PRIMJENA KONCEPTA EKOLOŠKI ODGOVORNOG POSLOVANJA U HOTELIMA SPLITSKO DALMATINSKE ŽUPANIJE

Šerić, Nina

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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:124:857012

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

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

DIPLOMSKI RAD

PRIMJENA KONCEPTA EKOLOŠKI ODGOVORNOG POSLOVANJA U HOTELIMA SPLITSKO DALMATINSKE ŽUPANIJE

Mentor:
prof.dr.sc. Lidija Petrić

Studentica:
Nina Šerić

Split, rujan, 2019.

SADRŽAJ:

1. UVOD 4

1.1. Definicija problema istraživanja 4

1.2. Predmet istraživanja 9

1.3. Istraživačke hipoteze 10

1.4. Ciljevi istraživanja 11

1.5. Metode istraživanja 11

1.6. Doprinos istraživanja 13

1.7. Struktura diplomskog rada 13

1.8. Sadržaj diplomskog rada 15

2. KONCEPTUALIZACIJA OSNOVNIH POJMOVA 17

2.1. Ugostiteljska djelatnost-pojam i sadržaj 17

2.2. Pojmovno određenje hotela kao najznačajnijeg segmenta ugostiteljske ponude .. 21

2.3. Klasifikacije hotela s obzirom na različita obilježja 24

2.4. Trendovi razvoja hotelijerstva u svijetu 30

3. EKOLOŠKI ODGOVORNO POSLOVANJE U HOTELIJERSTVU 35

3.1. Pojmovno određenje ekološki odgovornog poslovanja 35

3.1.1. Povezanost ekologije i načela održivog razvoja 35

3.1.2. Ekološki trendovi na turističkom tržištu 38

3.1.3 . Ekološki certifikati u turizmu 40

3.2. Načela i područja primjene ekološkog poslovanja u hotelijerstvu 50

3.2.1. Sustavi ekološki odgovornog upravljanja 50

3.2.2. Područja implementacije ekoloških mjera u hotelu 55

4. „ZELENO HOTELIJERSTVO“ U REPUBLICI HRVATSKOJ 63

4.1. Aktualno stanje hotelskog sektora u RH 63

4.2. Institucionalni okvir razvoja „zelenog hotelijerstva“ 67

5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE 70

5.1. Ekološka orijentacija hotela u Splitsko dalmatinskoj županiji 70

5.1.1. Aktualno stanje hotelijerstva Splitsko dalmatinske županije 70

5.1.2. Zelene prakse hotela Splitsko dalmatinske županije 73

5.2. Rezultati istraživanja 76

5.2.1. Uzorak i metode istraživanja 76

5.2.2. Analiza podataka 78

5.2.3. Testiranje i obrazloženje istraživačkih hipoteza 88

6. ZAKLJUČAK 103

SAŽETAK 105

SUMMARY 106

LITERATURA 107

POPIS SLIKA: 114

POPIS TABLICA: 114

POPIS GRAFIKONA: 116

PRILOG: Anketni upitnik 117

1. UVOD

1.1. Definicija problema istraživanja

Turizam, kao jedan od najvećih i najbrže rastućih fenomena današnjice, doprinosi s 10% u formiranju globalnog BDP-a, 7% svjetskog izvoza i kreira jedno od 10 radnih mjesta u svijetu. Njegova sposobnost privlačenja značajnih ulaganja, otvaranja radnih mjesta, povećanja izvoza i usvajanja novih tehnologija čini ga važnim stupom gospodarskog rasta i razvoja.[1] Međutim, taj rast nije bez utjecaja. Turizam je značajnim rastom aktivnosti pridonio ne samo povećanju izvoza usluga, nego i promjeni klime i degradaciji okoliša. Znakovit je podatak da bi se čak 50%-60% materijala koji čine proizvedeni otpad u turizmu moglo reciklirati ili ponovno koristiti,[2] što trenutno, očigledno nije slučaj.

Da bi se u nekoj destinaciji razvijao turizam potrebno je ugostiteljstvo jer osigurava neophodne uvjete za boravak turista. Najznačajniji dio ugostiteljstva čini hotelijerstvo u kojem se u razvijenim turističkim zemljama realizira oko 2/3 turističkih noćenja.[3] Hotelijerstvo je djelatnost koja se bavi pružanjem usluga smještaja, prehrane, točenja pića, prodaje trgovačke robe i rekreacije domicilnom stanovništvu, poslovnim ljudima i turistima u kategoriziranim smještajnim objektima.[4]

Hotelska industrija je veliki poslovni sektor, što znači da hoteli mogu igrati važnu ulogu u mijenjanju prakse degradacije okoliša. Hoteli koriste velike količine vode, energije, kemikalija i zaliha te kao takvi slove kao veliki rasipnici resursa. Također stvaraju mnogo otpada u obliku otpadnih voda i krutog otpada. Svjesni sve izraženijih ekoloških problema, svi poslovni subjekti pa tako i oni iz hotelske industrije, moraju prilagoditi svoje poslovno djelovanje na način da minimiziraju štetan utjecaj na okoliš. Hotelska poduzeća koja primjenjuju koncept ekološki odgovornog poslovanja orijentirana su na korištenje štednih i LED rasvjetnih tijela,

[1] UN Environment: https://www.unenvironment.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/responsible-industry/tourism [pristupljeno: 04.02.2019.].
[2] Bastic, M. 2013. Environmentally Friendly Hotel Service as a Challenge for Innovations and Social Responsibility, Journal of Hotel & Business Management, Dostupno na: https://www.longdom.org/open-access/environmentally-friendly-hotel-service-as-a-challenge-for-innovations-and-social-responsibility-2169-0286.1000e110.pdf, str.1, [pristupljeno: 05.02.2019.].
[3] Galičić, V. 2005. Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje, Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički menadžment Opatija, str.26.
[4] Šunjić, E., (2016). Hotelski lanci i njihov gospodarski utjecaj na hrvatski turizam, Sveučilište u Splitu: Ekonomski fakultet, Split, str.6.

implementiraju sustave upravljanja energijom, ugradnjom senzora pokreta za regulaciju rasvjete, smanjenom korištenju štetnih kemikalija, itd.[5]

Sprečavanje onečišćenja okoliša od velike je važnosti ne samo dionicima i zaposlenicima hotela, već i turistima koji postaju sve više ekološki osviješteni te traže onaj smještaj koji stvara što manji negativni utjecaj na okoliš. Prema istraživanju u SAD-u, više od trećine potrošača spremno je platiti više za ekološki proizvod.[6] Za hotele se stvaraju dodatni troškovi za eko-renoviranje pa im je potreban širok spektar marketinških aktivnosti kako bi informirali svoje partnere i goste o tome kako postati „zeleni" kako bi ostvarili i dodatne prihode. Jedan primjer je korištenje tzv. Eko oznaka (marka, labela, certifikata).

Eko-oznake su dobrovoljni instrumenti zaštite okoliša pomoću kojih proizvođači i davatelji usluga pokazuju da poštuju visoke standarde zaštite okoliša tijekom životnog ciklusa proizvoda i pružene usluge. Prvenstveno su namijenjene potrošačima (business to consumer, B2C), a manje za poslovni krug (business to business, B2B).[7] Počeci primjene Eko oznaka u turizmu vežu se uz 1987., kada je uvedena Plava zastava za europska obalna područja kao poticaj usklađivanju s EU propisima o kakvoći vode za kupanje. Godine 1998. pojavila se Plava lasta (Blue Swallow) koja je priznala ekološki i društveno prihvatljiv smještaj u Njemačkoj.[8] Posljednjih godina broj ekoloških oznaka znatno se povećao, a trenutno u svijetu postoji oko 150 do 180 oznaka za održivi turizam.[9]

Za Certifikate o zaštiti okoliša potrebno je zadovoljiti standarde. Postoji razlika između primjene standarda i označavanja. Neka hotelska poduzeća su ekološki osviještena i primjenjuju standarde, ali nisu zainteresirana za označavanje i posjedovanje ekoloških certifikata. Tržište je u današnje vrijeme preplavljeno raznim „eko-oznakama" koje to nisu jer ne obuhvaćaju postupak neovisne verifikacije od treće strane i/ili ne sagledavaju okolišna svojstva proizvoda kroz životni ciklus. Kako bi se lažno deklariranje dovelo pod kontrolu, na razini EU donesena su mjerila koja određuju koji proizvodi mogu nositi eko-oznake. Radi se o

[5] Energetska učinkovitost u turizmu – promocija ekološki osviještenih hotela, Dostupno na: https://www.energetskocertificiranje.com.hr/energetska-ucinkovitost-u-turizmu-promocija-ekoloski-osvijestenih-hotela/, [pristupljeno:07.02.2019.].
[6] Orloczki, M., 2012. Eco-labelling for environmental friendly hotel industry, University of Miskolc, Dostupno na:https://www.researchgate.net/publication/263535217_Ecolabelling_for_environmental_friendly_hotel_industry, str.3., [pristupljeno: 07.02.2019.].
[7] Ministarstvo zaštite okoliša i energetike: Eko-oznake, Dostupno na: https://www.mzoip.hr/hr/okolis/eko-oznake.html, [pristupljeno: 08.02.2019.].
[8] Tourism Review News: Eco labels in tourism – can they be trusted?, Dostupno na: https://www.tourism-review.com/eco-labels-in-tourism-can-be-trusted-news5084, [pristupljeno: 08.02.2019.].
[9] Tourism Review News : What do ecolabels bring to tourism? https://www.tourism-review.com/ecolabels-not-decisive-for-travelers-news5431, [pristupljeno: 08.02.2019.].

dvije eko-oznake za koje je nadležno Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, a to su nacionalni znak zaštite okoliša Prijatelj okoliša i znak zaštite okoliša Europske unije EU Ecolabel.[10] Velik broj ekoloških oznaka doveo je do velike konfuzije kod potrošača. Problem koji se navodi u Akcijskom planu razvoja zelenog turizma Republike Hrvatske je nesustavni pristup promocije državnih certifikata (kod ugostiteljskih objekata te kod turista) što znatno umanjuje njihovu primjenu. Rješenje tome može biti da se smanji broj različitih, specifičnih certifikata tako da se eko standardi u turizmu što više usmjere na prepoznatljivu oznaku EU Ecolabel.

Znak zaštite okoliša Europske unije EU Ecolabel je službena dobrovoljna eko-oznaka 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. U primjeni je od 1992. godine, a prema podacima Europske komisije trenutačno je imaju 743 hotela i kampa u Europi, no u Hrvatskoj još ni jedan smještani kapacitet nema tu oznaku. Do rujna 2018. dodijeljeno je 2.167 dozvola za 72.227 proizvoda i usluga dostupnih na tržištu.[11] Prednjači Španjolska s više od 30 tisuća oznaka, a slijede Italija i Francuska. Iako predstavlja veliki potencijal za hrvatski turistički sektor, takav tip označavanja u Hrvatskoj još nije zaživio. Taj prestižni znak zaštite okoliša u Hrvatskoj su do sada dobila samo 2 proizvođača (deterdžent za rublje Eco Bianco tvrtke Ecology 108 i osam proizvoda tvrtke DELT Papir). Prema navodima Hrvatske gospodarske komore, potrošači u Europi prepoznaju EU Ecolabel kao pouzdanu i transparentnu oznaku te im ona daje informaciju da među proizvodima i uslugama na tržištu odaberu one koji manje opterećuju okoliš.

Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO) 1996. godine razvila je standarde za rješavanje oznaka okoliša s ISO 14000. Turistički objekti (obično oni veći i/ili u franšizi) u sklopu šireg upravljanja okolišem, većinom koriste standard ISO 14001. On omogućava svakoj organizaciji uspostavljanje djelotvornog sustava zaštite okoliša kako bi se postiglo stalno poboljšanje ekoloških performansi. Najčešće primjenjivan sustav upravljanja okolišem (engl. environmental management systems, EMS) opisan je u normi ISO 14001:2009. EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) sustav je ekološkog upravljanja i neovisnog ocjenjivanja namijenjen svim pravnim osobama i fizičkim-osobama-obrtnicima, koji se temelji na sustavu upravljanja okolišem prema normi ISO 14001.[12] Počeo se provoditi u Europskoj uniji 1995.

[10] Hrvatska gopodarska komora: Ekološke oznake: Stroga mjerila za najzahtjevnije potrošače, Dostupno na: https://www.hgk.hr/ekoloske-oznake-stroga-mjerila-za-najzahtjevnije-potrosace, [pristupljeno:12.02.2019].
[11] European Commission, Dostupno na: http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html [pristupljeno:14.02.2019.].
[12] Ministarstvo zaštite okoliša i energetike: Eko-oznake, Dostupno na: https://www.mzoip.hr/hr/okolis/eko-oznake.html, [pristupljeno:17.02.2019].

godine s ciljem da se promovira neprestano poboljšanje poslovanja s ekološkim načelima. Razvila ga je Europska komisija kao dobrovoljni instrument zaštite okoliša čime organizacije pristaju primijeniti više standarde zaštite okoliša nego što je propisano zakonom. EMAS sustav nalaže stalno izvještavanje poslovne zajednice i okruženja o okolišu, koje obuhvaća ključne pokazatelje i njihove rezultate. Mjere za zaštitu okoliša koje hoteli provode variraju, ali se većina odnosi na 6 osnovnih područja:[13] energija, voda, kruti otpad, efluenti i emisije (otpad u tekućem i plinovitom stanju), izbor ugovornih poslovnih partnera, poslovanje.

Eko-hotel mora slijediti temeljna načela ekološki odgovornog poslovanja - ono se temelji se na maksimiziranju koristi i minimiziranju troškova. Ta načela su istodobno glavna načela ekologije kao znanstvenog pristupa kao i globalnog pokreta usmjerenog na očuvanje okoliša i provedbu održivog razvoja.[14] Eko hoteli energetski su učinkoviti, recikliraju, iskorištavaju obnovljive izvore energije, manje su štetni za okoliš pa tako, osim što smanjuju troškove poslovanja, mogu i povećati konkurentnost. Prvi eko hotel pokrenula je hotelska grupacija InterContinental 2008. godine. To je bio prvi 100% ekološki prihvatljiv hotel na svijetu. Korištenje solarnih panela na krovovima, sustav prikupljanja kišnice, proizvodnja električne energije putem energije vjetra, samo su neke od mnogih praksi koje je uključivalo njihovo poslovanje.[15]

Globalno istraživanje o važnosti održivog turizma koje je 2017.godine proveo Booking.com, pokazalo je da od anketiranih 10.000 putnika 42% smatra da im je važna ekološka vrijednost putovanja i destinacije. Međutim, samo 25 % smještajnih objekata potvrdilo je kako donekle primjenjuje **načela ekološki odgovornog poslovanja**.[16]

Hotelijerstvo je jedna od najjačih gospodarskih djelatnosti u Republici Hrvatskoj. Unatoč razvoju posljednjih godina i povećanju broja hotela, hrvatska hotelska industrija još zaostaje za hotelijerstvom južne Europe i Mediterana. Razlog tome je nedostatak investicija, brendinga i javno-privatne suradnje u destinacijama te izrazita sezonalnost hrvatskog turizma što priječi i jači dolazak jakih hotelskih lanaca i općenito investitora.[17] Zbog toga većina hotela rijetko

[13] Petrić, L. (2011.): Upravljanje turističkom destinacijom- Načela i praksa, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 122. – 123.
[14] Perišić, M., Janković, S., Vlašić, D. (2005) : Eco hotels – philosophy of the 21st century, Dostupno na: http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6573-03-9/persic.pdf, pp. 447-461, str.447[pristupljeno: 23.02.2019.].
[15] Fukey LN, Issac SS., 2014. Connect among green, sustainability and hotel industry: a prospective simulation study. International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering, Vol. 8 (1), pp. 296-312.
[16] Ekološki turizam u Hrvatskoj: 7 zelenih koraka prema eco-friendly smještaju, Dostupno na: https://www.cimerfraj.hr/ideje/eko-turizam-hrvatska, [pristupljeno: 19.02.2019.].
[17] SDŽ (2019): Analiza turističke sezone 2018. godine i osnovne smjernice za pripremu turističke sezone 2019. godine, [pristupljeno: 20.02.2019.].

provodi formalne sustave upravljanja okolišem, a kao opravdanje navode visoke inicijalne troškove. Neki hoteli u Hrvatskoj provode neformalne mjere upravljanja okolišem, kao što je smanjenje potrošnje energije i vode. Nacionalna udruga obiteljskih i malih hotela educira članove udruge o kriterijima za dodjelu Eco oznake Udruge OMH kroz održavanje edukacijskih seminara.[18]

Primjena ekoloških načela u izgradnji i poslovanju dio je Strategije razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine, koju su usvojili Hrvatski sabor i Vlada Republike Hrvatske s ciljem da Hrvatska do te godine postane jedna od 20 najkonkurentnijih turističkih destinacija svijeta.[19] Iako je razvijenost sektora za okoliš u Hrvatskoj slaba, može se reći da Hrvatska prati svjetske trendove i uvodi sve veći broj standarda, što zasigurno donosi prednost u kvaliteti turizma u RH i u samom poslovanju objekta koji su zadovoljili kriterije i ostvarili određene eko standarde.[20]

U sklopu pilot-projekta „Zeleno poslovanje u hotelijerstvu", kojeg je 2014. pokrenula Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH), dvadesetak hrvatskih hotela dobilo je certifikat Green Hotel („zeleni hotel"). Hrvatska već ima nekoliko hotela koji posluju ekološki. „Hotel Radisson BLU Resort, Split prvi je hotel u Hrvatskoj koji je dobio Green Key certifikat. Green Key je međunarodni program certificiranja smještajnih kapaciteta koji se pridržavaju kriterija podijeljenih u 12 tematskih područja (upravljanje okolišem, uključenost osoblja, informacije za goste, voda, pranje i čišćenje, otpad, energija, hrana i piće, unutarnji okoliš, zelene površine, korporativna društvena odgovornost, zelene aktivnosti)[21], s popisom zahtjeva za svaku temu.

U posljednjih nekoliko godina u SDŽ raste broj dolazaka i noćenja turista. Posebno su zadovoljstvo rezultatima sezone istaknuli hotelijeri s područja SDŽ, gdje se Split nametnuo kao hit odredište.[22] Pozitivni trendovi u turističkim dolascima i noćenjima za sobom su povukli i potrebu ulaganja u smještajne kapacitete, pa je tako na području SDŽ uočljiv trend rasta broja hotela. Kao primjer dobre prakse ističe se Hotel Radisson Blue Resort Split, certificirani objekt energetskog razreda A koji ima vlastitu solarnu elektranu, prikuplja kišnicu, nudi hranu iz

[18] Obiteljski i mali hoteli: http://www.omh.hr/hr/dozivljaji/eko-hoteli-omh-29/29, [pristupljeno: 21.02.2019.].
[19] Bašić, I. : Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti Hrvatskog turizma u 21. stoljeću, Dostupno na: https://zavod.pgz.hr/pdf/34_Ivo_BASIC.pdf, str.412 [pristupljeno: 23.02.2019.].
[20] Sučić, Z., (2017): Utjecaj primjene eko standarda na poslovanje hotela, Sveučilište u Splitu: Ekonomski fakultet, Split, str.93.
[21] Udruga Lijepa Naša, dostupno na: https://www.lijepa-nasa.hr/zeleni-kljuc/, [pristupljeno: 21.02.2019.]
[22] SDŽ (2019): Analiza turističke sezone 2018. godine i osnovne smjernice za pripremu turističke sezone 2019. godine.

domaćeg uzgoja i kontroliranog podrijetla, upotrebljava biorazgradiva sredstva za čišćenje, rasvjetu projektiranu u LED tehnologiji i mnoge druge elemente zelenog turizma.

1.2. Predmet istraživanja

Hotelska industrija jedna je od najbrže rastućih industrija u svijetu koja konstantno povećava globalnu ekonomiju. Hoteli konzumiraju mnogo prirodnih resursa kao što su energija i voda za pružanje usluga kupcima. Osim iskorištavanja, oni proizvode i ogromnu količinu čvrstog otpada. Kao rezultat toga, sve je evidentnije iscrpljivanje prirodnih resursa i onečišćenje okoliša. Tako dolazi do paradoksa jer se upravo održivost okoliša smatra glavnim čimbenikom za razvoj turizma i njegov skladan suživot s lokalnom zajednicom.
Kako bi se smanjili negativni utjecaji hotela na okoliš potreba je promjena mentaliteta svih onih koji su uključeni u proces, ali uglavnom onih koji su odgovorni za hotelska poduzeća budući da oni imaju ovlasti provođenja operativnih pravila. U tu svrhu, važno je da oni koji su odgovorni za to traže informacije o tome kako minimizirati negativne učinke.

Određeni broj hotelskih poduzeća postao je članovima Udruge zelenih hotela (Green Hotels Association) koja okuplja hotele diljem svijeta koji žele sudjelovati u programu ekoloških promjena i provoditi mjere zaštite okoliša za očuvanje vode i energije, smanjenje i recikliranje otpada, očuvanje lokalnog okoliša i podržavaju biološku raznolikost i ekoturizam. Eko hoteli nastoje biti ekološki prihvatljivi kroz učinkovito korištenje resursa, učinkovito upravljanje otpadom i visoku kvalitetu ponuđenih usluga.[23]

Prethodna istraživanja pokazala su da postoje brojne pogodnosti za ozelenjavanje njihovih hotelskih operacija. Scanlon[24] tvrdi sa su tri glavne prednosti smanjenje troškova, povećanje prihoda i povećana profitabilnost. Opisao je da su neki hoteli provodeći ekološke prakse ostvarili financijske uštede i povećanu dobit u različitim operativnim područjima. Graci[25] tvrdi da ekološki odgovorno ponašanje dovodi do ostvarenja konkurentne prednosti. Također, navodi da ekološke prakse pomažu u privlačenju kupaca, poboljšanju tržišnog udjela, razvoju novih tržišta i povećanju produktivnosti zaposlenika. Osim toga, usklađenost s propisima te razvoj povjerenja i bolja reputacija koji proizlaze iz izvještaja o društvenoj odgovornosti

[23] Subbiah K., Suriyaprabha K. 2011.The eco-friendly management of hotel industry, Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/254020833_The_eco-friendly_management_of_hotel_industry.
[24] Scanlon, N. L. (2007): An analysis and assessment of environmental operating practices in hotel and resort properties. International Journal of Hospitality Management, Vol.26 No.3, pp.711-723.
[25] Graci, S. (2008): Why go green? The business case for environmental commitment in the Canadian hotelindustry. International Journal of Tourism and Hospitality Research, Vol.19 No.2, pp. 251-270.

poslovnog subjekta mogu povećati potražnju i omogućiti hotelu pristup novim tržištima. Unatoč tome, još uvijek postoji jaz između stava i djelovanja u ovoj industriji.

