraštaja.

Održivi razvoj je skladan odnos ekologije i gospodarstva, kako bi se prirodno bogatstvo naše planete sačuvalo i za buduće naraštaje. Održivi razvoj predstavlja generalno usmjerenje i težnju da se stvori bolji svijet, balansirajući socijalne čimbenike, ekonomske čimbenike i čimbenike zaštite okoliša.[18] Predstavlja ekonomsku uspješnost i društvenu odgovornost, uz istovremenu zaštitu prirodnih i ljudskih resursa.[19]

Polazeći od najraširenije definicije Lestera Browna, konstatira se da postoje tri važna elementa u koncepciji održivog razvoja:[20]

- Koncept razvoja – što ne znači isto što i gospodarski rast. Gospodarski rast u prvi plan stavlja kvantitativne elemente dok koncept razvoja sa stajališta održivog razvoja stavlja težište na kvalitativni koncept,
- Koncept potreba – u središte interesa stavlja pitanja raspodjele osnovnih resursa za ostvarivanje kvalitete života,
- Koncept budućih naraštaja – ukazuje na bit održivosti i postavlja suštinsko pitanje: „Što sadašnje generacije ostavljaju budućim pokoljenjima?“.

Održivi razvoj podrazumijeva ravnotežu gospodarskih, socijalnih i okolišnih zahtjeva. S tog stajališta koncept održivog razvoja zahtijeva:[21]

- očuvanje prirodnih resursa,
- veću pravednost u raspodjeli resursa i bogatstva,
- uvođenje i primjenu novih tehnologija,
- razlikovanje koncepta rasta i koncepta razvoja,
- odustajanje od aktivnosti koje bi mogle ugroziti interese budućih pokoljenja,
- prihvaćanje održivog razvoja kao filozofskog pristupa i pragmatičnog djelovanja.

U rujnu 2015. godine Ujedinjeni narodi usvojili su Program Ujedinjenih naroda za održivi razvoj 2030., koji se nadovezuje na Milenijsku deklaraciju iz 2000. godine, te sadrži 17 ciljeva održivog razvoja.

[18] Bašić, I., (2015.), Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma u 21. stoljeću, Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije, str. 410.
[19] Drljača, M., (2012.), Koncept održivog razvoja i sustav upravljanja, Međunarodni skup Nedelja kvaliteta, Vol 1, Br. 1-2, FQCE-Fondacija za kulturu kvaliteta i izvrsnost, Beograd, str. 6.
[20] Črnjar, M., Ekonomika i politika zaštite okoliša, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka , 2002, str. 189.
[21] Ibidem, 189-190.

Ti se ciljevi, za razliku od Milenijskih ciljeva iz 2000. godine koji su vrijedili za zemlje u razvoju, odnose na sve zemlje, uključujući i nacionalne politike te glase:[22]

- iskorijeniti siromaštvo svuda i u svim oblicima,
- iskorijeniti glad, postići sigurnost hrane i poboljšanu ishranu te promovirati održivu poljoprivredu,
- osigurati zdrav život i promovirati blagostanje za ljude svih generacija,
- osigurati uključivo i kvalitetno obrazovanje te promovirati mogućnosti cjeloživotnog učenja,
- postići rodnu ravnopravnost i osnažiti sve žene i djevojke,
- osigurati pristup pitkoj vodi za sve, održivo upravljati vodama te osigurati higijenske uvjete za sve,
- osigurati pristup pouzdanoj, održivoj i modernoj energiji po pristupačnim cijenama za sve,
- promovirati uključiv i održiv ekonomski rast, punu zaposlenost i dostojanstven rad za sve,
- izgraditi prilagodljivu infrastrukturu, promovirati uključivu i održivu industrijalizaciju i poticati inovativnost,
- smanjiti nejednakost unutar i između država,
- učiniti gradove i naselja uključivim, sigurnim, prilagodljivim i održivim,
- osigurati održive oblike potrošnje i proizvodnje,
- poduzeti hitne akcije u borbi protiv klimatskih promjena i njenih posljedica,
- očuvati i održivo koristiti oceane, mora i morske resurse za održiv razvoj,
- zaštititi, uspostaviti i promovirati održivo korištenje kopnenih ekosustava, održivo upravljati šumama, suzbiti dezertifikaciju, zaustaviti degradaciju tla te spriječiti uništavanje biološke raznolikosti,
- promovirati miroljubiva i uključiva društva za održivi razvoj, osigurati pristup pravdi za sve i izgraditi učinkovite, odgovorne i uključive institucije na svim razinama,
- ojačati načine provedbe te učvrstiti globalno partnerstvo za održivi razvoj.

[22]Pavić-Rogošić, L., (2015.), Globalni ciljevi održivog razvoja do 2030., ODRAZ – Održivi razvoj zajednice, Zagreb, str. 5.

2.2. Povezanost održivog razvoja s turizmom

Turizam danas predstavlja jednu od najbrže rastućih industrija. To najbolje objašnjava informacija koja navodi da broj dolazaka međunarodnih turista iz godine u godinu uvelike raste. Svjetska turistička organizacija procjenjuje da bi do 2020. godine brojka mogla porasti do 1,6 milijardi ljudi.

Turizam predstavlja i jednu od brže rastućih ekonomsku aktivnost, pa s te strane gledano, on:[23]

- globalno generira oko 5% BDP-a i stvara oko 8% radnih mjesta (UNEP&UNWTO, 2012.) - u EU s oko 5% direktnog doprinosa BDP-u i zapošljavanju radne snage trenutno predstavlja treću najznačajniju ekonomsku aktivnost sa značajnim potencijalom za daljnji rast i zapošljavanje (EC, 2010.),

- u RH 10,4% izravnog udjela u BDP-u s ukupnim učinkom od 14,3% (Institut za turizam, 2014.) predstavlja najvitalniju gospodarsku granu sa značajnim potencijalom za rast i razvoj jačim uključivanjem relevantnih aktivnosti domaćeg gospodarstva.

Međunarodni turizam je u 2014. godini porastao za 4,7% na 1,138 milijarde prihoda dok se do 2020. godine na svjetskoj razini očekuje 1,5 milijardi prihoda od turizma. Putovanja i turizam činili su oko 9,5% svjetskog bruto domaćeg proizvoda u istoj godini s oko 11% svjetske zaposlenosti u turizmu i pratećim djelatnostima.[24] S obzirom na ove informacije, može se zaključiti da taj ubrzani rast ima za posljedicu nekontroliranu izgradnju turističke infrastrukture koja sa sobom povlači mnoge negativne učinke na okoliš. Putovanja omogućena raznim prijevoznim sredstvima proizvode velike emisije staleničnih plinova i opasnih tvari koje zagađuju prirodu, zrak, more i ostalo. Zatim, nastaje ogromna količina morskog otpada koji onečišćuje kvalitetu mora što ima za posljedicu odumiranja morskog životinjskog svijeta. Također, velika je potrošnja ograničenih resursa te nastanak otpada i otpadnih voda. Na sve to dodatno utječe i sezonalnost turizma jer postojeća infrastruktura nije dovoljno prilagođena tolikom broju posjetitelja u isto vrijeme.

[23] Carić H., Škunca, O., (2016.), Akcijski plan razvoja zelenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, str. 5.
[24] Dobrota, A., (2015.), Održivi turizam – Što to zapravo znači?, raspoloživo na: http://www.apartmanija.hr/zajednica/aktualno/odrzivi-turizam, (20.1.2018.)

Ako se naruše temeljne vrijednosti i karakteristike prostora, ako se unište prirodni i društveni atraktivni resursi, ne samo da će se smanjiti interes turista za tu destinaciju, već turizam može i nestati. To se posebno odnosi na prirodne resurse koje najviše ugrožava pojava prekapacitiranosti destinacije turistima.[25]

Sociolozi se općenito slažu da razvoj turizma neizbježno dovodi do raznih posljedica u turističkim odredištima. Prava priroda turizma i njegovih posljedica takva je da dovodi do konflikta vezanih za iskorištavanje zemlje te do promjene ekonomskih i socijalnih karakteristika tih područja. Zato bi se svaka turistička politika morala temeljiti na principima održivoga razvoja, što podrazumijeva i ekološki aspekt turizma, te nameće brigu za generacije koje dolaze, a koje imaju pravo na iste resurse i prirodne ljepote.[26]

Prema tome, bez zdravog i atraktivnog okoliša nema ni razvoja turizma, stoga bi taj razvoj morao biti što postojaniji i održiviji. Održivi turizam definira se kao "turizam koji poštuje lokalno stanovništvo i putnika, kulturnu baštinu i okoliš". Nastoji pružiti ljudima uzbudljiv i obrazovni odmor koji je također od koristi ljudima zemlje domaćina.[27]

Svjetska turistička organizacija održivi turizam definira kao upravljanje resursima ostvarujući ekonomske, socijalne i estetske potrebe, tako da se poštuju kulturološki integritet, osnovni ekološki procesi, biološka raznolikost i sustavi na kojima se temelji život, stvara dobrobit i blagostanje cjelokupnom društvu, uzimajući u obzir potrebe turista i njegovih domaćina.[28]

Smjernice za razvoj održivog turizma i prakse upravljanja primjenjuju se na sve oblike turizma u svim vrstama odredišta, uključujući masovni turizam i različite segmente nižeg turizma. Načela održivosti odnose se na ekološke, gospodarske i socio-kulturne aspekte razvoja turizma, a između te tri dimenzije mora se uspostaviti odgovarajuća ravnoteža kako bi se jamčila njezina dugoročna održivost.[29]

[25] Najev, A., (2014.), Održivi turizam – "Zelene prakse" u hotelijerstvu, diplomski rad, str. 13
[26] Štofanić, M., (2004.), Sociološki aspekti turizma, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str. 820.
[27] Fien, J., Calder, M., White, C., (2010.), Sustainable tourism, raspoloživo na: http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_c/mod16.html
[28] Dobrota, A., (2015.), Održivi turizam – Što to zapravo znači?, raspoloživo na: http://www.apartmanija.hr/zajednica/aktualno/odrzivi-turizam, (20.1.2018.)
[29] Making tourism more sustainable – a guide for policy makers, (2005.), UNEP, UNWTO, str. 11-12, raspoloživo na: http://sdt.unwto.org/content/about-us-5, (21.1.2018.)

Održivi turizam trebao bi:[30]

- optimalno iskorištavati prirodne izvore koji su ključni element turističkog razvoja, održavanje glavnih ekoloških procesa i pomagati očuvanju prirodnog nasljeđa i bioraznolikosti,
- poštovati društveno-kulturološku autentičnost lokalne zajednice, očuvati njezino kulturološko nasljeđe i tradicionalne vrijednosti i pridonijeti među-kulturnom razumijevanju i toleranciji,
- osigurati dugoročne primjenjive gospodarske mjere koje će donijeti društveno-ekonomsku dobrobit svim sudionicima koji su ravnomjerno podijeljeni, uključujući mogućnost zapošljavanja i zarade te socijalnih usluga, što bi pridonijelo smanjivanju siromaštva.

Turizam, koji želi biti održiv i uspješan na dugi rok, mora u svom planiranju i razvoju uvažavati osnovne principe održivog razvoja i odgovornog turizma, pri čemu vrlo često može doći do konflikta između ekonomske i društvene perspektive razvoja turizma (npr. povećanje broja turista, noćenja, prihoda, kapaciteta, zaposlenosti, uključenosti lokalnog stanovništva) i razvoja turizma iz perspektive okoliša (npr. zaštita prirodnih, kulturnih, povijesnih i dr. resursa).[31]

Postoji 12 glavnih ciljeva održivog razvoja. Oni su opisani u publikaciji Svjetske turističke organizacije (UNWTO) "Učiniti turizam održivijim: vodič za stvaraoce politika":[32]

- **Ekonomska održivost**: osiguravanje održivosti i konkurentnosti turističkih destinacija i poduzeća kako bi bila u stanju dugotrajno napredovati i osiguravati korist.
- **Boljitak lokalne zajednice**: maksimiziranje doprinosa turizma gospodarskom napretku destinacije uključujući lokalno zadržavan udio potrošnje posjetitelja.
- **Kvaliteta radnih mjesta**: poboljšanje količine i kvalitete lokalnih poslova stvorenih radi turizma i koje turizam održava, uključujući razinu plaće, uvjete rada i dostupnost svima bez diskriminacije na temelju spola, rase, invaliditeta ili bilo koje druge osnove.

[30] Ibid.
[31] Bučar, K., Škorić, S., Prebežec, D., (2010.), Pravila ponašanja u turizmu i njihov utjecaj na održivi turizam, Acta turistica, Vol.22 No.2, str. 221.-246.
[32] Dvanaest ciljeva održivog turizma, raspoloživo na: http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534&pregled=1&gadatum=12.02.2016%2011:12:34, (26.2.2018.)

- **Društvena pravednost**: težnja uspostavljanju opsežne i pravedne raspodjele gospodarskih i društvenih koristi ostvarenih turizmom u čitavoj destinaciji, uključujući povećanje prilika, prihoda i usluga dostupnih siromašnima.
- **Zadovoljstvo posjetitelja**: osigurati sigurno, zadovoljavajuće i ispunjavajuće iskustvo posjetiteljima, dostupno svima bez diskriminacije vezano uz spol, rasu, invaliditet ili bilo koju drugu osnovu.
- **Lokalno upravljanje**: davanje prava glasa lokalnim zajednicama i njihovo uključivanje u planiranje i donošenje odluka o upravljanju i budućem razvoju turizma u njihovome području u suradnji s ostalim dionicima.
- **Blagostanje zajednice**: održavanje i poboljšanje kvalitete života lokalnih zajednica, uključujući društvene strukture i pristup resursima, pogodnostima i sustavima održavanja života, a izbjegavajući bilo koji oblik društvene degradacije ili iskorištavanja.
- **Kulturno bogatstvo**: poštivanje i poboljšavanje povijesnog nasljedstva, autentične kulture, tradicija i osebujnosti destinacija.
- **Fizički integritet**: održavanje i poboljšanje kvalitete krajobraza, kako urbanog tako i ruralnog i izbjegavanje fizičke i vizualne degradacije okoliša.
- **Biološka raznolikost**: podržavanje očuvanja prirodnih područja i staništa, te biljnoga i životinjskog svijeta i minimiziranje njihovog oštećivanja.
- **Učinkovito korištenje resursa**: minimiziranje korištenja rijetkih i neobnovljivih izvora u razvoju i radu turističkih objekata i usluga.
- **Čistoća okoliša**: svođenje na najmanju razinu zagađenja zraka, vode i zemlje, te stvaranje otpada koje uzrokuju turistička poduzeća i posjetitelji.

UN studija pokazuje da je moguć scenarij u kojem su rast turizma, zaštita okoliša i društveno blagostanje međusobno podupirući, a ne suprotstavljeni ciljevi, odnosno da je „ozelenjivanje“, što uključuje u prvom redu efikasnost u potrošnji vode i energije, smanjivanje emisija stakleničkih plinova, smanjenje količina i bolje upravljanje otpadom, zaštitu i očuvanje prirodne i kulturne baštine te jačanje veza s lokalnom zajednicom, moguće u svim vrstama turističkih proizvoda. Osim pozitivnih učinaka na okoliš (procijenjenih na 18% ušteda u potrošnji električne energije, 44% u potrošnji vode i 52% smanjenja u emisiji stakleničkih plinova, u odnosu prema temeljnom scenariju u kojem se sve radi kao i dosad), takav,

održiviji turizam, istovremeno je kompetitivniji, raste brže za 3-7%, bolji je za investitore, stvara više boljih radnih mjesta i doprinosi zadovoljstvu lokalne zajednice.[33]

Glavni instrumenti i mjere za „ozelenjivanje“ turizma uključuju:[34]

- prepoznavanje i uvažavanje aspekta okolišne održivosti u razvojnim planovima u turizmu, na svim razinama, od nacionalne do lokalne razine turističke destinacije; planove koji uvažavaju nosivi kapacitet zoniranjem aktivnosti u prostoru i vremenu te tako štite atrakcijsku osnovu, odnosno ne dopuštaju turističke aktivnosti koje degradiraju resursnu osnovu područja,
- ulaganje javnog sektora u javna dobra koja čine infrastrukturu za zeleni turizam, uključujući zaštitu i održivo upravljanje prirodnom i kulturnom baštinom, bolje gospodarenje otpadom, javni prijevoz, gospodarenje vodom i sl.,
- stvaranje okruženja koje potiče i podržava investicije u zelene turističke proizvode i ozelenjivanje postojećih turističkih proizvoda što uključuje porezne olakšice i poticaje za zelene investicije; integralnu tehničku, financijsku, marketinšku i administrativnu potporu malim i srednjim poduzetnicima; omogućavanje umrežavanja; edukaciju; omogućavanje uvođenja i osiguravanje vjerodostojnosti okolišnih standarda,
- ulaganje privatnog sektora u ozelenjivanje turističkih proizvoda kroz ulaganja u zelena tehnološka rješenja, uvođenje procesa i procedura kojima se smanjuju pritisci na okoliš,
- praćenje „održivosti“ turističkog razvoja korištenjem nekog od razvijenih standardâ i indikatora održivosti turizma na svim razinama pružatelja usluga u turizmu, od nacionalne razine, preko razine destinacije do razine pojedinog subjekta,
- aktivno i adaptivno upravljanje procesima „ozelenjivanja“ integriranim korištenjem svih navedenih mjera, a na temelju informacije dobivene kroz uspostavljen sustav praćenja održivosti,
- osvješćivanje turista o načinima na koje oni mogu doprinijeti održivijem i kvalitetnijem turizmu, od kojeg koristi imaju i oni i prirodna i kulturna baština i zajednica koju posjećuju i koja ih ugošćuje.

[33] Carić H., Škunca, O., (2016.), Akcijski plan razvoja zelenog turizma, Institut za turizam, Zagreb, str. 8.
[34] Ibid.

2.3. Održivi razvoj turizma u Republici Hrvatskoj

Strateški dokumenti zaštite okoliša, još uvijek aktualni Nacionalni plan djelovanja za okoliš (NN 46/02), te Strategija održivog razvoja (NN 30/09)25 , kao i druge integralne razvojne strategije i programi (npr. Strategija prostornog uređenja RH iz 1997, odnosno upravo donesena Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske), prepoznaju okolišnu odgovornost i održivost razvoja turizma kao imperativ, te svaki iz svog kuta gledanja daju vrlo sveobuhvatne i detaljne smjernice i mjere za usmjeravanje razvoja u željenom smjeru. Konkretnije, Nacionalni plan djelovanja za okoliš, vezano uz postizanje okolišne održivosti u turizmu, specificira tri cilja: [35]

- zaštita svih resursnih potencijala i njihovo što potpunije vrednovanje,
- uravnotežen razvoj osmišljen na načelu održivosti,
- turizam preuzima veću ulogu u podizanju kakvoće neposrednog okoliša.

2013. godine donesen je „Prijedlog Strategije održivog razvoja Republike Hrvatske do 2020. godine“ kao ključni strateški dokument koji dugoročno usmjerava gospodarski i socijalni razvoj te zaštitu okoliša prema održivom razvoju. Prema spomenutom dokumentu, razvojna načela odraz su kako razumijevanja razvojnog procesa i očekivanih promjena u makrookruženju, tako i potrebe za uspostavom preduvjeta za dugoročno održiv i konkurentan turistički razvoj Hrvatske.[36]

Turizam donosi velike prednosti, ali kao i u ostalim turističkim zemljama ne izostaju ni njegova negativna djelovanja. U Hrvatskoj, turizam dovodi do velikog prometa ljudi, traži veliki prostor za gradnju i stvara opterećenje za infrastrukturu. Uništavanju okoliša i nelagodi stanovnika pridonose i nesređena odlagališta otpada, neuređena kanalizacija, prometni kolaps, problemi u opskrbi vodom i ostalo. Ostvaruje se neosporiv rast turističkih aktivnosti koji nije popraćen razvojem.

Jedan od problema koji se javlja u zadnje vrijeme predstavlja sezonalnost i prevelika koncentracija ljudi u određenom periodu na mjestima s manjim kapacitetom nosivosti. Posljedica toga je UNESCO-vo upozorenje i zahtjev za smanjenjem broja turista u

[35] Carić H., Škunca, O., (2016.), Akcijski plan razvoja zelenog turizma, Institut za turizam, Zagreb
[36] Sunara, Ž., Jeličić, S., Petrović, M., (2013.), Održivi turizam kao konkurentska prednost Republike Hrvatske, Zbornik radovaMeđimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol.4 No.1, str. 83.-88.

Dubrovniku i Plitvičkim jezerima kojim se uništavaju vrijedni prirodni resursi. Razlog navedenih problema je taj što turizam u Hrvatskoj raste nekontrolirano i samoinicijativno.