Predmet ovog rada je teorijska obrada koncepta ekološki odgovornog poslovanja, te analiza pojedinih mjera kao i primjene eko certifikata u turizmu. Osim proučavanja teorijskog okvira, u radu se empirijski analizira primjena načela ekološki odgovornog poslovanja hotelskih poduzeća Splitsko dalmatinskoj županiji. Istražuje se u kojoj mjeri hotelska poduzeća provode mjere zaštite okoliša, koje certifikate posjeduju te kako to utječe na njihove poslovne procese.

1.3. Istraživačke hipoteze

Na temelju definiranog problema i predmeta istraživanja postavljene su sljedeće hipoteze i njihove pomoćne hipoteze. One će se empirijskim istraživanjem dokazati ili opovrgnuti.

H1: Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i karakteristika hotela

H1.1. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i vrste hotela

H1.2. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i kategorije hotela.

H1.3. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i veličine hotela.

H1.4. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i starosti hotela.

H1.5. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i lokacije hotela

H1.6. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i vrste vlasništva

H2: Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i poslovnih rezultata hotela

H2.1. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i popunjenosti kapaciteta hotela

H2.2. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i prihoda hotela

H2.3. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i troškova hotela

1.4. Ciljevi istraživanja

U skladu s postavljenim problemom i predmetom istraživanja, te postavljenim istraživačkim hipotezama, glavni cilj je istražiti u kojoj mjeri hoteli u Splitsko dalmatinskoj županiji primjenjuju načela ekološki odgovornog poslovanja i kako im to utječe na poslovanje. Osim ovog općeg cilja, identificirani su i drugi pomoćni (specifični) ciljevi :

1. Identificirati osnovna obilježja poslovanja hotela
2. Istražiti obilježja koncepta ekološki odgovornog poslovanja
3. Utvrditi razloge zbog kojih hotelska poduzeća usvajaju koncept ekološki odgovornog poslovanja
4. Istražiti certifikate za zaštitu okoliša u hotelskom sektoru poduzeću i razloge njihove implementacije
5. Utvrditi uobičajene mjere koje se koriste u hotelu po pojedinim područjima: za potrebe očuvanje energije ; za uštedu vode ; za smanjenje krutog otpada ; za zaštitu biološke raznolikosti; za poboljšanje odnosa s lokalnom zajednicom

1.5. Metode istraživanja

Rad je podijeljen na teorijski i empirijski dio. Unutar teorijskog dijela rada, istraživanje je provedeno prikupljanjem sekundarnih podataka iz relevantnih izvora stručne i znanstvene literature koja uključuje časopise, članke, knjige i baze podataka.
U skladu s definiranim problemom, predmetom i ciljevima istraživanja te postavljenim istraživačkim hipotezama korištene su opće znanstvene metode koje su prilagođene teorijskom i praktičnom dijelu istraživanja:[26]

[26] Zelenika, R. 2000, Metodologija i tehnologija izrade stručnog i znanstvenog rada, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, str. 323-366. Dostupno na : https://www.scribd.com/doc/24126027/Metodologija-iTehnologija-Ratko-Zelenika.

• *metoda analize* (postupak raščlanjivanja složenih cjelina na jednostavnije sastavne dijelove i elemente),

• *metoda deskripcije* (opisivanje činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza),

• *metoda klasifikacije* (sistematska i potpuna podjela općeg pojma na posebne),
• *metoda komparacije* (postupak utvrđivanja istih ili srodnih stvari, predmeta ili pojava, tj. utvrđivanje njihove sličnosti, odnosno različitosti),
• *metoda sinteze* (proces objašnjavanja stvarnosti putem sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene),
• *metode indukcije i dedukcije* (metode za donošenje zaključaka)

- metoda indukcije (na temelju pojedinačnih ili posebnih činjenica dolazi se do zaključka)
- metoda dedukcije (iz općih postavki dolazi se do konkretnih pojedinačnih zaključaka)

S obzirom na ciljeve istraživanja, empirijsko istraživanje je provedeno pomoću *metode anketiranja* kao postupka kojim se temeljem anketnog upitnika prikupljaju i istražuju podaci, informacije, stavovi i mišljenja ispitanika o provedenom istraživanju. Upitnik je odabran jer omogućava prikupljanje podataka na relativno ekonomičan način, kako u vremenskom tako i u financijskom smislu. Također, omogućava veću jednostavnost u standardizaciji i obradi dobivenih podataka. Druga dva čimbenika koja su pridonijela izboru ove tehnike prikupljanja informacija bila su eliminirati utjecaj istražitelja i omogućiti ispitanicima da odgovore kada im je najprikladnije, s obzirom na intenzivan rad koji postoji u hotelskim poduzećima.

Anketni upitnik sastoji se od pitanja otvorenog i zatvorenog tipa s naglaskom na zatvorena pitanja kako bi se olakšalo prevođenje odgovora u kvantitativne podatke i njihovu analizu. Ciljna skupina su menadžeri hotelskih poduzeća Splitsko dalmatinske županije pa je riječ o uzorku poznavatelja.

Dobiveni rezultati obrađeni su odgovarajućim statističkim metodama (SPSS) te su se na temelju njih formulirali konačni rezultati istraživanja koji su prezentirani tabelarno i grafički. Uz pomoć dobivenih i obrađenih informacija iznosi se zaključak o prihvaćanju, to jest odbacivanju postavljenih hipoteza.

1.6. Doprinos istraživanja

Osnovni doprinos ovog istraživanja je ukazivanje na važnost primjene sustava /koncepta ekološki odgovornog poslovanja u praksi hotelskih poduzeća te ekoloških certifikata kao instrumenata kojima se dokazuje poštivanje visokih standarda zaštite okoliša. Istraživanje se nadovezuje na postojeća istraživanja i dostupnu literaturu o hotelskim poduzećima i primjenu ekoloških načela u njihovu poslovanju. On se manifestira u teorijskom i empirijskom smislu. U teorijskom dijelu izvršena je analiza klasifikacije hotela, njegovog poslovanja i ekološke orijentacije. U empirijskom dijelu istraživanja pokazano je u kojoj mjeri hoteli na području Splitsko dalmatinske županije primjenjuju mjere zaštite okoliša.

Zaključci ovog istraživanja doneseni su na temelju analize trenutnog stanja te podataka o primjeni certifikata i mjera zaštite okoliša u radu hotela s područja Splitsko dalmatinske županije. Doprinos ovog rada ostvaruje se saznanjem o stupnju primjene te dokazivanjem ili opovrgavanjem postavljenih hipoteza. Sukladno navedenom, konkretni doprinos istraživanja je pružanje boljeg uvida u mogućnosti primjene ekoloških načela u poslovanju, ali i prijedlozi te smjernice koji se odnose se na unaprjeđenja koja se trebaju poduzeti u tom pogledu. Izrada popisa prijedloga, na temelju tehnološkog razvoja i novih otkrića o održivosti, može minimizirati negativan utjecaj koji rad hotelskih objekata ima na okoliš.

1.7. Struktura diplomskog rada

1. UVOD

    1.1. Problem istraživanja

    1.2. Predmet istraživanja

    1.3. Istraživačke hipoteze

    1.4. Ciljevi istraživanja

    1.5. Metode istraživanja

    1.6. Doprinos istraživanja

    1.7. Sadržaj diplomskog rada

2. KONCEPTUALIZACIJA OSNOVNIH POJMOVA

2.1. Ugostiteljska djelatnost-pojam i sadržaj

2.2. Pojmovno određenje hotela kao najznačajnijeg segmenta ugostiteljske ponude

2.3. Klasifikacije hotela s obzirom na različita obilježja

2.4. Trendovi razvoja hotelijerstva u svijetu

3. EKOLOŠKI ODGOVORNO POSLOVANJE U HOTELIJERSTVU

3.1. Pojmovno određenje ekološki odgovornog poslovanja

3.1.1. Povezanost ekologije i načela održivog razvoja

3.1.2. Ekološki trendovi na turističkom tržištu

3.1.3. Ekološki certifikati u turizmu

3.2. Načela i područja primjene ekološkog poslovanja u hotelijerstvu

3.2.1. Sustavi ekološki odgovornog upravljanja

3.2.2. Područja implementacije ekoloških mjera u hotelu

4. „ZELENO HOTELIJERSTVO“ U REPUBLICI HRVATSKOJ

4.1. Aktualno stanje hotelskog sektora u RH

4.2. Institucionalni okvir razvoja „zelenog hotelijerstva“

5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

5.1. Ekološka orijentacija hotela u Splitsko dalmatinskoj županiji

5.1.1. Aktualno stanje hotelijerstva Splitsko dalmatinske županije

5.1.2. Zelene prakse hotela Splitsko dalmatinske županije

5.2. Rezultati istraživanja

5.2.1. Uzorak i metode istraživanja

5.2.2. Analiza podataka

5.2.3. Testiranje i obrazloženje istraživačkih hipoteza

6. ZAKLJUČAK

SAŽETAK

SUMMARY

LITERATURA

POPIS SLIKA

POPIS TABLICA

PRILOZI (anketni upitnik)

1.8. Sadržaj diplomskog rada

Diplomski rad koncipiran je u šest osnovnih dijelova.

Prvi dio, „UVOD“, započinje formulacijom problema i predmeta koji se istražuje. Formulirane su hipoteze koje se mogu pokazati istinitima ili pogrešnima te ciljevi koji se žele ostvariti radom. Zatim su odabrane najprikladnije metode istraživanja problema, kao i tehnika prikupljanja informacija. Na kraju je opisan doprinos istraživanja i sadržaj diplomskog rada.

U drugom dijelu, „KONCEPTUALIZACIJA OSNOVNIH POJMOVA“, iznijet je teorijski okvir za razumijevanje ugostiteljske djelatnosti, te je dano pojmovno određenje hotela kao najznačajnijeg segmenta ugostiteljske ponude. Zatim je prikazana klasifikacija hotela s obzirom na različita obilježja. Na kraju su se analizirali trendovi ekološke orijentacije hrvatskog hotelijerstva i navedeni su primjeri pozitivne prakse.

Posebna pozornost posvećena je trećem dijelu s naslovom „EKOLOŠKI ODGOVORNO POSLOVANJE U HOTELIJERSTVU“. U njemu je izvršeno pojmovno određenje ekološki odgovornog poslovanja, objašnjena je povezanost ekologije i načela održivog razvoja. Prikazani su ekološki trendovi na turističkom tržištu te objašnjeni ekološki certifikati u turizmu. Ovo poglavlje prezentira koji su to sustavi ekološki odgovornog poslovanja (ISO, EMAS) te područja implementacije ekoloških mjera u hotelu (mjere uštede energije, mjere uštede vode, mjere gospodarenja otpadom te mjere za očuvanje ekološke bioraznolikosti).

„ZELENO HOTELIJERSTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ“ naslov je četvrtog dijela. U tom dijelu obrađuje se aktualno stanje hotelskog sektora u RH te analizira institucionalni okvir razvoja zelenog turizma.

„EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE“ kao peto poglavlje diplomskoga rada, daje uvid u ekološku orijentaciju hotela Splitsko dalmatinske županije, odnosno koje je aktualno stanje i primjeri zelene prakse hotela Splitsko dalmatinske županije. Ovo poglavlje prezentira osnovne metodološke i sadržajne odrednice empirijskog istraživanja, metode obrade podataka, analizu rezultata, ovjeru hipoteza provedenog istraživanja te njegova ograničenja, a na samom kraju date su preporuke za daljnja istraživanja.

U zadnjem dijelu, „ZAKLJUČKU“, sistematizirani su rezultati provedenog istraživanja. Konačno, na samom kraju iznesen je sažetak rada na hrvatskom i engleskom jeziku, popis literature, slika, tablica i grafikona te u prilogu anketni upitnik.

2. KONCEPTUALIZACIJA OSNOVNIH POJMOVA

2.1. Ugostiteljska djelatnost-pojam i sadržaj

Prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti u Republici Hrvatskoj, ugostiteljska djelatnost obuhvaća pripremanje i usluživanje jela, pića i napitaka i pružanje usluga smještaja, ali i pripremanje jela, pića i napitaka za potrošnju na drugom mjestu s ili bez usluživanja (u prijevoznom sredstvu, na priredbama i sl.) i opskrbu tom hranom i pićima (catering).[27]

Ugostiteljstvo kao gospodarska djelatnost javlja se još prije nove ere u robovlasničkim državama. Prvi ugostiteljski objekti za smještaj javljaju se u Egiptu, Babilonu i Asiriji, a nazivali su se karavan-seraji i označavali su kuće u kojima su putnici i njihove životinje mogli dobiti prenoćište bez naplate. Nakon što su Rimljani osvojili Egipat javljaju se novi tipovi ugostiteljskih radnji - prenoćišta za činovnike, odnosno tzv. taberne. U Rimskom carstvu stranac je bio bespravan, a zaštitu je uživao samo onaj stranac - hospes, pripadnik države s kojom je Rim imao sklopljen ugovor o gostoprimstvu - hospitum. U kasnijim stoljećima, u provincijama pod okupacijom Rimskog carstva, postojala je obaveza ugošćavanja rimskih vojnika i činovnika. Poznata radnja za smještaj bila je stabula (stabulum) i obično se otvarala na posjedima robovlasnika. Diversoria je bila vrsta javnog prenoćišta s kupaonicom, karakteristična za gradove. U Rimu je bilo i raznih vrsta gostionica: caupona, popina, ganeja, termopolija, taberna. Za ukonačivanje putujućih carskih namještenika rimska država podigla je tzv. cursus publicuse (javne urede). Na cestama su Rimljani podizali postaje koje su se sastojale od staja zvanih mutationes i prenoćišta zvanih mansiones. Kroz srednji vijek, posebno od 13. st. otvaraju se privatne gostionice i prenoćišta po svim većim gradovima i uz ceste. U okviru crkava i samostana otvaraju se hospiciji ili hospitali. Nastaju prvi propisi koji reguliraju otvaranje, poslovanje i sve oblike plaćanja u ovim ugostiteljskim objektima. U 17. st. u Europi se pojavljuju prvi put kavane. Prva se kavana otvara u Parizu 1672. godine, a u Italiji u Rimu 1700. g. (Cafe Greco). Prvi restoran otvorio je u Parizu 1765. godine Francuz Boulanger i uveo jelovnike s cijenama. U Italiji se prvi hotel otvara 1450. godine u Padovi. U Njemačkoj 1809. u Badenu (Badische Hof), u Augsburgu "Zu den drei Mohren" imao je 36 soba, plesnu salu, ljetnu baštu i veliki restoran. U Francuskoj se 1850. osniva prvo akcionarsko hotelsko društvo koje je u svom sastavu imalo Grand Hotel i Grand Hotel du Louvre /Ritz.[28]

[27] Narodne novine (2019): Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, NN 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, čl.4., dostupno na: https://www.zakon.hr/z/151/Zakon-o-ugostiteljskoj-djelatnosti.

[28] Petrić, L. : Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu, str. 15.

Prema Ivanoviću[29], pojam 'ugostiteljstvo' dolazi od hrvatske riječi ugostiti, što znači primiti, smjestiti i poslužiti posjetitelja hranom i pićem. Ugostiteljstvo nije isključivo vezano uz turiste, već jednim dijelom i za domaće stanovništvo. Ono se kao gospodarska djelatnost, svrstava u domenu uslužnih, tj. tercijarnih djelatnosti. Prodajom svojih usluga inozemnim turistima ugostiteljstvo vrši određeni oblik izvoza roba i usluga što se naziva izvozom "na licu mjesta", a to daje poseban značaj cjelokupnom gospodarstvu. Osim usluga, dio poslovnih aktivnosti ugostiteljstva proizvodnog je karaktera. Pripremanje hrane i pića pripada području proizvodnih djelatnosti, dok pružanje usluga smještaja pripada području uslužnih djelatnosti. Stoga slijedi da je ugostiteljstvo mješovita, proizvodno-uslužna djelatnost jer se proizvodi po narudžbi, a proizvedena roba se odmah predaje gostu.

Usluga se definira se kao aktivnost ili korist koja je u prirodi nevidljiva, a koju jedna strana nudi drugoj. Radnje kod kojih rezultat nije novi proizvod, već promjene na postojećim proizvodima ili posve novoj uslužnoj činidbi. Ugostiteljske usluge su one koje se vrše u ugostiteljstvu, a kojima se zadovoljavaju potrebe ljudi u stanovanju, prehrani i piću i to na poseban način. Ugostiteljske usluge dijele se na osnovne, sporedne i pomoćne, a mogu biti robne i nerobne.

Tablica 1: Podjela ugostiteljskih usluga

OSNOVNE	SPOREDNE	POMOĆNE
Usluge smještaja	Prijem i ispraćaj gostiju	Održavanje ugostiteljskih objekata i opreme
Usluge prehrane	Prijenos stvari i prijevoz osoba	Održavanje okoliša ugostiteljskih objekata
Usluge pića	Davanje obavijesti	Pranje, peglanje ugostiteljskog rublja
	Primanje i otpremanje pošte	Pekarske usluge
	Čuvanje vrijednosti gostiju	Usluge pripreme mesa, povrća i dr.
	Čišćenje odjeće i obuće	Usluge garažiranja i popravak automobila gostiju
	Prodaja roba i predmeta	
	Sportske, zabavne, usluge animacije i dr.	
	Pružanje frizerskih, brijačkih, zdravstvenih usluga i dr.	

Izvor: Ivanović, S. (2012): Ekonomika ugostiteljstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 2

Uz ove osnovne usluge, ugostiteljstvo se nadopunjuje sporednim i pomoćnim uslugama. Prema Ivanoviću, u sporedne usluge ubrajaju se: prijem i ispraćaj gosta, čuvanje vrijednosti gosta,

[29] Ivanović, S. (2012): Ekonomika ugostiteljstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 1.

čišćenje odjeće i obuće, prodaja roba i predmeta, organizacija zabave i športskih sadržaja, dok se u pomoćne usluge ubrajaju: održavanje ugostiteljskih objekata, opreme i uređaja, okoliša, pekarske usluge, prerada mesnih proizvoda i drugih namirnica i sl.

Glavno sredstvo diferencijacije ugostiteljstva od ostalih djelatnosti je orijentiranost te prilagođenost željama i potrebama gostiju. Usluge koje pruža ugostiteljstvo, ispunjavaju i društvene, kulturne, zdravstvene i ostale potrebe posjetitelja neke destinacije, a te potrebe često predstavljaju i motiv za posjet određenoj turističkoj destinaciji. Osnovne karakteristike ugostiteljskih usluga:

- neopipljivost (usluga se ne može iskušati prije konzumacije)
- neuskladištivost (istodobnost stvaranja i potrošnje) - usluga ne može biti proizvedena i skladištena prije konzumacije; usluge postoje samo u vrijeme njihove proizvodnje
- heterogenost (svaka je usluga posebna) - Zbog sudjelovanja velikog broja neovisnih subjekata u stvaranju usluga kao i zbog nemogućnosti uniformiranosti u stvaranju usluge, usluge je teško standardizirati. Budući da različiti gosti imaju različite potrebe, vrlo je teško stvoriti izlazne standarde za usluge, a još ih je teže svaki put pružiti na isti način.[30]
- prolaznost (promjenjivost potražnje) – ukazuju na potrebu determiniranja ponašanja ugostitelja tijekom pripremanja i pružanja usluga kao ključne razlike u odnosu na ostale djelatnosti.[31]

Prema Ivanoviću[32], ugostiteljstvo ima veliki značaj u ukupnoj gospodarskoj djelatnosti jedne zemlje, a temeljnu ulogu ima u unapređenju turizma kao ekonomskog i društvenog fenomena današnjice. Međusobna ovisnost ugostiteljstva i turizma je velika, a potkrepljuje se činjenicom da preko 50% prihoda ostvarenog u turizmu otpada na ugostiteljstvo. Ugostiteljstvo sudjeluje u stvaranju nacionalnog bruto-proizvoda, u robnom prometu između proizvođača i potrošača, usklađuje robne i kupovne fondove, utječe na ponudu i potražnju roba na tržištu i na njihovu cijenu u potrošnji roba i usluga drugih djelatnosti čime se stvara dodatno tržište i potiče njihov rast i razvoj. U gospodarstvu Hrvatske ugostiteljstvo predstavlja važnu gospodarsku djelatnost, a brz razvoj turizma čini ugostiteljstvo najperspektivnijom granom gospodarstva. Aktualna

[30] Galičić, V., Laškarin, M. (2016): Principi i praksa turizma i ugostiteljstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstv, Opatija, str. 59, dostupno na: https://bit.ly/2KtBKDw.
[31] Ažić Laškarin, M. (2018) : Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str.17.
[32] Ivanović, S. (2012): Ekonomika ugostiteljstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str.2, https://bit.ly/2yzZ39t

turistička kretanja u svijetu ukazuju da se ugostiteljska ponuda mora u potpunosti prilagoditi sve zahtjevnijoj potražnji potrošača i to neprestanim širenjem uvjeta za boravak u hotelima i u svim drugim objektima smještaja.

Ugostiteljstvo se kao gospodarska djelatnost može obavljati u različitim ugostiteljskim objektima, a s obzirom na vrstu usluge i tehnološki proces rada ugostiteljstvo se dijeli na: hotelijerstvo (ugostiteljski objekti za smještaj) i restoraterstvo (ugostiteljski objekti za prehranu).

Prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15, 121/16), ugostiteljski objekti razvrstavaju se u skupine prema vrsti ugostiteljskih usluga koje se u njima pružaju. U hotelijerstvo se ubrajaju hoteli, kampovi i ostali ugostiteljski objekti za smještaj, dok se u restoraterstvo ubrajaju restorani, barovi, catering objekti te objekti jednostavnih usluga.[33]



Slika 1:Podjela ugostiteljskih objekata

Izvor: Ivanović, S. (2012): op.cit., str.19., https://bit.ly/2yzZ39t

Pema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti iz 2007. godine, ugostiteljstvo predstavlja područje koje se označava slovom I, a sastoji se od dva odjeljka: smještaj (55) i djelatnost pripreme i usluživanja hrane i pića (56). Hoteli kao skupina spadaju u odjeljak smještaj i označavaju se troznamenkastim brojem 55.1.[34]

[33] Narodne novine (2019): Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, NN 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, čl.8., dostupno na: https://www.zakon.hr/z/151/Zakon-o-ugostiteljskoj-djelatnosti
[34] Ažić Laškarin, M. (2018) : op.cit., str.20.