Procjenjuje se da je oko 3% međunarodnih odmorišnih putovanja motivirano ekoturizmom, a podržan rastućom ekološkom svijesti kupaca, proizvod pokazuje snažan rast, između 10%-20% godišnje. Usprkos raspoloživosti, atraktivnosti i očuvanosti prirodnih resursa, ekoturizam u Hrvatskoj još je uvijek izrazito slabo razvijen. Posebno brine činjenica da je ekoturizam zapostavljen čak i u većini zaštićenih prirodnih lokaliteta.[37]

Prema dosadašnjim pokazateljima ciljevi postavljeni Strategijom razvoja turizma Hrvatske do 2020. godine ostvaruju se veoma sporo te se prema nekim prognozama neće ni ostvariti. Rastom se treba upravljati, a turizam razvijati vodeći računa da se ne može promatrati kao izolirana pojava već kao međusobni odnos brojnih komponenata društveno-ekonomske stvarnosti određene sredine. Pojavljuje se potreba za integralnim oblikom planiranja turizma kojim će se postići ravnoteža ponude i potražnje u kojem će potražnja na optimalan način zadovoljiti svoje turističke potrebe, a sudionici u turističkoj ponudi djelovati efikasno i postizati optimalne gospodarske i društvene koristi.[38]

"Danas je u Hrvatskoj prisutan turizam velikih brojki, što se čini kao izgledan put ka propasti. Dva su razloga tome – turizam velikih brojki nerijetko vodi ka devastaciji destinacija. Budućnost hrvatskog turizma definitivno leži u održivom turizmu gdje bi se prvenstveno poštivali prirodni resursi, ali i prirodne mogućnosti određene sredine. No, održivi turizam sam po sebi nije dovoljan. Vrlo je bitno da se taj isti turizam provodi na odgovoran način."[39]

Trenutno oko 80% stanovništva Hrvatske dobiva vodu kroz javne vodovode, a cilj je podići taj postotak na 94%, što je prosjek zemalja EU-a. Najveći problemi tiču se povećane količine komunalnog otpada i po standardima EU-a neadekvatna odlagališta, a u godinama koje slijede, ako se ne promijene trendovi ulaganja i razvoja, Hrvatska će imati sve više problema s

[37] Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Vlada Republike Hrvatske, Zagreb, (2013.), str.9., raspoloživo na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf
[38] Ćorluka, G., (2018.), Rast hrvatskog turizma nije popraćen razvojem, krajnje je vrijeme za promjene, raspoloživo na: http://hrturizam.hr/rast-hrvatskog-turizma-nije-popracen-razvojem-krajnje-je-vrijeme-za-promjene/, (25.2.2018.)
[39] Rihelj, G., (2017.), Vjeran Piršić, Eko Kvarner, raspoloživo na: http://hrturizam.hr/odrzivi-turizam-mit-ili-realna-sansa-za-opstanak-hrvatskog-turizma/, (22.1.2018.)

osiguranjem dovoljne količine energije bez značajnojeg financijskog pritiska na stanovništvo.[40]

Ekološki odgovoran razvoj – radi se prije svega o primjeni suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju (npr. smanjenje toplinskih gubitaka, energetski učinkoviti sustavi grijanja/hlađenja, korištenje obnovljivih izvora energije), racionalnosti u korištenju raspoloživog prostora, poštivanju odrednica nosivog kapaciteta destinacije i mikrolokacije projekta, kao i mogućnosti priključenja na postojeće infrastrukturne sustave. Posebnu pažnju valja posvetiti promicanju rješenja koja vode niskougljičnom razvoju Hrvatske i sudjelovanju turističkog sektora u provedbi proaktivnih mjera Strategije zaštite morskog okoliša u cilju njegovog očuvanja i trajne zaštite.[41]

Udruga poduzetnika u hotelijerstvu Hrvatske ove godine u rujnu kreće u recertificiranje članica UPUHH-a koje su certificirane kroz projekt 2014., 2015., i 2016. godine certifikatom Sustainable hotel & spa by UPUHH. UPUHH je u srpnju 2013. krenuo u realizaciju projekta nakon što su u Udruzi detaljno proučeni postojeći zeleni certifikati, kao što su Prijatelj prirode, Travelife, Blaue Angel i sl., a potom su definirani zeleni kriteriji za hotele. Kriteriji su vrlo precizno razrađeni za ukupno devet skupina, i to: za upravljanje održivošću, nabavu, prodaju, marketing i PR, okoliš, energetsku učinkovitost, ljudske potencijale i tehničku službu, a projekt je realiziran u nekoliko faza.[42]

2.4. Pojmovno određenje „zelenih“ hotela

Izraz "zeleni hotel" opisuje hotele koji nastoje biti ekološki prihvatljiviji kroz učinkovitu uporabu energije, vode i materijala, uz pružanje kvalitetne usluge.[43] Glavni cilj zelenog turizma je stvaranje destinacije koja promovira odrednice i posebnosti zelenog turizma, te njegove elemente kao što su zeleni hoteli ili zelena turistička odredišta.

[40] Šimleša, D., (2010.), Ekološki otisak-Kako je razvoj zgazio održivost, Biblioteka Novi pokreti, Zagreb, str. 193.
[41] Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Vlada Republike Hrvatske, Zagreb, (2013.), str.25., raspoloživo na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf
[42] UPUHH, Sustainable hotel & Spa by UPUHH – recertificiranje, raspoloživo na: http://www.upuhh.hr/hr/vijesti/upuhh-vijesti/item/217-sustainable-hotel-spa-by-upuhh-recertificiranje (10.5.2018.)
[43]Alexander, S., (2002.), Green hotels: Opportunities and Resources for Success, Zero Waste Alliance, Portland, str. 2.

„Zeleni hotel" (eko hotel) koristi moderne metode upravljanja hotelom kao i smjernice vodećih svjetskih ekoloških marki koje omogućavaju i certificiranje hotela. Moderna tehnologija, jasno propisana pravila ekološkog ponašanja i poslovanja, te stalne kontrole, pomažu „Zelenom (eko) hotelu" u smanjenju operativnih i energetskih troškova, smanjenju emisija i onečišćenju, reduciranju potrošnje vode, reduciranju otpada, i općenito reduciranju negativnih utjecaja na okoliš.[44]

Izraz "zeleni" alternativno je poznat kao "ekološki prihvatljiv" ili "održiv". Wolfe i Shanklin (2001) ukazuju da se "zeleno" odnosi na radnje koje smanjuju negativne utjecaje na naš okoliš. Slično tome, prema Green Hotel udruzi (GHA, 2009) zeleni hotel je ekološki smještajni objekt koji implementira različite zelene prakse i uspostavlja zdrave i ekološki prihvatljive programe za zaštitu okoliša i smanjenje operativnih troškova.[45]

2.4.1. Pojam i razvoj društveno odgovornog poslovanja

Prema Svjetskom poslovnom savjetu za održivi razvoj, DOP se definira kao predanost gospodarstva da pridonese održivom ekonomskom razvoju radeći s ljudima, njihovim obiteljima, lokalnom zajednicom i društvom općenito kako bi svi mogli poboljšati uvjete u kojima žive.[46]

Društveno odgovorno poslovanje (DOP) predstavlja poseban koncept poslovanja u kojem poduzeća dobrovoljno i bez ikakve zakonske prisile nastoje uskladiti svoje poslovanje s potrebama društva u najširem mogućem smislu. Što poduzeće proizvodi, na koji način proizvodi, koje resurse upotrebljava, kako kupuje, kako prodaje, kako utječe na okoliš, kako zapošljava, kako se odnosi prema zaposlenicima, na koji ih način osposobljava za rad, kakvi su radni uvjeti, kako ulaže u društvenu zajednicu te poštuje li ljudska i radna prava samo su neka od pitanja koja određuju ukupni utjecaj tog poduzeća na društvo.[47]

---

[44] Bašić, I., (2015.), Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma u 21. stoljeću, Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije, str. 415.
[45]Heesup, H., Yunhi, K., (2010.), An investigation of green hotel customers decision formation, International Journal of Hospitality Manaement, Elsevier, str. 659.-668.
[46] Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, raspoloživo na: https://www.hrpsor.hr/admin/uploads/article/files/zbornikweb_optimiziran.pdf, (22.1.2018.)
[47] Vrdoljak Raguž, I., (2014.), Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Oeconomica Jadertina, Vol.4, No.1, str. 40.

Pojam društveno odgovornog poslovanja nastaje 60-ih i 70-ih godina prošlog stoljeća. S vremenom se ta potreba sve više isticala na što su utjecali razni čimbenici kao što su: globalizacija, razvoj informacijskih tehnologija, bolja organiziranost civilnog sektora, bolje obrazovani potrošači i osviještenije građanstvo te rast potražnje za socijalno osjetljivim investicijama.[48] To se posebno razvilo u okvirima Europske Unije koja pokušava društveno odgovorno poslovanje uvesti u sve države članice, s obzirom da se takvo poslovanje smatra važnim za ostvarivanje Lisabonskih ciljeva. Razvijenije su zemlje, u odnosu na one slabije razvijene, ovaj koncept bolje prihvatile iako sve više dolazi do izražaja.

Koncept društvene odgovornosti razvijao se u više faza. Za prvu fazu zaslužni su Bill Gates, vlasnik Microsofta, i Ted Turner, vlasnik CNN-a. Oni su počeli ulagati određenu svotu svoje dobiti u dobrotvorne svrhe. Time su postavili temelje za razvoj društveno odgovornog poslovanja. Velike su kompanije, također sljedeći njihov primjer, počele donirati dio svojeg profita u obrazovne ustanove te sponzoriranja raznih sportskih i umjetničkih klubova. Taj se oblik društvene odgovornosti naziva korporativna filantropija.

U sljedećoj fazi društvena odgovornost postaje dio dugoročne poslovne strategije. Do ove faze je došlo radi shvaćanja važnosti i prednosti uvođenja društveno odgovornog poslovanja. Poduzeća su u poslovanje uvela poslovnu politiku koja se bavi tematikom društvene odgovornosti. U novijim fazama razvoja poduzeća se putem društvene odgovornosti bave pitanjima siromaštva, socijalne ugroženosti, uništavanje životne sredine i sličnim etičnim i moralnim pitanjima.

Društvena odgovornost poduzeća u Hrvatskoj nastala je pod utjecajem mnogobrojnih činitelja, od kojih su neki povijesno utemeljeni i specifični za Hrvatsku, dok su drugi suvremeni i više međunarodnog značaja. Etičko poslovanje, proizvođačka kvaliteta te briga za lokalnu zajednicu, samo su neki od primjera čije tragove možemo pronaći daleko u prošlosti. U Hrvatskoj već postoji cijeli niz aktivnosti na području društvene odgovornosti poduzeća i ne postoje zapreke prakticiranju iste, no dobar dio tih aktivnosti nije strateški dobro osmišljen, strukturiran ili obuhvaćen izvještajima te je još uvijek zamjetan nedostatak odgovarajućih mjera za poticanje društvene odgovornosti. Jedan od pozitivnih primjera je primjena Indeks

[48]Ibid.

DOP-a. No potrebno je aktivnije angažiranje od strane sustava te u obliku formiranja poticajnih mjera za društveno odgovorno poslovanje od strane državnih i EU institucija.[49]

Indeks DOP-a kao nagrada za društveno odgovorno poslovanje u Republici Hrvatskoj dodatno utječe na poduzeća da ulažu u društveno odgovorno poslovanje i brinu se za zajednicu. U današnje vrijeme ostvarivanje što većeg profita nije jedini cilj za poduzeća. Naravno, uvijek će se težiti boljem poslovanju i većim zaradama, ali uz to poduzeća sve više ističu zabrinutost za društvenu zajednicu jer tu zabrinutost vide kao glavno sredstvo diferencijacije među konkurentima.[50]

2.4.2. Društveno odgovorno poslovanje u turizmu

DOP u turizmu ima veliki potencijal ako se ozbiljno shvati njegova primjena u zaštiti okoliša, radu s djelatnicima, lokalnim suradnicima i kooperantima, zadovoljavanju potreba kupaca/klijenata do odgovornog djelovanja u lokalnoj zajednici. Dakle, društvena odgovornost organizacija u turizmu treba biti sagledana kroz prizmu ekonomskog, društvenog i okolišnog utjecaja. Konkretnije, organizacije koje se bave turističkom djelatnošću trebaju voditi računa o vlastitim odlukama i posljedicama kojima utječu na ljude, društvo i okoliš. Zapravo, održivost mora postati imperativ svih dionika u turizmu.[51]

Sustavni pristup razvoju DOP-a u turizmu nalazimo u hotelskoj djelatnosti, kasnih 1990.-ih godina. Veliki međunarodni hotelski lanci pokrenuli su različite programe koji su im poslužili kao temelj za predstavljanje odgovornog poslovanja. Danas, većina velikih međunarodnih hotela na svojim internetskim stranicama objavljuje Izvješća o DOP-u.[52]

Deklaracija iz Cape Towna o odgovornom turizmu iz 2002. godine definira sljedeća načela/karakteristike društveno odgovornog poslovanja u turizmu:[53]

- umanjuje negativne učinke na gospodarstvo, okoliš i društvo,

[49]Glavočević, A., Radman Peša, A., (2013.), Društveno odgovorno poslovanje i CRM, Oeconomica Jadertina, str. 32.
[50] Ibid. str. 33.
[51] Petričević, T., Društveno odgovorno poslovanje i društvenopoduzetnički pothvati u turizmu, British council Hrvatska, str.17.
[52]Petričević, T., Društveno odgovorno poslovanje i društveno poduzetnički pothvat u turizmu, British Council Hrvatska, str. 17.
[53] Ibid.

- ostvaruje veću gospodarsku korist za lokalno stanovništvo i povećava dobrobit zajednica domaćina,
- poboljšava uvjete rada i dostupnost turizma,
- uključuje lokalno stanovništvo u odlučivanje koje utječe na njihov život i životne prilike,
- pozitivno utječe na očuvanje prirodne i kulturne baštine, prihvaćajući raznolikost,
- pruža ugodnija iskustva turistima kroz suvislije kontakte s lokalnim stanovništvom, veće razumijevanje lokalne kulture, društva i okoliša,
- omogućava pristup osobama s poteškoćama u kretanju,
- odgovorni turizam jest kulturološki osjetljiviji, potiče stvaranje poštovanja između turista i domaćina te pomaže jačanju lokalnog ponosa i izgradnji pouzdanja.

Europska alijansa za odgovoran turizam i ugostiteljstvo (European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality – EARTH) definirala je sljedeći, vrlo primjenjiv set smjernica, koje su u vodiču detaljno pojašnjene, a primjenjive su i na poslovne organizacije u turizmu i kupce/klijente:[54]

- organizacija putovanja na okolišno prihvatljiv način,
- pažljiv odabir smještaja koji zadovoljava okolišne i društvene standarde,
- odabir destinacije koja radi na održivom razvoju,
- uključivanje lokalne zajednice u turističke proizvode,
- plaćanje odgovarajuće cijene, koja pokriva troškove turističkog proizvoda, dovoljna je za pravednu plaću djelatnika te doprinosi razvoju lokalne zajednice,
- poštivanje standarda rada (ILO49 standarda, lokalnog zakonodavstva),
- gospodarska suradnja koja uključuje uzajamno poštovanje, pouzdanost, transparentnost i odgovornost svih dionika u turizmu,
- transparentnost prema kupcima/klijentima.

Na razini Europske unije turizam je okarakteriziran kao snažna mjera u jačanju imidža EU. Dokumenti poput "Europa, svjetska turistička destinacija broj 1 – novi politički okvir europskog turizma" naglašavaju 'promoviranje razvoja održivog, odgovornog i visokokvalitetnog turizma' kao jednog od četiriju glavnih prioriteta u Europskoj uniji (uz navedeno, važno je još i poticanje konkurentnosti u europskom turističkom sektoru, ujedinjavanje europskog imidža kao spoja održivih i visokokvalitetnih destinacija te

[54] Ibid.

maksimiranje potencijala financijskih politika EU u razvoju turizma). U dokumentu se navodi da je sektorska konkurentnost usko vezana uz njegovu održivost, dok na kvalitetu turističkih destinacija snažan utjecaj imaju prirodno i kulturno okruženje te integracija u lokalnu zajednicu.[55]

U novije vrijeme, kako raste trend pronalaženja novih načina financiranja i oporavka gospodarstva te procesom ulaska Hrvatske u Europsku uniju, počelo se pomnije promišljati o održivom razvoju, kako općenito tako i u kontekstu turizma. Kao jedan od razvojnih koraka u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine navedena je osnova za održivo upravljanje turizmom. Rast hrvatskog turizma prema Strategiji podrazumijeva 'upravljanje resursima koje udovoljava osnovnim ekonomskim, socijalnim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz rast blagostanja, očuvanje kulturnog integriteta te vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikosti' te se temelji na deset načela: 'partnerstvo, institucionalno dereguliranje, više od sunca i mora, turizam na cijelom prostoru, autentičnost i kreativnost, hotelijerstvo – ključni pokretač investicijskog ciklusa, inovativni tržišni pristup, proizvodnja za turizam, kultura kvalitete te ekološki odgovoran razvoj'.[56]

2.4.3. Obilježja "zelenih" hotela

Eko-hotel je hotel koji, poslujući po principima "dobrog gospodarenja" čuva okoliš i podiže njegovu kvalitetu, povećava zadovoljstvo sve zahtjevnijih i ekološki svjesnijih gostiju i ostvaruje značajne uštede u poslovanju, što sve skupa ide u prilog promociji održivog razvitka turizma u njegovu širem okruženju, ali i promociji samoga hotela.[57]

Desetak godina unazad oznaka eco-friendly na hotelskom smještaju odnosila se na opuštajuću prirodnu atmosferu te reciklažu otpada, međutim s vremenom je ova vrsta hotelijera proširila popis svojih karakteristika pa su između ostalog uvedene namirnice lokalnog gospodarstva i briga o lokalnoj zajednici. U skladu s navedenim, danas ova oznaka uz navedena obilježja sve više predstavlja i određeni luksuz.[58]

[55] Ibid.
[56] Ibid.
[57] Petrić, L., (1999.), Eko-hotel : u prilog strategiji održivog razvitka turizma, Tourism and hospitality management, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 115.
[58] Peršić-Živadinov, I. (2009.), The environmental and economic impact of sustainable hotels, Ekonomska istraživanja, Vol.22, No.2, str.5

Održivi hoteli prate koncept održivog razvoja i osmišljeni su za smanjenje ukupnog utjecaja na okoliš. Koriste energiju, vodu, materijale i zemlju mnogo učinkovitije od hotelskih objekata koji su izgrađeni jednostavno bez namjere praćenja održivog razvoja. Održivi hoteljeri i menadžeri stvaraju zdraviji radni i odmarališni okoliš s prirodnijim svjetlom i čistijim zrakom. Ove zgrade poboljšavaju zdravlje putnika, udobnost i produktivnost. Kada programeri grade na ekološki održiv način, povećavaju profitnu maržu i stvaraju diferencirani proizvod koji povećava potražnju.[59]

Održivi hoteli općenito imaju "zelenu premiju" koja predstavlja razliku troškova standardnih hotela. Oni također pružaju niz financijskih i ekoloških pogodnosti koje konvencionalni hoteli nemaju. Svjetska praksa pokazuje da je vrlo važno da se načela održivosti primjenjuju u ranoj fazi planiranja zgrade hotela. Što ranija odluka omogućuje niže troškove ulaganja u zeleni hotel. Za dobivanje prednosti zelene gradnje potrebno je da hotel bude održiv tijekom cijelog životnog ciklusa.[60]

Održivi hoteli su energetski učinkoviti, recikliraju otpad i koriste obnovljive izvore energije pa osim što na taj način čuvaju okoliš, smanjuju i troškove poslovanja. Najčešći onečišćivači u hotelu su :[61]

- onečišćenje vode i proizvodnja otpadnih voda,
- proizvodnja krutog otpada,
- onečišćenje zraka, i
- potrošnja energije.

2.4.4. Oznake i certifikati “zelenih” hotela

Jedna od najaktivnijih organizacija u obrazovanju i razvoju društveno odgovornog poslovanja na našim prostorima je **Travelife** – vodeća inicijativa za osposobljavanje, upravljanje i certificiranje turističkih tvrtki koje su posvećene održivom razvoju. Travelife je nepristran i priuštiv sustav koji turoperatorima i turističkim agencijama pomaže upravljati i unaprjeđivati društvene te okolišne utjecaje time što se pridržava kriterija održivosti. Sustav Travelife za hotele podržava smještajne kapacitete sa znanjem i instrumentima koji poboljšavaju održivost.

[59] Ibid., str.6.
[60] Ibid.
[61] Radić Lakoš, T. (2009.), Norma ISO 14000 u hrvatskim hotelima , Veleučilište u Šibeniku, str. 2.

Postizanjem društvenih i okolišnih standarda Travelife, postiže se korist u uštedi troškova i marketingom poslovanja.[62]

Travelife nudi dva odvojena ali međusobno povezana sustava održivosti, namijenjena turističkim tvrtkama i smještaju:

- Sustav održivosti Travelife za turoperatere i turističke agencije
- Travelife sustav održivosti za hotele i ostale vrste smještaja

Ovim sustavom upravlja ABTA, (Britanska udruga turističkih agencija). Ovaj sustav pomaže hotelima i ostalim vrstama smještaja upravljati svojim društvenim i okolišnim utjecajima i u informiranju kupaca o njihovim postignućima u održivosti. Koristeći se jednostavnom online listom provjere, hotelski menadžeri mogu provjeriti svoje učinke održivosti, dobiti povratnu informaciju i nadgledati svoj napredak. Time što su udovoljili zahtjevima postavljenim u kriterijima održivosti Hoteli će dobiti Travelife Brončanu, Srebrnu ili Zlatnu nagradu, što će im omogućiti da ponosno izlože svoj nagrađeni status na Internet stranicama, tiskanom materijalu i na objektima. Do sada, približno 17,000 smještajnih kapaciteta diljem svijeta se registriralo u Sustavu Održivosti Travelife, 1,500 je prošlo neovisni audit i više od 500 je steklo Travelife nagradu.[63]

Slika 1. Logo Travelife-a

Izvor: https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=hr, (15.2.2018.)

EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) je sustav ekološkog upravljanja i neovisnog ocjenjivanja kojim organizacije procjenjuju utjecaj njihove djelatnosti na okoliš, informiraju javnost o trenutnoj procjeni stanja utjecaja te unapređuju učinkovitost rada u skladu sa zahtjevima zaštite okoliša. EMAS je dobrovoljni sustav upravljanja okolišem, harmoniziran na razini EU. Njegovim uvođenjem u poslovanje organizacije kontinuirano se procjenjuje i unaprjeđuje učinkovitost zaštite okoliša. Na taj način organizacije provode vrednovanje

[62] Peršić-Živadinov, I. (2009.), The environmental and economic impact of sustainable hotels, Ekonomska istraživanja, Vol.22, No.2

[63] Travelife, raspoloživo na: https://www.travelife.info/index_new.php?menu=about_travelife&lang=hr, (15.2.2018.)

utjecaja na okoliš i smanjuju ih. Vanjska i nezavisna priroda procesa EMAS (od inicijalne analize utjecaja na okoliš, preko verifikacije do registracije) osigurava vjerodostojnost i pouzdanost. To uključuje i radnje poduzete od strane organizacije za kontinuirano poboljšanje ekološke učinkovitosti. Ove informacije organizacija objavljuje javnosti putem Izjave o okolišu. Važan aspekt je javno priopćavanje ažuriranih informacija o učincima poslovanja na okoliš objavom Izjave o okolišu. Unutar same organizacije važno je i aktivno sudjelovanje zaposlenika u provedbi. Dodatno, EMAS logotip je vizualni alat koji osigurava prepoznatljivost organizacije predane poboljšanju svoje ekološke učinkovitosti.[64]

Za 6 osnovnih aspekata okoliša EMAS propisuje izradu slijedećih pokazatelja:[65]

- Energetska učinkovitost – prikazuje ukupnu količinu energije iz obnovljivih izvora kao udjela ukupne godišnje potrošnje energije,
- Učinkovitost korištenja materijala – prikazuje godišnji maseni protok korištenih materijala u tonama,
- Voda – prikazuje ukupnu godišnju potrošnju vode u m3,
- Otpad – prikazuje ukupnu godišnju količinu uobičajenog i opasnog otpada izraženog u tonama,
- Bioraznolikost – prikazuje korištenje zemljišta u m3,
- Emisije – prikazuje ukupnu godišnju emisiju stakleničkih plinova u tonama.