Područje	Odjeljak	Skupina	Razred	Naziv
I				**DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE**
	55			**Smještaj**
		55.1		**Hoteli i sličan smještaj**
			55.10	Hoteli i sličan smještaj
		55.2		**Odmarališta i slični objekti za kraći odmor**
			55.20	Odmarališta i slični objekti za kraći odmor
		55.3		**Kampovi i prostori za kampiranje**
			55.30	Kampovi i prostori za kampiranje
		55.9		**Ostali smještaj**
			55.90	Ostali smještaj
	56			**Djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića**
		56.1		**Djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane**
			56.10	Djelatnosti restorana i ostalih objekata za pripremu i usluživanje hrane
		56.2		**Djelatnosti keteringa i ostale djelatnosti pripreme i usluživanja hrane**
			56.21	Djelatnosti keteringa
			56.29	Ostale djelatnosti pripreme i usluživanja hrane
		56.3		**Djelatnosti pripreme i usluživanja pića**
			56.30	Djelatnosti pripreme i usluživanja pića

Slika 2: Nacionalna klasifikacija djelatnosti 2007.

Izvor: DSZ, https://bit.ly/2Ki0WhK

Ugostiteljstvo se može dijeliti i prema: vremenskom razdoblju obavljanja djelatnosti (opće i turističko), trajanju poslovanja (stalno i sezonsko), prema dužini boravka gostiju (prolazno i pansionsko), prema mjestu pružanja ugostiteljskih usluga (stacionarno i mobilno), prema komercijalnosti poslovanja (komercijalno i nekomercijalno) i prema vlasništvu (privatno, državno i mješovito).[35]

2.2. Pojmovno određenje hotela kao najznačajnijeg segmenta ugostiteljske ponude

Riječ hotel potječe od francuske riječi hôte (gost) koja je izvedena iz latinske riječi hospes (gost, gostoprimac) i hospital (kuća za goste). U engleskome jeziku termin „hospitality" znači usluga smještaja i prehrane, dok se za uži pojam usluga smještaja (hotelijerstvo) upotrebljava pojam „hotel's industry", a u Sjedinjenim Američkim Državama pojam «lodging industry».[36]

[35] Ivanović, S. (2012.) : op.cit., str. 6.
[36] Ažić Laškarin , M. (2018): op.cit., str.21.

Riječ hotel počela se koristiti u Engleskoj, kada su se nakon 1760. g. u Londonu pojavile, tada u Parizu već uobičajeni, hotel garni ili velike kuće, u kojima su se stanovi iznajmljivali na dnevnoj, tjednoj ili mjesečnoj osnovi. Prvi hotelski objekti za smještaj razlikovali su se vrlo malo od privatnih stambenih zgrada. Hotel s menadžerima, recepcionerima i ostalim hotelskim osobljem nije postojao prije početka 19.stoljeća. U 19. stoljeću hoteli postaju središte komercijalnog gostoprimstva za putnike te važna društvena središta zajednice.[37]

Prvi hoteli javljaju se u prvoj polovici 19. stoljeća. Brzi razvitak turizma utjecao je na snažan razvitak ugostiteljstva osobito u Velikoj Britaniji, Francuskoj, Italiji, ali i drugim europskim zemljama. U nas se prvi hoteli grade krajem 19. i početkom 20. stoljeća. Prvo je u Opatiji 1882.g. vila Angiolina prenamijenjena u smještajni ugostiteljski objekt, 1884.g. izgrađen JE hotel Kvarner, 1887.g. hotel Vindobona u Malom Lošinju, u Dubrovniku 1889.g. Petka (u Gružu), 1893.g. Lacroma i 1897.g. hotel Imperial, u Crikvenici 1894.g. hotel Therapia, na Plitvičkim jezerima se 1895.g. otvara prvi hotel unutrašnjosti, u Puli 1908.g. hotel Riviera, u Poreču 1910.g. hotel Riviera. U nekim od navedenih hotela boravila je i najprobirljivija europska aristokracija. S vremenom se organizacijska struktura hotela razvijala i postala složenija te se javljaju potrebe za poslovnim povezivanjima i udruživanjem. Hoteli se počinju povezivati u velike hotelske lance kao što su npr. InterContinental ili Sheraton, u kojima vrijede zajednički standardi.[38]

Hoteli su najvažniji i najvidljiviji podsektor u sklopu smještaja. Iako se karakteristikama razlikuju od zemlje do zemlje, hoteli kao podsektor omogućavaju najveću zaposlenost globalnim uvjetima te najveći nivo prihoda. Tradicionalno, hotel se smatra komercijalnim objektom, koji pruža usluge smještaja, hrane i pića gostima koji u njemu kratko borave. Ta tradicionalna definicija utjecala je na većinu pokušaja definiranja hotela.[39]

Definicije hotela razlikuju se u pojedinim nacionalnim zakonodavstvima. U nekima se polazi od opće funkcije hotela, dok neke određuju minimalne uvjete koje objekt mora ispuniti kako bi se mogao nazvati hotelom. Do danas nema obveznih međunarodnih normi kojih se moraju pridržavati sve zemlje za određivanje osnovnih uvjeta za objekte koji žele imati naziv hotel. Stoga, svaka zemlja propisuje blaže ili strože uvjete ovisno o stanju svoje hotelske mreže, standardu života i važnosti hotela za domaći i inozemni turizam. Hrvatska se Pravilnikom o

[37] Galičić, V., Laškarin, M. (2011): Putevi do zadovoljnog gosta, Fakultet za menadžment u turizmu i ugositeljstvu, Opatija, str 107.
[38] Bunja, Đ. (2006): Turističko ugositeljstvo, str.8., Dostupno na: http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/skripta.pdf.
[39] Cooper, C., et.al., (2008): Ekonomija turizma, načela i praksa, Ekokon, Split, str.293.

razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata svrstala u zemlje koje su odredile i standardizirale kategorizaciju hotela.[40]

Zakon o nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti određuje uvjete poslovanja, razvrstavanja i kategorizacije ugostiteljskih objekata. Pod slovom H obuhvaćene djelatnosti su «Hoteli i restorani». Prema «Zakonu o nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti» Hoteli (točka 55.1.) uključuju kampove, privatni smještaj te sve druge komercijalne vrste smještaja.

Hotel je objekt u kojemu se gostima obavezno pružaju usluge smještaja i doručka, a mogu se pružati i druge ugostiteljske usluge. Hotel je funkcionalna cjelina koju, u pravilu, čini jedna građevina ili dio građevine sa zasebnim ulazom, horizontalnim i vertikalnim komunikacijama ako Pravilnikom o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli za ulaz i komunikacije nije drukčije propisano.

Iznimno, hotel može činiti i nekoliko, a najviše 4 građevine. Ako se hotel sastoji od više građevina, a ne radi se o depandansama hotela, sve građevine moraju biti funkcionalno povezane hodnicima tzv. zatvorenom vezom. Hotel može imati najviše 3 depandanse kao zasebne građevine unutar funkcionalne cjeline hotela. U novom objektu ukupni smještajni kapacitet u depandansama ne smije biti veći od ukupnoga smještajnog kapaciteta u glavnoj zgradi hotela.

Hotel mora imati :

- prijemni hol u kojem je recepcija
- najmanje 5 smještajnih jedinica
- ugostiteljske sadržaje za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka (kuhinju i blagovaonicu)
- zajednički sanitarni čvor za goste

Hotel u kojem se uslužuje doručak mora uz glavnu kuhinju i blagovaonicu u svakoj građevini imati najmanje drugu kuhinju i blagovaonicu ili prostoriju za usluživanje.

Smještajne jedinice u hotelu mogu biti:

- sobe i/ili hotelski apartmani (suite)
- iznimno, u postojećim objektima i depandansama novih objekata obiteljske sobe (family room).

[40] Cerović, Z. (2010): Hotelski menadžment, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str.69.

Hotel je osnovni reprezentant smještajnih objekata, koji se izdvaja iz skupine ugostiteljskih objekata za smještaj. Njegova su gradnja i oprema u pravilu najduži i najskuplji, usluge kvalitetnije i kompleksnije, komplementarni sadržaji raznovrsniji. [41]

Temeljne značajke hotela prema hrvatskom zakonodavstvu su: [42]

- da je to kategorizirani ugostiteljski objekt,
- da je to ugostiteljski objekt s najmanje 10 soba,
- da se u hotelu gostima izdaju sobe ili hotelski apartmani (a ne postelje),
- da se u hotelu pružaju usluge smještaja i doručka (a moguće i dodatne usluge),
- da po svom položaju, izgledu, uređenju, ugrađenoj opremi i uslugama gostu pruža punu udobnost.

S obzirom na to da hoteli mogu biti organizirani kao mali obiteljski vođeni poslovi, pa sve do velikih međunarodnih lanaca u vlasništvu velikog broja dioničara, Svjetska turistička organizacija (WTO) pri definiranju hotela polazi od veličine objekta, usluge koje nudi i provedenosti postupka kategorizacije. Hotel je prema WTO-u smještajni objekt u kojem se usluge smještaja pružaju u određenom broju soba (većem od definiranog minimuma), koji pruža određene usluge, uključujući posluživanje u sobama, dnevno čišćenje i pospremanje soba i prostorija za osobnu higijenu gostiju, koji je kategoriziran prema opremi i uslugama koje nudi, te kojim upravlja jedinstveni managementa (što vrijedi za lance hotela).[43]

2.3. Klasifikacije hotela s obzirom na različita obilježja

Iako je sam naziv hotel prihvaćen u mnogim jezicima svijeta, brojnost hotela nameće potrebu za dodatnom klasifikacijom. Osobitosti pojedine vrste hotela determinirane u motivom dolaska u određeni hotel, i tada povratno postavljaju zahtjeve prema nekim elementima hotelskog proizvoda (lokacija, oprema, dodatni sadržaji, organizacija rada i sl.)

[41] Galičić V. (2014): Leksikon ugostiteljstva i turizma, Fakultet za menadžment u turizmu i ugositeljstvu, Sveučilište u Rijeci, 346-347.
[42] Cerović, Z. (2010): op.cit., str.70.
[43] Bunja, Đ. (2006): op.cit., str. 8.

Pravilnikom o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli koje je pripremilo Ministarstvo turizma Republike Hrvatske navodi se osam kategorija hotela. Tu spadaju:[44]

1. Hotel baština (heritage),

2. Difuzni hotel,

3. Hotel,

4. Aparthotel,

5. Turističko naselje,

6. Turistički apartmani,

7. Pansion,

8. Integralni hotel (udruženi),

9. Lječilišne vrste; Lječilišni hotel baština, Lječilišni hotel, Lječilišni aparthotel, Lječilišno turističko naselje, Lječilišni turistički apartmani, Lječilišni pansion, Lječilišni difuzni hotel i Lječilišni integralni hotel,

10. Hoteli posebnog standarda; Hotel business, Hotel meetings, Hotel congress, Hotel club, Hotel casino, Hotel holiday resort, Hotel coastal holiday resort, Hotel family, Hotel small & friendly, Hotel senior citizens, Hotel health & fitness, Hotel wellness, Hotel diving club, Hotel motel, Hotel ski, Hotel za osobe s invaliditetom i Hotel bike.

Hotel baština (heritage) mora biti u starim, izvornim, tradicijskim, povijesnim, ruralno-urbanim strukturama i građevinama, uređen i opremljen na tradicijski način. Pruža usluge smještaja i doručka, a može pružati i druge ugostiteljske usluge.

Difuzni hotel - u pretežito starim, tradicijskim, povijesnim, ruralno-urbanim strukturama i građevinama, uređen i opremljen na tradicijski način. Difuzni hotel je funkcionalna cjelina koju čine tri i više građevina i/ili dijelova građevina od kojih svaka mora imati zasebni ulaz, horizontalne i vertikalne komunikacije. Građevine i/ili dijelovi građevina hotela mogu biti rasprostranjeni po cijelom naselju između objekata drugih namjena.

Hotel – Obrađeno u poglavlju 2.2.

[44] Narodne novine (2016): Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, čl.27.

Aparthotel je objekt u kojemu se gostima obavezno pružaju usluge smještaja i doručka, a mogu se pružati i druge ugostiteljske usluge. Sadržaji aparthotela su: prijemni hol u kojem je recepcija, najmanje 5 smještajnih jedinica, ugostiteljske sadržaje za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka (kuhinju i blagovaonicu) i zajednički sanitarni čvor za goste.

Turističko naselje je objekt u kojemu se gostima obvezno pružaju usluge smještaja s doručkom, a mogu se pružati i druge ugostiteljske usluge. U Turističkom naselju gostu se mora osigurati mogućnost bavljenja športom i/ili drugim oblicima rekreacije na otvorenim prostorima, koji su prilagođeni specifičnim uvjetima destinacije.

Turistički apartmani je objekt u kojem se gostima pružaju usluge smještaja u smještajnim jedinicama ustrojenim i opremljenim tako da gost može sam pripremati jela. Objekt Turistički apartmani mora imati: recepciju, smještajne jedinice i zajednički sanitarni čvor za goste, a smještajne jedinice u mogu biti studio apartmani i/ili apartman.

Pansion je objekt u kojemu se gostima obvezno pružaju usluge smještaja s prehranom, a mogu se pružati i druge ugostiteljske usluge. Pansion mora imati: recepciju, smještajne jedinice, ugostiteljske sadržaje za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka (blagovaonicu i kuhinju) i zajednički sanitarni čvor za goste. Smještajne jedinice u Pansionu su: sobe, obiteljske sobe (family room) i/ili hotelski apartmani (suite).

Integralni hotel (udruženi) - objekt u kojem ugostitelj pruža usluge smještaja i doručka u zajedničkim sadržajima, svojim ugostiteljskim objektima i/ili objektima drugih ugostitelja i/ili iznajmljivača, koji su prethodno dobili rješenje. To je funkcionalna cjelina u tri ili više građevina i/ili dijelova građevina na području jednog naselja. Građevine ili dijelovi građevina hotela mogu biti rasprostranjeni po cijelom naselju između objekata drugih namjena. Svaki gost Integralnog hotela mora biti prijavljen na recepciji hotela.

Lječilišne vrste - vrste objekata iz skupine Hoteli, u kojima ugostiteljske usluge pruža zdravstvena ustanova ili druga pravna ili fizička osoba koja se bavi zdravstvenom djelatnošću.

Hoteli posebnog standarda - funkcionalne cjeline koje imaju dodatne sadržaje, uređenje, opremu i uređaje te pružaju dodatne usluge prilagođene posebnim zahtjevima potrošača. Posebni standardi mogu se utvrditi za vrstu Hotel. Svaki poseban standard određen je odgovarajućim uvjetima propisanim Pravilnikom, te se označava odgovarajućom standardiziranom pločom koja sadrži naziv posebnog standarda na engleskom jeziku.

Temeljem Pravilnika o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli, objekt ima jednu kategoriju. Depandansa objekta može imati kategoriju objekta ili jednu kategoriju niže, a depandansa hotela posebnog standarda mora ispuniti uvjete za kategoriju hotela. [45]

Hoteli se mogu klasificirati prema različitim kriterijima: kategoriji, veličini, karakteru vlasništva, razini usluge, tržišnom segmentu, lokaciji, ili na neki drugi način.

U Republici Hrvatskoj, hoteli se kategoriziraju u sljedeće kategorije: [46]

I kategorija *****
II kategorija ****
III kategorija ***
IV kategorija **

Postojeći hoteli, aparthoteli i turističko naselje kategoriziraju se u četiri kategorije (od dvije do pet zvjezdica, turistički apartmani u tri kategorije (od dvije do četiri zvjezdice) i pansioni u dvije kategorije (standard i komfor). Novi objekti kategoriziraju se na sljedeći način:

- hoteli, u tri kategorije: tri, četiri i pet zvjezdica,
- aparthoteli, u tri kategorije: tri, četiri i pet zvjezdica,
- turističko naselje, u tri kategorije: tri, četiri i pet zvjezdica,
- turistički apartmani, u dvije kategorije: tri i četiri zvjezdice,
- pansion, u jednu kategoriju: komfor

Hoteli se mogu razvrstavati i prema **veličini kapaciteta.** U Republici Hrvatskoj oni se klasificiraju u tri kategorije:

1. mali hoteli (kapacitet od 5-50 soba)

2. srednje veliki hoteli (kapacitet od 51-200 soba) i

3. veliki hoteli (više od 200 soba)

Razvrstavanje hotela prema veličini kapaciteta varira ovisno o zemlji pa se tako navodi da je npr. u Austriji mali hotel do 70 kreveta, dok je u Aziji mali hotel s 200 soba, a veliki hotel ima između 700 i 1000 soba. U Hrvatskoj u ukupnom broju hotela još uvijek prevladava manji broj

[45] Narodne novine (2016): Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, čl.43.
[46] Galičić V. (2014): Leksikon ugostiteljstva i turizma, Fakultet za menadžment u turizmu i ugositeljstvu, Sveučilište u Rijeci, str. 346.

malih i obiteljskih hotela, iako njihov broj posljednjih godina znatno raste. Veliki hoteli i hotelske grupacije u Hrvatskoj većinom su u privatnom vlasništvu i znatno konkuriraju na domaćem i međunarodnom tržištu.[47]

Klasifikacija hotela s obzirom **na odnos vlasništva i menadžmenta**:[48]

- Obiteljski hoteli: obično su to manji objekti u kojima cjelokupno poslovanje hotela vode vlasnici odnosno njihove obitelji.
- Hoteli kojima upravljaju vlasnici: vlasnici sve rukovodeće, tj. upravljačke poslove obavljaju sami, ali zapošljavaju i dodatne zaposlenike van obiteljskog kruga.
- Nezavisni hoteli: Nezavisni hoteli posluju bez ikakvog vezanog standarda. Nisu povezani s nekih hotelskim sustavom, već sami vode poslovnu politiku. Menadžer ili tim menadžera upravlja poslovanjem hotela i odgovara vlasniku, partnerima ili dioničarima. Vlasnici ne sudjeluju u svakodnevnom poslovanju poduzeća. Većinom su to mali i obiteljski hoteli do 50 soba, iako su prisutni i srednji i veliki hoteli.

Kada se nezavisni hoteli udružuju s hotelskim lancima to se radi na dva načina:

- Hoteli koji posluju prema ugovoru o franšizi: vlasnik sklapa ugovor o franšizi s hotelskim lancem, odnosno plaća godišnju naknadu ta pripadnost hotelskom lancu kako bi dobio pravo korištenja njihovog imena. Prednost ovakvog vlasništva je ta što turisti percipiraju takav hotel kao visoko kvalitetan koji udovoljava strogim standardima hotelskog lanca (o dekoru, opremi, proceduri rada i sl.). Prednosti su u nižim troškovima marketinga te pristup središnjem rezervacijskom sustavu određenog hotelskog lanca. Vlasnici vrlo često prepuštaju upravljačke poslove lancu hotela.
- Hoteli koji posluju prema ugovoru o menadžmentu: najčešći oblik poslovanja, sličan franšizi, ali se razlikuje u tome što hotelski lanac posluje preko svojih menadžera, a vlasnik nema utjecaja na donošenje poslovnih odluka. Visina provizije veća je nego kod ugovora o franšizi. Takvo udruživanje može biti povezano i samo s poslovima oglašavanja, marketinga i prodaje. Vlasnici, osim s hotelskim lancima, mogu sklapati ugovore i s poslovnim organizacijama za iznajmljivanje usluge menadžmenta.

[47] Carev D, (2015): Hotelska prodaja i recepijsko poslovanje, Zagreb: VPŠ Libertas str. 174-175.
[48] Bunja Đ. (2007): op.cit., str.14.

S obzirom **na razinu usluge**, hoteli se razvrstavaju na tri skupine[49]:

- Ekonomični (budžet) hoteli: locirani van središta grada u udaljenijim četvrtima i zadovoljavaju osnovne potrebe turista za sobama, po nižim cijenama.
- Hoteli srednje kategorije: apartmani koji nude malu dnevnu sobu s prikladnim namještajem i krevetom.
- Luksuzni hoteli: odlikuju jedinstvenom arhitekturom i namijenjeni su elitnijim gostima s većom platežnom moći i posebnim željama i potrebama.

Prema **tržišnom segmentu**, hoteli mogu biti:

- Hoteli za odmor: ponudu prilagođavaju zahtjevima i željama turista. Najčešće su smješteni u turističkim središtima, a osim osnovnih hotelskih usluga, nude i sportske, zabavne i rekreacijske sadržaje.
- Poslovni hoteli: spadaju u najveću skupinu hotela koji uglavnom privlače poslovne putnike, ali i individualne turiste i grupe. Obično se nalaze na atraktivnim gradskim središtima. Ovi hoteli imaju mnogo sadržaja, koji osim kongresnih sala i dvorana, nude i brojne druge sadržaje, restorane visokih kategorija, uređenu hotelsku hortikulturu s rekreacijskim sadržajima, itd.

Hoteli se razlikuju i **prema organizacijskoj strukturi**. Organizacijsku strukturu hotela čine poslovne jedinice u kojima se obavljaju istovrsni ili slični poslovi. Nju određuju karakteristike poslovanja hotela i njegova veličina, karakter poslova i broj izvršitelja radnih zadataka.

Prema Medliku, glavni tipovi hotela u svijetu su: [50]

- prema lokaciji: gradski, mjesni, primorski, planinski, hoteli na selu
- prema točnom mjestu hotela na njegovoj lokaciji: hoteli u središtu grada, hoteli u predgrađu, pored plaža u ljetovalištima, uz glavne prometnice
- s obzirom na vezu s određenim prijevoznim sredstvima: moteli i moto-hoteli, željeznički hoteli, hoteli pri zračnim lukama
- prema svrsi posjeta glavnom razlogu zbog kojeg gosti odsjedaju: poslovni hoteli, hoteli za odmor, kongresni hoteli, turistički hoteli
- prema sklonosti kraćem ili dužem boravku gosta: tranzitni i boravišni
- prema vrsti usluga: hotel otvoren za goste i posjetitelje, hotel koji nude noćenje najviše s doručkom- garni hotel ili apartmanski hotel

[49] Bunja Đ. (2007): op.cit., str.15.
[50] Medlik, S., Ingram, H. (1999): Hotelsko poslovanje, Golden marketing, Zagreb, str.26.

- obzirom na raspon ponuđenih hotelskih usluga – ima li hotel dozvolu za točenje alkoholnih pića ili ne
- prema veličini- svrstavaju se ovisno o određenoj zemlji, mali hotel s malim brojem ležaja, a veliki oni s nekoliko stotina kreveta ili soba, hoteli srednje veličine su oni između toga
- prema kategoriji- određuje se četiri ili pet klasa
- prema vlasništvu i upravljanju – neovisni hoteli u vlasništvu pojedinca ili hoteli koji pripadaju lancu ili grupaciji, uglavnom u vlasništvu tvrtki.