Postoje dva načina korištenja EMAS loga:[66]

- korištenje loga s tekstom „verificirani sustav upravljanja okolišem“ i registracijskim brojem,
- korištenje loga bez registracijskog broja.

EMAS logo s tekstom „verificirani sustav upravljanja okolišem“ i registracijskim brojem označava da organizacija ima proveden sustav upravljanja okolišem u skladu sa zahtjevima sustava EMAS. Ovakvu verziju loga smiju koristiti isključivo registrirane organizacije i to samo u razdoblju u kojem je njihova registracija važeća. EMAS logo se može koristiti za promociju samog EMAS sustava ili za informiranje potencijalnih sudionika i drugih interesnih grupa. Dakle, EMAS logo bez registracijskog broja mogu upotrebljavati nadležna

[64] Eco-Management and Audit Scheme, raspoloživo na: http://emas.azo.hr/, (15.2.2018.)
[65] Ibid.
[66] Ibid.

tijela, tijela za akreditaciju i izdavanje dozvola, nacionalne vlasti i ostale zainteresirane strane u marketinške i promotivne svrhe vezane uz sustav EMAS.[67]



Slika 3. Logo EMASA

Izvor: http://emas.azo.hr/emas-logo.aspx, (15.2.2018.)

EU Ecolabel je službena eko-oznaka Europske unije (EU) namijenjena označavanju proizvoda i usluga s manje nepovoljnim utjecajem na okoliš tijekom životnog ciklusa u odnosu na slične ili iste proizvode i usluge iz iste skupine proizvoda .EU Eurolabel pokriva širok spektar skupina proizvoda pa sve do turističkog smještaja. Prosječno, svake četiri godine kriteriji se revidiraju zbog utjecaja tehnološkog napretka na području razvoja materijala, proizvodnog procesa i slično.[68]

Znak EU Ecolabel s jedne strane daje potvrdu tvrtkama da njihovi proizvodi i usluge zadovoljavaju visoke standarde zaštite okoliša, a s druge strane daje informaciju potrošačima i trgovcima da među proizvodima i uslugama na tržištu odaberu one koji manje opterećuju okoliš, koji su zeleniji. Krajnji cilj je ove eko-oznake smanjiti negativan utjecaj potrošnje i proizvodnje na okoliš, zdravlje, klimu, na potrošnju resursa i energije te potaknuti odgovorno ponašanje prema okolišu.[69]

Postupak dodjele znaka EU Ecolabel provodi se prema Pravilniku o znaku zaštite okoliša Europske unije – EU Ecolabel (Narodne novine, broj 116/2016) i predviđa sljedeće korake:[70]

- izrada elaborata,
- podnošenje zahtjeva,

[67] Ibid.
[68] EU Ecolabel – sufinanciranje znakazaštite okoliša Europske unije, (2015.), raspoloživo na: http://profitiraj.hr/eu-ecolabel-sufinanciranje-znaka-zastite-okolisa-europske-unije/, (15.2.2018.)
[69] Ibid.
[70] Ibid.

- postupak po zahtjevu,
- potpis ugovora i dobivanje potvrde,
- naknada.

Slika 4. Logo Ecolabela

Izvor: http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/, (16.2.2018)

Oznaku **„Sustainable Hotel“** dodjeljuje UPUHH – Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske koja potvrđuje zeleno poslovanje hotela među kojima su upravljanje održivošću, zaštita okoliša, energetska učinkovitost, educirano osoblje, uštede u potrošnji energije i vode, kontrolirana emisija CO2 i drugi.[71]

Na tragu dosadašnjih zapažanja te potreba sektora, UPUHH je u 2013. godini razvio ideju te pokrenuo pilot projekt “Zeleno poslovanje u hotelijerstvu” s ciljem osmišljavanja i definiranja kriterija za zelene hotele te uvođenja zelenog poslovanja u 20 hotela koji su se pridružili projektu kako bi se podigla konkurentnosti hrvatskog turizma kroz projekt "Zeleni turizam" uz pokroviteljstvo MINT-a.[72]

U prvoj fazi za prijavljene hotele su organizirane radionice te provedeni auditi na terenu, pri čemu je svaki hotel morao imenovati svog predstavnika, tzv. zelenog koordinatora, kojima je bio namijenjen prvi ciklus radionica. One su organizirane nakon provedenih audita timova verificiranih auditora u suradnji s djelatnicima svakog hotela te pripremljenih detaljnih izvješća s prikupljenim podacima o potrošnji energije i vode, tipu otpada, emisiji CO2, GHG inventu itd. s konkretnim prijedlozima ušteda za svaki segment. U drugoj fazi oni su morali implementirati projekt i osigurati provedbu akcijskog plana u razdoblju od tri do pet mjeseci, a nakon toga je organiziran drugi ciklus radionica kako bi se analizirali postignuti rezultati. Te

[71] Oznaka Sustainable hotel, (2014.), raspoloživo na: http://svijet-kvalitete.com/fivk1d_ahos/2507.html, (16.2.2018.)
[72] Projekt “Zeleno poslovanje u hotelijerstvu” udruge poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske, raspoloživo na: http://www.upuhh.hr/hr/projekti/zeleno-odrzivo-poslovanje/odrzivi-hoteli/item/27-projekt-zeleno-poslovanje-u-hotelijerstvu-udruge-poslodavaca-u-hotelijerstvu-hrvatske, (16.2.2018.)

su radionice, osim za zelene koordinatore, bile namijenjene edukaciji domaćica, tehničkog osoblja, zaposlenika u nabavi i prodaji kao i drugim službama u hotelu.[73]



Slika 5. Logo Sustainable hotel

Izvor: http://www.upuhh.hr/hr/, (16.2.2018.)

Znak zaštite okoliša »**Prijatelj okoliša**« je dobrovoljni instrument zaštite okoliša kojim se označavaju proizvodi, a koji se u usporedbi sa sličnim proizvodima odlikuju manje negativnim utjecajem na okoliš u cjelokupnom životnom ciklusu. Znak Prijatelj okoliša potrošaču pruža potpunu, vjerodostojnu i znanstveno utemeljenu informaciju o utjecaju proizvoda na okoliš. Znak Prijatelj okoliša dio je politike zaštite okoliša i održivog razvoja čiji je cilj smanjiti negativni utjecaj proizvodnje i potrošnje na okoliš, na potrošnju prirodnih dobara, na klimu i na zdravlje. U međunarodnom sustavu znakova zaštite okoliša, znak Prijatelj okoliša spada u eko-oznake tipa I, prema hrvatskoj normi HRN EN ISO 14024:2008 – Označivanje povezano s okolišem tipa I. Znak Prijatelj okoliša može se dodijeliti pravnim i fizičkim osobama koje proizvode ili distribuiraju proizvode, te trguju odnosno pružaju usluge koje pridonose učinkovitom korištenju energije i prirodnih dobara i većem stupnju zaštite okoliša.[74]

Uvjeti zaštite okoliša utvrđuju se za pojedini pokazatelj zaštite okoliša uzimajući u obzir:[75]

- tehnološku i ekonomsku izvedivost prilagodbe određenog proizvoda u razumnom vremenskom razdoblju,
- utjecaj na okoliš,
- mogućnost zamjene opasnih tvari sigurnijima ili manje opasnima,
- mogućnost mjerenja i točnost,
- zdravstvene i sigurnosne aspekte,
- sposobnost proizvoda da udovolji potrebama potrošača,
- mogućnost recikliranja nakon kraja životnog ciklusa proizvoda.

[73] Ibid.
[74] Narodne Novine, (2016.), Pravilnik o znaku zaštite okoliša „Prijatelj okoliša“, Narodne novine d.d., Zagreb, broj 91
[75] Ibid.



Slika 6. Logo Prijatelj okoliša

Izvor: http://www.mzoip.hr/hr/okolis/eko-oznake.html, (16.2.2018.)

3. POJMOVNO ODREĐENJE INFORMACIJSKO KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJA I NJIHOVA ULOGA U TURIZMU

3.1. Definiranje informacijsko komunikacijskih tehnologija

Informacijske tehnologije (IT) su tehnologije potrebne za obradu podataka. To se prije svega odnosi na upotrebu hardvera i softvera za transformaciju, pohranjivanje, zaštitu, obradu i pretraživanje podataka i informacija s bilo kojeg mjesta i u bilo koje vrijeme.[76]

Informacijska tehnologija (engl. Information Technology, skraćeno IT ili ICT) je bilo koji oblik tehnologije (oprema ili tehnika) kojom se ljudi koriste za upravljanje i obradu informacija. U suvremen doba obuhvaća računalsku tehnologiju (hardver i softver) i telekomunikacijsku tehnologiju (mreže za prijenos podataka, slike i zvuka).[77]

Informacijska tehnologija ne obuhvaća samo hardver i softver, nego uključuje i nove komunikacijske strukture, strukture podataka i informacije, te se koristi u mnogim područjima poslovanja radi obavljanja transakcija, poboljšanja učinkovitosti, smanjenja troškova, prikupljanja podataka, pružanja informacija, donose odluke i obavljaju sve veći broj zadataka.[78]

Pojam "informacijsko komunikacijske tehnologije" (ICT) odnosi se na oblike tehnologije koji se koriste za prijenos, obradu, pohranu, stvaranje, prikazivanje, dijeljenje ili razmjenu informacija elektroničkim putem. Ova široka definicija ICT-a uključuje tehnologije kao što su radio, televizija, video, DVD, telefon (fiksni i mobilni telefoni), satelitski sustavi i računalni i mrežni hardver i softver, kao i oprema i usluge povezane s tim tehnologijama, kao što su videokonferencija, e-pošta i blogovi.[79]

Računala i IT danas se primjenjuju u svim područjima ljudskog života i rada. Podaci, informacije i znanje u digitaliziranom su obliku koji je pogodan za pretraživanje i brzi prijenos. Ljudsko znanje pretvara se u hardver i softver, umjetna intelegencija ima sve veću

[76] Garača, Ž., (2005.), Informatičke tehnologije, Ekonomski fakultet Split, Split
[77] Pavlić, M., (2009.), Informacijski sustavi, Odjel za informatiku, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, str.23.
[78] Berisha, M., (2013.), Information systems usage in business and management, Business science reference, Hershey, str. 49.
[79] Meleisea, E., (2007.), The UNESCO ICT in education programme, UNESCO, Bangkok, str. 1.

primjenu, tehnološki razvoj postaje sve dinamičniji, otvaraju se potpuno nova područja djelatnosti, a sama tehnologija je pristupačnija, jeftinija i više orijentirana korisniku.[80]

Za informacijsku tehnologiju također možemo reći da je temeljno sredstvo strategije kompanija koja se primjenjuje u poslovne svrhe na takav način da kreira informacije i znanje na osnovi kojih menadžeri odlučuju. One postaju glavni izvor poslovnog uspjeha, a utječu na brojne poslovne parametre i omogućuje postizanje prednosti pred konkurentima.[81]

S jedne strane, informacijska tehnologija omogućuje organizacijama da diferenciraju i specijaliziraju svoje proizvode, kao i da nude mogućnost ciljanja određenog tržišnog segmenta, odnosno svakog pojedinog kupca. S druge strane, informacijska tehnologija pomaže organizacijama da dijele informacije interno među partnerima, a time i maksimizira njihovu učinkovitost, ali i omogućuje potrošačima neprekidno komuniciranje s dobavljačima.[82] Za organizacijski uspjeh i postizanje konkurentske prednosti od velike je važnosti znati primjeniti informacijsko komunikacijsku tehnologiju u svojim poslovnim procesima i aktivnostima kako bi na odgovarajući način odgovorili zahtjevima poslovanja.

Primjena informacijske tehnologije u poslovanju omogućuje da kompanije posluju globalno 24 sata na dan, 365 dana u godini.[83] Globalizacija poslovanja se očituje u tome da kompanije posluju na svim prostorima gdje postoji potražnja te mogućnost zarade profita što prostorni i zemljopisni koncept zamjenjuje informacijski koncept poslovanja. Proizvodnja se odvija u različitim zemljama, posluje se s više dobavljača bez obzira na zemljopisnu udaljenost, trgovina se odvija na tržištima diljem svijeta. Bez ICT-a bi povezanost i ušteda u poslovnim procesima bila nemoguća.

Informacijska tehnologija nam omogućuje da imamo ured bilo gdje. Poslovanje putem interneta i elektroničko poslovanje afirmiraju novo, virtualno tržište koje daje priliku globalizacije poslovanja i malim i srednjim kompanijama.[84]

[80] Boban, M., Babić, A., (2014.), Utjecaj internetskih tehnologija na gospodarski rast, poslovni rezultat i stopu rasta profita poduzeća u Republici Hrvatskoj, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, No.1-2, str.62.
[81] Ibid.
[82] Berisha, M., Konxheli, D., (2012.), Information technology as a factor of creating and developing of competitive advantages of businesses, Siparunton, Vol.1, No.2, str.86.
[83] Boban, M., Babić, A., (2014.), Utjecaj internetskih tehnologija na gospodarski rast, poslovni rezultat i stopu rasta profita poduzeća u Republici Hrvatskoj, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, No.1-2, str.63.
[84] Srića, V., Spremić, M., (2000.), Informacijskom tehnologijom do poslovnog uspjeha, Sinergija, Zagreb

3.2. Utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na turizam

Turizam je danas vodeća svjetska „industrija" koja obuhvaća mnoga područja ljudskih djelovanja, uključujući ekonomiju, ekologiju, sport, kulturu, sociologiju, psihologiju, poljoprivredu, a u posljednje vrijeme u sve većoj mjeri i informacijske tehnologije. Za razliku od ostalih područja, turizam je oduvijek bio otvoren za nove tehnologije. Krenuo je ususret rastućim potrebama pojedinačnog korisnika, koji više ne traži samo sirove podatke preko IT tehnologija, već nastoji pronaći i iskoristiti razne oblike usluga za putovanja kako bi samostalno planirao i organizirao se te, na kraju, on sam postao svoj vlastiti putnički agent.[85]

Značaj informacijsko komunikacijskih tehnologija u turizmu vidi se zbog:[86]

- povećanja efikasnosti upravljanja i komuniciranja,
- poboljšanja kvalitete proizvoda i usluga,
- osiguravanja novih proizvoda i usluga,
- omogućavanju novih inovativnih poslova,
- kreiranja novih iskustava kroz razna partnerstva,
- unapređenja distribucije turističkog proizvoda i usluga.

Specifičnost turističkog tržišta je u tome što se turistički proizvod odnosno usluga prodaje prije konzumacije samog proizvoda, odnosno obujam prodaje ovisi isključivo o prezentaciji proizvoda i usluge. Stoga je važnost distribucije prave informacije na pravo mjesto u pravom trenutku pravoj osobi, koju omogućava informacijski sustav podržan internetskom tehnologijom, od neprocjenjivog značenja.[87]

U srazu informacijske tehnologije i turizma događa se niz kompleksnih međuodnosa i veza.[88] ICT-e su radikalno promijenile učinkovitost turističkih organizacija, način na koji se one predstavljaju na tržištu, te način na koji potrošači komuniciraju s organizacijama.[89] Sve većom primjenom ICT-a u turizmu mijenja se ponašanje potrošača, zahtjevi i cjelokupna struktura njihovih potreba. Razvoj informacijsko komunikacijskih tehnologija, a posebno

[85] Kliček, B., (2018.), eTurizam u svijetu i Hrvatskoj, raspoloživo na: http://www.infotrend.hr/clanak/2008/5/eturizam-u-svijetu-i-hrvatskoj,12,288.html%20, (25.2.2018.)
[86]Turban, E., King, D., McKay, J., Marshall, P., Lee, J., and Viehland, D., (2008.), Electronic Commerce: A Managerial Perspective, Prentice Hall, Pearson Education
[87] Garbin Praničević, D., Pivčević, S., Garača, Ž., (2010.), Razvijenost informacijskih sustavavelikih hotelskih poduzeća u Hrvatskoj, Acta Turistica Nova, Vol.4, No.2, str.181.
[88] Ibid. 182.str.
[89] Buhalis, D., Law, R., (2008.), Twenty years on and 10 years after the Internet: The state of eTourism research, Tourism Management, 29/4, str. 609.-623.

Interneta, doveo je do stvaranja novih karakteristika potrošača kojima je uz veliku uštedu vremena i novca omogućena šira dostupnost i transparentnost, te bolja kvaliteta usluga. Putem Interneta potrošači imaju izravan pristup svim potrebnim informacijama, bilo da se radi o turističkim organizacijama, privatnim poduzećima ili pak osobnim iskustvima ostalih potrošača. Popularnost internetskih aplikacija natjerala je sve dijelove turističkog lanca da za postizanje ključnog uspjeha uvrste informacijsko komunikacijske tehnologije u dio svojih marketinških i komunikacijskih strategija.

Trendovi utjecaja ICT-a na turističko e-poslovanje su:[90]

- ICT omogućava ponuđačima turističkih usluga da izravno komuniciraju s kupcima, što stavlja ogroman pritisak na tradicionalne posrednike (tj. turističke agencije i turoperatore). Opseg u kojem su posrednici zaobiđeni se znatno razlikuje među raznim podsektorima,
- ICT rješenja mogu također ponuditi nove internetske prilike tradicionalnim igračima i internetskim posrednicima u nastajanju tako što će osigurati njihov položaj na tržištu nudeći internetske usluge s dodanom vrijednošću,
- Marketinška konsolidacija je potaknuta rastom organizacije, spajanjima, akvizicijama, i strateškim savezima. Ovo može povećati konkurentnost na razini tvrtke, ali može dovesti i do smanjenja dugoročne konkurentnosti na turističkom tržištu,
- Elektronička prodaja karata – obično kod niskotarifnih zračnih kompanija, „tradicionalne“ zračne kompanije (članice Međunarodne udruge za zračni prijevoz – IATA) su postigle 100% penetracija elektroničke prodaje karata koncem 2007. godine; proces je dovršen s bar kodiranim kartama za ukrcaj.

U traganju za većom profitabilnošću i preuzimanjem veće globalne tržišne prednosti u zadnja tri desetljeća se „kontinuirano oblikuju mnoge tehnologije, usavršavaju se i mijenjaju, uključujući rezervacijske sustave, on–line, interaktivne, video i kompjuterske rezervacijske sustave.[91]

[90] Zelenka, J. (2009): Information and communication technologies in tourism – influence, dynamics, trends, E+M Ekonomie a management, str. 123.-130.
[91] Rayman–Bacchaus, L., Molina, A. (2001). Interrnet-based tourism services: business issues and trends, Futures, Vol.33, No.7, str. 591.

E-turizam je donio novu revoluciju poslovanja. Ovo su neke od najzačajnijih primjena ICT-a u turizmu: [92]

- rezervacijski sustavi,
- mreže partnera za uobičajene transakcije,
- globalni distribucijski sustavi (npr. Galileo, SABRE, Amadeus, Worldspan),
- aplikacije za organizacije u ugostiteljstvu (Pegasus Solutions I WIZCOM),
- sustavi za upravljanje odredištima,
- posrednici u putovanju preko Interneta (Expedia.com, Travelocity.com, Preview Travel, Priceline.com),
- rezervacijski sustavi temeljeni na mobilnoj telefoniji,
- pozivni centri,
- interaktivna digitalna televizija,
- multimedijski kiosci, DVD nosači, vodiči na mobilnim uređajima itd.

ICT je postao potpora mnogim kritičnim funkcijama u turizmu i ugostiteljstvu, te je doprinio njihovoj značajnoj inovaciji. Budući da uključuje i upravljanje prihodima uloga ICT-a od presudne je važnosti u teoriji i praksi. Mora se shvatiti u kontekstu njegove primjene kao dijela marketinga, službe za korisnike, upravljanja prihodima itd.[93] Tako se uz pomoć ICT-a obavljaju sljedeći poslovi u turističkom sektoru: [94]

- izravni kontakt s klijentima: rezervacije, prijave/odjave, plaćanje,
- uredski poslovi: računovodstvo, platni spiskovi, upravljanje kadrovima, marketing,
- zabava i usluge za klijente,
- komunikacija s kupcima i partnerima,
- istraživanje tržišta i industrijska špijunaža,
- reakcija i upravljanje neočekivanim događajima,
- fleksibilno i dinamično određivanje cijena kroz upravljanje prihodima,
- diferencijalizacija i personalizacija proizvoda,
- nadzor pokazatelja izvedbe i izgradnja mehanizama povratne veze,
- upravljanje poslovnim procesima i osobljem.

[92]Kliček, B., (2018.), eTurizam u svijetu i Hrvatskoj, raspoloživo na: http://www.infotrend.hr/clanak/2008/5/eturizam-u-svijetu-i-hrvatskoj,12,288.html%20, (1.3.2018.)
[93] Shanker, D., (2008.), ICT and Tourism: Challenges and Opportunities, raspoloživo na: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.588.2864&rep=rep1&type=pdf, (1.3.2018.)
[94]Kliček, B., (2018.), eTurizam u svijetu i Hrvatskoj, raspoloživo na: http://www.infotrend.hr/clanak/2008/5/eturizam-u-svijetu-i-hrvatskoj,12,288.html%20, (1.3.2018.)

3.3. Povezanost informacijsko komunikacijskih tehnologija i razvoja održivog turizma

U osnovi razvoja održivog turizma ključna je uloga procesa donošenja poslovnih odluka koje pridonose najboljoj raspodjeli resursa uz nastojanje zadovoljavanja svih potreba sudionika razvoja. Destinacijskim menadžerima vrlo je važna konstantna dostupnost informacija radi što boljeg planiranja i osiguranja održivog razvoja turizma u destinaciji. Bitna područja održivog razvoja turizma u kojima ICT-e mogu imati važnu ulogu su: informacijski menadžment, interpretacija destinacije, zadovoljstvo potrošača, uključenost lokalne zajednice, korištenje energije (klimatske promjene i globalno zagrijavanje), kvaliteta zraka, i dr.

Tablica 1. Sažetak alata temeljenih na ICT tehnologiji i upotrebi za održivi razvoj turizma

ICT alati	Definicija	Koristi za održivi turizam
Kalkulator ugljika	Koristi se za određivanje emisija ugljika na temelju vrste i količine potrošene energije.	Praćenje emisija za čišći okoliš koristi za posjetitelje i lokalnu zajednicu. Odredišta mogu privući ekološki svjesne putnike koji vode do ekonomske koristi.
Informatika zajednice	Usredotočuje se na dizajn i isporuku online elektronskih medija kako bi se poboljšala angažiranost zajednice.	Olakšava povećanje sudjelovanja zajednice u donošenju odluka, osnažuje pojedince, jača identitet zajednice i stvara mogućnosti gospodarskog razvoja.
Simulacija računala	Simulacija postavki stvarnog svijeta gdje su modeli dizajnirani kako bi prikazali kako sustavi djeluju tijekom vremena.	Pitanja previše složena za izravno promatranje, manipulaciju ili matematičku analizu simuliraju se kako bi se istražila učinkovitost alternativnih postupaka upravljanja. To vodi do boljih odluka o utjecaju na gospodarske, prirodne i sociokulturne okoline s realnim scenarijima koji su dostupni za uključivanje svih dionika, uključujući turiste, planere i lokalnu zajednicu.
Sustav upravljanja destinacijama	Sustav koji konsolidira i distribuira sveobuhvatan raspon turističkih informacija i proizvoda kroz različite kanale i platforme	Olakšava uspostavljanje platformi za promicanje gospodarskih koristi lokalnim zajednicama, smanjenje sociokulturnih napetosti i negativnih utjecaja te može istaknuti krhke ekosustave na odredištima. DMS također može povećati turističku angažiranost i zadovoljstvo putem relevantnih lako dostupnih informacija o odredištu.
Softver za analizu ekonomskog utjecaja	Softver koji se koristi za praćenje gospodarskih utjecaja turizma pružajući informacije o vrsti i iznosu potrošnje.	Informacije se mogu koristiti za utvrđivanje financijske izvedivosti, odabir među alternativama, povećanje razine gospodarske aktivnosti i lobiranje javne potpore razvoju turizma.
Informacijski sustavi upravljanja okolišem	Računalni sustavi koji integriraju različite izvore informacija o okolišu kako bi se olakšalo organizacijsko upravljanje.	Analizirani su podaci o okolišu kao što su praćenje, praćenje otpada, emisija i procjena troškova / koristi za bolju ekonomsku, prirodnu i sociokulturnu odlučivanje.
Geografski informacijski sustavi	Informacijski sustavi koji mogu uhvatiti, pohranjivati, upravljati, manipulirati, analizirati, integrirati i prikazati velike količine zemljopisnih podataka.	Pokazatelji održivog turizma mogu se identificirati, definirati i mjeriti. Informacije za modeliranje i procjenu odgovarajućih lokacija za predloženi razvoj.
Globalni sustav pozicioniranja	Satelitski navigacijski sustav koji pruža usluge pozicioniranja, navigacije i vremena za korisnike u svim vremenskim uvjetima diljem svijeta 24 sata dnevno.	Planiranjem prostorno-vremenske distribucije turista putem praćenja kretanja, utjecaji na okoliš mogu se upravljati i minimizirati.
Inteligentni transportni sustav	Telematički sustavi, koji pružaju	Poboljšani sustavi prijevoza tereta

	detaljne informacije o prometu, informacije s nezavisnih lokacija, smjernice za promet i dinamičko usmjeravanje.	omogućuju turistima da budu više svjesni putničkih mogućnosti na odredištu koje vode do šireg korištenja javnog prijevoza, što također pogoduje lokalnoj zajednici smanjenjem zagušenja prometa na odredištu, a host-turistički antagonizam također može smanjiti.
Usluge temeljene na lokaciji	Prikuplja i isporučuje informacije s mobilnog uređaja i iz njih, ovisno o automatskom položaju korisnika. Ciljane informacije pružaju se korisniku na temelju njegove geografske lokacije.	Turistima se mogu poslati informacije osjetljive na lokaciju radi podizanja svijesti i upoznavanja s npr. kulturu, baštinu i običaji odredišta i povećati vjerojatnost stvaranja održivih izbora. Osim toga, mogu se dobiti informacije o promocijama, mjestima za posjetiti, smještaju i drugim općim informacijama kao što su sigurnost i zaštita i vrijeme. To može povećati turističku potrošnju, a sveukupno ima pozitivan utjecaj kroz smanjenje ispisa.
Turistički informacijski sustav	Skladišta podataka koja upravljaju poslovnim kritičnim informacijama kako bi pružila kvalitetne informacije kako bi pomogle u donošenju odluka posluživanjem kao sustav podrške odlučivanju za odredišne menadžere	Više informacija visoke kvalitete je na raspolaganju kako bi se pomoglo u donošenju odluka posluživanjem kao sustav podrške odlučivanju za menadžere odredišta
Virtualni turizam	Na temelju interneta svatko može doživjeti kulturu, povijest i druge točke turističkih interesa vizualnim i interaktivnim načinom bez da posjeti destinaciju.	Virtualne ture mogu djelovati kao potpuna ili djelomična zamjena za odredišta koja su premašila njihov kapacitet nošenja ili su na neki način krhka, na pr. zamjenom djelatnosti može se smatrati društveno neprihvatljivim, smanjujući prometne posljedice itd.
Prognoza vremena, klime i promjene oceana	Softver koji se koristi za praćenje promjena u vremenu, klimi i oceanu.	Ove informacije mogu biti korisne za natječaje za događaje, donošenje odluka o predloženom razvoju, postavljanje mjera za opasnosti i rizike povezane s lošim vremenom, pružanje turista s ažuriranim informacijama, upravljanje energijom i druga pitanja.

Izvor: Ali, A., Frew, A.J., (2014.), Technology innovation and applications in sustainable destination development. Information Technology & Tourism, 14 (4), str. 265.-290.

3.3.1. Uloga informacijsko komunikacijskih tehnologija u poslovanju „zelenih“ hotela

U hotelskom poslovanju zadnjih godina sve više raste ekološki trend poslovanja tzv. „zeleni“ hoteli. Oni se ističu primjenom inovativnih metoda odgovornog načina gradnje i upravljanja, smanjenom potrošnjom energije, vode i emisije ugljikovog dioksida. Također, brinu se o razlaganju krutog otpada i provođenju recikliranja otpadnih materijala.

Mjere razvoja održivog poslovanja „zelenih“ hotela odnose se na osnovnih 6 područja, a to su:[95]

- energija,
- kruti otpad,
- voda,
- otpad u tekućem i plinovitom stanju,
- izbor ugovornih poslovnih partnera (snabdjevači, servisne službe itd.),
- poslovanje.

Da bi se racionalizirala potrošnja energije u hotelima i na taj način uštedila značajna sredstva, moguće je provoditi niz mjera, od onih najjednostavnijih koje su usmjerene na štednju i racionalniju potrošnju svih trošila energije, pa do mjera koje iziskuju određena ulaganja kao npr.:[96]

- zamjena starih, dotrajalih postrojenja novim, suvremenim, koja troše znatno manje energije,
- ugradnja tzv. ključ-kartica u sobama (s izlaskom gosta iz sobe, tj. okretanjem ključa ili uporabom magnetske kartice, sva svjetla se automatski gase),
- instaliranje boljih sredstava za kontrolu potrošnje (fotoelektričnih ćelija, termostata, timera itd.),
- ugradnja tzv. "termoizolacijskih" vrata i prozora po sobama i ostalim prostorijama u hotelu,
- zamjena svih sijalica u hotelu fluorescentnim sijalicama koje troše 1 /3 od ukupne energije koju koristi obična sijalica
- ugradnja solarih sustava za zagrijavanje vode i/ili rasvjetu na manjim trošilima itd.

[95] Petrić, L., (1999.), Eko-hotel : u prilog strategiji održivog razvitka turizma, Tourism and hospitality management, Ekonomski fakultet Split, Split, str.109.
[96] Ibid.

Potrošnja je vode u hotelima za sve objekte značajna, poglavito uzimajući u obzir rast cijene pitke vode te održavanje sustava. Pojedini su hoteli u tom smislu modernizirani, ali veći broj još uvijek troši mnogo vode po noćenju. Troškovi su u nas nerazmjerno visoki u odnosu na Zapad s obzirom na cijene pojedinih komunalnih poduzeća.[97] Prema studiji USAID-a o prilikama za poboljšanje efikasnosti korištenja vode u hotelskoj industriji hoteli koji koriste razne tehnologije za uštedu vode kao što su vodokotlići s ultraniskim prototkom vode, raspršivače na slavinama i funkciju navodnjavanja "kap po kap", troše jednu petinu količine vode za noćenje po gostu u odnosu na hotele koje takve tehnologije ne koriste. Studija je pokazala da kvaliteta usluge također ostaje nepromijenjena, uz uštedu do 250.000 USD godišnje. Za implementaciju mjera racionalizacije potrošnje vode postoji mnoštvo tehnologija kao što su dvostupanjski vodokotlići s ultraniskim protokom vode, posebne pregrade u vodokotlićima, tuševi s malim protokom vode, efikasni raspršivači za slavine, sistem navodnjavanja "kap po kap", sustav za skupljanje kišnice, energetsko učinkoviti bojleri.

Postati hotel s nultom stopom proizvodnje otpada ne znači nužno uklanjanje svih nastalih nusproizvoda. To se može postići učinkovitim korištenjem resursa i obnovljivih izvora koji se dalje mogu koristiti kao sirovine za ostale daljnje procese. Jedan od takvih modela naziva se "cradle to cradle" model kojim svi materijali koji se koriste u industrijskim ili komercijalnim procesima poput metala, vlakana, boja spadaju u "tehničke" ili "biološke" hranjive tvari. Svaka od te dvije vrste materijala slijedi vlastiti ciklus u regenerativnom gospodarstvu.[98]

Inovativne informacijske i komunikacijske tehnologije imaju sve važniju ulogu u smanjenju emisija stakleničkih plinova.[99] Glavni izvori zagađenja tekućim i plinovitim otpadom u hotelima su: klima uređaji i hladnjaci (u kojima se nalaze, za ozonski omotač opasni plinovi klorofluorokarboni-CFC i halokloroflurokarboni-HCFC), bojleri na fosilna goriva, ispušni plinovi iz vozila, izlijevanje kemijskih sredstava za čišćenje i pranje, te pesticida i herbicida u more ili rijeke, izbacivanje neobrađenih fekalija u more ili rijeke, mirisi iz kuhinja ili praonica itd. U nizu mjera ističu se u prvom redu one koje zahtijevaju minimalne troškove, a to su npr.:[100]

[97] Masmedia.hr, (2007.), Vode u turističim objektima, raspoloživo na: http://www.gradimo.hr/clanak/vode-u-turistickim-objektima/21035, (7.3.2018.)
[98] https://en.wikipedia.org/wiki/Cradle-to-cradle_design, (7.3.2018.)
[99] Delija-Ružić, V., (2017.), Izvješće o provedbi politike i mjera za smanjenje emisija i povećanje odliva stakleničkih plinova, Hrvatska agencija za okoliš i prirodu, Zagreb, str.22.
[100] Petrić, L., (1999.), Eko-hotel : u prilog strategiji održivog razvitka turizma, Tourism and hospitality management, Ekonomski fakultet Split, Split, str.113.

- uvođenje kontrolne (monitoring) službe zadužene za praćenje korištenja i odlaganja opasnih kemikalija i ostalih tekućih i plinovitih materijala,
- kontrola uređaja i strojeva koji rade na opasne plinove,
- zamjena pesticida, herbicida i sredstava za čišćenje neškodljivim sredstvima iz kućne radinosti.

Osim mjera kontrole nužno je provoditi i niz zahvata koji zahtijevaju znatnija investicijska ulaganja kao npr.:[101]

- ugradnja uređaja za obradu (čišćenje) vode za ponovnu potrebu u određene svrhe, kao i otpadnih, kanalizacijskih izljeva,
- ugradnja opreme za otkrivanje curenja tekućine iz tankova za gorivo,
- zamjena hladnjaka i ostalih uređaja koji koriste štetne plinove novima, koji će koristiti za ozonski omotač neškodljive plinove itd.

[101] Ibid.

4. IMPLEMENTACIJA ICT-A NA PRIMJERU "ZELENIH" HOTELA U HRVATSKOJ I INOZEMSTVU

4.1. Primjer "zelenih" hotela u inozemstvu

U ovom će poglavlju biti prikazani odabrani primjeri zelenih hotela u inozemstvu koji svoje poslovanje temelje na održivosti i primjeni tehnoloških rješenja koja im to omogućuju. Iako u svijetu postoji mnogo takvih hotela, i iz dana u dan raste sve veći broj, ovdje će biti prikazana tri primjera, ViVood landscape hotels u Španjolskoj, Palo Santo u Argentini i Kamp Whichaway na Antartiku. Sva tri primjera imaju jedno zajedničko obilježje da nastoje svojim poslovanjem proizvesti što manje negativnih učinaka uz pružanje iznimne kvalitete svojim gostima.

4.1.1. ViVood landscape hotels u Španjolskoj[102]

ViVood landscape hotel smješten je u španjolskoj mjestu Guadelest, u slikovitoj dolini udaljenoj sat vremena vožnje od Alicantea, nedaleko od Benidorma, a radi se o objektu koji je namijenjen isključivo odraslima, sastoji se od 25 montažnih modularnih apartmana koje pokreću obnovljivi izvori energije, te garantira mir i tišinu kako bi duh i tijelo bili u potpunosti opušteni za vrijeme i nakon boravka. Također, sklopu hotela postoji još i restoran, lounge bar, panoramski bazen, mnoge terase i privatni vanjski jacuzziji. Udaljeno je samo 20 minuta od najljepših plaža na Costa Blanci.

Njegova arhitektura rezultat je studije održive arhitekture. Izvorna ideja bila je izgradnja ekoloških montažnih jedinica s jedinstvenim, patentiranim, preklopivim dizajnom. Ta je filozofija kasnije konsilidirana stvaranjem pejzažnih hotela okruženih prirodom. Originalna, izvorna vrijednost hotela je poštovanje i divljenje prirodi bez žrtvovanja udobnosti i praktičnosti. Glavni arhitekt hotela je Daniel Mayo kojem se kasnije pridružila grupa različitih stručnjaka ujedinjenih zajedničkom strašću prema svome poslu. Sve su to arhitekti i dizajneri, marketinški, turistički i informacijski stručnjaci koji vole dizajn, arhitekturu, ekologiju, zdrav život i kontakt s prirodom.

[102] https://www.vivood.com/en/, (11.3.2018.)

Da bi uspješno osigurali svojim posjetiteljima opuštajući luksuz i bijeg od njihovih zahtjevnih i stresnih dnevnih rutina, ViVood landscape hotel nastoji u svakom trenutku ispuniti svoje temeljne vrijednosti, pod nazivom 5E (environment, enchantment, exclusive, excitement, ecology), i to su:

- Okoliš – koriste lokalne proizvode,
- Čarolija – koriste sve svoje senzualne sposobnosti,
- Uzbuđenje – nastoje promijeniti svijet,
- Ekskluzivnost – nude drugačiji pogled na luksuz,
- Ekologija – koriste obnovljive izvore energije kako smanjili nastanak štetnih učinaka.

Osvojili su razne nagrade na brojnim natjecanjima, i neke od njih su:

- 2010. i 2011. godine nagrada na međunaronom natjecanju za održivi dizajn,
- 2011. godine prva nagrada na nacionalnom znanstvenom natjecanju „Arquimedes“ za najbolji istraživački rad na području likovnih umjetnosti, glazbe, arhitekture i grafičke ideje,
- 2012. godine prvu nagradu na natjecanju zaklade ONCE „Accesibilidad y PFC“ za promicanje pristupačnosti u projektima „Kraj karijere arhitekture“,
- 2013. godine nagradu za pobjednički projekt na natjecanju Lanzadera 2013., odabrano je 15 pobjedničkih projekata od ukupno 4200 kandidata.

Hotel je dizajniran na način da posjetitelji imaju izravan dodir s prirodom uz minimalni utjecaj na istu. Svi objekti obloženi su drvetom te su povišeni od površine tla kako bi se izbjeglo mijenjanje izvorne topografije. Iz svih apartmana pružaju se jedinstvene vizure, a prilikom izgradnje su korišteni lokalni materijali i lokalna radna snaga. Hotel slijedi eko-friendly filozofiju i kod proizvoda koji se koriste pa tako gosti mogu uživati u delicijama napravljenim od lokalnih namirnica. Kuhinja i restoran na krovu imaju instalirane solarne panele, a recikliranje je proces koji se koristi u svim aktivnostima objekta. Navedena obilježja postiže na temelju osnovnog prostornog koncepta, i to:

- Pružanjem izravnog, fizičkog i vizualnog kontakta s okolinom, što je moguće zahvaljujući velikim prozorima postavljenim na svakom od izgrađenih modula, uključujući zajedničke zgrade i spavaće sobe, te glavne prostorije i kupaonice,

- Pružanjem osjećaja privatnosti i osamljenosti. Da bi to učinili, sobe su materijalizirane kao neovisni moduli i rasute su u ogromnom neograničenom prirodnom okruženju, gdje svaka ima pridruženo područje od minimalno 1500 m2. Moduli su raspoređeni tako da ne mijenjaju topografiju terena, ograničavajući ga na sustav neinvazivnih i reverzibilnih temelja,
- Održavanjem i vraćanjem krajobrazne površine pomoću nativne vegetacije,
- Arhitektonski dizajn hotela razvijen je na način da se promiče neovisnost i individualnost svake od pojedinih soba, iz kojih je moguće promatrati krajolik bez straha da vas netko vidi iznutra . Pristupiti im se može s ceste koja je smještena u stražnjem dijelu, odakle nitko ne može vidjeti sami objekt,
- Urbanistički raspored prostorija razvijen je oko središnje zgrade koja artikulira različite putove i postavlja različite, posebne gostujuće staze do ovih modula, osiguravajući maksimalnu tišinu i privatnost,
- Projekt se provodi korištenjem održivih sustava zgrade i uspješno integrira s okolišem, naglašavajući uporabu i kombinaciju drva i crnog viroca,
- Kontrolom vanjske rasvjete. Cijeli hotel je dizajniran s indirektnom niskom potrošnjom, kontroliranom niskim svjetlosnim točkama. One čine vodeći elemente u noći, ali ne utječu na okoliš i ne proizvode svjetlosno onečišćenje.

4.1.2. Palo Santo u Argentini[103]

Palo Santo je mali luksuzno dizajnirani zeleni hotel smješten u gradskoj četvrti Palermo, u gradu Buenos Airesu. Njegova arhitektura pokazuje ljepotu i sofisticiranost modernog argentinskog dizajna. Nudi izvrsnu uslugu koja nastoji svojim gostima pružiti najbolje iskustvo u Buenos Airesu.

Sobe su zamišljene kao dizajnerski apartmani u kojima će gosti na najbolji mogući način doživjeti suvremeni argentinski stil dizajna unutar hotela. Svaki komad dekoracije i namještaja je posebno odabran kako bi stvorio kohezivno, estetsko iskustvo. Pri odabiru su korišteni samo plemeniti materijali poput mramora, aluminija, željeza, betona i naravno, tvrdog drva imena Palo Santo po kojem je hotel i dobio naziv.

[103] http://www.palosantohotel.com/, (13.3.2018.)

Palo Santo Hotel je ikona zelene arhitekture u Buenos Airesu. Na vanjskoj fasadi hotela, terasama, krovu i balkonu raste preko 800 biljaka. Fasadu predstavlja jedinstvena željeznička struktura koja omogućuje biljkama da oblikuju vertikalne vrtove visoke 28 metara. Impresivna 18-metarska vodena fontana prolazi kroz zgradu, od krova do predvorja. Voda teče uz velike staklene ploče, postavljene na zelenim zidovima. To je prvi urbani zeleni hotel u Latinskoj Americi. Gradio se po standardima LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) kako bi smanjili štetni utjecaj na okoliš. Sa estetskih gledišta, zgrada je inspirirana djelima nekih od najznačajnijih suvremenih arhitekata: Jean Nouvel (Muzej Quai Branly u Parizu), Jacques Herzog i Pierre de Meuron (sjedište Caixa Foruma u Madridu), Stefano Boeri (Bosco Verticali u Milanu), Renzo Piano.

Pored estetske vrijednosti, vertikalni vrtovi imaju i ekološku svrhu. S jedne strane, vertikalni vrtovi daju zgradi prirodnu izolaciju, kako za toplinu tako i od topline. Oni smanjuju utjecaj vjetra i sunca, te apsorbiraju vodu. Tim slijedom, znatno pomažu u smanjenju potrošnje energije i emisije ugljičnog dioksida. S druge strane, veliki broj biljaka izvrstan je izvor apsorpcije ugljičnog dioksida. Ove biljke apsorbiraju više ugljičnog dioksida nego što otpuštaju. To omogućava hotelu djelomičnu nadoknadu emisije ugljičnog dioksida koju proizvodi obavljanjem svojih svakodnevnih operacija. Kako bi ograničio svoj štetni ugljični otisak, hotel Palo Santo pokušava smanjiti svoje emisije putem programa štednje energije i nadoknaditi ih zahvaljujući mnogobrojnim biljkama.