2.4. Trendovi razvoja hotelijerstva u svijetu

Trendovi u hotelijerstvu u 21. stoljeću pod utjecajem su velikog broja čimbenika. Dolazi do smanjenja radnog vremena, razvoja prometa, porasta standarda stanovništva, globalizacije, informatizacije te sve to utječe na rast turističkih putovanja, rast zahtjeva korisnika ugostiteljskih usluga i prilagodbu ugostiteljskih subjekata novim trendovima. Širom hotelske industrije, identificirani su ključni trendovi kada je riječ o poslovanju, tehnologiji i marketingu koji će utjecati na rezultate cjelokupne industrije.

Kako navodi portal Poslovni turizam, konzultantska kuća JumpUp Hospitality and Tourism Consulting još 2013. dala je pregled svjetskih trendova u hotelijerstvu:

1. Obnova hotela –Rastom turističkog kretanja, hotelijeri vide priliku za preuređenje i obnovu hotelskih kapaciteta. U 2018.godini hotelijeri u Hrvatskoj nastavili su s investicijama, te planirali otvaranje novih objekata i sadržaja. U hrvatskom turizmu 2018. otvorilo se 40-ak novih i obnovljenih hotela s brojnim novim sadržajima. Najviše su uložile hotelske tvrtke, više od 630 milijuna eura, dok je ostatak investirao javni sektor, odnosno županije, gradovi i općine.[51]

2. Rast rezervacija putem direktnih kanala prodaje - Sve više korisnika pretražuje i rezervira svoja putovanja putem direktnih kanala te oni pomalo sustižu online portale. U 2018., direktne rezervacije obuhvaćale su 49% svih prihoda od iznajmljivanja, dok su online portali obuhvaćali 51%, a predviđa se da bi do 2022. direktni kanali mogli prijeći u vodstvo. Velike hotelske grupacije intenzivno ulažu kako bi privukle goste da rezerviraju direktno preko programa odanosti, marketinških kampanja, uz razne popuste i povoljnije cijene za direktne rezervacije.

[51] Točka na i (2018): Hotelijeri ove godine u izgradnju i obnovu hotela ulažu 630 mil. eura, Dostupno na: https://tockanai.hr/biznis/turizam/investicije-u-tirizmu-2018-10415/, [pristupljeno: 06.04.2019.].

Primjer su Hilton hoteli koji su za goste osigurali popuste i specijalne povlastice koje se nalaze na direktnim kanalima prodaje, nakon čega su rezervacije preko web stranice porasle tri puta više nego drugi kanali prodaje. Hilton nije jedini koji koristi programe vjernosti za povećanje direktnih rezervacija. Hyatt hoteli svojim članovima programa vjernosti nude najbolju cijenu te popuste na direktne rezervacije do 10%. Isto tako, InterContinental Hotels Group (IHG) ima sve veću uključenost u svoj program vjernosti te porast rezervacija preko mobilne aplikacije hotela.[52]

3. Rast mrežnih pretraživanja - Prije odabira destinacije i hotela, turisti će i dalje pretraživati ponuđene opcije putem interneta. Danas oko 45% gostiju čine iznimno informirani putnici koji rezerviraju pojedini hotel tek nakon prethodnog Internet istraživanja.[53] Potencijalni gosti pretražuju hotel online. Prilikom pretraživanja dostupna im je lista svih hotela koji se nalaze na željenoj destinaciji. Kako bi gosti što lakše pronašli neki hotel on treba imati web stranicu, oglase na portalima, meta search i GDS kanale prodaje. Također hotel treba biti spreman za rezervacije preko telefona.

4. Utjecaj kanala prodaje na cijene - Hotelijeri stavljaju naglasak na vlastite kanale prodaje i ulažu više napora i investiraju u razvoj vlastite prodaje jer na taj način ostvaruju veću zaradu. Hoteli rade sve kako bi povećali postotak direktnih rezervacija. Za to im treba nešto što njihovi konkurenti ne nude, odnosno smišljanje paketa i popusta koji će posjetitelje privući da izvrše rezervaciju i pojednostaviti proces donošenja odluke.

5. Borba međunarodnih brendova - Proces stvaranja velikih multinacionalnih kompanija nastalih putem različitih oblika zajedničkih ulaganja sve više dobiva na značaju. Dolazi do zaoštravanja konkurencije u okviru same djelatnosti.[54] Zbog sve većeg suodnosa sudionika u međunarodnom turizmu pojavila se potreba za rastom moći multinacionalnih kompanija. Kako bi osigurale opstanak na tržištu, multinacionalne kompanije podižu kvalitetu pružene usluge uvođenjem inovacija. Dakle ključ uspjeha predstavlja mišljenje i percepcija korisnika usluga. Kao trend u hotelijerstvu navodi se razvoj **vlastite strategije brendiranja** kako bi se omogućili uvjeti za konkurentnost, zaposlenost i kvalitetan život. Posjedovanje hotelskoga brenda sve je važnije u svjetskoj hotelskoj industriji s obzirom na sve oštriju konkurenciju na hotelskom

[52] Megabooker (2019): Direktne rezervacije hotela polako ali sigurno sustižu online portale, Dostupno na: https://megabooker.hr/direktne-rezervacije-hotela-polako-ali-sigurno-sustizu-online-portale/, [pristupljeno:07.04.2019.].
[53] Tomas ljeto 2017 – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Dostupno na: http://www.iztzg.hr/hr/institut/projekti/istrazivanja/, [pristupljeno:08.04.2019.].
[54] Barjaktarović, D., Pindžo, R. (2016): Suvremeni trendovi u razvoju hotelijerstva, Turističko poslovanje no.18, pp.5-16, str.10.

tržištu. Hotelski brend je[55] naziv, simbol, pojam koji se koristi za identificiranje hotelskih proizvoda ili usluga i njihovo razlikovanje od konkurentskih. Čak i kada ponuda hotela izgleda jednako, turisti mogu primijetiti razliku ovisno o imidžu hotela. Zbog toga hoteli trebaju raditi na stvaranju imidža marke koji će ih razlikovati od konkurencije. Brend se rabi kako bi se privuklo lojalne potrošače, a vrijednost brenda mjeri se percepcijom potrošača. Zadovoljstvo gosta nije uvijek jedini motiv ponovnom dolasku u hotel. Često je lojalnost brandu odraz njegovog stava. Zbog toga hoteli trebaju biti pažljivi u odabiru načina na koji će se razlikovati od svoje konkurencije.

U hrvatskom hotelskom sektoru još je uvijek relativno malo međunarodnih hotelskih brendova, iako se njihov broj svake godine povećava. Hrvatska je u tom smislu ispod europskog prosjeka jer udio internacionalno brendiranih hotela u ukupnim hotelskim smještajnim kapacitetima iznosi oko 25 posto, dok je u Europi taj udjel u prosjeku oko jedne trećine ukupnog hotelskog kapaciteta.[56] U Hrvatskoj su, prisutni svjetski brendovi hotelijerstva koji posluju u brojnim zemljama svijeta, poput linije brendova Hilton korporacije (Hilton u Dubrovniku i Doubletree by Hilton u Zagrebu), Marriott korporacije (Sheraton u Zagrebu i Dubrovniku, Westin u Zagrebu, Le Meridien u Splitu), Radisson Blu u Splitu i Dubrovniku, Park Plaza u Puli i Medulinu, Melia i Sol u Umagu, Best Western u Zagrebu, Splitu i Rijeci, te Rixos u Dubrovniku. Prema izvješću Horwath HTL za 2019. u hrvatskom turizmu prisutna su 22 međunarodna hotelska brenda te 21 domaći brend.[57]

6. Komunikacija na društvenim mrežama - Sve je veći značaj društvenih medija kao online izvora informacija u procesu turističkog informiranja. Društvene mreže imaju veliki broj korisnika i daju tvrtkama i poduzetnicima velike mogućnosti za komunikaciju s klijentima i promoviranju svoga brenda. Zbog toga su društvene mreže siguran način za poboljšanje online prisustva. U današnjem vremenu 68% gostiju su "millennials". Ovu generaciju karakterizira „urođena" digitalizacija. To je prva generacija koja ne poznaje svijet bez interneta i pametnih uređaja, i koja promovira brendove putem društvenih mreža. Oni spadaju u skupinu ljudi koji neće odabrati hotel koji nema "social proof" na različitim društvenim mrežama.[58]

[55] Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. (2011): Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, str. 175.
[56] Tportal: https://www.tportal.hr/biznis/clanak/u-hrvatskoj-sve-vise-globalnih-hotelskih-brendova-ali-i-dalje-ispod-europskog-prosjeka-20170726, [pristupljeno:10.04.2019.].
[57] Horwath HTL (2019): European Chains & Hotels Report 2019, https://horwathhtl.com/publication/european-chains-hotels-report-2019/, [pristupljeno:10.04.2019.].
[58] Barjaktarović, D., Pindžo, R. (2016): op.cit., str.13.

Iz tog razloga, kredibilitet na društvenim mrežama igra bitnu ulogu kada gosti odlučuju gdje će napraviti rezervaciju. U osnovi, dobar marketing hotela na društvenim mrežama predstavlja priliku da uvjeri i privuče goste prije njihovog dolaska u hotel.

7. Korisnici sve više vjeruju recenzijama na mrežnim stranicama - TripAdvisor uvjerljivo je najveći i najpoznatiji servis koji omogućava potrošačima pisanje i čitanje recenzija o hotelima, ugostiteljskim objektima i sl. Daje korisnicima mogućnost da dobiju savjete od drugih turista. Ostali bitni se rvisi su i TravelPost, Yahoo! Travel, zatim Yelp i Google Places. Sve veći značaj dobivaju i društvene mreže kao što su Facebook, Tweeter i Instagram, YouTube i Flickr te razni blogovi i forumi. Istraživanje Ye, Q. et al.[59] provedeno je da bi se ispitao utjecaj online recenzija na prodaju hotelskog smještaja. Rezultati su pokazali kako pozitivne online recenzije značajno povećavaju broj rezervacija u hotelu, dok negativne smanjuju količinu online prodaje.[60]

8. Ekologija je gostima sve važnija- Na primjeru djelovanja eko hotela došlo se do zaključka da postoji potreba današnjeg turista za takvom vrstom smještaja, te njegova volja i želja da se usluga u takvim hotelima plati više. U cilju zaštite prirodnih i kulturnih vrijednosti, hotelska poduzeća moraju uskladiti svoje poslovanje sa standardima i tehnologijama koje se smatraju „čistim" ili „ekološkim", što dovodi i do promjena u primjeni alternativnih izvora energije. Klasični energetski resursi, poput nafte, naftnih derivata i vode, postaju sve rjeđi, jer se hoteli sve više prebacuju na korištenje solarne i drugih izvore energije u hotelima (vjetar, voda i dr.)[61] Kako Gržinić[62] navodi, modelima ušteda u hotelijerstvu došlo se do saznanja da društveno odgovorno poslovanje postaje jako važan element za hotelsko poduzeće u smislu zadržavanja pozicije na turističkom tržištu. Sve više hotela i hotelskih lanaca trudi se da osim kategorije hotela odnosno broja zvjezdica, osiguraju i neki ekološki certifikat ulažući značajna sredstva i napore.

Hotelijerstvo kao jedan od najvećih potrošača energije, opterećeno je velikim energetskim troškovima. Suvremeni trendovi na međunarodnom turističkom tržištu potakli u gradnju eko hotela u kojima je sve podređeno očuvanju prirode, od izbora lokacije, izgradnje, uređaja i opreme, sadržaja hotelskih usluga do odnosa gostiju prema ekološkim pitanjima. Princip poslovanja temelji se na društveno-odgovornom upravljanju odnosno brizi o zaštiti i smanjenju

[59] Ye, Q. et al. (2009): The Impact of Online User Reviews on Hotel Room Sales, International Journal of Hospitality Management 28, str. 180–182.
[60] Kovačević, A. (2017): Utjecaj online recenzija na kupovno ponašanje, Sveučilište u Splitu, str.18.
[61] Barjaktarović, D., Pindžo, R. (2016): op.cit., str.10.
[62] Gržinić J., Bevanda V., (2014) : Suvremeni trendovi u turizmu, Fakultet ekonomije i turizma ,, Dr. Mijo Mirković", Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, str. 175.

zagađenja okoliša. Ono se dijelom provodi kroz racionalno postupanje u svezi s potrošnjom vode i energije. Reagiranje poduzeća na probleme lokalne zajednice, ulaganje u ljudske kadrove i briga za gosta omogućavaju stvaranje konkurentske prednosti i dodatne vrijednosti koja izdvaja takvo poduzeće iz prezasićenog turističkog tržišta.

9. Rezervacije putem mobilnih uređaja - Od uspona „millennials" putnika kao dominantne grupe potrošača, dolazi do povećanog interesa i upotrebe mobilnih uređaja i aplikacija. Mobilna sveprisutnost promijenila je interakciju turista s pružaocima usluga, u ovom slučaju hotelijerima i njihova očekivanja. Od mobilnih rezervacija, check-in opcije, pristup sobama – mobilna tehnologija dominira na listi najboljih novih tehnoloških rješenja.[63] Rezervacijski sustavi moraju biti lako dostupni preko bilo kojeg pametnog uređaja.

[63] Ibid. str. 11.

3. EKOLOŠKI ODGOVORNO POSLOVANJE U HOTELIJERSTVU

3.1. Pojmovno određenje ekološki odgovornog poslovanja

3.1.1. Povezanost ekologije i načela održivog razvoja

Pojam "eko" potječe od grčke riječi "oikos" što se može prevesti s "kuća". "Lokacija" dolazi od grčkoga "logos" što u jednom od značenja podrazumijeva "načela". Ako se na kuću gleda široko onda se pojam ekologija može shvatiti kao "načela Zemlje".

Danas se često govori o održivom razvoju. Pojam održivi razvoj nastao je u 19.st u šumarstvu, a podrazumijevao je da se u određenoj vremenskoj jedinici može posjeći samo onoliko šume koliko će je ponovno narasti.[64] Održivi razvoj opisuje se kao porast kvalitete života, tj. gospodarskog blagostanja i osobnog dobrog osjećaja. Održivost se postiže smanjenim ulaganjem neobnovljivih resursa i smanjenim opterećivanjem okoliša i ljudi.[65]

Održivi razvoj je globalni politički dogovor, kojeg čini ravnoteža između socijalnog, ekonomskog i ekološkog aspekta razvoja na svim razinama, od lokalne do globalne, kako bi se prirodno bogatstvo naše planete sačuvalo i za buduće naraštaje. Održivi razvoj predstavlja težnju da se stvori bolji svijet, balansirajući socijalne čimbenike, ekonomske čimbenike i čimbenike zaštite okoliša. Europska unija na raspolaganju ima niz političkih i financijskih instrumenata za provođenje načela održivog razvoja, koji služe postizanju ciljeva održivog razvoja. Provedba održivog razvoja smatra se moralnom dužnosti, iako za to postoje i jaki gospodarski razlozi.[66]

Kako bi se postigao održivi razvoj turizma za sadašnje i buduće generacije, potrebno je osigurati kvalitetnu strategiju razvoja te novčana sredstva za upravljanje turizmom. Osim toga jako je važno probuditi svijest lokalnog stanovništva i zajednice, ponuđača proizvoda i usluga, posjetitelja i ostalih djelatnosti vezanih uz turizam o važnosti održivosti u turizmu.

Izvješćem IUCN/UNEP/WWF-a pod nazivom Skrb za Zemlju (engl. Caring for the Earth) utvrđeno je devet načela održivog razvoja koja su međusobno povezana i podupiru se. Prvo načelo predstavlja etičku osnovu za ostala, sljedeća četiri definiraju kriterije koje je potrebno

[64] Muller, H. (2004): Turizam i ekologija, Povezanost i područja djelovanja, Masmedia, Zagreb, str. 42.
[65] Kantar, S. (2016): Razvoj održivoga ruralnoga turizma: Potencijali Koprivničkokriževačke županije, Doktorski rad, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, str. 10.
[66] Korošec, L., Smolčić, D. (2013): Politika zaštite okoliša - integralni dio koncepcije održivog razvitka europske unije, Ekonomski pregled, Vol.64 No.6, str.605-629, str.606.

ostvariti, a zadnja četiri predstavljaju smjerove kojima je potrebno ići na putu prema održivosti na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.[67] Načela su: [68]

1. Poštovanje i skrb za životnu zajednicu. Ovo je etičko načelo koje naglašava da se razvoj ne smije dovesti u pitanje kvalitetu života drugih ljudi ili budućih generacija. Temelji se na poštovanju i brizi za ostale ljude, kako sada tako i u budućnosti. Koristi i troškovi od uporabe resursa i zaštite okoliša trebaju se raspodijeliti pravedno među svim interesnim skupinama.

2. Poboljšanje kakvoće života. Razvoj treba osigurati ljudima ostvarenje dostojanstvenog života. Gospodarski rast je dio rzaaazvoja, ali on ne može biti isključivi cilj. Iako se postavljeni ciljevi razvoja razlikuju, postoje neki koji su univerzalni. To su dug i zdrav život, dostupnost resursa potrebnih za dostojno življenje, obrazovanje, politička sloboda i ljudska prava.

3. Zaštita vitalnosti i raznolikosti Zemlje. Zaštita okoliša je ono na čemu se mora temeljiti razvoj. Da bi se to postiglo, potrebno je: *zaštititi sustave za održavanje života* (procese koji oblikuju klimu, pročišćuju zrak i vode, recikliraju osnovne elemente, stvaraju i regeneriraju tla), *zaštititi bioraznolikost* (sve vrste biljaka, životinja i ostalih organizama; raznolikost ekosustava) te *osigurati održivost korištenja obnovljivih resursa* (uključuju tla, šume, pašnjake, obradiva zemljišta, morske i slatkovodne ekosustave).

4. Minimiziranje iscrpljivanja neobnovljivih resursa. Neobnovljivi izvori kao što su minerali, nafta, plin i ugljen ne mogu se koristiti na održivi način, ali se može raditi na produljenju njihovog životnog vijeka (recikliranjem, manjom uporabnom resursa u proizvodnji, zamjenom za obnovljive resurse).

5. Poštovanje granica prihvatljivog kapaciteta Zemlje. Granice za podnošenje nepovoljnih utjecaja razlikuju se ovisno o regiji, a utjecaji ovise o broju ljudi te količini hrane, vode, energije i sirovina koju svaka osoba koristi i rasipa.

6. Promjene u osobnim stavovima i postupcima. Za postizanje održivog razvoja potrebno je da ljudi preispitaju svoje vrijednosti i promjene svoje ponašanje. Nužno je širiti informacije putem formalnoga i neformalnoga obrazovanja kako bi svi imali spoznaje o aktivnostima koje treba poduzimati. Društva moraju promicati one vrijednosti koje podupiru održivost, te destimulirati one koje nisu u skladu s održivim načinom života.

[67] Črnjar, M., Črnjar, K. (2009): Menadžment održivoga razvoja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugotiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, str.84.
[68] OECD Factbook 2007- Economic, Environmental and Social Statistics, https://read.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-factbook-2007_factbook-2007-en#page1, [pristupljeno: 5.6.2019].

7. Omogućavanje zajednicama da skrbe o vlastitom okolišu. Zajednice i lokalne skupine predstavljaju najjednostavnije kanale putem kojih ljudi mogu izraziti svoju zabrinutost te poduzeti mjere radi stvaranja stabilnog, održivog društva, a kako bi mogli djelovati potrebna su im ovlaštenja, znanje i moć.

8. Stvaranje nacionalnoga okvira za integraciju razvoja i zaštite. Da bi društvo moglo napredovati na racionalan način, mora imati bazu informacija i znanja, pravni i institucijski okvir te dosljednu gospodarsku i društvenu politiku.

9. Stvaranje globalnoga saveza. Od globalne održivosti svi mogu imati koristi, ali će svi biti ugroženi ako se ona ne postigne. Globalna održivost ovisi o čvrstom savezu među svim državama. Kako razina razvijenosti u svijetu nije jednaka, mora se pomoći državama s nižim prihodima, kako bi razvijale održivost i zaštitile svoj okoliš.

Institut za turizam u Zagrebu navodi četiri osnovna načela od kojih se polazi u planiranju i implementaciji održivog turizma, a to su: participativni proces odlučivanja, održivi razvoj, načela turizma i baštine te primjeren razvoja turizma.[69]

Participativni proces odlučivanja - uključuje četiri ključna gledišta: turoperatore, institucije odgovorne za zaštitu baštine, posjetitelje i lokalnu zajednicu. Svi oni imaju svoje specifične ideje, probleme i interese te zbog toga različito gledaju na turizam. Kako bi sve skupine imale koristi, u procesu planiranja i odlučivanja moraju se uzeti u obzir gledišta svih različitih skupina radi postizanja pozitivnih rezultata za sve (zajednicu, menadžere baštine i prirode, poslovni sektor i posjetitelje). U slučaju da se u procesima planiranja i odlučivanja izostavi ili zanemari gledište bilo koje od navedenih strana, dolazi do narušavanja ravnoteže.

Održivi razvoj - Održivi razvoj odnosi se na ekonomska, socijalna i okolišna pitanja iako mnogi poslovni subjekti često uključuju samo socijalne i ekonomske učinke kao poslovne indikatore. Ovakav pristup naziva se mjerenje trostrukoga konačnog rezultata ili trostrukog ishoda osnovice, tj. tripple bottom line. Usredotočuje se na odgovornost, transparentnost, usmjerenost prema sudionicima, te na sustavno mjerenje i izvještavanje.

Načela turizma i baštine - ističu pristupe u planiranju i odlučivanju o turizmu kao osnovu za dijalog i suradnju među interesno-utjecajnim skupinama. Osam je načela koji nastoje ilustrirati koji su faktori uspješnosti u turizmu za odredišta prirodne i kulturne baštine. 1. Prepoznavanje važnosti baštine, 2. Briga o lokalitetima baštine, 3. Razvoj partnerstva za višestruku korist, 4.

[69] Carić, H. (2006): Održivi turizam u deset koraka : planiranje održivog turzma zasnovanog na baštini i prirodnom naslijeđu, Institut za turizam, str.5-6.

Ugradnja pitanja baštine u poslovno planiranje, 5. Investiranje u ljude i lokalitete, 6. Oglašavanje i promoviranje odgovornosti u oblikovanju turističkih proizvoda, 7. Pružanje visokokvalitetnih doživljaja posjetiteljima te 8. Uvažavanje prava i obveza lokalnoga, autohtonoga stanovništva.