Hotel se u svome poslovanju ističe po 33 inovacije koje ih čine zelenima. Omogućili su racionalnu potrošnju energije, racionalnu potrošnju vode, koriste trajne certificirane materijale, ugradili su jaku izolaciju, smanjili su emisiju ugljičnog dioksida, nastoje održati čisti zrak te smanjiti količinu onečišćenja.

Racionalnu potrošnju energije postiže:

- upotrebom LED i energetsko učinkovitih svjetiljki,
- korištenjem senzora kretanja kako bi smanjili energetske propuste,
- VRV Inverter klimatizacijskim sustavom,
- korištenjem izolacija visokih performansi,
- energetsko učinkovitim dizalima,
- korištenjem svjetla iz posebnih kartica za uštedu energije.

Racionalnu potrošnju vode postiže:

- korištenjem kišnice,
- upotrebom efikasnijih „pametnih“ toaleta,
- inteligentnom primjenom protoka kišnice u gradsku kanalizaciju,
- navodnjavanjem „kap po kap“.

Od prirodno trajnih i certificiranih materijala koriste:

- FSC ertificirano drvo,
- visoko izdržljive materijale poput mramora i porculana,
- plemenitu mješavinu materijala – željezo, kamen, beton, drvo,
- pamučna platna.

Efikasniju izolaciju postižu:

- dvostruko ostakljenim prozorima s unutarnjom komorom zraka,
- zvučno izoliranim podovima (uporaba Isocret tehnologije),
- zvučno izoliranim zidovima (pomoću stakloplastike i višestrukim slojevima),
- korištenjem biljaka za izolaciju krova na zgradi,
- korištenjem biljaka vinove loze za izolaciju vanjskih strana zidova zgrade.

Za smanjenje emisije ugljičnog dioksida posađeno je više od 800 vrsta raznih biljaka, redovno se vrši njihovo ekološko obrezivanje, te se koriste klimatizacijski uređaji opremljeni ozonom. Zrak u sobama je filtriran, protok zraka u prostorijama se mjeri posebnim uređajima kako bi se izbjeglo nepotrebno kondicioniranje, te se na zidovima koriste wallpaperi kako bi se smanjili zagađivači otapala boje.

Također, svojim svakodnevnim uslugama i operacijama nastoje smanjiti što je više moguće štetni utjecaj na okoliš i to:

- odvajanjem otpada,
- „Borrow-a-bike“ programom,
- certificiranim nisko-štetnim praonicama,
- korištenjem zelenih proizvoda za čišćenje,

- korištenjem zelenog deterdženta za pranje rublja kako bi smanjili utjecaj na onečišćenje vode,
- Eco-friendly sadržaja,
- smanjenjem tiskanog komunikacijskog materijala,
- korištenjem eko materijala u uredima – olovke iz obnovljivih šuma, biorazgradiva tinta, i dr.

4.1.3. Kamp Whichaway na Antarktiku[104]

Kamp Whichaway nalazi se na Antarktiku u vlasništvu luksuzne kompanije za putovanja White Deserts koja predstavlja jedinu poveznicu toga dijela s ostatkom svijeta. To je jedina kompanija u svijetu koja organizira letove do toga područja svojim privatnim avionima.

Whichaway kamp je potpuno jedinstvena i savršena baza za početak avanture na Antarktiku. Postoji šest najsuvremenijih smještajnih jedinica naziva „spavaće mahune“ koje su dizajnirane za po dvije osobe u svakoj od njih. S promjerom većim od 6m, također su prostrane, imaju pisaći stol, kupaonicu i toalet. Za goste koji putuju odvojeno, soba se može podijeliti za osiguranu privatnost svake osobe. Ostatak kampa sastoji se od blokova za tuširanje, kuhinje i tri centralizirana prostorije koje čine prijem, salon i blagovaonicu. Dok je izvanka izrađen od najsuvremenijih materijala, unutrašnjost prožima osjećaj starog svijeta s bogatim teksturama.

Svaki dan organizirani su izleti i avanture za grupe od po najviše 12 ljudi sa profesionalnim polarnim istraživačima kao vodičima. Svaki se izlet može prilagoditi pojedinoj osobi, od nježnih pješačenja i piknika s pogledom na ledene valove, do aktivnosti sa više adrenalina, poput skijanja i penjanja po ledu. Jedinstveni izleti su posjećivanje kolonije pingvina te putovanje na Južni pol.

White Desert razumije i poštuje to da je Antarktika vrlo osjetljiva divljina i zbog toga djeluju u strogom skladu s smjernicama za zaštitu okoliša iz Antarktičkog ugovora. Uz to, primjenjuju i vlastitu politiku nultog utjecaja. Da bi to postigli, sav ljudski otpad prevezen je iz Antarktike na redovite letove i zbrinuto odgovorno u Južnoj Africi. Značajan dio kampa pokreće obnovljiva energija, koristeći fotonaponske solarne ploče za električnu energiju i

[104] http://www.white-desert.com/, (14.3.2018.)

solarne grijače za tuširanje. Osim toga, White Desert je akreditirana tvrtka CarbonNeutral® i kompenzira sve emisije kroz portfelj Carbon projekata za sve letove na Antarktiku i pripadajuću logistiku.

Nulti utjecaj na okoliš podrazumijeva:

- privremeni kamp,
- uklonjen sav otpad,
- obnovljivi izvor energije,
- CarbonNeutral® za cijelokupno iskustvo.

4.2. Primjer "zelenih" hotela u Hrvatskoj

U Hrvatskoj zadnjih godina, prateći trendove u svijetu, sve više raste broj hotela koji se odlučuju na održivo poslovanje i pretvaranje u „zeleni" hotel. U nastavku ovog poglavlja prikazat će se dva primjera, hotel Split u Podstrani te hotel Ilirija u Biogradu koji su među prvima uvidjeli prednost ovakvog poslovanja te su slijedom toga uveli razne tehnološke prednosti u nastojanju ostvarivanja zadanih ciljeva.

4.2.1. Hotel Split u Podstrani[105]

Hotel Split je boutique hotel u obiteljskom vlasništvu, istaknutog dizajna, građen po načelima zelene gradnje, a nalazi se na šljunčanoj plaži u Podstrani, na ulazu u grad Split. Spoj je modernog poslovnog i ugodnog obiteljskog hotela. Izgrađen je 2012. godine i osvojio je brojna priznanja za svoj dizajn, a Londonsko društvo arhitekata ga je svrstalo među najljepše nove građevine u Hrvatskoj. Autori idejnog rješenja poznati su splitski arhitekti Neno Kezić i Srđan Lukšić iz tvrtke Arhipolis.

Hotel Split nosi 4 zvjezdice, kompaktan je i arhitektonski inovativan, a sve projektantske odluke donesene su kako bi se izvukao maksimum učinkovitosti prostora i uštede energije – te želja da baš svaka od soba ima pogled na more i balkon ili terasu. Terasa lobby bara je možda najveći adut hotela, jer obložena refleksnim obojenim staklom u kojem se ogleda horizont, a pogledom u strop može se vidjeti plaža. Otvaranjem staklene stijene između bara i terase

[105] https://hotelsplit.com/hr/, (16.3.2018.)

dobiva se jedinstven prostor s prekrasnim pogledom na morsko plavetnilo. Na krovnoj terasi, s koje se vidi atrij i do koje se dolazi panoramskim liftom, može se uživati u pogledu i bazenu, osobito noću, zahvaljujući LED rasvjeti koja troši malo struje, a daje mogućnost mijenjanja boja. Na vrhu hotela nalazi se Sunset terasa u kojoj gosti mogu uživati za dnevnih i večernjih sati.

Hotel se nalazi na jednoj od plaža po kojima je Podstrana poznata. Plaža hotela je opremljena ležaljkama koje imaju svoja sjenila i suncobranima. U ljeto 2015. godine, osvojila je Bijelu zastavu. Ovaj simbol jamči kvalitetu čistoće plaže i sigurno okruženje za sav morski i podvodni život. Sve plaže koje imaju bijelu zastavu očišćene su od svih toksičnih otpada, kao što su plastika, staklo i metal, od strane GUWAA ronioca. Hotel Split, djelujući lokalno, pomaže u čišćenju, očuvanju i zaštiti mora, jezera i rijeka na globalnoj razini. Nedavno je dobio i oznaku kvalitete "Central Dalmatia Bike & Bed" – Bike Hotel kao savršena lokacija za početak biciklističkog odmora.

Što se tiče "zelenih" obilježja hotel je certificirani objekt energetskog razreda A, te je jedan od prvih hotela A kategorije u Hrvatskoj. Ima rezervoar za skupljanje kišnice koja se koristi za zaljevanje zelenih površina, pranje parkinga, ceste, okoliša i šetnice. Svi priključci za vodu izvan objekta su na istom rezervoaru. Isto tako i praonica rublja, gdje mašine uzimaju toplu vodu koja je ugrijana na sunčevoj energiji i onda se za ispiranje koristi kišnica. Cijeli objekt gotovo polovinu vode koju troši koristi iz obnovljivih izvora. Ima i centralizirano upravljanje klimatizacijom, ventilacijom i rasvjetom te rekuperaciju zraka. Posebno je i to da se kompletna priprema tople vode od 8,000 litara grije pomoću sunčeve energije. Sobe hotela su na zapadu što omogućuje poseban zalazak sunca, a sunce uopće ne ulazi u objekt, barem do 15 sati. Tako se štedi energija hlađenja, na koju se inače najviše troši.

Kante za otpad za recikliranje razmještene su na pogodnim mjestima, sva korištena sredstva za čišćenje su biorazgradiva, a proizvodi za higijenu su pH neutralni i imaju ekološki certifikat. Rasvjeta je projektirana u energetski efikasnoj LED tehnologiji, a u procesu poslovanja koriste se eko i reciklirani materijali. U hotelu je zabranjeno pušenje. U svim sobama instalirane su "Pametne sobe" s ciljem da se smanji potrošnja energije. U gastronomskoj ponudi je hrana iz domaćeg uzgoja i kontroliranog podrijetla. O potrebi ozelenjavanja prostora, osvješćuju se kako zaposlenici tako i gosti hotela.

Hotel Split najprije je dobio certifikat za najveću energetsku klasu kao prvi zeleni hotel u Hrvatskoj. Potom je uključen i u projekt Europske unije nazvan neZEH (Nearly Zero Energy Hotels), "Gotovo nula energetski hoteli", gdje je po pedantnim izračunima potrošene energije zaslužio poziciju među osam najboljih u Europi. U obzir su uzeti svi utjecaji na okoliš pri gradnji objekta na samoj plaži. To je značilo da su svi procesi planiranja, projektiranja i gradnje trebali biti pregledani i prilagođeni. Odlučnost u nalaženju najboljih rješenja dovela je do toga da je bilo potrebno uložiti i više vremena i više novca. U gradnji hotela korištene su i implementirane sve provjerene tehnologije, integrirane u sustav, te donose i do 70 posto uštede energije, ali i jedinstvenu poziciju na tržištu.

4.2.2. Hotel Ilirija u Biogradu[106]

Hotel Ilirija smješten je uz samu obalu mora, tik uz staru gradsku jezgru kraljevskog grada Biograda. Nalazi se u vlasništvu tvrtke Ilirija d.d. Hotel je kategoriziran sa 4 zvjezdice, kapaciteta 158 soba i 7 apartmana, ukupno 355 kreveta. Okružen je prekrasnom prirodom, morem i borovom šumom, kao i brojnim sadržajima. O kvaliteti mora i hoteli pripadajućih plaža govori i Plava zastava koja krasi sve obližnje plaže.
Ilirija ima jasno definiranu politiku upravljanja okolišem kao temeljni dokument, u kojem su definirani ciljevi na području zaštite okoliša, koja se provodi sustavno, odgovorno i održivo. Implementacija politike zaštite okoliša omogućila je da se jedne strane optimalno smanjuju negativni efekti turističke djelatnosti na okoliš i prirodu, a s druge strane da se kvalitetno, odgovorno i održivo upravlja okolišem i prirodnim resursima u njenom okruženju za sadašnje i buduće generacije.

Kompanija kontinuirano, sustavno i aktivno poduzima i vrši aktivnosti na području zaštite okoliša donošenjem politike upravljanja okolišem, implementacijom i certifikacijom domaćih i međunarodnih sustava i standarda na području zaštite okoliša što je rezultiralo činjenicom da se u 2016. godini nije dogodio niti jedan slučaj onečišćenja odnosno niti jedna akcidentalna situacija koja bi dovela do bilo kakvog ekološkog narušavanja vode, zraka ili tla.

[106] https://ilirijabiograd.com/hotel-ilirija/o-hotelu, (17.3.2018.)

Dostignuti standardi i certifikati na području zaštite okoliša su:

- ISO 14001
- Zeleni ključ
- Ecocamping
- Plava zastava

Kompanija provodi aktivnosti s ciljem razvijanja ekološke osviještenosti o važnosti zaštite okoliša, prema sljedećim skupinama:

- Vlastitim zaposlenicima - svakodnevno se educiraju djelatnici o održivosti i njihovom pridonošenju zaštiti okoliša, tako se kroz rad educiraju o pravilnom rukovanju kemikalijama, štednji vode i pravilnom razvrstavanju otpada. Edukacije se provode na početku svake turističke sezone grupno i pojedinačno. Grupne edukacije se provede i unutar HACCP sustava od strane ovlaštenih certifikacijskih kuća za cijeli Odjel hrane i pića u lipnju tekuće godine,
- Gostima - Značajne su edukacijske aktivnosti usmjerene prema gostima na način da se tijekom boravka na svim zajedničkim javnim mjestima kao i u smještajnim jedinicama, sobama, mobilnim kućicama, sanitarnim čvorovima nalaze obavijesti i kratke info naljepnice o važnosti očuvanja i zaštiti okoliša, racionalnoj upotrebi vode i električne energije,
- Zajednici - Tijekom 2016. godine kompanija je nastavila sa nizom edukativnih aktivnosti na području zaštite okoliša posebno u dijelu promicanja važnosti očuvanja i brige za okoliša u lokalnoj zajednicom

U 2016. godini investirano je 336.231,77 kuna u očuvanje okoliša koje se odnose na dostizanje međunarodnih standarda na području zaštite okoliša, ugradnju štednih perlatora u sektoru hotelijerstva, edukaciju i tehnička unaprijeđenja na području zaštite okoliša. Kao energenti se u objektima kompanije troše električna energija, loživo ulje, ukapljeni naftni plin i prirodni plin odnosno zemni plin. Prelaskom na prirodni plin u objektima gdje je još uvijek u uporabi loživo ulje pokušava se smanjiti ukupna emisija štetnih plinova, u kojima prednjači ugljikov dioksid. Zemni plin je za okoliš najprihvatljivije gorivo. Njegovim sagorijevanjem nastaju znatno manje količine ugljičnog dioksida u usporedbi s ostalim fosilnim gorivima. Na taj način daju svoj doprinos smanjenju klimatskih negativnih utjecaja. Električna energija koja se troši u objektima Ilirije je u potpunosti iz obnovljivih izvora što potvrđuje i HEP-ov

certifikat Zelene energije. Korištenjem energije dobivene iz obnovljivih izvora aktivno sudjeluju u smanjenju emisije CO2.

Za potrebe hlađenja robe/namirnica u djelatnosti ugostiteljstva te za klimatizaciju određenih prostora upotrebljavaju se rashladni odnosno klimatizacijski uređaji koji se redovito servisiraju i održavaju. Ti uređaji koriste radne tvari koje oštećuju ozonski omotač. Ovlašteni serviseri periodički održavaju uređaje, a sukladno propisima odnosno njihovim kontrolama i nadopunama se vode odgovarajući zapisi. U razdoblju izvješavanja nije bilo akcidenata nekontroliranog istjecanja rashladnih plinova. Radne tvari odnosno rashladni mediji koji koriste su: R404A, R410A i 4074.

Zbog održivog poslovanja Ilirija d.d. kroz operativno djelovanje svojih službi, kao i sustavna ulaganja sustavno smanjuje osim emisije stakleničkih plinova, i količinu proizvednog otpada, i povećava nabavu odnosno korištenje ekološki prihvatljivih materijala, a kao jedan od najbitnijih resursa velika se pažnja poklanja smanjenju korištenja pitke vode. U cilju smanjenja potrošnje pitke vode, kao i vode potrebne za održavanje hortikulturnih površina i racionalne upotrebe vode Ilirija je 2014. projektom Kapljica održivosti u hotelima na svim zajedničkim sanitarnim čvorovima postavila štedne perlatore na slavine i tuševe i to na ukupno 700 slavina/tuševa. Naime, štedni perlatori su nastavci koji pomažu pri štednji vode tako da miješaju mlaz vode na slavini/tušu sa zrakom, a da se pri tome ne narušava kvaliteta odnosno komfor korištenja vode. Do kraja 2016. postavljeno je dodatnih 870 komada štednih perlatora u hotelske kapacitete. Za navodnjavanje hortikulturalnih površina u hotelima se od 2013. sustavom kap na kap koristi voda iz vlastite bušotine koja je legalizirana i posjeduje važeći vodopravni akt odnosno dozvolu koja ujedno i ograničava crpljanje iste na 9800 m3 godišnje. Svake godine iscrpi se dozvoljena količina.

Prije ispuštanja u gradsku kanalizaciju sve otpadne vode objekata Ilirije d.d. prolaze predobradu odnosno neku vrstu pročišćavanja. Pri tome se najviše misli na separatore masti/ulja koji su ugrađeni na izlaznim točkama internog kanalizacijskog sustava objekata. Separatori se redovito kontroliraju i čiste putem ovlaštenih tvrtki. Voda se prije ispusta u javni sustav odvodnje ispituje putem ovlaštenog laboratorija čiji analitički izvještaji redovito potvrđuju da ispuštena otpadna voda zadovoljava maksimalne dopuštene koncentacije za takvu vrstu prijemnika.

Politikom zaštite okoliša donešenom unutar sustava upravljanja okolišem, velika se pažnja posvećuje savjesnom gospodarenju otpadom u svim objektima. Svake godine se revidira lista svih proizvedenih vrsta otpada te se po potrebi zbrinjava i neka nova vrsta otpada. Na lokacijama se u potpunosti vodi sva propisana dokumentacija o nastanku i tijeku proizvedenog otpada propisana Zakonom o održivom gospodarenju otpadom i pripadajućim pravilnicima. Tijekom 2016. smanjena je ukupna količina proizvedenog opasnog i neopasnog otpada u tonama za 26% u odnosu na 2015. godinu.

5. ULOGA INFORMACIJSKO KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJA U POSLOVANJU „ZELENIH“ HOTELA U HRVATSKOJ

5.1. Metodologija istraživanja

Primjenom statističkih metoda testira se utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na poslovanje „zelenih“ hotela.

Podaci su prikupljeni primjenom anketnog upitnika kao instrumenta istraživanja. Istraživanje se provelo od 20.siječnja 2018. do 10.ožujka 2018. godine Na službenoj stranici UPUHH-a pronađen je popis od 50 hotela sa „zelenim“ certifikatom u Republici Hrvatskoj. Pregledom njihovih službenih web stranica pronađena je ukupno 121 e-mail adresa na koju je proslijeđen anketni upitnik. Anketni upitnik sadrži 16 pitanja te je na njega odgovorilo ukupno 38 ispitanika. Putem e-mail adresa prikupljeno je 28 odgovora, dok je ostalih 10 provedeno telefonskim putem. Većina ispitanika koji su se odazvali istraživanju su zaposlenici na recepciji hotela koji imaju ispravne informacije o ICT resursima hotela ili zaposlenici ostalih odjela koji su stučnjaci u svom području poslovanja. Za utvrđivanje objektivnih činjenica najčešće su korištena zatvorena pitanja s nabrajanjima. Pitanja zatvorenog tipa sa ponuđenim odgovorima intenziteta kod kojih je korištena diskretna Likertova skala sudova s pet stupnjeva intenziteta korištena su za utvrđivanje stavova ispitanika.

Korištene su metode tabelarnog i grafičkog prikazivanja i metode deskriptivne statistike. Primjenom metoda tabelarnog i grafičkog prikazivanja prikazana je struktura ispitanika prema sociodemograafskim obilježjima, kao i temeljna obilježja hotela.[107] Za testiranje utjecaja informacijsko komunikacijskih tehnologija na poslovanje hotela korišten je Wilocxon signed test za jedan nezavisan uzorak.

Razina utjecaja informacijsko komunikacijskih tehnologija na poslovanje hotela kroz dimenziju performansi, financija, zaposlenika i gostiju prikazana je srednjim vrijednostima i pokazateljima disperzije.

Testiranje se provodi Wilcoxon signed testom za jedan nezavisni uzorak. Opravdanost korištenja ovog neparametrijskog testa proizlazi iz ordinalne mjerne skale razine utjecaja, kao i nezadovoljenja nužnog, ali ne i dovoljnog uvjeta za provođenje parametrijskih testova normalnostti distribucije. Riječ je o neparametrijskoj alternativi T-testu kada nisu zadovoljeni

[107] Pivac, S., (2010.), Statističke metode (e-nastavni material), Ekonomski fakultet Split, Split, str. 29.-51.

preduvjeti za provođenje T-testa gdje se testira je li se dobivena vrijednost statistički značajno razlikuje od neke poznate standardne vrijednosti (teorijske vrijednosti).[108]

Analiza je rađena u statističkom programu SPSS 22. Zaključci su doneseni pri razini signifikantnosti od 5%.

5.2. Rezultati istraživanja

Sociodemografska obilježja

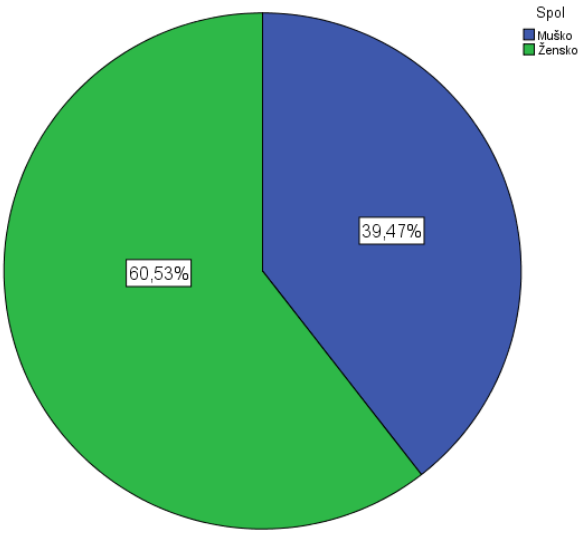
Tablica 2. Distribucija frekvencija spola ispitanika

Spol

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Muško	15	39,5	39,5	39,5
	Žensko	23	60,5	60,5	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autora.