Primjereni turistički razvoj – ovo načelo određuje pristup kako bi se pomoglo razvoju dugoročnih rješenja za turističke destinacije s prirodnim i kulturnim vrijednostima. Osiguravajući potrebnu zaštitu baštine djeluje i kao potpora za razvoj turističkoga gospodarstva. Na nekim prirodnim ili povijesnim lokalitetima razvoj turizma nije moguć ako je nekompatibilan s njihovim posebnim vrijednostima ili ako se kosi s ciljevima zaštite tih lokaliteta, a ovo načelo predviđa odustajanje od planiranja i implementacije turizma na takvim lokacijama.

3.1.2. Ekološki trendovi na turističkom tržištu

Sustavi za upravljanje hotelskim otpadom, vodom, kvalitetom zraka i očuvanjem energije standardna je procedura većine hotelskih brendova, a širom svijeta instalirani su učinkoviti sustavi za osvjetljenje, grijanje i klimatizaciju te mjere zaštite vode.

Eko smještaj (engl.Ecolodges) nekada je bio rijetka pojava, a sada su postali snažan tržišni trend u cijelom svijetu i predstavljaju standard za ekološki održivo stanovanje, koristeći obnovljive izvore energije, smanjenje otpada, kompostiranje, uzgoj vlastitih organskih vrtova i izbjegavanje uništavanja zavičajne vegetacije. Nagrade za turizam i putovanja često se dodjeljuju lancima hotela koji posluju na ekološki održiv način.[70]

[70] Epler Wood, M. : The next 20 years of Ecotourism, Dostupno na:https://greenmoney.com/the-next-20-years-of-ecotourism/, [pristupljeno: 08.06.2019.].



Slika 3: Eco lodge

Izvor: Tom's Eco lodge: https://tomsecolodge.com/2016/12/16/new-accommodation-coming-soon/

Eko-trendovi nisu usmjereni samo na odgovoran odnos prema prirodi, već i na poboljšanje kvalitete turističkog proizvoda. Tako doprinose održivom razvoju kroz rješenja koja smanjuju utjecaj turizma na okoliš i iskorištavanje resursa.Važan dio ekoloških trendova su ekološke inovacije. Provedba ekoloških inovacija u industriji često je povezana s povećanim troškovima. Međutim, suština takvih inovacija zahtijeva najisplativija rješenja za smanjenje utjecaja rasta turizma na korištenje resursa i okoline te nastoji te resurse učinkovitije koristiti. Cilj eko-inovacije u turizmu je poboljšati postojeće poslovne modele koji bi koristili tvrtkama, kupcima, državnim tijelima i lokalnim zajednicama stvaranjem ,radnih mjesta, poboljšanim životnim uvjetima i zaštitom ekosustava. Uz odgovarajuća ulaganja, turizam može postati ujednačen, profitabilniji, radno intenzivniji i ekološki prihvatljiviji. S obzirom na to da broj međunarodnih turista raste, to je sada potrebno opravdati i motivirati ekološke inovacije kao katalizatore za održivi turizam i stabilan rast turizma. Eko-inovacije povećavaju učinkovitost resursa i energije čineći dostupnima održivijima izvore, reciklirajući više proizvodnog otpada i proizvoda i primjenom prihvatljivijih metoda za rješavanje nepotrebnih otpadnih materijala i onečišćenja

UN svjetska turistička organizacija predviđa da će do 2020. godine biti ostvareno oko 1,6 milijardi ekološki motiviranih putovanja. Studija o ponašanju "millennials" potrošača, koju je provela kompanija Nielsen, otkrila je da je održivost prioritet među ovom utjecajnom generacijom sklonom putovanjima. 66% globalnih ispitanika bi „platilo više za proizvode i usluge od kompanija koje su posvećene pozitivnom socijalnom i okolišnom utjecaju“. Globalno

istraživanje TUI pokazalo je da su dvije trećine ljudi na godišnjem odmoru spremni „učiniti kompromise za način života kako bi pridonijeli okolišu“.[71]

3.1.3 . Ekološki certifikati u turizmu

Eko hoteli moraju biti adekvatno promovirani, a potrošači zahtijevaju pouzdani dokaz da hotel zapravo nudi ekološki prihvatljive usluge. Jedan od mnogih mogućih dokaza takvog upravljanja je eko-certifikat.[72] Promicanje ekološki odgovornog ponašanja poslovnih subjekata u turizmu vrši se putem: izdavanja eko certifikata, dodjela nagrada, programima edukacije, te kreiranjem standarda.

Certifikat (potvrda) je dokument koji se izdaje prema pravilima certifikacijskog sustava kojim se jamči da je jednoznačno utvrđen proizvod, proces ili usluga sukladan s određenom normom. Određeni certifikat prati odgovarajući znak koji poduzeće može stavljati na dokumente ili na proizvode. U Republici Hrvatskoj postoji HR Survey, neslužbeni godišnji pregled certifikata izdanih za normirane sustave upravljanja poduzećima. Nastao je prema uzoru na ISO Survey koji godinama donosi svjetski pregled certifikata. Pregled je dostupan na stranici www.kvaliteta.net i sadržava ukupan broj certifikata prema pojedinoj normi, broj izdanih certifikata u godini te njihovu podjelu prema županijama i industrijskim sektorima.[73] Certifikat omogućuje vidljivost hotela na web stranicama za promoviranje zelenih hotela. Neke od njih su: Green Hotel Association, Travelocity Green Hotel Directory, EcoGreen Hotel, iStayGreen.

Izrazi 'Certifikati o zaštiti okoliša' i 'Ekološka oznaka' često se koriste naizmjenično, iako se razlikuju. Certifikati o zaštiti okoliša dodjeljuju se isključio kada je zadovoljen skup standarda. Svako poduzeće unutar grane može biti certificirano, ako su u skladu s propisanim. Ekološka oznaka tj. eko-označavanje (engl. Eco-Labelling) jedan je od instrumenata upravljanja okolišem koji potrošaču daje informacije o utjecaju proizvoda ili usluge na okoliš unutar određene kategorije proizvoda ili usluga. Za razliku od certifikata, eko oznaka je nagrada proizvođačima, koji u usporedbi s ostalima u svom sektoru, pokazuju veći uspjeh i bolje

[71] Trivago (2019): Sustainable Hospitality: Eco-Friendly Industry Trends and Tips for Hotels, Dostupno na: https://businessblog.trivago.com/sustainable-hospitality-trends-eco-friendly-hotel-tips/, [pristupljeno:08.06.2019.].

[72] Sibila Lebe, S., Zupan, S. (2011) : From eco ignorance to eco-certificates eco-management in slovene hotels, Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/280730591_FROM_ECO-IGNORANCE_TO_ECO-CERTIFICATES_ECO_MANAGEMENT_IN_SLOVENE_HOTELS, str.2.

[73] Bačun, D., Matešić, M., Omazić, M. (2012): Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb, str. 20.

rezultate, što dovodi do boljeg imidža tvrtke i postizanja veće konkurentnosti na tržištu te do bolje usklađenosti s ekološkim standardima, propisima i zakonima. Eko-označavanje počinje se koristiti od kasnih 70-ih diljem svijeta. Prvi nacionalni program eko-označavanja u svijetu pojavio se 1977. u Njemačkoj pod nazivom Blaue Engle. Danas je sustav eko-označavanja standardiziran (ISO 14020). Eko oznake pripadaju dobrovoljnoj metodi certificiranja i označavanja ekoloških performansi proizvoda primijenjenoj u cijelom svijetu. Program eko-označavanja obuhvaća : [74]

- Konzultacije zainteresiranih strana
- Izbor kategorija proizvoda
- Stvaranje, preispitivanje i izmjene kriterija za proizvod koji se odnose na zaštitu okoliša
- Identifikaciju karakteristika funkcija proizvoda
- Razvijanje i usvajanje odgovarajućih kriterija i standarda te
- Certificiranje i licenciranje

Ove oznake razlikuju tri tipa, a prema normi ISO 14020:2000 eko-oznake mogu biti u obliku izjave, simbola ili grafike na proizvodu ili dokumentaciji.

1. Oznake tipa I – ekološke oznake (ecolabels)
2. Oznake tipa II – samodeklarirajuće tvrdnje (self-declaration claims)
3. Oznake tipa III – ekološke deklaracije (environmental declarations)

Tablica 2: Usporedba različitih tipova oznaka

	Tip I	**Tip II**	**Tip III**
Generičko ime	Eko-oznaka	Samodeklarirana okolišna tvrdnja	Okolišna deklaracija
Ciljna skupina	Krajnji korisnik	Krajnji korisnik	Industrija/ krajnji korisnik
Metoda oznake	Okolišna oznaka	Tekst i simbol	Okolišna specifikacija
Djelokrug	Cijeli životni ciklus	Određeni segment	Cijeli životni ciklus

[74] Herceg, N., Stanić-Koštroman, S., Šiljeg, M. (2018): Čovjek i okoliš, Synopsis, Mostar-Koprivnica-Zagreb-Sarajevo, str. 343.

Selektivnost	20-30% najboljih proizvoda	Ne	Ne
Certificiranje	Da	Uglavnom ne	Da/Ne

Izvor : vlastito prema Herceg, Stanić-Koštroman, Šiljeg (2018): Čovjek i okoliš, Synopsis, Mostar-Koprivnica-Zagreb-Sarajevo, str. 345.

U hotelijerstvu postoje različiti programi ekološkog certificiranja i svaki od njih ima svoje kriterije za certificiranje. Neki su revidirani sami, a drugi su strogo regulirani od strane trećih strana. Treći imaju kombinirani model koji uključuje i samo-reviziju i propise trećih strana. Zbog širokog spektra dostupnih programa certificiranja teško je procijeniti ključne prakse koje pridonose vođenju zelenog hotela. Neke ekološke oznake imaju visoku razinu priznanja, dok druge imaju samo lokalnu važnost. Europa ima daleko više „zelenih" programa certificiranja od bilo koje druge regije u svijetu. Ekološki certifikati i nagrade u Europi pokrivaju sve vrste turističkih dobavljača, uključujući smještaj, plaže, marine, zaštićena područja, restorane, golf terene, turističke pakete i razne druge turističke aktivnosti. Više od 40 programa certificiranja usluga smještaja: hoteli s ili bez restorana, kampova, hostela, seoskih domaćinstava, planinarskih domova, kuća za odmor, pansiona, smještaja za noćenje s doručkom i dr. (www.eco-tip.org).[75]

Mnoge ekološke oznake ograničene su na jednu državu ili na ograničenu grupu ili zemljopisno povezane zemlje (npr. Nordic swan). Veliki broj ekoloških oznaka s različitim standardima može stvara konfuziju i za potrošače i za ponuđače. Postalo je teško razlikovati različite ekološke oznake i certifikate, te znati kriterije za dobivanje istih. To je jedan od razloga zašto je Europska komisija odlučila uvesti ekološku oznaku na razini EU-a, koja bi jamčila iste kriterije i istu razinu i intenzitet ekološkog upravljanja u turističkim smještajima u svim zemljama članicama EU.

U nastavku će biti objašnjene neke od najpoznatijih europskih nagrada za ekološka postignuća.

Green Globe (hrv. Zeleni globus) - pruža usluge održivosti i certificiranje od 1993. godine. Izvorno je osnovana u Velikoj Britaniji, a ima sjedište u Los Angelesu / Kaliforniji s partnerstvima u Europi, Africi, Latinskoj Americi, Karibima, Indiji i Aziji. Ona nudi strukturiranu procjenu održivosti uspješnosti turističkih i turističkih poduzeća i njihovih

[75] Sibila Lebe, S., Zupan, S. (2011) : op.cit., str.3.

partnera u lancu opskrbe. Poduzeća mogu pratiti poboljšanja i dokumentirati dostignuća koja vode ka potvrđivanju održivog poslovanja i upravljanja njihovih poduzeća. Standard "Zeleni globus" uključuje 44 osnovna kriterija s preko 380 pokazatelja usklađenosti. Mjerodavni pokazatelji razlikuju se ovisno o vrsti potvrde, zemljopisnom području i lokalnim čimbenicima. Green Globe dva puta godišnje ažurira svoje kriterije za certificiranje kako bi se osigurala međunarodna usklađenost.

Slika 4: Green Globe

Izvor: Green Globe Facebook

Da bi zajamčio najviši međunarodni standard, Green Globe certifikat pridržava se ISO 19011. Proces certifikacije nudi se na 5 jezika: engleskom, španjolskom, francuskom, njemačkom i portugalskom.[76]

Pored pružanja korisničkih usluga u ključnim područjima, Green Globe nudi snažnu marketinšku komponentu, podržavajući certificirane tvrtke s marketingom putem kanala širom svijeta.

Green Key - Zeleni ključni je međunarodni obrazovni program o okolišu. Nevladina, dobrovoljna eko-oznaka za turističke objekte osnovana u Danskoj 1994. godine, ali sada je dostupna u 57 zemalja širom svijeta i dodijeljena je u više od 3000 ustanova.[77] Danas je to najveća međunarodna eko-oznaka za turizam s centrom za nacionalnu upravu u svakoj državi sudionici, kao što su Belgija, Cipar, Estonija, Francuska, Grčka, Nizozemska, Japan, Jordan, Kuvajt, Latvija, Litva, Libanon, Poljska, Portugal, Portoriko, Saudijska Arabija, Švedska itd. Green Key nastoji pridonijeti sprječavanju klimatskih promjena, podržavanjem turističkih objekata s pozitivnim ekološkim inicijativama te stvaranja ekološke svijesti ljudi i okoliša. Program ima za cilj smanjenje negativnog utjecaja na okoliš kroz odgovorno korištenje resursa.

[76] Green Globe Facebook, https://www.facebook.com/pg/greenglobe/about/, [pristupljeno: 10.06.2019.].
[77] Green Key: https://www.greenkey.global/, [pristupljeno: 10.06.2019.].

Nacionalni skup kriterija gradi svaka država integrirajući 12 točaka međunarodnih kriterija, odnosno 12 tematskih područja (upravljanje okolišem, uključenost osoblja, informacije za goste, voda, pranje i čišćenje, otpad, energija, hrana i piće, unutarnji okoliš, zelene površine, korporativna društvena odgovornost, zelene aktivnosti), s popisom zahtjeva za svaku temu. Nagrada se dodjeljuje za jednu godinu, a nakon toga se može obnoviti.[78] U Hrvatskoj su dodijeljene 4 takve eko oznake, 3 za kampove (AC Kovačine, Zaton Holiday Resort, AC Park Soline) i jedan za hotel (Radisson Blu Resort, Split). Hotel Radisson BLU Resort, Split prvi je hotel u Hrvatskoj koji je dobio Green Key certifikat još 2012. godine. Hotel Radisson BLU Resort, Split razvio je niz energetski održivih mjera upravljanja i dobre prakse koja uključuje upravljanje energijom, zaštitu okoliša i upravljanje otpadom te sudjelovanje u potpori lokalnoj zajednici kroz tjedne priloge Caritasovoj kuhinji te suradnju s domom Maestral.[79]



Slika 5: Green Key

Izvor: GSTC, https://bit.ly/2KvFtll

Travelife - vodeća inicijativa za osposobljavanje, upravljanje i certificiranje turističkih tvrtki koje su posvećene održivom razvoju. Travelife sustav za hotele podržava smještajne kapacitete sa znanjem i instrumentima za poboljšavanje održivosti. Ispunjavanjem Travelife standarda, postiže se korist i ušteda troškova te se stvara konkurentska prednost posjedovanjem Travelife certifikata za smještaj. Vodeći turoperatori kao što su TUI, Thomas Cook,Virgin Holidays i Kuoni već su prihvatili Travelife. Travelife program certifikacije odvija se u tri faze. U prvoj fazi "**angažiranja"** tvrtka još nije nagrađena te radi na uvođenju prikladnih postupaka upravljanja. Koordinator za održivost dobiva vlastiti Travelife certifikat i primjenjuju se

[78] Orloczki, M. (2012): op.cit., str. 127.

[79] Turistplus: Hotel Radisson BLU Resort, Split pridružio se svjetskom zelenom timu, https://bit.ly/2MhNuMT, [pristupljeno:15.06.2019.].

osnovni koraci i dobra praksa. U drugoj fazi, na temelju izvješća o održivosti i udovoljavanju osnovnim zahtjevima koje je odredio Travelife, tvrtka doseže status **Travelife Partner** koji omogućuje tvrtki da komunicira svoja postignuća održivosti uz Travelife Partner logo. U trećoj fazi, hotele ocjenjuje i detaljno prati neovisni agent kroz nekoliko mjeseci pa do nekoliko godina zaredom, kako bi se utvrdilo da li se tvrtka pridržava međunarodnih Travelife standarda za turističke tvrtke. Zahtjevi su veći od osnovnih zahtjeva u fazi Travelife Partnerstva. Uspješan završetak treće faze znači dobivanje nagrade u obliku statusa **Travelife Certifikacije.**[80] Certifikat Travelife označava da se hotel pridržava najstrožih etičkih i ekoloških standarda u svom poslovanju – od odnosa prema djelatnicima, zaštite okoliša, zaštite lokalne kulture, naslijeđa i prirode, sve do odnosa prema lokalnoj zajednici te da snažno podržava lokalnu ekonomiju. U Hrvatskoj 33 hotela ispunila su kriterije za posjedovanje ovog certifikata.[81]



Slika 6: Travelife

Izvor: https://www.bluesunhotels.com/travelife-gold-certifikat.aspx

Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva nadležno je za dvije eko oznake: za nacionalni znak zaštite okoliša Prijatelj okoliša i za znak zaštite okoliša Europske unije EU Ecolabel.

Znak zaštite okoliša: Prijatelj okoliša - dodjeljuje se za proizvode koji se stavljaju na tržište Republike Hrvatske. Znak Prijatelj okoliša dio je politike zaštite okoliša i održivog razvoja RH čiji je cilj smanjiti negativni utjecaj na okoliš, na potrošnju prirodnih dobara, na klimu i na zdravlje. To je dobrovoljni instrument zaštite okoliša kojim se označavaju proizvodi koji imaju manji negativni utjecaj na okoliš u usporedbi sa sličnim proizvodima u cjelokupnom životnom ciklusu. Znak Prijatelj okoliša pruža potrošaču potpunu, vjerodostojnu i znanstveno utemeljenu informaciju o utjecaju proizvoda na okoliš. U međunarodnom sustavu znakova zaštite okoliša,

[80] Travelife: https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=hr, [pristupljeno:15.06.2019.].
[81] BluesunHotels: https://www.bluesunhotels.com/travelife-gold-certifikat.aspx, [pristupljeno:16.06.2019.].

znak Prijatelj okoliša spada u eko-oznake tipa I. Ministarstvo zaštite okoliša i prirode Republike Hrvatske provodi postupak dodjele znaka "Prijatelj okoliša" i nadzora nad njegovom upotrebom te provodi postupak izrade mjerila za znak "Prijatelj okoliša". Ono jamči neovisnost i neutralnost postupka dodjele, neutralnost tijela koja provode postupak verifikacije te transparentnost i vjerodostojnost postupaka u odnosu na podnositelje zahtjeva za dodjelu znaka "Prijatelj okoliša".[82]



Slika 7: Eko oznaka „ Prijatelj okoliša“

Izvor: Svijet kvalitete, http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/92-marketinske oznake/3422-znak-zastite-okolisa-prijatelj-okolisa

EU Ecolabel- EU znak za zaštitu okoliša službena je eko-oznaka Europske unije. Predstavljen je 1992. godine kako bi se pomoglo prepoznavanju okolišne izvrsnosti u proizvodima i uslugama od početne faze uporabe sirovina, preko proizvodnje pa sve do njihova korištenja i konačno odlaganja. *EU Ecolabel* proizvode i usluge ocjenjuju neovisni stručnjaci prema kriterijima koji su dogovoreni od strane znanstvenika, nevladinih organizacija i zainteresiranih strana.[83] Da bi proizvod ili usluga mogli nositi oznaku EU Ecolabel, moraju zadovoljiti strogi skup mjerila temeljenih na parametrima utjecajima proizvoda ili usluge na okoliš. Mjerila uzimaju u obzir značajne utjecaje proizvoda na okoliš u cjeloživotnom ciklusu i pokazatelji su temeljem kojih se razlikuje utjecaj proizvoda na okoliš.[84] Na EU tržištu je 70 tisuća proizvoda i usluga s EU Ecolabelom. Jedini hrvatski proizvodi koji posjeduju EU Ecolabel su deterdžent za rublje EcoBianco, tvrtke Ecology108 iz Pule i osam proizvoda tvrtke DELT Papir.[85] Tvrtke i poduzetnici mogu se prijaviti za dobivanje *EU Ecolabel* oznake, a proces i dobivanje ovog

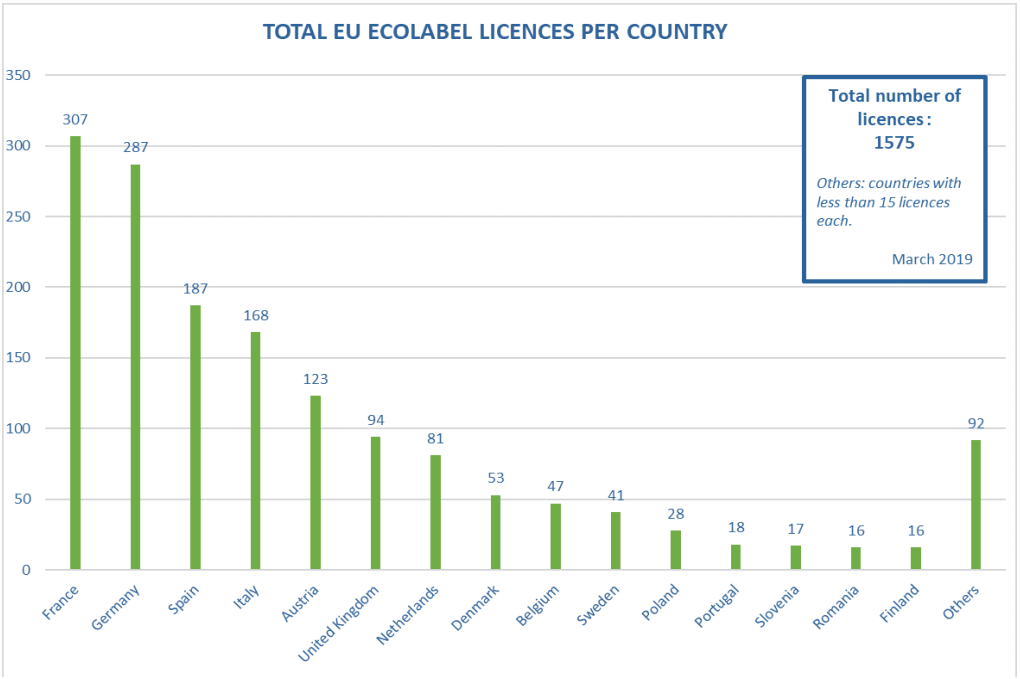
[82] Narodne novine (2016): Pravilnik o znaku zaštite okoliša »prijatelj okoliša«, NN broj 91/16, dostupno na: http://www.propisi.hr/print.php?id=3244.
[83] Održivi turizam Hrvatska: http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=1293, [pristupljeno:17.06.2019.].
[84] MZOE RH: Znak zaštite okoliša EU Ecolabel za turizam, https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti//7_Znak%20zastite%20okolisa%20EU%20Ecolabel%20za%20turizam.pdf, [pristupljeno: 25.06.2019.].
[85] Poslovni dnevnik (2018): http://www.poslovni.hr/hrvatska/jedan-jedini-hrvatski-proizvod-ima-oznaku-eu-ecolabel-344259 [pristupljeno: 8.8.2019]

certifikata može dopuniti marketinšku strategiju poduzeća te pružiti priliku za ekonomske, resursne i energetske uštede. Prema međunarodnoj normi za eko-označavanje ISO 14024 EU Ecolabel spada u eko-oznaku Tipa I (neovisna procjena sukladnosti proizvoda s mjerilima od treće strane).