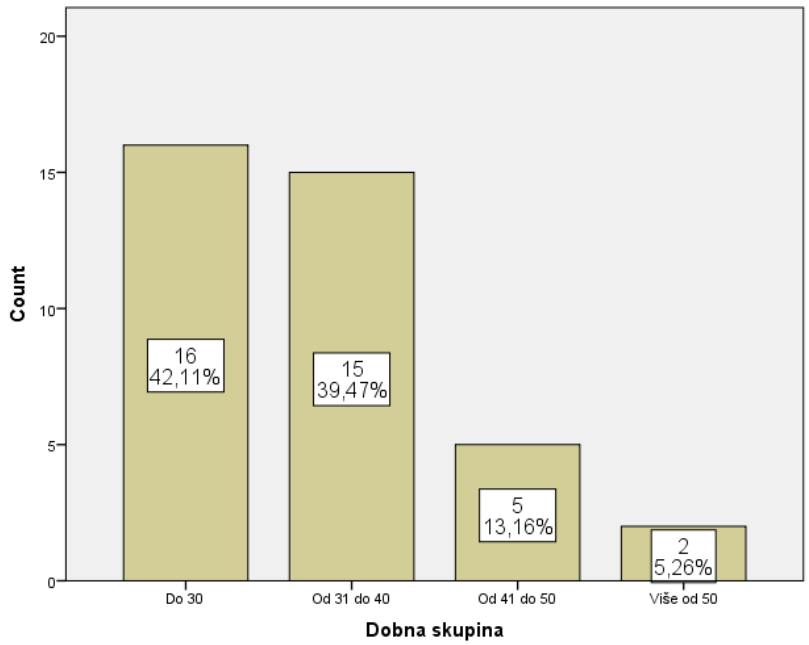
Prema spolu veći broj ispitanika je ženskog spola (60,50%). Struktura je prikazana grafički.



Graf 1. Struktura ispitanika s obzirom na spol
Izvor: Izrada autora. N=38

[108] Wilcoxon One-sample Signed-rank test, IBM Knowledge Center, raspoloživo na: http://www-01.ibm.com/support/docview.wss?uid=swg21478980, (25.3.2018.)

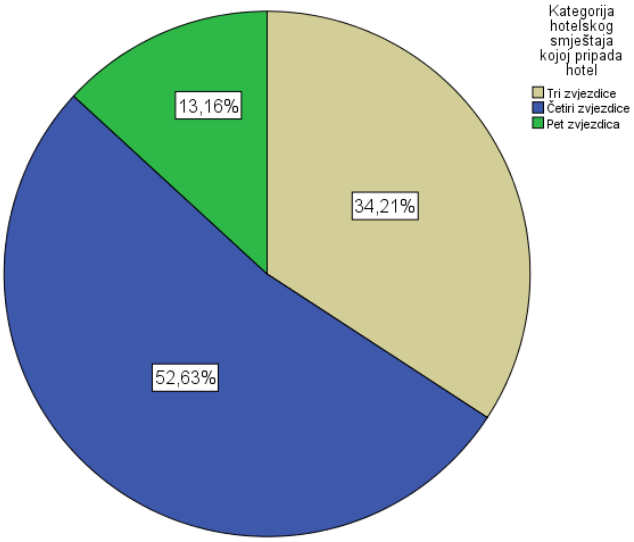
Prema dobnoj skupini ispitanih zaposlenika hotela najveći broj je starosne dobi do 30 godina. Rastom razreda dobne skupine zamjetan je pad broja ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju. Zastupljenost prema starosnoj dobi je prikazana grafički.



Graf 2. Struktura prema dobi ispitanika

Izvor: Izrada autora. N=38

Najveći broj ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju dolazi iz hotela sa 4 zvjezdice (52,6%). Struktura je prikazana grafički.



Graf 3. Struktura ispitanika prema broju zvjezdica hotela u kojem rade

Izvor: Izrada autora. N=38

Prema radnom mjestu u hotelu najveći broj ispitanika su zaposleni na recepciji kao recepcionari (39,5% ispitanika), dok su u najmanjoj mjeri zastupljeni zaposlenici uprave hotela (5,3%).

Tablica 3. Struktura ispitanika prema radnom mjestu

Radno mjesto u hotelu

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Hotelski administrator	2	5,3	5,3	5,3
	Menadžment	4	10,5	10,5	15,8
	Recepcionar	15	39,5	39,5	55,3
	Sektor marketinga i prodaje	5	13,2	13,2	68,4
	Sektor Računovodstva i financija	3	7,9	7,9	76,3
	Šef recepcije	7	18,4	18,4	94,7
	Uprava	2	5,3	5,3	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autora.

Prema zastupljenosti informacijskih tehnologija može se utvrditi da su informacijske tehnologije kod najvećeg broja hotela uzetih u analizu zastupljene u većoj mjeri (50%). Struktura je prikazana i tablično.

Tablica 4. Struktura zastupljenosti informacijskih tehnologija u hotelu

Zastupljenost informacijskih tehnologija u hotelu

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	U manjoj mjeri su zastupljene	4	10,5	10,5	10,5
	U većoj mjeri su zastupljene	19	50,0	50,0	60,5
	U potpunosti su zastupljene	15	39,5	39,5	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autora.

Prema postojanju IT odjela u hotelima može se utvrditi da najveći broj hotela uzetih u analizu (65,8%) ima IT odjel. 7,9% hotela nema i ne planira uvesti IT odjel.

Tablica 5. Postojanje IT-a u hotelu

Postojanje IT odjela u hotelu

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Da	25	65,8	65,8	65,8
	Hotel umjesto vlastitog IT koristi vanjsko osoblje (poduzeće, outsourcing)	2	5,3	5,3	71,1
	Ne, ali planira ga uvesti	8	21,1	21,1	92,1
	Ne, i ne planira ga uvesti	3	7,9	7,9	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autora.

Veći broj promatranih hotela ima posebne software kojima se prate ciljevi održivog poslovanja hotela (63,2%).

Tablica 6. Korištenje posebnih softvera za praćenje održivog poslovanja hotela

Korištenje posebnih softwera za praćenje ciljeva održivog poslovanja hotela

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Da	24	63,2	63,2	63,2
	Ne	14	36,8	36,8	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autora.

Najveći broj ispitanih zaposlenika hotela uzetih u analizu smatra da komunikacijske tehnologije imaju najveći utjecaj na marketing i prodaju (81,6%).

Tablica 7. Utjecaj ICT-a na održivo poslovanje

10. Na koji dio održivog poslovanja informacijsko komunikacijske tehnologije imaju najveći utjecaj?

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Financije i računovodstvo	1	2,6	2,6	2,6
	IT sektor	4	10,5	10,5	13,2
	Marketing i prodaja	31	81,6	81,6	94,7
	Recepcijsko poslovanje	1	2,6	2,6	97,4
	Sektor za upravljanje ljudskim resursima	1	2,6	2,6	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autora.

Ispitanici su imali mogućnost odabira jedne ili više poslovnih aktivnosti hotela koje su podržane informacijsko komunikacijskim tehnologijama.

Svi ispitanici su odabrali poslovnu aktivnost pripreme i smještaja gostiju (100%). Najmanji broj ispitanika (18,42%) je odabrao poslovnu aktivnost odjela jela i pića.

Tablica 8. Poslovne aktivnosti podržane ICT-om

	Broj ispitanika	% odabira
Priprema i smještaj gostiju	38	100,00%
Nabavni odjel	17	44,74%
Odjel jela i pića	7	18,42%
Održavanje hotela	32	84,21%
Pozadinski poslovi	22	57,89%

Izvor: Izrada autora.

Prema kanalima dolaska do gostiju, najveći broj ispitanika je potvrdio da hotel najlakše dolazi do gostiju upotrebom promotivnog kanala oglašavanja na internetu (60,5%).

Tablica 9. Kanali putem kojih hotel najlakše dolazi do gostiju

13. Putem kojeg promotivnog kanala, od dolje navedenih, najlakše dolazite do gostiju zainteresiranih za „zeleni“ hotel?

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Društvene mreže	1	2,6	2,6	2,6
	Mobilne aplikacije	1	2,6	2,6	5,3
	Oglašavanje na internetu	23	60,5	60,5	65,8
	Vlastita web stranica	13	34,2	34,2	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autora.

Najveći broj ispitanika smatra da informacijsko komunikacijske tehnologije utječu na brendiranje „zelenog“ hotela stvaranjem bolje slike i veće prepoznatljivost hotela (odabir 89,47% ispitanika).

Tablica 10. Utjecaj ICT-a na brendiranje hotela

15. Koji su, od dolje navedenih, utjecaji informacijsko komunikacijskih tehnologija na brendiranje Vašeg „zelenog“ hotela?	Broj ispitanika	% odabira
Povećanje broja gostiju	19	50,00%
Bolja slika i veća prepoznatljivost hotela	34	89,47%
Manji troškovi promocije	6	15,79%
Bolja pozicija na tržištu	11	28,95%
Prednost u odnosu na konkurenciju	32	84,21%
Bolja struktura gostiju	15	39,47%

Izvor: Izrada autora.

Održivo tehnološko rješenje koje se najčešće koristi su LED svjetla, flourescentne svjetiljke (89,47% hotela). Eko auta su dostupna kod svega 18,42% promatranih hotela.

Tablica 11. Struktura tehnoloških rješenja za održivo poslovanje

Koje od navedenih tehnoloških rješenja za podršku tkz. "zeleno" (održivo) poslovanje koristite u svome poslovanju?	Broj ispitanika	% odabira
LED svjetla, flourescentne svjetiljke	34	89,47%
Senzori za svjetla	32	84,21%
"Ključ" – kartice	33	86,84%
Solarni sustav ili sustav energije vjetra	22	57,89%
Sustav za racionalno zbrinjavanje otpada	21	55,26%
Razne aplikacije	16	42,11%
Sustavi za recikliranje	24	63,16%
Eco auta	7	18,42%
Ništa od navedenog	0	0,00%
Ostalo _____	0	0,00%

Izvor: Izrada autora.

Tablica 12. Isplativost ulaganja u ICT

17. Na kraju, prema Vašem mišljenju, s obzirom na prednosti i nedostatke utjecaja, smatrate li dugoročno isplativom investiciju u razvoj informacijsko komunikacijske tehnologije „zelenog“ hotela?

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Djelomično smatram	14	36,8	36,8	36,8
	Smatram u potunosti	24	63,2	63,2	100,0
	Total	38	100,0	100,0	

Izvor: Izrada autora.

Najveći broj ispitanih djelatnika hotela smatra da je investicija u razvoj informacijsko komunikacijske tehnologije „zelenog“ hotela dugoročno isplativa (63,2%). Niti jedan ispitanik ne smatra navedeno ulaganje neisplativim.

5.3. Istraživačke hipoteze

U okviru postavljenog problema i predmeta istraživanja postavlja se glavna radna istraživačka hipoteza koja će nakon provebe istraživanja biti dokazana ili opovrgnuta. Njome će se pokušati utvrditi veza informacijsko komunikacijskih tehnologija i održivog poslovanja „zelenih“ hotela. Glavna hipoteza glasi:

H1: Informacijsko komunikacijske tehnologije doprinose poslovanju „zelenih“ hotela u skladu s ciljevima održivog razvoja

Postavljenom hipotezom istražit će se postojanje statistički značajne veze između informacijsko komunikacijskih tehnologija i „zelenih“ hotela koji su orijentirani društveno odgovornom poslovanju. Objasnit će se u kojoj mjeri i na koji način one utječu na ostvarenje određenih kriterija koje „zeleni“ hoteli nastoje ostvariti u cilju efikasnijeg društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja turizma.

Ispitanici su ocjenama od 1 do 5 ocjenjivali utjecaj informacijskih tehnologija na performanse hotelskog poslovanja gdje vrijednosti imaju sljedeća značenja:

1 - u potpunosti se ne slažem,
2 - ne slažem se,
3 - niti se slažem niti se ne slažem,
4 - slažem se, i
5 - u potpunosti se slažem.

Tablica 13. Utjecaj informacijskih tehnologija na performanse hotela

	N	Prosječna vrijednost	Medijan	Mod	St. dev.	IQR	
						Q1	Q3
[Primjenom ICT-a smanjuju se troškovi što utječe na financije hotelskog poslovanja]	38	4,11	4,00	4,00	0,83	3,75	5,00
[Korištenjem ICT-a jednostavnije se dolazi do novih gostiju, privlače se ciljano gosti orijentirani „zelenom“ turizmu, gradi se lojalnost gostiju]	38	4,42	5,00	5,00	0,72	4,00	5,00
[ICT omogućuje brži probitak na nova tržišta]	38	4,24	4,00	4a	0,786	4,00	5,00
[Implementacija ICT-a među zaposlenicima hotela čini poslovnu suradnju uspješnijom]	38	4,11	4,00	4,00	0,73	4,00	5,00
[Korištenje ICT-a u procesu hotelskog poslovanja utječe na efikasnije smanjenje negativnog utjecaja na okoliš]	38	4,03	4,00	4,00	0,75	3,00	5,00
[Primjenom ICT-a utječe se na brendiranje održivog poslovanja, povećava se dodana vrijednost usluge, te time poboljšava imidž hotela]	38	4,39	4,00	4,00	0,60	4,00	5,00
Utjecaj ICT na performanse hotelskog poslovanja	38	4,21	4,00	4,00	0,43	4,00	4,54
a-multimodalna distribucija, iskazana manja vrijednost							

Izvor: Izrada autora.

Najveći stupanj slaganja utvrđen je za tvrdnju da se Korištenjem ICT-a jednostavnije dolazi do novih gostiju, privlače se ciljano gosti orijentirani „zelenom“ turizmu, gradi se lojalnost gostiju gdje je utvrđen prosječan stupanj slaganja s tvrdnjom 4,42, dok je najniži stupanj slaganja utvrđen za tvrdnju da Korištenje ICT-a u procesu hotelskog poslovanja utječe na efikasnije smanjenje negativnog utjecaja na okoliš gdje je utvrđen prosječan stupanj slaganja s tvrdnjom 4,03.[109]

Na temelju iskazanih stupnjeva slaganja na tvrdnje o utjecaju informacijsko komunikacijskih tehnlogija na elemente hotelskog poslovanja kreirana je dimenzija koja ukazuje na ukupan utjecaj ICT na performanse hotelskog poslovanja.

Prosječna ukupna razina slaganja s tvrdnjama da ICT utječe na performanse hotelskog poslovanja je 4,21.

[109] Pivac, S., (2010.), Statističke metode (e-nastavni material), Ekonomski fakultet Split, Split, str. 51.-82.

Da se zaposlenici slažu s navedenom može se reći samo ako je ukupna razina slaganja s utjecajem ICT na performanske hotelskog poslovanja veća od indiferentne vrijednosti 3. Navedeno se testira Wilcoxon signed rank testom za jedan uzorak.[110]

Tablica 14. Ukupna razina slaganja s utjecajem ICT-a na performance hotelskog poslovanja

Hypothesis Test Summary

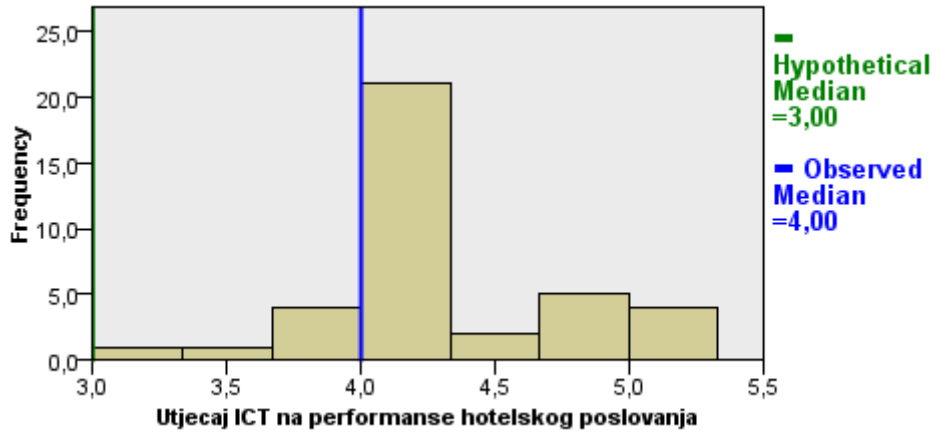
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The median of Utjecaj ICT na performanse hotelskog poslovanja equals 3,00.	One-Sample Wilcoxon Signed Rank Test	,000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Izvor: Izrada autora.

Emprijska p vrijednost <0,001 upućuje na zaključak da je razlika statistički značajna. Razlika je prikazana i grafički.

Graf 4. Grafički prikaz ukupnog slaganja sa utjecajem ICT-a na hotelsko poslovanje



Izvor: Izrada autora.

[110] Mangiafico, S., (2016.), One-sample Wilcoxon Signed-rank Test, Summary and analysis of extension program evaluation in R, Rutgers Cooperative Extension, New Brunswick, str. 209.

Iz grafičkog prikaza se može utvrditi da je srednja vrijednost (medijan) u uzorku jednak 4, što je veće od centralne vrijednosti 3, zbog čega se može donijeti zaključak da je razlika statistički značajna, odnosno da se zaposlenici hotela slažu s tvrdnjama o utjecaju ICT na performanse hotelskog poslovanja.[111]

Ispitanici su ocjenama od 1 do 5 ocijenjivali tvrdnje o utjecaju informacijsko komunikacijskih tehnologija na financije hotelskog poslovanja. Stupanj slaganja s tvrdnjama definiran je na sljedeći način:

1 - u potpunosti se ne slažem,
2 - ne slažem se,
3 - niti se slažem niti se ne slažem,
4 - slažem se, i
5 - u potpunosti se slažem.

Tablica 15. Utjecaj ICT-a na financije hotelskog poslovanja

	N	Prosječna vrijednost	Medijan	Mod	St. dev.	IQR	
						Q1	Q3
[Flourescentne svjetiljke nude istu količinu svjetlosti sa 80% manje energije]	38	3,92	4,00	4,00	0,63	3,75	4,00
[Senzori za automatsko gašenje svjetla smanjuju propuste nepotrebnog trošenja energije]	38	4,42	4,00	4,00	0,50	4,00	5,00
[Izolacije visokih performansi te racionalni sustav grijanja i hlađenja osiguravaju veću uštedu uz jednaki učinak]	38	4,29	4,00	4,00	0,57	4,00	5,00
[Informacijske tehnologije za racionalno održavanje i grijanje bazena omogućuju smanjenje troškova održavanja]	38	3,79	4,00	4,00	0,74	3,00	4,00
[Uvođenje solarnog sustava ili energije vjetra generira energiju iz čistih izvora što znači manji operativni trošak poslovanja]	38	3,89	4,00	4,00	0,73	3,00	4,00
[Korištenjem punjivih baterija koje imaju mogućnost trajanja do 48h u slučaja pada energetskog sustava, sprječava se dodatni, izvanredni trošak poslovanja]	38	4,03	4,00	4,00	0,68	4,00	4,25
[Ugradnjom sustava za racionalno zbrinjavanje štentnog otpada smanjuju se troškovi zbrinjavanja]	38	4,11	4,00	4,00	0,73	4,00	5,00
Utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na financije hotelskog poslovanja	38	4,06	4,00	4,00	0,42	3,86	4,43

Izvor: Izrada autora

[111]Wilcoxon One-sample Signed-rank test, IBM Knowledge Center, raspoloživo na: https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/en/SSLVMB_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.algorithms/alg_nonparametric_onesample_wilcoxon.htm, (28.3.2018.)

Najviša razina slaganja utvrđena je za tvrdnju da Senzori za automatsko gašenje svjetla smanjuju propuste nepotrebnog trošenja energije (prosječna razina slaganja 4,42), dok je najniža razina slaganja utvrđena za tvrdnju da Informacijske tehnologije za racionalno održavanje i grijanje bazena omogućuju smanjenje troškova održavanja (prosječna razina 3,79).[112]

Na temelju tvrdnji kreira se dimenzija ukupne razine utjecaja informacijsko komunikacijskih tehnologija na financije hotela.

Dobivene vrijednosti dimenzije uspoređuju se sa centralnom vrijednosti 3. Za testiranje se koristi Wilcoxon test za jedan uzorak.[113]

Tablica 16. Razina ukupnog utjecaja ICT-a na financije hotela

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The median of Utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na financije hotelskog poslovanja equals 3,00.	One-Sample Wilcoxon Signed Rank Test	,000	Reject the null hypothesis.

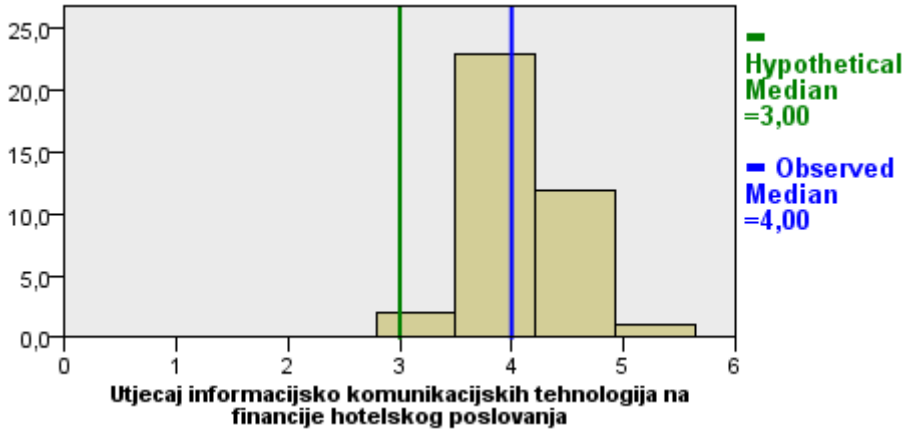
Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Izvor: Izrada autora.

Empirijska p vrijednost <0,001 upućuje na zaključak da je riječ o statistički značajnoj razlici. Razlika je prikazana i grafički.