Slika 8: Ecolabel

Izvor: European Commission, https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/eu-ecolabel-for-consumers.html

U 2019. najviše Ecolabel certifikata dodijeljeno je u Francuskoj (19,5%), Njemačkoj (18%), i Španjolskoj (12%). Od svih dodijeljenih oznaka u ožujku 2019. godine, većina proizvoda / usluga odnosi se na turističke i smještajne usluge (18%), proizvode za čišćenje tvrdih površina (17,5%) i papirne maramice (11%).[86]



Slika 9: Ukupan broj Ecolabel oznaka po državama

Izvor: European Commission, https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html

[86] European Commission: https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html, [pristupljeno: 9.8.2019]

U Hrvatskoj se dodjeljuje i certifikat pod nazivom **Sustainable hotel**. On je prvi put proveden 2013. g. od strane UPUHH-a (Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske). Kriteriji su precizno razrađeni za 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. U prvoj fazi organizirane su radionice za prijavljene hotele te provedeni auditi na terenu. Svaki hotel izabrao je svog predstavnika, odnosno zelenog koordinatora, koji su sudjelovali u prvom ciklusu radionica, gdje su educirani o izradi akcijskog plana, politici upravljanja okolišem, uključivanju zaposlenika u rad, i sl. U drugoj fazi hoteli su morali implementirati projekt te provesti akcijski plan, nakon čega je organiziran drugi ciklus radionica namijenjen edukaciji zaposlenika. [87] U 2018. oko 50 hotela sudjelovalo je u projektu UPUHH-a.



Slika 10: Logotip održivog hotela certificiranog od UPUHH-a

Izvor: Poslovni Turizam: Prvi hoteli s oznakom "Sustainable Hotel", https://www.poslovniturizam.com/vijesti/prvi-hoteli-s-oznakom-sustainable-hotel/1462/, [pristupljeno:09.08.2019.].

Eko certifikat OMH - Hoteli koji nose eko oznaku s logotipom „srce sa listom“ objekti su koji vode najveću brigu o okolišu na svom području. Hrvatska eko-oznaka za smještaj u turizmu za male i obiteljske hotele prati strukturu Europske eko-oznake Eco-flower. Projekt je nastao suradnjom Udruge malih i obiteljskih hotela te Ministarstva turizma. Eko certifikat je potvrda da se u objektu racionalno koriste energenti, sredstva za rad i da se njihova provjera vrši po točno utvrđenim procedurama. Sama izgrađenost objekta mora imati sve potrebne kontrolne točke i sredstva za sprječavanje gubitka energije. Isto tako, certifikat se odnosi na sortiranje, razvrstavanje i selektivno prikupljanje otpada koji se stvaraju kao nusproizvodi unutar procesa u proizvodnji u hotelu. U eko hotelima OMH jela se pripremaju po tradicionalnim receptima, od domaće proizvedenih proizvoda s područja s kojeg potječe ili na kojem se nalazi hotel.

[87] UPUHH: Dodjela Sustainable Hotel certificate by UPUH, https://www.upuhh.hr/hr/projekti/zeleno-odrzivo-poslovanje/odrzivi-hoteli/item/28-dodjela-sustainable-hotel-certificate-by-upuhh, [pristupljeno: 9.8.2019].

Širenje ekološke svijesti među osobljem, gostima hotela i svima koji dolaze u doticaj sa njihovim uslugama cilj je kojemu teže svi eko hoteli udruge OMH.[88]



Slika 11: Logotip eko oznake malog i obiteljskog hotela

Od međunarodno priznatih certifikata, poznatiji je **LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) certifikat**. Iako je u početku bio namijenjen trgovačkim objektima, sve se više koristi u turizmu. Nalazi iz 2008.[89] pokazuju da LEED povećava troškove gradnje za oko 1-2%. Investicija se isplaćuje u roku od 24 mjeseca zbog ušteda u potrošnji energije, emisiji ugljika, potrošnji vode i troškovima čvrstog otpada.[90] Dodjeljuje se zgradama građenim u skladu načela „zelene gradnje". Takvim certifikatom na osnovama učinkovitog korištenja prirodnih resursa (energije, vode i svjetlosti), daje se sveobuhvatan pristup očuvanju okoliša. Hoteli mogu zatražiti LEED certifikat kako bi se približili eko gostima te načelima ekološki odgovornog poslovanja.



Slika 12: Logotip LEED certifikata

Izvor: Energetsko certficiranje: LEED certifikat – ocjena održivosti zgrada i naselja, https://www.energetskocertificiranje.com.hr/leed-certifikat-ocjena-odrzivosti-zgrada-naselja/, [pristupljeno:10.08.2019.]

[88] OMH: http://www.omh.hr/hr/udruga/eko-hoteli-omh-74/74,[pristupljeno:06.09.2019.]
[89] Prema: Butler, J. (2008), "The compelling "hard case" for green hotel development", Cornell Hospitality, Vol.49, No. 3, pp. 234-244.
[90] Hays, D., Ozretić-Došen, Đ.: Greening hotels – building green values into hotel serivices, Tourism and Hospitality Management, Vol. 20, No. 1, pp. 85-102, 2014, pg. 92.

Od ostalih priznatih certifikata valja spomenuti:

- Green Globe 21 – program za certifikaciju koji se temelji na Agendi 21 i principima za ekološki razvoj
- Nordic Swan - skup ekoloških zahtjeva koje moraju ispunjavati hoteli u nordijskim zemljama, primjena od 1999.godine
- Green Seal, Inc. – dodjeljuje se proizvodima što odgovaraju strogim ekološkim standardima koji uključuju rigoroznu evaluaciju i testiranje te inspekcijski nadzor. Ti standardi identificiraju ekološki najprihvatljivije turističke proizvode koji su trenutačno dostupni.
- Le Clef Verte, Ibexes, Legambiente Turismo, PAN Parks, Nature and Ecotourism Accreditation Program, The Swan, Smart Voyager, i brojni drugi.

3.2. Načela i područja primjene ekološkog poslovanja u hotelijerstvu

3.2.1. Sustavi ekološki odgovornog upravljanja

Sustav upravljanja okolišem (Environmental Management System – EMS) dio je cjelovitog sustava upravljanja koji uključuje organizacijsku strukturu, aktivnosti planiranja, odgovornosti, postupke, procese i sredstva za razvijanje, uvođenje, postizanje, praćenje i održavanje politike okoliša. Implementacija EMS-a ima za cilj unaprjeđivanje kvalitete okoliša i smanjenje troškova, te indirektno stimuliranje inovacije proizvoda u smjeru ekološke prihvatljivosti.[91]

Globalizacija i integracijski procesi na međunarodnom planu povećali su važnost uvođenja sustava upravljanja okolišem, te važnost standardizacije. Međunarodna organizacija za standardizaciju – ISO (The Internationan Organisation for Standardization) započela je s radom 1947. godine, a danas broji 164 članice. ISO standardi su dobrovoljni, ali neke zemlje prihvaćaju neke od tih standarda kao podlogu za zakonsku regulativu. Posebno važni ISO standardi jesu ISO 9000 i ISO 14000. ISO 9000 se odnosi na upravljanje kakvoćom (Quality Management) dok se ISO 14000 odnosi na ekološki menadžment (Environmental Management).[92]

[91] Dragičević, M. (2015): Upravljanje kvalitetom u hotelijerstvu – Hrvatska i svijet, Redak, Split, str.108.
[92] Črnjar, M., Črnjar, K. (2009): op.cit., str. 264.

EMAS popis (Eco Management and Audit Scheme) inicijativa je Europske unije koja za cilj ima promicanje kontinuiranog poboljšanja zaštite okoliša u javnim i privatnim organizacijama.[93] To je sustav ekološkog upravljanja i neovisnog ocjenjivanja namijenjen svim pravnim osobama i fizičkim-osobama-obrtnicima, koji se temelji na sustavu upravljanja okolišem prema normi ISO 14001.[94] Stupio je na snagu 1995. Godine, a razvila ga je Europska komisija s ciljem da se promovira neprestano poboljšanje poslovanja s ekološkim načelima. EMAS je strukturiran kako bi organizacija ispunila svoju obvezu u skladu sa zakonskim i drugim uvjetima zaštite okoliša te kako bi se smanjio utjecaj koji organizacija ima na okoliš.[95]

EMAS je dobrovoljni instrument zaštite okoliša čime organizacije pristaju primijeniti više standarde zaštite okoliša nego što je propisano zakonom. EMAS sustav nalaže stalno izvještavanje poslovne zajednice i okruženja o okolišu, koje obuhvaća ključne pokazatelje i njihove rezultate. Mjere za zaštitu okoliša koje hoteli provode variraju, ali se većina odnosi na 6 osnovnih područja:[96] energija, voda, kruti otpad, efluenti i emisije (otpad u tekućem i plinovitom stanju), izbor ugovornih poslovnih partnera, poslovanje.

Sustav upravljanja okolišem (EMAS) funkcionira tako da minimalizira vjerojatnost nastanka događaja koji bi mogao imati negativni utjecaj na okoliš. Zaštita okoliša mora biti realizirana uz sudjelovanje svakog člana poduzeća jer je ona zadatak menadžera, ali i svih ostalih zaposlenike, pa u konačnici uspjeh EMAS-a ovisi u velikoj mjeri o motivaciji i sudjelovanju svih djelatnika.

Od organizacija koje sudjeluju u EMAS-u očekuje se da:

- ustanove i unose okolišne politike, programe i sustave menadžmenta u pojedinačnim kompanijama
- sustavno, objektivno i periodično evaluiraju funkcioniranje točke 1.
- osiguraju za javnost informacije o ekološkom radu.

Namjera EU je da svaka od država članica ugradi EMAS u svoje okolišno zakonodavstvo. EMAS nadilazi standard ISO 14001 te zahtijeva provođenje početne revizije stanja vezanog za

[93] Rahbek, P. E. (2007): Perceptions of performance: how European organizations experience EMAS registration, Corporate Social Responsibility & Environmental Management, p. 62-71.
[94] Ministarstvo zaštite okoliša i energetike: Eko-oznake, dostupno na: https://www.mzoip.hr/hr/okolis/eko-oznake.html, [pristupljeno: 12.8.2019].
[95] Nekić, B. (2014):Politika zaštite okoliša u RH nakon pristupanja europskoj uniji, Tranzicija, Vol. 16 No. 34, str. 39-58.
[96] Petrić, L. (2011): op.cit., str. 122. – 123.

zaštitu okoliša, aktivno sudjelovanje kadrova u provedbi EMAS-a te objavljivanje mjerodavnih informacija za javnost i ostale zainteresirane strane.[97]

Tablica 3: Osnovni aspekti okoliša i ključni pokazatelji EMAS-a

ASPEKTI OKOLIŠA	**Pokazatelji za prikaz unosa/utjecaja**
ENERGETSKA UČINKOVITOST	Ukupna godišnja potrošnja energije izražena u MWh ili GJ Ukupna količina energije iz obnovljivih izvora energije izražena kao udio ukupne godišnje potrošnje energije (električne i toplinske)
UČINKOVITOST KORIŠTENJA MATERIJALA	Godišnji maseni protok upotrijebljenih materijala (sirovina) izražen u tonama (izuzimajući energente i vodu)
VODA	Ukupna godišnja potrošnja izražena u m^3
OTPAD	Ukupna godišnja količina stvorenog otpada izražena u t Ukupna godišnja količina opasnog otpada izražena u t ili kg
BIORAZNOLIKOST	Korištenje zemljišta izražena u m^2 izgrađenog zemljišta
EMISIJE	Ukupna godišnja emisija stakleničkih plinova (uključujući najmanje emisije CO2, CH4, N2O, HFCs, PFCs i SF6) izražena u t CO2-eq)

[97] Petrić, L., Pranić, Lj. (2010): Ekološka svijest u hrvatskoj smještajnoj industriji, Acta turistica nova, Vol. 4 No. 1, str.5-21.

	Ukupna godišnja emisija u zrak (uključujući najmanje emisije SO2, NOx i PM –čestice) izražena u kg ili t

Izvor: Zovko, M., Katić,I., Pofuk, D. Sustav ekološkog upravljanja i neovisnog ocjenjivanja (EMAS) kao dobrovoljni instrument upravljanja okolišem u poslovanju organizacija Hrvatske, http://emas.azo.hr/media/11029/EMAS_RAD_konf-DOP_AZO.pdf, [pristupljeno: 13.8.]

Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO) 1996. godine razvila je standarde za rješavanje oznaka okoliša s ISO 14000. Serija standarda ISO 14000 je okvir za organizacije prema kojem one primjenjuju praksu upravljanja okolišem, u zavisnosti od zakonodavstva zemlje u kojoj posluju. ISO 14000 predstavlja grupu standarda upravljanja okolišem i osnovu za uspostavljanje jednog od aspekata upravljanja organizacijom. Standard ISO 14000 predstavlja važan alat za uspostavljanje EMAS-a i EMS-a. Kao osnovni standard grupe ISO 14000 izdvaja se ISO 14001:1996 kojeg većinom koriste turistički objekti (obično oni veći i/ili u franšizi) u sklopu šireg upravljanja okolišem. On omogućava svakoj organizaciji uspostavljanje djelotvornog sustava zaštite okoliša kako bi se postiglo stalno poboljšanje ekoloških performansi.

Implementacijom standarda ISO 14001 poduzeće se obvezuje na sljedeće: [98]

1. Kontinuirano praćenje zakona i propisa te primjena u radu
2. Kontinuirano promatranje i poboljšavanje sustava upravljanja okolišem
3. Primjena novih tehnologija
4. Zamjena štetnih tvari manje štetnim te izbjegavanje onečišćenja okoliša primjenom ekološki prihvatljivih proizvoda.
5. Uvođenje promjena u proizvodnim procesima koje smanjuju nastajanje: otpada, otpadnih voda, štetnih emisija te štednju energije
6. Sustavno školovanje i osposobljavanje radnika te proširivanje svijesti o ulozi pojedinca o njegov odgovornosti u upravljanju okolišem.

U praksi se događa da se ovi sustavi mogu jako razlikovati, no postoje razlike u zahtjevima između ISO 14000 i EMAS-a. Svaki standard serije ISO 14000 je dobrovoljni instrumentarij koji primjenjuju razne interesne strane širom svijeta, dok je EMAS obvezujući pristup odnosno propis razvijen da zadovolji potrebe i očekivanja vlada, građana i potrošača u zemljama članicama EU, tako da je ugrađen u propise zemalja članica EU.

[98] Dragičević, M. (2015): op.cit., str.108.

Međutim, implementacija EMAS-a odvija se u manjem obimu od ISO 14001 zbog većih troškova EMAS-a, činjenice da je on manje poznat u ostatku svijeta i većeg regulatornog pritiska. Suprotno tome, ISO 14001 najčešće se koristi kao standard upravljanja okolišem, a Španjolska i Italija su europske zemlje s najvišim brojem certifikata ISO 14001 u sektoru usluga. Hoteli koji su uvrstili ISO 14001 u praksi se prepoznalo da standard daje operativne prednosti, iako te prednosti nisu navedene. Dva motivirajuća faktora za usvajanje ISO 14001 u ugostiteljstvu su korporativno upravljanje i zakonodavstvo.[99]

Primjena standarda ISO ima brojne pozitivne efekte za organizaciju, a neki od njih su[100]:

- smanjenje potrošnje energije i materijala;
- smanjenje štetnog otpada i troškova upravljanjem otpadom (kvalitetnim odlaganjem otpada, procesima reciklaže itd.);
- usklađenost procesa za zakonskom regulativom;
- razvijanje i podizanje ekološke svijesti zaposlenih;
- sposobnost adekvatnog odgovora na ekološke katastrofe;
- proaktivno i preventivno djelovanje na sprečavanju pojava ekoloških rizika
- aktivan doprinos zaštiti zdravlja i sigurnost zaposlenih i šire zajednice;
- povećanje imidža organizacije;
- unapređivanje odnosa s nadležnim inspekcijskim organima;
- definiranje preventivnih mjera za suzbijanje ekoloških katastrofa;
- stvaranje okvira za stalno unapređenje procesa;
- pristup fondovima (EU) namijenjenim "zelenim tehnologijama";
- uštede izborom adekvatne opreme za rad;
- pridobivanje klijenata s razvijenom ekološkom sviješću

Neki od glavnih razloga nezainteresiranosti za implementaciju sustava upravljanja okolišem su: nedostatak znanja o toj temi, visoki troškovi implementacije sustava te nedovoljno poticanje implementacije od strane javnih institucija. Kako bi se to promijenilo potrebno je uvesti

[99] Segarra-Oña et al. (2012): Does environmental certification help the economic performance of hotels? Evidence from the Spanish hotel industry, Cornell Hospitality Quarterly, 53(3), 242-256., Dostupno na: http://scholarship.sha.cornell.edu/ articles/49/, p.244.
[100] Milošević, S., Cvetković, S., Tubin, V. (2014) Značaj i uloga standarda ISO 14001 u upravljanju zaštitom životne okoline, Tehnička dijagnostika, str. 59-68.

smanjenje naknade za one koji žele uvesti sustav odnosno da države provode bolju politiku obrazovanja i informiranja o prednostima koje donosi sustav upravljanja okolišem.[101]

3.2.2. Područja implementacije ekoloških mjera u hotelu

Hotelska industrija, može se smatrati vrlo zagađujućom djelatnošću. Nužno je da hoteli smanje svoj utjecaj na okoliš jer su jedan od najvećih zagađivača i potrošača resursa u uslužnim djelatnostima. Potrebno je uzeti u obzir neka pitanja koja omogućuju smanjenje tog utjecaja, od gradnje, namještaja, hrane i pića do svih zadataka koji se obavljaju u hotelu te gospodarenja otpadom.[102]

Korištenje ekoloških mjera je sredstvo za podršku održivom razvoju uspostavljanjem veze između gospodarskih i ekoloških aspekata, promicanjem progresivnog smanjenja utjecaja na okoliš i intenziteta potrošnje njegovih resursa. Prema Sloan et al. (2009) ističu se 4 ekološke mjere:

1) mjere za uštedu energije
2) mjere za uštedu vode;
3) smanjenje i tretiranje krutog otpada
4) ekološke kupnje.

Eko prioriteti su smanjenje potrošnje energije i vode, smanjenje i tretiranje otpada te zaštita bioraznolikosti.[103] Mjere za očuvanje eko prioriteta opisane su u nastavku.

Ad.1) Mjere za uštedu energije - energetska učinkovitost:

Kao što je već spomenuto, hoteli su veliki potrošači energije, što je posljedica izgradnje same zgrade, kao i njegovog rada koje podrazumijeva visoke operativne troškove te aktivnosti koje zahtijevaju veliku potrošnju energije i to za grijanje, hlađenje, rasvjetu, kuhanje, pranje i sušenje rublja, za održavanje uređaja, bazena, vozila itd..

Mnoge usluge koje se pružaju gostima hotela visoko su resursno intenzivne bez obzira na to radi li se o energiji, vodi ili sirovinama. Značajna količina energije koja se koristi, gubi se,

---

[101] Nekić, B. (2014) : op.cit., str. 46.
[102] Sloan, P. et al. (2009). Sustainability in the Hospitality Industry – Principles of Sustainable Operations, Elsevier: Butterworth-Heinemann, Oxford, str.57
[103]Orloczki, M. (2012): op.cit, str. 123

ostavljajući dovoljno prostora za uvođenje mjera energetske učinkovitosti i očuvanja. Budući da ugradnja tehnika za uštedu energije, vode i sirovina u hotelima može postići napredak u zaštiti okoliša i ponuditi konkurentnu prednost hotelima u nadmašivanju njihovih partnera, hotelski sektor uveo je mnoge nove tehnike za uštedu energije u posljednjih nekoliko godina slijedeći tehnološki napredak.

Istinski održiv hotel mora uzeti u obzir načine za inteligentno korištenje energije, ali i razmotriti mogućnosti povećanja korištenja energije iz obnovljivih izvora. Postoje samo dvije vrste energije: obnovljiva- koja je neograničena i neobnovljiva- koja će s vremenom nestati. Obnovljiva energija uključuje drvo ili drugu biomasu, energiju vjetra, solarnu energiju, fuziju i hidroenergiju. Neobnovljiva energija uključuje fosilna goriva, ugljen, geotermalnu energiju i nuklearnu fisiju.[104]

Postoje značajne razlike u korištenju energije između različitih vrsta hotela ovisno o veličini hotela, kategoriji, broju soba, profilu kupca (posao / odmor), lokaciji (ruralno / urbano), klimatskoj zoni i vrsti usluga / aktivnosti i sadržajima koji se nude gostima.

Hotel se može promatrati kao arhitektonska kombinacija triju različitih zona, koje služe za različite svrhe:

- prostor za goste (spavaće sobe, kupaonice / tuševi, toaleti) pojedinačni prostori s različitim energetskim opterećenjima.
- javni prostor (recepcija, predvorje, barovi, restorani, dvorane za sastanke, bazen, teretana, sauna i sl.) prostori s visokom stopom izmjene topline s vanjskim okolišem (toplinski gubici) i visokim unutarnjim opterećenjima (uređaji, oprema, rasvjeta)
- Servisni prostor (kuhinje, uredi, skladišni prostori, praonica rublja, prostorije za osoblje, strojarnice i ostala tehnička područja) - energetski intenzivan i zahtijeva naprednu obradu zraka (ventilacija, hlađenje, grijanje).

Prema tome, energetska učinkovitost hotela u biti ovisi o tri faktora:

1) dizajn zgrade;

2) ispravno održavanje opreme i zgrade;

3) kategorija, veličina i funkcionalna organizacija hotela.