[112] Pivac, S., (2010.), Statističke metode (e-nastavni material), Ekonomski fakultet Split, Split, str. 51.-82.
[113] Mangiafico, S., (2016.), One-sample Wilcoxon Signed-rank Test, Summary and analysis of extension program evaluation in R, Rutgers Cooperative Extension, New Brunswick, str. 209.

Graf 4. Grafički prikaz ukupnog slaganja sa utjecajem ICT-a na financije hotelskog poslovanja



Izvor: Izrada autora.

Iz grafičkog prikaza se može utvrditi da je srednja vrijednost (medijan) u uzorku jednak 4, što je veće od centralne vrijednosti 3, zbog čega se može donijeti zaključak da je razlika statistički značajna, odnosno da se zaposlenici hotela slažu s tvrdnjama o utjecaju ICT na financije hotelskog poslovanja.[114]

Utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na zaposlenike u hotelskom poslovanju ispitanici su ocjenjivali ocjenama od 1 do 5 na sljedeći način:

1 - u potpunosti se ne slažem,
2 - ne slažem se,
3 - niti se slažem niti se ne slažem,
4 - slažem se, i
5 - u potpunosti se slažem.

[114] Wilcoxon One-sample Signed-rank test, IBM Knowledge Center, raspoloživo na: https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/en/SSLVMB_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.algorithms/alg_nonparametric_onesample_wilcoxon.htm, (29.3.2018.)

Tablica 17. Utjecaj ICT-a na zaposlenike hotela

	N	Prosječna vrijednost	Medijan	Mod	St. dev.	IQR	
						Q1	Q3
[Poticanje zaposlenika na međusobnu komunikaciju elektronskim putem povećava brzinu kolanja informacija te jednostavnije dobivanje istih, a ujedno i smanjuje korištenje papirologije]	38	4,24	4,00	4,00	0,71	4,00	5,00
[Uvođenje aplikacija putem kojih korisnici mogu dobiti najnovije informacije vezane za održivo poslovanje dovodi do kvalitetnijeg i boljeg poslovanja u svakom trenutku]	38	3,97	4,00	3a	0,82	3,00	5,00
[Ugradnja sustava za recikliranje dostupna svim korisnicima daje pozitivan primjer radnog okruženja koje zajedno čini poslovanje održivijim]	38	4,24	4,00	4,00	0,75	4,00	5,00
[Organizacija programa i edukacija za zaposlenike o razvoju informacijsko komunikacijske tehnologije bitne za „zeleni“ hotel vodi do uspješnog poslovanja te kvalitetnijeg kadra]	38	4,29	4,00	4,00	0,57	4,00	5,00
[Korištenje eco auta za zaposlenike, te prijevoz i odvoz gostiju pozitivno utječe na okoliš i smanjenje troškova prijevoza]	38	4,08	4,00	4,00	0,78	4,00	5,00
Utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na zaposlenike u hotelskom poslovanju	38	4,16	4,00	4,00	0,48	3,80	4,60
a-multimodalna distribucija, iskazana manja vrijednost							

Izvor: Izrada autora.

Iz tablice se može utvrditi da najveća razina slaganja utvrđena za tvrdnju da Organizacija programa i edukacija za zaposlenike o razvoju informacijsko komunikacijske tehnologije bitne za „zeleni“ hotel vodi do uspješnog poslovanja te kvalitetnijeg kadra (prosječna vrijednost 4,29), dok je najniža razina slaganja utvrđena za tvrdnju da uvođenje aplikacija putem kojih korisnici mogu dobiti najnovije informacije vezane za održivo poslovanje dovodi do kvalitetnijeg i boljeg poslovanja u svakom trenutku.[115]

Na temelju tvrdnji kreirana je dimenzija utjecaja informacijsko komunikacijskih tehnologija na zaposlenike u hotelskom poslovanju.

Postojanje utjecaja informacijsko komunikacijskih tehnologija na zaposlenike u hotelskom poslovanju testira se Wilcoxon signed testa za jedan uzorak.[116]

[115] Pivac, S., (2010.), Statističke metode (e-nastavni material), Ekonomski fakultet Split, Split, str. 51.-82.
[116] Mangiafico, S., (2016.), One-sample Wilcoxon Signed-rank Test, Summary and analysis of extension program evaluation in R, Rutgers Cooperative Extension, New Brunswick, str. 209.

Tablica 18. Razina ukupnog utjecaja ICT-a na zaposlenike hotela

Hypothesis Test Summary

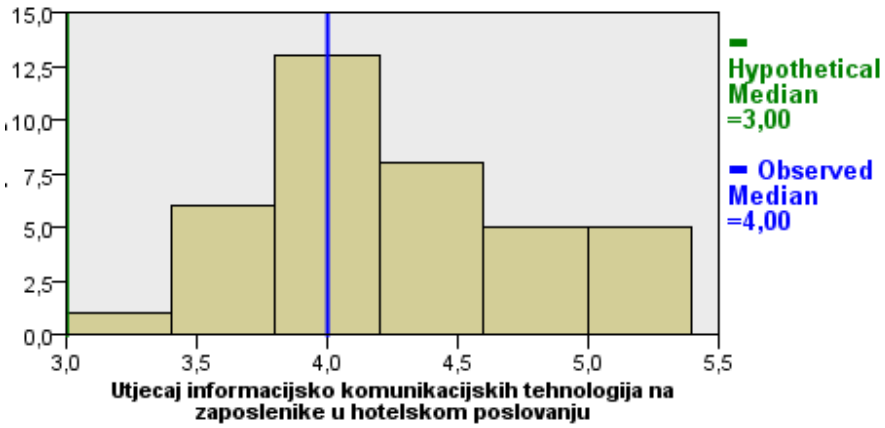
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The median of Utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na zaposlenike u hotelskom poslovanju equals 3,00.	One-Sample Wilcoxon Signed Rank Test	,000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Izvor: Izrada autora.

Empirijska p vrijednost <0,001 upućuje na zaključak da je riječ o statistički značajnoj razlici. Razlika je prikazana i grafički.

Graf 5. Grafički prikaz ukupnog utjecaja ICT-a na financije hotela



Izvor: Izrada autora.

Iz grafičkog prikaza se može utvrditi da je srednja vrijednost (medijan) u uzorku jednak 4, što je veće od centralne vrijednosti 3, zbog čega se može donijeti zaključak da je razlika statistički značajna, odnosno da se zaposlenici hotela slažu s tvrdnjama o utjecaju ICT na zaposlenike u hotelskom poslovanju.[117]

[117] Wilcoxon One-sample Signed-rank test, IBM Knowledge Center, raspoloživo na: https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/en/SSLVMB_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.algorithms/alg_nonparametric_onesample_wilcoxon.htm, (29.3.2018.)

Utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na goste u hotelskom poslovanju ispitanici su ocjenjivali vrijednostima od 1 do 5 na sljedeći način:

1 - u potpunosti se ne slažem,

2 - ne slažem se,

3 - niti se slažem niti se ne slažem,

4 - slažem se, i

5 - u potpunosti se slažem.

Tablica 18. Utjecaj ICT-a na goste hotela

	N	Prosječna vrijednost	Medijan	Mod	St. dev.	IQR	
						Q1	Q3
[Korištenje sustava za brzu prijavu i odjavu bez korištenja papirologije omogućuje gostima jednostavniji pristup i uštedu vremena]	38	4,39	4,50	5,00	0,72	4,00	5,00
[Mogućnost besplatnog parkiranja hibridnih automobila pruža gostima bolju sliku „zelenog“ hotela]	38	4,18	4,00	4,00	0,80	4,00	5,00
[Ponuda eco auta za rent-a-car privlači goste koji vode računa o štetnim utjecajima na okoliš]	38	4,32	4,00	4,00	0,62	4,00	5,00
[Mogućnost besplatnog punjenja automobila 100% zelenim izvorom energije pruža gostima dodanu vrijednost usluge „zelenog“ hotela]	38	4,11	4,00	4,00	0,86	4,00	5,00
[Korištenje“ ključeva-kartica“ osim što omogućuje znatnu uštedu energije, pruža gostima sigurniji i opušteniji boravak]	38	4,21	4,00	4,00	0,74	4,00	5,00
Utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na goste u hotelskom poslovanju	38	4,24	4,20	4,00	0,53	4,00	4,80

Izvor: Izrada autora.

Iz tablice se može utvrditi da je najviša razina slaganja utvrđena za tvrdnju da Korištenje sustava za brzu prijavu i odjavu bez korištenja papirologije omogućuje gostima jednostavniji pristup i uštedu vremena (prosječna vrijednost 4,39), dok je najniža razina slaganja utvrđena za tvrdnju da mogućnost besplatnog punjenja automobila 100% zelenim izvorom energije pruža gostima dodanu vrijednost usluge „zelenog“ hotela (prosjenčna razina slaganja 4,11).[118]

[118] Pivac, S., (2010.), Statističke metode (e-nastavni material), Ekonomski fakultet Split, Split, str. 51.-82.

Ukupna razina utjecaja informacijsko komunikacijskih tehnologija na goste u hotelskom poslovanju dobiva se na temelju tvrdnji o elementima utjecaja informacijsko komunikacijskih tehnologija na goste u hotelskom poslovanju.

Testiranje se provodi Wilcoxon signed testom za jedan nezavisni uzorak.[119]

Tablica 20. Razina ukupnog utjecaja ICT-a na goste hotela

Hypothesis Test Summary

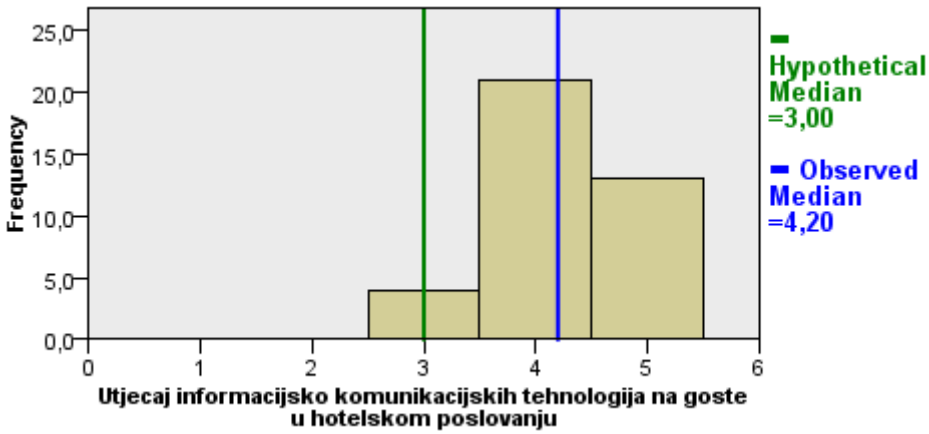
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The median of Utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na goste u hotelskom poslovanju equals 3,00.	One-Sample Wilcoxon Signed Rank Test	,000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Izvor: Izrada autora.

Empirijska p vrijednost <0,001 upućuje na zaključak da je riječ o statistički značajnoj razlici. Razlika je prikazana i grafički.

Graf 6. Grafički prikaz ukupnog utjecaja ICT-a na goste hotela



Izvor: Izrada autora.

Iz grafičkog prikaza se može utvrditi da je srednja vrijednost (medijan) u uzorku jednak 4, što je veće od centralne vrijednosti 3, zbog čega se može donijeti zaključak da je razlika

[119] Mangiafico, S., (2016.), One-sample Wilcoxon Signed-rank Test, Summary and analysis of extension program evaluation in R, Rutgers Cooperative Extension, New Brunswick, str. 209.

statistički značajna, odnosno da se zaposlenici hotela slažu s tvrdnjama o utjecaju ICT na goste u hotelskom poslovanju.[120]

Dakle, utvrđen je utjecaj informacijsko komunikacijskih tehnologija na performanse, financije, zaposlenike, te goste hotela.

Na temelju provedenog istraživanja može se utvrditi da se hipoteza H1 kojom se pretpostavlja da informacijsko komunikacijske tehnologije doprinose poslovanju „zelenih“ hotela u skladu s ciljevima održivog razvoja prihvaća kao istinita.

[120] Wilcoxon One-sample Signed-rank test, IBM Knowledge Center, raspoloživo na: https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/en/SSLVMB_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.algorithms/alg_nonparametric_onesample_wilcoxon.htm, (30.3.2018.)

6. ZAKLJUČAK

Turizam u novije vrijeme predstavlja jednu od najbrže rastućih industrija. Sukladno sve većem rastu, postaje jedan od glavnih izvora prihoda mnogih zemalja. Jedna od najvećih prednosti razvoja turizma je mogućnost veće uključenosti, ulaganja i razvoja lokalnih gospodarstava te decentralizacija. Unatoč mnogim prednostima ekonomskog, socijalnog i društvenog razvoja turizam donosi i negativne posljedice koje se odražavaju na mnoga područja gospodarskog rasta kao što su onečišćenje okoliša, ugrožavanje kulturne baštine, socijalna degradacija.

U uvodnom dijelu ovoga rada kao problem istraživanja naveden je stupanj uključenosti hotelskih poduzeća u održivi razvoj turizma, njihova svijest o učincima poslovanja na okolinu poduzeća i razina spremnosti investiranja u informacijsko komunikacijske tehnologije vezane za poboljšanje održivog poslovanja hotela. Na temelju tog problema istražen je značaj informacijsko komunikacijskih tehnologija u „zelenim“ hotelima, te njihov način utjecaja na društveno odgovorno ponašanje u poslovanju, što ujedno i predstavlja predmet rada. Iz definiranog predmeta i problema rada proizašla je i istraživačka hipoteza koja ispituje doprinos informacijsko komunikacijskih tehnologija u poslovanju „zelenih“ hotela. Postavljeni ciljevi rada, navedeni u uvodu, bili su istražiti razvoj i ciljeve održivog turizma u Republici Hrvatskoj, objasniti značaj društveno odgovornog poslovanja hotela, proučiti uvjete za dobivanje „zelenog“ certfikata, utvrditi važnost i ulogu ICT-a u poslovanju „zelenih“ hotela, analizirati održivi razvoj poslovanja na nekim primjerima domaćih i inozemnih „zelenih“ hotela, te empirijski istražiti ulogu i utjecaj ICT u „zelenim“ hotelima u RH. U teorijskom dijelu rada istražen je razvoj održivog turizma u Republici Hrvatskoj i značaj društveno odgovornog poslovanja. Utvrđena je važnost sve veće uključenosti informacijsko komunikacijskih tehnologija u održivom poslovanju analizom konkretnih primjera nekih domaćih i inozemnih „zelenih“ hotela.

Turizam je kao gospodarska djelatnost ovisan o okolišu i očuvanoj kulturnoj baštini, stoga održivi razvoj treba predstavljati glavnu okosnicu budućeg napretka. Održivi razvoj turizma utječe na sadašnji uspjeh i zadovoljstvo ljudskih potreba uz osiguranje tih istih karakteristika za buduće generacije. U 21. stoljeću zeleno poslovanje nameće se kao bitna odrednica svakog uspješnog poslovanja. Hoteli kao nositelji turističkog lanca, sukladno navedenim promjenama, u svoje poslovanje uvode održive modele obavljanja svakodnevnih zadataka i načina pružanja usluga, radi što većeg smanjenja negativnih utjecaja koje prouzrokuju svojim

djelovanjem. Na taj način, osim što svoje poslovanje čine boljim i uspješnijim, potiču i svoje goste na mijenjanje životnih navika, ukazuju na važnost ekoloških karakteristika pri odabiru smještaja, pružaju im zadovoljstvo radeći za dobrobit zajednice. Time gosti stečene navike prenose na ostala područja što hotelsku industriju ujedno čini i posrednikom za dobrobit očuvanja okoliša i čovječanstva.

„Zeleni" hoteli uvrštavanjem „zelenih" standarda u svoju poslovnu strategiju, ne samo da smanjuju svoje troškove i povećavaju profit, nego daju dodatnu vrijednost i kvalitetu hotelu što ih diferencira u odnosu na ostale hotele te pruža bolju poziciju na tržištu. Bez suvremenih informacijsko komunikacijskih tehnologija ostvarivanje tih standarda bilo bi vrlo teško ili gotovo nemoguće postići. Tehnologija je danas ključ uspješnog poslovanja i odnosa prema gostima. Sve tehnologije koje se koriste u hotelu moraju biti istodobno usklađene. Svi instalirani sustavi moraju međusobno komunicirati, biti umreženi kroz jednu integrirajuću platformu koja će povezati sve sustave, uređaje i sve usluge koje hotel pruža da bi ih se moglo bolje nadzirati i analizirati te prikupljati podatke koji će rezultirati boljim poslovnim odlukama, većom produktivnošću osoblja i ukupnom operativnom izvrsnošću. U brojnim hotelskim lancima u svijetu kao što su Hilton, Sheraton, Westin, Four Seasons, itd., koriste se integrirana rješenja koja dokazano snižavaju potrošnju energije, vode, smanjuju emisiju ugljičnog dioksida i štede novac koji hotel onda naknadno ulaže u nove sadržaje.

Kao što je navedeno u radu, unatoč brojnim ljepotama kojim Republika Hrvatska obiluje, održivi turizam još uvijek nije dovoljno razvijen. Potrebno je još mnogo ulaganja u infrastrukturu i budući razvitak, omogućavanje edukacija za građane i sve dionike turističkog lanca, buđenje svijesti važnih sudionika da bez održivog razvoja nema ni budućeg dugoročnog napretka. 2013. godine donešena je Strategija o razvoju turizma do 2020. godine iz koje je vidljivo da do sada mnogi uvjeti i ciljevi još uvijek nisu ispunjeni. Ipak, ima i pozitivnih primjera kao što su Hotel Split i Hotel Ilirija, prethodno navedeni u radu.

U empirijskom dijelu rada prihvaćena je hipoteza H1 kao istinita odnosno, utvrđeno je da većina „zelenih" hotela obuhvaćenih anketnim istraživanjem smatra informacijsko komunikacijske tehnologije veoma utjecajne na poslovanje, financije, zaposlenike i goste hotela, te da doprinose sveukupnom poslovanju hotela. U istraživanju je također vidljivo da su kod većine ispitanika informacijsko komunikacijske tehnologije zastupljene u većoj mjeri, te da većina ima vlastiti IT odjel i posebne software za praćenje održivog poslovanja. U odnosu na sektore poslovanja, ispitanici smatraju da ICT ima najviše utjecaja na sektor marketinga i

prodaje, te da najviše doprinose u organizaciji pripreme i smještaja gostiju. Utvrđen je i značajan utjecaj na brendiranje „zelenog“ hotela putem stvaranja bolje slike i veće prepoznatljivosti hotela, te dugoročna isplativost investiranja u razvoj informacijsko komunikacijske tehnologije poslovanja.

No, moramo naglasiti da ograničenje ovog istraživanja predstavlja mali uzorak, te vremensko i proračunsko ograničenje koje je istraživanje uskratilo u smislu uzorka, metoda i područja istraživanja. Ovo se istraživanje može proširiti na način da se ispita veći broj hotela, te da se ispitaju zaposlenici koji donose odluke o implementaciji i razvoju informacijskih tehnologija hotela. Stoga bi se moglo reći da ovo istraživanje može preddstavljati pilot studiju koja bi se zasigurno mogla proširiti na način da se ispituju samo voditelji informacijsko komunikacijskog odjela i ostalih odjela poslovanja koje utječu na daljnji razvoj održivog poslovanja kako bi se dobio što opsežniji uvid u njihove stavove. U skladu s tim, odgovori na anketna pitanja bi najvjerojatnije bili drugačiji, što bi utjecalo na reprezentativnije ukupne rezultate istraživanja. No, bez obzira na navedeno ograničenje, provedeno istraživanje zasigurno može dati jasan uvid u percepciju važnosti razvoja informacijsko komunikacijskih tehnologija i njihovog doprinosa u poslovanju „zelenih“ hotela u skladu s ciljevima održivog razvoja.

Republika Hrvatska bi u budućnosti raznim poticajima trebala omogućiti hotelijerima veća ulaganja u ICT, što automatski utječe na smanjenje negativnih učinaka na okoliš, poboljšava klimu i sveukupni imidž kao destinacije. Navedeni zaključci u radu mogu doprinjeti radnoj praksi kao podloga za daljnja istraživanja, te motivacija hotelima za ulaganja u ICT u nadi što uspješnijeg poslovanja u skladu s ciljevima održivog razvoja turizma radi dobrobiti cijelokupnog čovječanstva. Doprinos ovoga rada za akademsku zajednicu predstavlja uvid u „zeleno“ poslovanje hotela u Republici Hrvatskoj te postojanje podloge za daljnja znanstvena istraživanja održivog razvoja turizma u hotelijerstvu.

Na kraju, ovim radom nastoji se ukazati važnost napretka održivog poslovnja u svim sferama ljudskog djelovanja, te probuditi svijest o potrebi korištenja inovativnih informacijsko komunikacijskih tehnologija koje omogućuju lakši, ubrzaniji i bolji pristup „zelenom“ poslovanju. Slijedom raznih ekoloških katastrofa proteklih godina prouzrokovanih neekološkim poslovanjem u želji za što bržim i većim profitom, svjesni smo činjenice da održivi razvoj više ne predstavlja opciju, nego nužnost budućeg razvoja, ne samo Republike Hrvatske nego i cijeloga svijeta.