[104] Sloan, P. et al., (2009): op.cit., pg. 14

Ulaganje u mjere energetske učinkovitosti donosi brojne prednosti hotelima: smanjenje utjecaja na okoliš, snižavanje troškova za energiju, manju ovisnost o promjenama cijena energenata i povećanje konkurentnosti.[105]

Prema Sloan et al.[106] unatoč općenitoj i djelomice istinitoj ideji da se smanjenje potrošnje energije u hotelima može postići samo instaliranjem naprednih, modernih i skupih tehnologija, u većini slučajeva velike uštede energije mogu se postići usvajanjem zdravorazumskog pristupa, koji ne zahtijeva ni naprednu stručnost ni pretjerana ulaganja. Taj pristup sažet je u tri faze:

Prilikom prvog uključivanja u program upravljanja energijom, prva faza je utvrditi točno koliko se energije koristi i na koji način. To se postiže energetskim pregledom. Energetski pregled je sustavni pregled svakog goriva radi poznavanja stvarne potrošnje energije u hotelu. Ova revizija omogućava pregled razina potrošnje energije, radnih uvjeta opreme i instalacija, tehnika upravljanja i troškova električne energije.

Druga faza - Uspostaviti ciljeve potrošnje energije: kada su rezultati revizije poznati, potrebno je stvoriti stvarne ciljeve za poboljšanje energetskog poslovanja hotela, omogućujući identifikaciju napretka i prepreka na operativnoj razini;

Treća faza- Definiranje i provedba akcijskog plana: potrebno je izraditi akcijski plan u kojem različito osoblje ustanove sudjeluje i igra važnu ulogu, a rezultati praktične provedbe plana se šire i nagrađuju kada su pozitivni.

Kako navodi Sloan[107], prakse uštede energije mogu se podijeliti u šest glavnih kategorija:

1) Usvajanje alternativnih energija - korištenjem geotermalnih pumpi i novih tehnologija za grijanje, ventilaciju i klimatizaciju [solarna energija, energija vjetra, hidroenergija, geotermalna energija, biomasa (energija proizvedena iz biljaka ili drugih materijala bioplin, kukuruz, ostaci usjeva i drvo)], na primjer za grijanje vode u bazenima;

2) Provođenje revizija i analiza i praćenje potrošnje, odnosno obavljanje revizije razine potrošnje i potrošene energije (provjera i evidencija potrošnje za 24 sata u normalnom danu i analiza potrošnje po satu kako bi se provjerila razdoblja najveće potrošnje), definiranje i

[105] Hrvatski savjet za zelenu gradnju (2018) : http://www.gbccroatia.org/clanci/primjena-mjera-energetske-ucinkovitosti-u-hotelima-pametni-hoteli/260/hr.html, [pristupljeno: 15.8.].
[106] Sloan, P. et al. (2009): op.cit., pg. 21.
[107] Ibidem.

provođenje postignutih ciljeva potrošnje/ ciljeva ograničenja potrošnje, praćenje i analiziranje mjesečne potrošnje, kreiranje popisa tehničkih poboljšanja;

3) Oporavak i kontrola topline, ove aktivnosti treba obaviti na sljedeće načine: ograničiti kontrolu termostata u sobama i zajedničkim prostorijama, koristiti vanjski zrak za hlađenje, osigurati da grijanje i hlađenje ne može biti uključeno u isto vrijeme, ugradnja zavjesa za kontrolu sunčeve topline, prozori zaštićeni tendama, izoliranje cijevi koje prenose vruće / hladne tekućine, pravilno izoliranje cijele zgrade, isključivanje grijanja / hlađenja u nezauzetim područjima, povrat energije iz ventilacijskog sustava, tijekom ljetne sezone najprije popunjavati sobe na strani suprotnoj od sunca i suprotno u hladnijem razdoblju;

4) Upotreba fluorescentnih svjetiljki, [CFL (kompaktna fluorescentna svjetla), LED (dioda koja emitira svjetlost)], tj. korištenje učinkovitog sustava rasvjete na fasadama, LED dioda za vanjsko svjetlo, kompaktne fluorescentne svjetiljke za trajno osvjetljenje, kompaktne fluorescentne svjetiljke u spavaćim sobama, LED diode za signaliziranje sigurnosnih izlaza i uklanjanje nepotrebnih žarulja;

5) Održavanje, odnosno obavljanje preventivnog održavanja električnih instalacija i popravak opreme kad god je to potrebno;

6) Sudjelovanje zaposlenika i kupaca, u kojima se njihov doprinos može izvršiti na sljedeći način: ispravno rukovati opremom, isključiti opremu kada se ne koristi, aktiviranje cijelog električnog sustava na način uštede energije kada se sobe ne koriste ili korištenje ključa / kartice u sobama gdje se izlaskom gosta iz sobe, tj. okretanjem ključa ili uporabom magnetske kartice, sva svjetla se automatski gase, osoblje za čišćenje treba poticati na sudjelovanje, mora se osigurati da gosti znaju rukovati opremom za reguliranje temperature, gašenje svjetla kada nije potrebno.

Ad.2) Mjere za uštedu vode

Kako bi se doprinijelo smanjenju potrošnje vode, potrebno je u praksi provesti neke akcije koje štite ovo sve oskudnije dobro, pri obavljanju svih ljudskih aktivnosti koje doprinose njihovoj oskudici.

Prema Sloan et al.[108], hotelijerstvo predstavlja nekoliko izazova u pogledu vodoopskrbe, budući da se, među ostalim čimbenicima, najtraženije turističke destinacije nalaze uglavnom u regijama s vrućim klimama i niskim razinama oborina, osobito tijekom visoke sezone. Dakle,

[108] Sloan et al.(2009): op.cit., str.40.

različiti pokušaji prevladavanja nestašice vode na tim mjestima, kao što je transport s drugih mjesta ili desalinizacija, uzrokuju određena oštećenja, osobito flore i faune tih mjesta, a time smanjenje atraktivnosti prirodnih elemenata.

Rasipanje vode u hotelskoj industriji, koje uglavnom proizlazi iz vode za kupanje, kuhinja, praonica i sanitarnih čvorova, može biti jedna od najštetnijih emisija ako ne postoji odgovarajuća obrada otpadnih voda. Uštede vode u hotelima može se postići inovacijama u hotelskim sobama, kuhinjama, barovima, prostorijama za osoblje, praonicama te hotelskim vrtovima. Oko 33% ukupne potrošnje vode, potroši se u hotelskoj sobi, dok se u hotelskoj praonici potroši oko 20% ukupne potrošnje vode.[109]

Neke od glavnih mjera uštede vode su :

1) Regulatori slavine i tajmeri, tj. regulatori protoka i tlaka trebaju biti postavljeni na slavine i tuševe, kao i tajmeri, slavine za miješalice senzora, ostali dodaci i uređaji za uštedu vode te, gdje je potrebno, zamijeniti slavine za kapanje. Regulacijom istjecanja vode pomoću štedljivih slavina, periodičnim čišćenjem i preusmjeravanjem toka vode, može se postići oko 30% ušteda u hotelskoj sobi.

2) Revizija, potrošnja, nadzor, održavanje, tj. potrebno je provesti reviziju u hidrauličkom sustavu radi provjere gubitaka vode, definiranja ciljeva ograničenja potrošnje, praćenja i analize mjesečne potrošnje, često provjeravati slavine i redovito održavanje opreme kako bi se izbjegli nepotrebni gubici vode.

3) Korištenje strojeva za pranje koji troše manje vode i deterdženata, korištenje stroja za pranje rublja u koje se rublje stavlja sprijeda umjesto stroja u koje se rublje ubacuje vertikalno, prethodno sortiranje posteljine za pojedinačno pranje najprljavijeg dijela, odabir ispravnog ciklusa i pranje samo s punim opterećenjem, predlaganje ponovne uporabe ručnika i plahti te izmjene ručnika i plahti npr. svakih 2-3 dana, a ne svakodnevno, kako bi se smanjila potrošnja vode potrebne za pranje.

4) Sudjelovanje zaposlenika / klijenata, tj. svi zaposlenici i klijenti jedinice trebaju biti informirani o praksama uštede vode, uključujući prakse koje su prethodno spomenute u vezi s ponovnom upotrebom plahte i ručnika;

[109] Dragičević, M. (2015): op.cit., str.110.

5) Korištenje alternativnih izvora vode, tj. izvora vode koji nisu iz vodovoda. To može biti reciklirana voda iz kupki, umivaonika, tuševa i kuhinje (nakon propisane obrade) ili kišnica, a pogodne su za primjene kao što su zalijevanje ili pranje.

Sve ove prakse bi se trebale primjenjivati u onoj mjeri da nemaju negativan odraz na higijenu i da se ne narušava slika o čistoći hotela.

Ad.3) Mjere gospodarenja otpadom

Osim potrošnje vode, energije i drugih resursa, turisti su odgovorni i za stvaranje velike količine otpada. Dnevni prosjek po osobi iznosi 1 kg čvrstog otpada. Cijela hotelska djelatnost odgovorna je za proizvodnju otpada, počevši od izgradnje objekata do svakodnevnog rada. Ovi ostaci mogu biti posljedica i otpada od građevnih materijala, kuhinjskih viškova, staklenih proizvoda, metala, plastike, kartona, papira i pjene te nediferenciranog otpada (npr. opušaka cigareta) i toksičnih materijala (kemijski ostaci iz pakiranja proizvoda za čišćenje ili vrtlarstvo).

Otpad se klasificira kao biorazgradiv (biljna i životinjska tvar) i otpad koji nije biorazgradiv (anorganska tvar: plastika, staklo, metal). Pretjerano stvaranje krutog otpada događa se zbog korištenja materijala koji nisu organskog podrijetla. Nabavka plastičnih vrećica koje nisu organskog porijekla predstavlja značajnu stavku u godišnjem budžetu hotela, a nakon uporabe potrebno je platiti i troškove odvoza otpada. Organski otpad iz kuhinje hotela čini 50 % krutog otpada, a često se ne tretira na pravi način. Organski otpad može koristiti za stvaranje komposta koji je koristan hotelskoj jedinici čistoća za uređivanje zelenih površina. [110]

Međutim, sada postoji novi oblik otpada koji potječe od računala, mobilnih telefona, fotokopirnih uređaja i svih ostalih elektroničkih materijala ("E-otpad"). Ovi uređaji sadrže visoke razine teških metala kao što su olovo, živa i arsen te ih treba tretirati na najprikladniji način na kraju njihovog životnog ciklusa tako da ne zagađuju okoliš tim materijalima.[111]

Tri glavne kategorije temelje se na konceptu "3R" - Re-use (ponovna upotreba), Recycle (recikliranje), Reduce (smanjenje upotrebe).

1) Ponovna upotreba proizvoda i materijala koji se koriste u svakodnevnom životu hotela, tj. ponovna upotreba ambalaže, ponovna upotreba boca i šalica koje se mogu reciklirati, upotreba spremnika za recikliranje, baterije koje se mogu ponovno puniti umjesto jednokratnih, ponovna upotreba tekstila, ponovna upotreba novih proizvoda korištenje hrane, darivanje hrane koja se više ne može koristiti u hotelima i restoranima u dobrotvorne svrhe ili životinjske farme,

[110] Ibidem.
[111] Sloan, P. et al. (2009): op.cit., str.29.

korištenje vrećica za rublje i druge usluge, doniranje nepotrebnih dobara u dobrotvorne svrhe umjesto da ih bacaju i ponovno korištenje bilježnica i olovki koje se koriste u dvoranama za sastanke i konferencije, na primjer od strane zaposlenika, korištenje re-fill ambalaže (za ponovno punjenje kozmetičkih preparata, sredstava za čišćenje i si).

2) Recikliranje – i zaposlenike i goste treba poticati na sortiranje smeća (papirno / kartonsko pakiranje, papiri, novine i časopisi, plastična ambalaža, staklena ambalaža, metalna ambalaža), sakupljanje i odlaganje posebnog otpada (staro ulje, baterije, akumulatori, električni i elektronički otpad, tinta i toneri, cijevi i CFL-ovi, rabljena ulja za kuhanje, jestive masti), obrada ili recikliranje otpadnih voda , reciklirati organske proizvode iz restorana i zeleni otpad iz vrtova (kompostiranje). Najvažniji korak u poticanju recikliranja je postavljanje kontejnera za odvajanje otpada. Ako sam hotel ne može vršiti reciklažu, onda se takvi proizvodi mogu prodati ili ustupiti poduzećima koja se bave recikliranjem).

3) Smanjenje potrošnje materijala i proizvoda, tj. zamjena prirodnih resursa obnovljivim izvorima. To uključuje korištenje punjivih baterija, bez žive, uporaba gdje je to moguće tekstilnog materijala umjesto papira (kao što su ubrusi i ručnici), izbjegavanje uporabe plastičnih vrećica, korištenje sušilice za ruke umjesto papira u kupaonicama, dati prednost spremnicima za smeće s odgovarajućim poklopcima za svaku vrstu otpada umjesto plastičnih vrećica, ograničiti uporabu ambalaže koja se ne može ponovno koristiti i smanjenje upotrebe proizvoda koji se ne mogu reciklirati (otpadno ulje, kemikalije i sl.), kupovina proizvoda na veliko, da bi se smanjila količina ambalaže za pakiranje.

Od temeljne je važnosti razviti sustav selektivnog prikupljanja, sortiranja, pakiranja i transporta otpada. Na taj način je bitno da postoji koordinator za funkcioniranje ovog sustava u cjelini, odnosno da se sustav mora razviti i upravljati na organiziran i proučavan način, uzimajući u obzir karakteristike hotela i uvjete oko njega.

Ad.4) Mjere za očuvanje biološke raznolikost

Biološka raznolikost je iznimno važna za okoliš jer njezin gubitak dovodi do degradacije okoliša i značajno smanjuje prirodne obrambene sustave Zemlje u uvjetima klimatskih promjena, prirodnih katastrofa i drugih promjena. Biološke raznolikost važna je za ljudsko zdravlje, kvalitetu i okus prehrambenih proizvoda, kao i za očuvanje ekosustava. Monokulture nisu održive i njihov nedostatak otpornosti na klimatske promjene je previsok. Osim

ugrožavanja biološke raznolikosti, monokulture povećavaju neodrživu potrošnju energije smanjenjem ljudskog rada i stavljanjem energije na strojeve.

Identifikacija dobrih ekoloških praksi prema Sloan et al.[112]:

(1) Ekološki uzgoj - ova se aktivnost može obavljati s obzirom na ekološku hranu, sezonske sastojke (tipične za godišnje doba) i proizvode iz kontroliranog ekološkog uzgoja, kao i korištenje postrojenja prilagođenih lokalnom kontekstu, koji su otporniji na lokalne uvjete, zahtijevaju manje zalijevanja, gnojiva i pesticida i sadnju najmanje jednog stabla godišnje;

2) Lokalni / regionalni proizvodi, to jest, hotel bi trebao, kad god je to moguće, dati prednost lokalnim i / ili regionalnim proizvodima, plaćajući lokalnim poljoprivrednicima;

3) Smanjenje štetnih proizvoda, odnosno postrojenja može se postići upotrebom biorazgradivih proizvoda i organskih gnojiva, smanjenom uporabom insekticida, herbicida i fungicida te mjerama za zaštitu ozonskog omotača (kao što su uklanjanje objekata koji sadrže CFC i provjeravanje vodonepropusnosti opreme koja sadrži CFC, HCFC ili HFC).

4) Eko-kupnja / eko-oznake. Hotel bi trebao favorizirati proizvode s ekološkim oznakama i poštenu trgovinu u trenutku kupnje, kao i korištenje ekološki prihvatljivog ili recikliranog papira u svakodnevnom životu.

Važno je napomenuti da sve ove mjere koje očigledno imaju samo ekološke prednosti uvelike pridonose konkurentskoj prednosti hotelskog poduzeća. Prema Claver-Cortés i sur.[113], hoteli mogu pomoći destinaciji u kojoj su ugrađeni u dugoročnoj strategiji očuvanja prirodnih i izgrađenih resursa, kao i smanjiti svoje troškove i povećati dobit povećanjem razine učinkovitosti.

[112] Sloan et al. (2009): op.cit., str.69.
[113] Claver-Cortés, E., et al. (2007): Environmental Strategies and their Impact on Hotel Performance, Journal of Sustainable Tourism, n.º 6, Vol. 15:663-679, pg.674.

4. „ZELENO HOTELIJERSTVO“ U REPUBLICI HRVATSKOJ

4.1. Aktualno stanje hotelskog sektora u RH

Hrvatsko hotelsko tržište stagnira u razvoju ponude (povećanje od 1% u ukupnoj ponudi zaliha soba u 2018.) prvenstveno zbog povoljne situacije na tržištu za razvoj privatnog smještaja (tj. niski porezi, regulatorno okruženje). Hrvatska se smatra jednom od najatraktivnijih odredišta Mediterana, a ipak hotelskim sektorom dominiraju domaći lanci (9% hotelskih tvrtki ostvaruje 85% ukupnog prihoda industrije), a razlog tome su niski poticaji za razvoj hotela.

Visoka sezonalnost i trenutna razina poslovanja u Hrvatskoj (zauzima 58. mjesto, a 156. po poslu po pitanju izdavanja građevinskih dozvola) još uvijek je glavna prepreka međunarodnim investitorima, posebno u pogledu preuzimanja vlasničkih rizika - međutim postoje pozitivni primjeri na tržištu koji bi mogli pojačati povjerenje ulagača. U 2018. godini, zabilježen je rast (RevPar 16% YoY), međutim s rizikom usporavanja koji se javlja zbog oporavka Sredozemlja i strategije rasta bez značajnog povećanja ponude s dodanom vrijednosti. S druge strane, pre i post sezona nudi značajan potencijal nagore, što može biti zarobljeni pametnim inicijativama i upravljanjem. Zagreb je jedino 'kontinentalno' odredište koje je u usponu, s 3 nova hotelska lanca u 2018, a tri su u planu. U zadnje tri godine na makro razini cijelog sektora nije se značajno povećao broj hotela, već su oni u udjelu dodatno opali jer je većina rasta kapaciteta došla iz segmenta privatnog smještaja, što je još više pogoršalo ionako nekonkurentnu smještajnu strukturu. [114]

Kad su u pitanju hotelski brendovi i lanci, domaće tržište 2018. je godinu, provelo u stagnaciji. Domaći lanci su bili aktivni na investicijskom tržištu, gdje su glavni hotelski lanci otvorili barem jednu novu nekretninu u 2018. Top 5 lanaca dodalo je 11 objekata i 2,5 tisuće novih soba na tržište. Pojavile su se nove marke domaćih lanaca, a ovaj trend usklađen je s razvojem na europskom tržištu, motivi ovog procesa još uvijek trebaju biti otkriveni (tj. prodaja portfelja, regionalna ekspanzija). Iako je Zagreb u porastu, investicije su usmjerene na obalna područja (75%) i u prepoznata odredišta (Hvar, Dubrovnik, Rovinj, Poreč).

[114] Topalović, S. (2018): 'Moramo zaustaviti rast privatnog smještaja! Neke gradove to će odvući u propast, https://www.tportal.hr/biznis/clanak/moramo-zaustaviti-rast-privatnog-smjestaja-neke-gradove-to-ce-odvuci-u-propast-foto-20180924/print, [pristupljeno: 16.8.2019]

Key Statistics	2017	2018	% Diff.
Total chain hotels	167	186	11%
Total chain rooms	30,808	33,923	10%
Average size per chain hotel in rooms	184	182	-1%
Country hotels stock (overall supply)	684	724	6%
Country rooms Stock (overall supply)	57,885	58,437	1%
Average size per hotel in rooms	85	81	-5%
Chain penetration % by hotels	24.42%	25.69%	5%
Chain penetration % by keys	53.22%	58.05%	9%
Total number of brands	20	43	115%
Domestic brands	5	23	360%
International brands	15	22	47%
International chain hotels*	57	45	-21%
Domestic chain hotels*	119	163	37%
International chain rooms*	13,168	8,927	-32%
Domestic chain rooms*	20,110	30,272	51%

** Includes double counting*
Increase of international brands is dominantly the result of the international brand counting methodology

Slika 13: Kjučni statistički podaci za Hrvatsku

Izvor: Horwath HTL l European Hotels & Chains Report 2019, https://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2019/03/HTL_2019_EU_CHAINS-2.pdf, [pristupljeno: 16.8.2019.]

Hrvatsko hotelijersko tržište u 2018. godini obilježila je stagnacija pa se u odnosu na 2017. ukupna ponuda hotelskih soba povećala samo za 1%, i to zbog situacije na tržištu koja favorizira privatne iznajmljivače zahvaljujući niskim stopama poreznih opterećenja i davanja. Olakšice za ulaganja u hotelski sektor iznimno su skromne što, u kombinaciji s i dalje visoko izraženom sezonalnošću hrvatskog turizma rezultira nedovoljnim internacionalnim ulaganjima. Među deset najvećih hotelskih lanaca u 2018. godini bilježi se samo jedan strani, a među top 10 najprisutnijih brendova na tržištu također se uspio plasirati samo jedan strani – Sol hotels – Melia. (Slika 14)

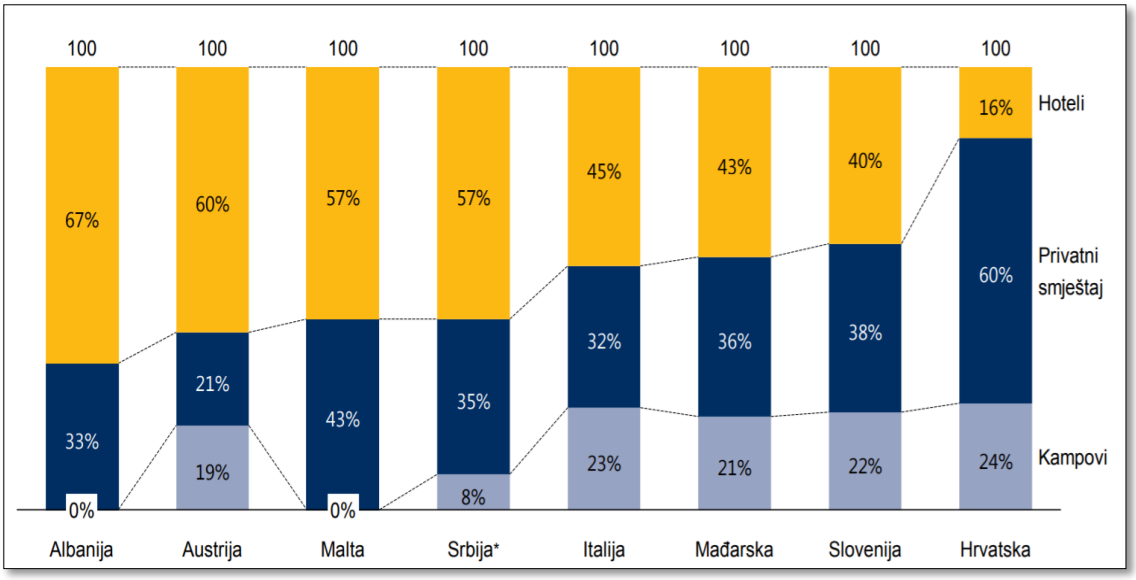
	CHAINS		
Rank	Chain Groups	Hotels	Rooms
1	Valamar Riviera	35	7,135
2	Plava Laguna	22	5,777
3	Liburnia Riviera Hoteli	16	2,636
4	Bluesun H&R	14	2,442
5	Amadria Park	12	2,050
6	Meliá Hotels International	10	2,331
7	HUP-Zagreb	9	1,831
8	Maistra	9	1,695
9	Adriatic Luxury Hotels	9	1,585
10	Jadran Crikvenica H&C	8	562

	BRANDS		
Rank	Chain Brands	Hotels	Rooms
1	Valamar Hotels and Resorts	18	3,513
2	Bluesun Hotels & Resorts	13	2,281
3	Plava laguna	12	3,446
4	Amadria Park	10	1,756
5	Sunny by Valamar	9	2,330
6	Sol Hotels - Meliá	8	1,901
7	Jadran Crikvenica H&C	8	562
8	Remisens Hotels	7	1,379
9	Lošinj Hotels & Villas	7	1,343
10	Suncani Hvar Hotels	6	760

Slika 14: Najveći hotelski lanci i najprisutniji brendovi na hrvatskom tržištu u 2019.