LITERATURA

1. Alexander, S., (2002.), Green hotels: Opportunities and resources for success, Zero Waste Alliance, Portland
2. Ali, A., Frew, A., (2013), Information and communication technologies for sustainable tourism, Routledge, New York
3. Bačun,D., Matešić, M., Omazić, M.A., (2012.), Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb
4. Bašić, I., (2015.), Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma u 21. stoljeću, Prostorno planiranje kao čimbenik razvoja u županijama, Zbornik radova, Zagreb
5. Berisha, M., (2013.), Information systems usage in business and management, Business science reference, Hershey
6. Berisha, M., Konxheli, D., (2012.), Information technology as a factor of creating and developing of competitive advantages of businesses, Siparunton, Vol.1, No.2
7. Boban, M., Babić, A., (2014.), Utjecaj internetskih tehnologija na gospodarski rast, poslovni rezultat i stopu rasta profita poduzeća u Republici Hrvatskoj, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, No.1-2
8. Bučar, K., Škorić, S., Prebežec, D., (2010.), Pravila ponašanja u turizmu i njihov utjecaj na održivi turizam, Acta turistica, Vol.22 No.2
9. Buhalis, D., Law, R., (2008.), Twenty years on and 10 years after the Internet: The state of eTourism research, Tourism Management, 29/4
10. Carić, H., (2006.), Planirnje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom naslijeđu, Institut za turizam, Zagreb
11. Čavlek, N., Matečić, I., Ferjanić Hodak, D., (2010.), Pokretači inovacija u turizmu: neki teoretski i praktični aspekti, Acta turistica, Zagreb
12. Črnjar, M., Ekonomika i politika zaštite okoliša, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka , 2002
13. Ćorluka, G., (2018.), Rast hrvatskog turizma nije popraćen razvojem, krajnje je vrijeme za promjene, raspoloživo na: http://hrturizam.hr/rast-hrvatskog-turizma-nije-popracen-razvojem-krajnje-je-vrijeme-za-promjene/
14. Delija-Ružić, V., (2017.), Izvješće o provedbi politike i mjera za smanjenje emisija i povećanje odliva stakleničkih plinova, Hrvatska agencija za okoliš i prirodu, Zagreb

15. Dobrota, A., (2015.), Održivi turizam – Što to zapravo znači?, raspoloživo na: http://www.apartmanija.hr/zajednica/aktualno/odrzivi-turizam
16. Drljača, M., (2012.), Koncept održivog razvoja i sustav upravljanja, Međunarodni skup Nedelja kvaliteta, Vol 1, Br. 1-2, FQCE-Fondacija za kulturu kvaliteta i izvrsnost, Beograd
17. Dvanaest ciljeva održivog turizma, raspoloživo na: http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534&pregled=1&gadatum=12.02.2016%2011:12:34
18. Eco-Management and Audit Scheme, raspoloživo na: http://emas.azo.hr/
19. EU Ecolabel – sufinanciranje znakazaštite okoliša Europske unije, (2015.), raspoloživo na: http://profitiraj.hr/eu-ecolabel-sufinanciranje-znaka-zastite-okolisa-europske-unije/
20. Fien, J., Calder, M., White, C., (2010.), Sustainable tourism, raspoloživo na: http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_c/mod16.html
21. Garača, Ž., (2005.), Informatičke tehnologije, Ekonomski fakultet Split, Split
22. Garbin Praničević, D., Pivčević, S., Garača, Ž., (2010.), Razvijenost informacijskih sustavavelikih hotelskih poduzeća u Hrvatskoj, Acta Turistica Nova, Vol.4, No.2
23. Gavranović, A. (2017.), Međunarodna godina održivog turizma- katalizator pozitivnih promjena u poimanju turizma, raspoloživo na: http://www.businessin.hr/izvan-okvira-kolumne/1826-medunarodna-godina-odrzivoga-turizma-katalizator-pozitivnih-promjena-u-poimanju-turizma
24. Glavočević, A., Radman Peša, A., (2013.), Društveno odgovorno poslovanje i CRM, Oeconomica Jadertina
25. Golja, T., (2009.), Percepcija menadžera o važnosti implementacije načela održivog razvoja u poslovne strategije hotelskih poduzeća – slučaj velikih hotelskih poduzeća u Istri, Ekonomska misao i praksa, Dubrovnik
26. Heesup, H., Yunhi, K., (2010.), An investigation of green hotel customers decision formation, International Journal of Hospitality Manaement, Elsevier
27. Horvatić, A., Bačić, L., (2013.), Nove tehnologije kao promotori turizma i gastronomske ponude Hrvatske, Učenje za poduzetništvo, Zagreb, Vol.13 Nr.1
28. Hotel Split, raspoloživo na: https://hotelsplit.com/hr/
29. Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, raspoloživo na: https://www.hrpsor.hr/admin/uploads/article/files/zbornikweb_optimiziran.pdf
30. Hotel Ilirija, raspoloživo na. https://ilirijabiograd.com/hotel-ilirija/o-hotelu

31. Kliček, B., (2018.), eTurizam u svijetu i Hrvatskoj, raspoloživo na: http://www.infotrend.hr/clanak/2008/5/eturizam-u-svijetu-i-hrvatskoj,12,288.html%20
32. Mangiafico, S., (2016.), One-sample Wilcoxon Signed-rank Test, Summary and analysis of extension program evaluation in R, Rutgers Cooperative Extension, New Brunswick
33. Making tourism more sustainable – a guide for policy makers, (2005.), UNEP, UNWTO, str. 11-12, raspoloživo na: http://sdt.unwto.org/content/about-us-5
34. Masmedia.hr, (2007.), Vode u turističim objektima, raspoloživo na: http://www.gradimo.hr/clanak/vode-u-turistickim-objektima/21035
35. Meleisea, E., (2007.), The UNESCO ICT in education programme, UNESCO, Bangkok
36. Mihajlović, I., (2013.), Dinamika utjecaja novih trendova u turizmu primjenom ict-a i posljedice transformacijskih procesa na poslovanje turističkih agencija, Poslovna izvrsnost, Zagreb
37. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, U Hrvatskoj trenutno 41 hotel ima 'zeleni' certifikat, raspoloživo na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=22827
38. Najev, A., (2014.), Održivi turizam – "Zelene prakse" u hotelijerstvu, diplomski rad
39. Narodne Novine, (2016.), Pravilnik o znaku zaštite okoliša „Prijatelj okoliša“, Narodne novine d.d., Zagreb, broj 91
40. Oznaka Sustainable hotel, (2014.), raspoloživo na: http://svijet-kvalitete.com/fivk1d_ahos/2507.html
41. Hotel Palo Santo, raspoloživo na. http://www.palosantohotel.com/
42. Pavić-Rogošić, L., (2015.), Globalni ciljevi održivog razvoja do 2030., ODRAZ – Održivi razvoj zajednice, Zagreb
43. Pavlić, M., (2009.), Informacijski sustavi, Odjel za informatiku, Sveučilište u Rijeci, Rijeka
44. Peršić, M., (2007.), Partnerstvo i eko-bilanca turističke destinacije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija
45. Peršić-Živadinov, I. (2009.), The environmental and economic impact of sustainable hotels, Ekonomska istraživanja, Vol.22, No.2
46. Petričević, T., Društveno odgovorno poslovanje i društvenopoduzetnički pothvati u turizmu, British council Hrvatska
47. Petrić, L., (1999.), Eko-hotel : u prilog strategiji održivog razvitka turizma, Tourism and hospitality management, Ekonomski fakultet Split, Split

48. Pivac, S., (2010.), Statističke metode (e-nastavni material), Ekonomski fakultet Split, Split
49. Projekt "Zeleno poslovanje u hotelijerstvu" udruge poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske, raspoloživo na: http://www.upuhh.hr/hr/projekti/zeleno-odrzivo-poslovanje/odrzivi-hoteli/item/27-projekt-zeleno-poslovanje-u-hotelijerstvu-udruge-poslodavaca-u-hotelijerstvu-hrvatske
50. Radić Lakoš, T. (2009.), Norma ISO 14000 u hrvatskim hotelima , Veleučilište u Šibeniku
51. Rayman–Bacchaus, L., Molina, A. (2001). Interrnet-based tourism services: business issues and trends, Futures, Vol.33, No.7
52. Rihelj, G., (2017.), Vjeran Piršić, Eko Kvarner, raspoloživo na: http://hrturizam.hr/odrzivi-turizam-mit-ili-realna-sansa-za-opstanak-hrvatskog-turizma/
53. Shanker, D., (2008.), ICT and Tourism: Challenges and Opportunities, raspoloživo na: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.588.2864&rep=rep1&type=pdf
54. Srića, V., Spremić, M., (2000.), Informacijskom tehnologijom do poslovnog uspjeha, Sinergija, Zagreb
55. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Vlada Republike Hrvatske, Zagreb, (2013.), str.9., raspoloživo na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf
56. Sunara, Ž., Jeličić, S., Petrović, M., (2013.), Održivi turizam kao konkurentska prednost Republike Hrvatske, Zbornik radovaMeđimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol.4 No.1
57. Šimleša, D., (2010.), Ekološki otisak-Kako je razvoj zgazio održivost, Biblioteka Novi pokreti, Zagreb
58. Štofanić, M., (2004.), Sociološki aspekti turizma, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
59. Travelife, raspoloživo na: https://www.travelife.info/index_new.php?menu=about_travelife&lang=hr
60. Turban, E., King, D., McKay, J., Marshall, P., Lee, J., and Viehland, D., (2008.), Electronic Commerce: A Managerial Perspective, Prentice Hall, Pearson Education

61. UPUHH, Sustainable hotel & Spa by UPUHH – recertificiranje, raspoloživo na: http://www.upuhh.hr/hr/vijesti/upuhh-vijesti/item/217-sustainable-hotel-spa-by-upuhh-recertificiranje
62. ViVood landscape hotel, raspoloživo na: https://www.vivood.com/en/
63. Vrdoljak Raguž, I., (2014.), Društveno odgovorno poslovanje i hrvatska gospodarska praksa, Oeconomica Jadertina, Vol.4, No.1
64. Zelenika, R., (2000.) Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog dijela. Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka
65. Zelenka, J. (2009): Information and communication technologies in tourism – influence, dynamics, trends, E+M Ekonomie a management
66. Whichiway kamp, raspoloživo na: http://www.white-desert.com/
67. Wikipedia, Cradle to cradle design, raspoloživo na: https://en.wikipedia.org/wiki/Cradle-to-cradle_design
68. Wilcoxon One Sample test, raspoloživo na: http://www-01.ibm.com/support/docview.wss?uid=swg21478980, https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/en/SSLVMB_22.0.0/com.ibm.spss.statistics.algorithms/alg_nonparametric_onesample_wilcoxon.htm

POPIS SLIKA

Slika 1. Logo Travelife-a
Slika 2. Logo EMASA
Slika 3. Logo Ecolabela
Slika 4. Logo Sustainable hotel
Slika 5. Logo Prijatelj okoliša

POPIS TABLICA

Tablica 1: Sažetak alata temeljenih na ICT tehnologiji i upotrebi za održivi razvoj turizma
Tablica 2: Distribucija frekvencija spola ispitanika
Tablica 3: Struktura ispitanika prema radnom mjestu
Tablica 4: Struktura zastupljenosti informacijskih tehnologija u hotelu
Tablica 5: Postojanje IT-a u hotelu
Tablica 6: Korištenje posebnih softvera za praćenje održivog poslovanja hotela
Tablica 7: Utjecaj ICT-a na održivo poslovanje
Tablica 8: Poslovne aktivnosti podržane ICT-om
Tablica 9: Kanali putem kojih hotel najlakše dolazi do gostiju
Tablica 10: Utjecaj ICT-a na brendiranje hotela
Tablica 11: Struktura tehnoloških rješenja za održivo poslovanje
Tablica 12: Isplativost ulaganja u ICT
Tablica 13: Utjecaj informacijskih tehnologija na performanse hotela
Tablica 14: Ukupna razina slaganja s utjecajem ICT-a na performance hotelskog poslovanja
Tablica 15: Utjecaj ICT-a na financije hotelskog poslovanja
Tablica 16: Razina ukupnog utjecaja ICT-a na financije hotela
Tablica 17: Utjecaj ICT-a na zaposlenike hotela
Tablica 18: Razina ukupnog utjecaja ICT-a na zaposlenike hotela
Tablica 19: Utjecaj ICT-a na goste hotela
Tablica 20: Razina ukupnog utjecaja ICT-a na goste hotela

SAŽETAK

Turizam, koji želi biti održiv i uspješan na dugi rok, mora u svom planiranju i razvoju uvažavati osnovne principe održivog razvoja i odgovornog turizma, pri čemu vrlo često može doći do konflikta između ekonomske i društvene perspektive razvoja turizma i razvoja turizma iz perspektive okoliša. U hotelskom poslovanju zadnjih godina sve više raste ekološki trend poslovanja tzv. „zeleni“ hoteli. Oni se ističu primjenom inovativnih metoda odgovornog načina gradnje i upravljanja, smanjenom potrošnjom energije, vode i emisije ugljikovog dioksida. U ovom radu prikazana je uloga informacijsko komunikacijskih tehnologija u poslovanju „zelenih“ hotela u Republici Hrvatskoj. U skladu s rezultatima istraživanja, prihvaća se hipoteza, što znači da infrmacijsko komunikacijske tehnologije doprinose poslovanju „zelenih“ hotela u skladu s ciljevima održivog razvoja.

Ključne riječi: održivi razvoj, turizam, informacijsko komunikacijske tehnologije.

SUMMARY

Tourism, which aims to be sustainable and long-term successful, must respect the basic principles of sustainable development and responsible tourism in its planning and development, where the conflict between the economic and social perspective of tourism development and the development of tourism from the perspective of the environment can very often arise. In the hotel business, the ecological trend of business is increasing in the last few years, known as "green" hotels. They emphasize the use of innovative methods of responsible construction and management, reduced energy consumption, water and carbon dioxide emissions. This paper presents the role of information communication technologies in the business of "green" hotels in Croatia. According to the results of the research, hypothesis is accepted, which means that information communication technologies contribute to the business of "green" hotels in line with the goals of sustainable development.

Key words: sustainable development, tourism, information communication technology.

PRILOG – ANKETNI UPITNIK

Poštovani,

Provodim istraživanje na temu – „ULOGA INFORMACIJSKO KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJA U POSLOVANJU „ZELENIH“ HOTELA U HRVATSKOJ“. Ovo istraživanje se provodi u svrhu pisanja diplomskog rada na Ekonomskom fakultetu u Splitu, te će se Vaši odgovori koristiti isključivo u svrhu dobivanja informacija potrebnih za pisanje istog.

Anketa je u potpunosti anonimna.

Zahvaljujem Vam na vremenu koje ćete utrošiti na ispunjavanje ovog anketnog upitnika, jer bez Vaše pomoći moje istraživanje za diplomski rad ne bi bilo mogiće provesti.

1. Spol?

- Muško
- Žensko

2. Dob?

- Do 30 godina
- Od 31 do 40 godina
- Od 41 do 50 godina
- Više od 50 godina

3. Kojoj kategoriji hotelskog smještaja pripada Vaš hotel?

- Tri zvjezdice
- Četiri zvjezdice
- Pet zvjezdica

4. Radno mjesto u hotelu?

- Uprava hotela
- Menadžment
- Sektor financija i računovodstva
- Šef recepcije
- Recepcionar
- Hotelski administrator
- Sektor marketinga i prodaje

- Ostalo

5. Koliko su zastupljene informacijske tehnologije u Vašem hotelu?

- Uopće nisu zastupljene
- U manjoj mjeri su zastupljene
- U većoj mjeri su zastupljene
- U potpunosti su zastupljene

6. Ima li Vaš hotel vlastit IT odjel?

- Da
- Ne, ali planira ga uvesti
- Ne, i ne planira ga uvesti
- Hotel umjesto vlastitog IT odjela koristi vanjsko osoblje (poduzeće, outsourcing)

7. Koristite li posebne softwere za praćenje ciljeva održivog poslovanja Vašeg hotela?

- Da
- Ne

8. Označite poslovne aktivnosti Vašeg hotela koje su podržane informacijsko komunikacijskim tehnologijama?

- Priprema i smještaj gostiju
- Nabavni odjel
- Odjel jela i pića
- Održavanje hotela
- Pozadinski poslovi

9. Ocjenom od 1 do 5 ocijenite tvrdnje utjecaja informacijskih tehnologija na performanse hotelskog poslovanja (1- u potpunosti se ne slažem, 2- ne slažem se, 3-niti se slažem niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem)

TVRDNJE	STUPANJ SLAGANJA S TVRDNJOM
Primjenom ICT-a smanjuju se troškovi što utječe na financije hotelskog poslovanja	1 2 3 4 5
Korištenjem ICT-a jednostavnije se dolazi do novih gostiju, privlače se ciljano gosti orijentirani „zelenom“ turizmu, gradi se lojalnost gostiju	1 2 3 4 5
ICT omogućuje brži probitak na nova tržišta	1 2 3 4 5
Implementacija ICT-a među zaposlenicima hotela čini poslovnu suradnju uspješnijom	1 2 3 4 5
Korištenje ICT-a u procesu hotelskog poslovanja utječe na efikasnije smanjenje negativnog utjecaja na okoliš	1 2 3 4 5
Primjenom ICT-a utječe se na brendiranje održivog poslovanja, povećava se dodana vrijednost usluge, te time poboljšava imidž hotela	1 2 3 4 5

10. Na koji dio održivog poslovanja informacijsko komunikacijske tehnologije imaju najveći utjecaj?

- Financije i računovodstvo
- Marketing i prodaja
- Sektor za upravljanje ljudskim resursima
- IT sektor
- Recepcijsko poslovanje
- Restoran i kuhinja

11. Ocjenom od 1 do 5 ocijenite tvrdnje utjecaja informacijsko komunikacijskih tehnologija na financije hotelskog poslovanja (1- u potpunosti se ne slažem, 2- ne slažem se, 3-niti se slažem niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem)

TVRDNJE	STUPANJ SLAGANJA S TVRDNJOM
Flourescentne svjetiljke nude istu količinu svjetlosti sa 80% manje energije	1 2 3 4 5
Senzori za automatsko gašenje svjetla	1 2 3 4 5

smanjuju propuste nepotrebnog trošenja energije	
Izolacije visokih performansi te racionalni sustav grijanja i hlađenja osiguravaju veću uštedu uz jednaki učinak	1 2 3 4 5
Informacijske tehnologije za racionalno održavanje i grijanje bazena omogućuju smanjenje troškova održavanja	1 2 3 4 5
Uvođenje solarnog sustava ili energije vjetra generira energiju iz čistih izvora što znači manji operativni trošak poslovanja	1 2 3 4 5
Korištenjem punjivih baterija koje imaju mogućnost trajanja do 48h u slučaja pada energetskog sustava, sprječava se dodatni, izvanredni trošak poslovanja	1 2 3 4 5
Ugradnjom sustava za racionalno zbrinjavanje štentnog otpada smanjuju se troškovi zbrinjavanja	1 2 3 4 5

12. Ocjenom od 1 do 5 ocijenite tvrdnje utjecaja informacijsko komunikacijskih tehnologija na zaposlenike u hotelskom poslovanju (1- u potpunosti se ne slažem, 2- ne slažem se, 3-niti se slažem niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem)

TVRDNJE	STUPANJ SLAGANJA S TVRDNJOM
Poticanje zaposlenika na međusobnu komunikaciju elektronskim putem povećava brzinu kolanja informacija te jednostavnije dobivanje istih, a ujedno i smanjuje korištenje papirologije	1 2 3 4 5
Uvođenje aplikacija putem kojih korisnici mogu dobiti najnovije informacije vezane za održivo poslovanje dovodi do kvalitetnijeg i boljeg poslovanja u svakom trenutku	1 2 3 4 5
Ugradnja sustava za recikliranje dostupna svim korisnicima daje pozitivan primjer radnog okruženja koje zajedno čini poslovanje održivijim	1 2 3 4 5
Organizacija programa i edukacija za zaposlenike o razvoju informacijsko komunikacijske tehnologije bitne za „zeleni“ hotel vodi do uspješnog poslovanja te kvalitetnijeg kadra	1 2 3 4 5
Korištenje eco auta za zaposlenike, te	1 2 3 4 5

prijevoz i odvoz gostiju pozitivno utječe na okoliš i smanjenje troškova prijevoza	

13. Putem kojeg promotivnog kanala, od dolje navedenih, najlakše dolazite do gostiju zainteresiranih za „zeleni“ hotel?

- Društvene mreže
- Oglašavanje na internetu
- Mobilne aplikacije
- Vlastita web stranica
- Brošure
- Ostalo

14. Ocjenom od 1 do 5 ocijenite tvrdnje utjecaja informacijsko komunikacijskih tehnologija na goste u hotelskom poslovanju (1- u potpunosti se ne slažem, 2- ne slažem se, 3-niti se slažem niti se ne slažem, 4-slažem se, 5-u potpunosti se slažem)

TVRDNJE	STUPANJ SLAGANJA S TVRDNOM
Korištenje sustava za brzu prijavu i odjavu bez korištenja papirologije omogućuje gostima jednostavniji pristup i uštedu vremena	1 2 3 4 5
Mogućnost besplatnog parkiranja hibridnih automobila pruža gostima bolju sliku „zelenog“ hotela	1 2 3 4 5
Ponuda eco auta za rent-a-car privlači goste koji vode računa o štetnim utjecajima na okoliš	1 2 3 4 5
Mogućnost besplatnog punjenja automobila 100% zelenim izvorom energije pruža gostima dodanu vrijednost usluge „zelenog“ hotela	1 2 3 4 5
Korištenje“ ključeva-kartica“ osim što omogućuje znatnu uštedu energije, pruža gostima sigurniji i opušteniji boravak	1 2 3 4 5

15. Koji su, od dolje navedenih, utjecaji informacijsko komunikacijskih tehnologija na brendiranje Vašeg „zelenog“ hotela?

- Povećanje broja gostiju
- Bolja slika i veća prepoznatljivost hotela
- Manji troškovi promocije
- Bolja pozicija na tržištu

- Prednost u odnosu na konkurenciju
- Bolja struktura gostiju

16. Koja od navedenih tehnoloških rješenja za podršku tkz. „zelenog“ (održivog) poslovanja koristite u svome poslovanju?

- LED svjetla, flourescentne svjetiljke
- Senzori za svjetla
- "Ključ" – kartice
- Solarni sustav ili sustav energije vjetra
- Sustav za racionalno zbrinjavanje otpada
- Razne aplikacije
- Sustavi za recikliranje
- Eco auta
- Ništa od navedenog
- Ostalo _____

16. Na kraju, prema Vašem mišljenju, s obzirom na prednosti i nedostatke utjecaja, smatrate li dugoročno isplativom investiciju u razvoj informacijsko komunikacijske tehnologije „zelenog“ hotela?

- Uopće ne smatram
- Niti smatram niti ne smatram
- Djelomično smatram
- Smatram u potpunosti