Izvor: Horwath HTL l European Hotels & Chains Report 2019, https://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2019/03/HTL_2019_EU_CHAINS-2.pdf, [pristupljeno: 16.8.2019.]

Najveći rast ostvaren je u broju brendova koji je 20 narastao na njih 43. Pritom je najveći udio tog rasta broja brendiranih hotela ostvaren od strane domaćih hotelskih brendova koji su prema podacima Horwatha rasli 360 posto dok je rast onih internacionalnih znatno slabiji, za nekih 47% u odnosu na godinu ranije.[115]



Slika 15: Struktura smještaja u odabranim zemljama regije

Izvor: Horwath HTL, Turizam 365 – od mita do realnosti?, http://www.turizam365.com/wp-content/uploads/2018/10/2_Turizam-365-od-mita-do-realnosti-Sinisa-Topalovic.pdf,[pristupljeno: 16.8.2019.]

Hrvatska sa 16% ima uvjerljivo najmanji udio hotelskog smještaja od analiziranih zemalja. U ovom trenutku Hrvatska ima više od 60% kapaciteta u privatnom smještaju, više od 20% u kampovima, što znači da je 80% svih kapaciteta u visoko sezonalnom tipu smještaja s niskom dodanom vrijednosti. Imamo uvjerljivo najnepovoljniju smještajnu strukturu u Europi. Za usporedbu, naša konkurencija ima od 50 do 60% smještaja u hotelima. Za zaustavljanje rasta privatnog smještaja nužno je bolje upravljanje prostornim planovima te pametnija porezna politika. Topalović (Horwath HTL) navodi kako bi trebalo olakšati poziciju malih obiteljskih hotela i tako otvoriti prostor za prerastanje apartmana i soba u male hotele, čime bi se dodatno utjecalo na podizanje kvalitete i produžetak sezone. Hoteli su nositelji cjelogodišnjeg poslovanja, a po sezonalnosti Hrvatska je jedna od najlošijih zemalja Mediterana. Sa svega 16-ak posto hotela i sličnih kapaciteta u srazu s Italijom, Francuskom ili Španjolskom koje imaju 50-ak posto hotela nismo dovoljno konkurentni te je jasno da nam hoteli trebaju. Hoteli za razliku od privatnog smještaja stvaraju višestruke izravne ekonomske benefite na lokalnoj i nacionalnoj razini, počevši od poreza i prireza preko zapošljavanja, ulaganja u infrastrukturu pa do programa društveno odgovornog poslovanja.[116]

[115] Novac.hr: Devet posto hotelskih kompanija ostvaruje 85 posto profita industrije,https://novac.jutarnji.hr/aktualno/devet-posto-hotelskih-kompanija-ostvaruje-85-posto-profita-industrije/8476208/, [pristupljeno: 16.8.2019.]

[116] https://www.vecernji.hr/biznis/ovo-ce-biti-najteza-turisticka-sezona-u-posljednjem-desetljecu-1313298, [pristupljeno: 16.8.2019.]

4.2. Institucionalni okvir razvoja „zelenog hotelijerstva“

Razvoj turizma zbog svoje višedimenzionalnosti zahtijeva uključivanje svih relevantnih područja i disciplina te integralni multidisciplinarni i multisektorski pristup. Konkretno, najznačajniji dionici institucionalnog okvira koji osiguravaju održivi razvitak i zaštitu okoliša te razvoj zelenog hotelijerstva su:

- Hrvatski sabor, Vlada Republike Hrvatske
- Turizam i svi dionici vezani za turizam – ministarstva, lokalna i područna (regionalna) samouprava te relevantne javne ustanove, institucije u čijem je djelokrugu upravljanje destinacijom, sve vrsta pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga, njihove cehovske i strukovne udruge (UPUHH, UHPA, Udruga OMH, KUH, HGK zajednice, …), akademske institucije koje istražuju turizam (IZT i svi fakulteti), relevantne organizacije civilnog društva (zelene udruge) te potrošači/turisti;
- Zaštita okoliša i prirode (Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, FZOEU- Fond za zaštitu okoliša i energetsku učinkovitost, HAOP - Hrvatska agencija za okoliš i prirodu), prostorno planiranje (Ministarstvo, županije, gradovi i općine);
  institucije zadužene za malo i srednje poduzetništvo, ruralni razvoj (Ministarstvo poljoprivrede) i drugo.[117]

Zakoni i propisi koji uređuju poslovanje u hotelima su:[118]

Zakoni

- Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15, 121/16, 99/18, 25/19) - pretraži NN

Pravilnici

- Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli (NN 88/07, 58/08, 62/09),
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 88/07, 58/08, 45/09)

[117] Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715_AP_Zelenog_t.pdf, str. 21, [pristupljeno 17.08.2019.].
[118] Hrvatska komora arhitekata: Zakoni i propisi. Dostupno na: https://www.arhitekti-hka.hr/hr/zakoni-propisi/popis/ugostiteljstvo-turizam/, [pristupljeno 17.08.2019.].

- Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupine „Restorani“, „Barovi“, „Catering objekti“ i „Objekti jednostavnih usluga“ (NN 82/07, 82/09, 69/13) - pretraži NN
- Pravilnik o utvrđivanju posebnog standarda - Hrvatska autohtona kuhinja (NN 60/11) - pretraži NN
- Pravilnik za dodjelu oznake kvalitete ugostiteljskog objekta vrste hotel (NN 36/12, 9/16) - pretraži NN

Popis propisa i zakona za zaštitu okoliša:

Zakoni

- Zakon o zaštiti okoliša (NN 80/13, 153/13, 78/15, 12/18, 118/18)
- Nacionalni plan djelovanja na okoliš (NN 46/02, 78/15) - pretraži NN
- Plan intervencija u zaštiti okoliša (NN 82/99, 86/99, 12/01) - pretraži NN
- Strategija održivog razvitka Republike Hrvatske (NN 30/09) - pretraži NN

Uredbe

- Uredba o okolišnoj dozvoli (NN 8/14, 5/18) - pretraži NN
- Uredba o procjeni utjecaja zahvata na okoliš (NN 61/14, 3/17) - pretraži NN
- Uredba o strateškoj procjeni utjecaja strategije, plana i programa na okoliš (NN 3/17) - pretraži NN
- Uredba o informiranju i sudjelovanju javnosti i zainteresirane javnosti u pitanjima zaštite okoliša (NN 64/08) - pretraži NN
- Uredba o informacijskom sustavu zaštite okoliša (NN 68/08) - pretraži NN
- Uredba o tehničkim standardima zaštite okoliša od emisija hlapivih organskih spojeva koje nastaju skladištenjem i distribucijom benzina (NN 135/06) - pretraži NN
- Uredba o tehničkim standardima zaštite okoliša za smanjenje emisija hlapivih organskih spojeva koje nastaju tijekom punjenja motornih vozila benzinom na benzinskim postajama (NN 44/16) - pretraži NN
- Uredba o sprječavanju velikih nesreća koje uključuju opasne tvari (NN 44/14) - pretraži NN
- Uredba o odgovornosti za štete u okolišu (NN 30/17) - pretraži NN

- Uredba o dobrovoljnom sudjelovanju organizacija u sustavu za ekološko upravljanje i neovisno ocjenjivanje (EMAS) (NN 77/14) - pretraži NN
- Uredba o izradi i provedbi dokumenata strategije upravljanja morskim okolišem i obalnim područjem (NN 112/14, 39/17) - pretraži NN

Pravilnici

- Pravilnik o znaku zaštite okoliša "Prijatelj okoliša" (NN 91/16) - pretraži NN
- Pravilnik o službenoj odori čuvara prirode (NN 117/17) - pretraži NN
- Popis osoba koje se mogu imenovati za članove i zamjenike povjerenstva u postupcima strateške procjene, procjene utjecaja zahvata na okoliš i utvrđivanja objedinjenih uvjeta zaštite okoliša (NN 126/09, 65/12) - pretraži NN
- Pravilnik o Očevidniku uporabnih dozvola kojima su utvrđeni objedinjeni uvjeti zaštite okoliša i rješenja o objedinjenim uvjetima zaštite okoliša za postojeća postrojenja
  (NN 113/08) - pretraži NN
- Pravilnik o uvjetima za izdavanje suglasnosti pravnim osobama za obavljanje stručnih poslova zaštite okoliša (NN 57/10) - pretraži NN
- Pravilnik o priznanjima i nagradama za dostignuća na području zaštite okoliša (NN 31/10) - pretraži NN
- Pravilnik o registru onečišćavanja okoliša (NN 35/08)
- Pravilnik o mjerama otklanjanja štete u okolišu i sanacijskim programima
  (NN 145/08) - pretraži NN

Odluke

- Odluka o objavljivanju Pravila o državnim potporama za zaštitu okoliša
  (NN 154/08) - pretraži NN
- Zakon o Fondu za zaštitu okoliša i energetsku učinkovitost (NN 107/03) - pretraži NN

Naputci

- Naputak o obrascu, sadržaju i načinu uvođenja očevidnika o obavljenim inspekcijskim pregledima inspektora zaštite okolliša (NN 79/95)

5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

5.1. Ekološka orijentacija hotela u Splitsko dalmatinskoj županiji

5.1.1. Aktualno stanje hotelijerstva Splitsko dalmatinske županije

Pozitivni trendovi u turističkim dolascima i noćenjima vidljivi u Tablici 4 za sobom su povukli i potrebu ulaganja u smještajne kapacitete pa je tako na području SDŽ uočljiv trend rasta broja hotela.

Tablica 4: Dolasci i noćenja u SDŽ za 2016.-2018.

SPLITSKO-DALMATINSKA	UKUPNO	Dolasci	2016	Ukupno	2.737.304
			2017	Ukupno	3.159.851
			2018	Ukupno	3.474.145
		Noćenja	2016	Ukupno	14.880.891
			2017	Ukupno	16.595.717
			2018	Ukupno	17.561.956

Izvor: DZS

Prema podacima Turističke zajednice SDŽ, od 2010. godine do 2018. došlo je do porasta hotelskih poduzeća za čak 130%. U 2010. bilo je 114 hotelskih poduzeća, a u 2018. taj broj narastao je na 262 na području SDŽ. U 2018. smještajni kapaciteti SDŽ u skupini „hoteli i sličan smještaj“ raspolažu sa 33.149 kreveta, što u ukupnoj smještajnoj ponudi te županije čini 13,9%. Iz tablice 5 može se vidjeti kako su najviše zastupljeni hoteli s 3 zvjezdice (kako brojem tako i kapacitetom), njih 104. Potom slijede hoteli s 4 zvjezdice kojih je 99. Idući su hoteli s 2 zvjezdice njih 17, te na kraju najmanji broj hotela s 5 zvjezdica, kojih je samo 5.

Tablica 5: Kapaciteti u hotelima SDŽ/usporedba po kategorijama za 2017. i 2018.

Hoteli kategorija	Broj objekata 2018.	Broj objekata 2017.	Broj objekata Indeks	Broj kreveta 2018.	Broj kreveta 2017.	Broj kreveta Indeks	Udio objekata po kategoriji	Udio kreveta po kategoriji
1 zvjezdica	1	1	100	14	14	100	0	0
2 zvjezdice	17	19	89	3.717	4.415	84	6	11
3 zvjezdice	104	102	102	13.239	12.788	104	40	40
4 zvjezdice	99	96	103	12.094	11.882	102	38	36
5 zvjezdica	5	5	100	1.645	1.645	100	2	5
Komfor	12	12	100	931	931	100	5	3
Nema kategorizacije	21	17	124	1.390	1.258	110	8	4
Standard	3	3	100	119	119	100	1	0
Ukupno	**262**	**255**	**103**	**33.149**	**33.052**	**100**	**100**	**100**

Izvor: Turistička zajednica SDŽ, Statistička analiza turističkog prometa 2018.

Tablica 6: **Turistički promet u hotelima SDŽ/usporedba po kategorijama i prosječna popunjenost za 2017. i 2018**

Hoteli kategorija	Broj dolazaka 2018.	Broj dolazaka 2017.	Broj dolazaka Indeks	Broj noćenja 2018.	Broj noćenja 2017.	Broj noćenja Indeks	Prosječna popunjenost 2018.	Prosječna popunjenost 2017.	Prosječna popunjenost Indeks
1 zvjezdica	209	290	72	519	827	63	10,16%	16,18%	63
2 zvjezdice	92.260	95.273	97	455.740	488.122	93	33,59%	30,29%	111
3 zvjezdice	389.592	387.818	100	1.681.800	1.666.072	101	34,80%	35,69%	98
4 zvjezdice	605.552	519.684	117	2.093.906	1.872.541	112	47,43%	43,18%	110
5 zvjezdica	118.908	104.794	113	295.594	272.259	109	49,23%	45,34%	109
Komfor	13.967	14.697	95	82.209	88.332	93	24,19%	25,99%	93
Nema kategorizacije	48.526	44.878	108	171.010	166.130	103	33,71%	36,18%	93
Standard	1.653	1.514	109	10.646	9.945	107	24,51%	22,90%	107
Ukupno	**1.270.667**	**1.168.948**	**109**	**4.791.424**	**4.564.228**	**105**	**39,60%**	**37,83%**	**105**

Izvor: Turistička zajednica SDŽ, Statistička analiza turističkog prometa 2018.

Podaci za 2018. (tablica 6) pokazuju da su udjeli dolazaka turista po kategorijama hotela u Splitsko-dalmatinskoj županiji sljedeći:

- u hotelima s dvije zvjezdice – 7,2 %
- u hotelima s tri zvjezdice – 30,7%
- u hotelima s četiri zvjezdice – 47,7 %
- u hotelima s pet zvjezdica – 9,4 %

Dok su ostvarena noćenja turista po kategorijama hotela iduća:

- u hotelima s dvije zvjezdice – 9,5%;
- u hotelima s tri zvjezdice – 35,1%;
- u hotelima s četiri zvjezdice - 43,7%;
- u hotelima s pet zvjezdica - 6,2%.

Kod hotela s 2* udio u kapacitetima (broj kreveta) je 11%, dok je 10% u noćenjima, s 3* udio u kapacitetima je 40%, dok je udio u noćenjima 35%, hoteli s 4* su sudjelovali 36% u kapacitetima, te 44% u noćenjima, hoteli s 5* sudjelovali su s 5% u kapacitetima, te su ostvarili udio od 6% u noćenjima, ostatak je gotovo zanemariv - u komfor hotelima ostvareno je 3% udjela u kapacitetima i 2% udjela u noćenjima, u hotelima bez kategorije ostvareno 4% udjela u kapacitetima i 4% u noćenjima.

Idući podatak Turističke zajednice SDŽ županije (2018.) navodi da najveću prosječnu popunjenost imaju hoteli s 5 zvjezdica, a na drugom kraju, s najmanjom popunjenošću kapaciteta nalaze se hoteli s 2 zvjezdice.

Od siječnja do studenoga 2018. godine turističke destinacije Županije posjetilo je 3,4 milijuna gostiju, što je preko 250 tisuća više nego u istom razdoblju prošle godine. Većina hotela koji su tijekom zime bili zatvoreni primali su prve veće skupine predsezonskih gostiju tijekom ožujka, iako to uglavnom nije pratilo i uređenje turističkih mjesta koji sezonu nisu dočekali pripremljeni. Hoteli su imali najbolju popunjenost s porastom noćenja za 8%, a zatim privatni smještaj s porastom od 5%. Najveći rast prometa bilježila je upravo Splitsko - dalmatinska županija s gotovo 220 tisuća dolazaka tj. 13% više, te gotovo 620 tisuća noćenja tj. 9% više. Doprinos tome dao je veliki broj novih aviolinija koje su povezale hrvatske destinacije s brojnim svjetskim metropolama. Produženju sezone, najveći doprinos dao je turistički promet grada Splita s rastom od 21% u prvoj polovici godine te promet ostvaren na području grada Makarske s rastom prometa od oko 6%.

Po turističkom prometu srednja Dalmacija zauzima drugo mjesto u Hrvatskoj, odmah nakon Istre. Prema podacima iz eVisitora, u prvih sedam mjeseci 2018. u Splitsko dalmatinskoj županiji boravilo je 1,9 milijuna gostiju, što je bio rast od 8%, a oni su ostvarili preko 9,3 milijuna noćenja, odnosno 7% više nego prethodne godine. Hoteli najviše kategorije imali su 100-postotnu popunjenost**.** Najviše noćenja u prvih osam mjeseci 2018. godine ostvarili su gosti iz Poljske, Češke, Njemačke i Skandinavije.

SDŽ je u listopadu ostvarila najbolji turistički rezultat u Hrvatskoj i time je vidljivo da je SDŽ produžila svoju sezonu i postala tražena destinacija koja bilježi rekordne dolaske i noćenja.[119]

Tablica 7: Turistički kapaciteti po podvrstama hotelskim objekata u 2018.g.

Objekt Vrsta objekta	Objekt Podvrsta objekta	Broj objekata	Broj objekata Indeks	Broj kreveta	Broj kreveta Indeks
Hoteli	Aparthotel	15	107	1.132	107
Hoteli	Hotel	162	102	22.318	98
Hoteli	Hotel baština	19	119	513	107
Hoteli	Integralni hotel	2	100	94	109
Hoteli	Lječilišni hotel	2	100	640	100
Hoteli	Pansion	28	97	1.069	99
Hoteli	Turistički apartmani	17	100	1.128	100
Hoteli	Turističko naselje	17	106	6.255	106

Izvor: Turistička zajednica SDŽ, Statistička analiza turističkog prometa 2018.

Tablica 8: Turistički promet po podvrstama hotelskih objekata u 2018.g.

Objekt Vrsta objekta	Objekt Podvrsta objekta	Broj dolazaka	Broj dolazaka Indeks	Broj noćenja	Broj noćenja Indeks
Hoteli	Aparthotel	18.436	111	109.626	109
Hoteli	Hotel	1.037.230	109	3.565.634	106
Hoteli	Hotel baština	33.107	105	75.223	105
Hoteli	Integralni hotel	3.487	94	8.236	91
Hoteli	Lječilišni hotel	20.341	150	82.996	117
Hoteli	Pansion	20.851	101	105.246	98
Hoteli	Turistički apartmani	17.468	93	130.429	99
Hoteli	Turističko naselje	119.747	105	714.034	101

Izvor: Turistička zajednica SDŽ, Statistička analiza turističkog prometa 2018.

5.1.2. Zelene prakse hotela Splitsko dalmatinske županije

Hotel Split jedan je od prvih hotela A kategorije u Hrvatskoj koji posjeduje certifikat energetske učinkovitosti. Smješten je na šljunčanoj plaži 9 km od središta Splita u Podstrani, ima četiri zvjezdice i nosi oznaku visokog energetskog razreda A s potrošnjom energije do 25 kWh/m3. Ima centralizirano upravljanje klimatizacijom, ventilacijom i rasvjetom te rekuperaciju zraka.

[119] Splitsko dalmatinska županija: Analiza turističke sezone 2018. godine na području Splitsko-dalmatinske županije i osnovne smjernice za pripremu turističke sezone 2019., s Prijedlogom zaključka o prihvaćanju

Dizajniran prema načelima zelene gradnje te maksimalno iskorištava obnovljive izvore energije: za pripremu 8000 litara tople vode upotrebljava sunčevu energiju. Centralizirani sustav pametne sobe uključuje elektroničko zaključavanje vrata i mogućnost upotrebe LCD, TV i VOD (video na zahtjev) uređaja. Objekt je vrhunski izoliran, kao i same sobe, a arhitektura je prilagođena položaju. Uz dvoetažni atrij unutrašnjost podsjeća na sustav terasa. Sama terasa obložena je refleksnim obojenim staklom. Hotel čine jedinstvenim i ekološki osviješteni i educirani zaposlenici koji vode brigu o energetski učinkovitom ponašanju. Po objektu su razmještene kante za otpad čiji se sadržaj reciklira, sva su sredstva za čišćenje i pranje biorazgradiva, a proizvodi za higijenu pH neutralni. Spremnik za prikupljanje kišnice koristi se za zalijevanje zelenih površina i pranje ceste i parkirališta. Hrana koja se poslužuje u hotelu iz domaćeg je uzgoja i kontroliranog podrijetla.[120]



Slika 16: Hotel Split

Izvor: Hotel Split, https://hotelsplit.com/hr/multimedia/fotografije/

Prvi hotel u Hrvatskoj koji se može pohvaliti dobivenim Green Key certifikatom je Hotel Radisson BLU Resort, Split. Inicijativa pokrenuta krajem travnja 2012. godine, u kratkom roku dovela je do dobivanja prestižnog certifikata. Hotel je razvio niz energetski održivih mjera za zaštitu okoliša i upravljanje otpadom. Pri uređenju hotela korištena je najnovija oprema, što uključuje LED rasvjetu, aeratore za slavine, dual-flush sustav koji bitno smanjuje potrošnju vode. Osim navedenog hotel daje stalne priloge Caritasovoj kuhinji te surađuje s domom

[120] Hotel Split: https://hotelsplit.com/hr/o-nama/zeleni-hotel/, [pristupljeno: 19.08.2019.].

Maestral. U hotelu Radisson BLU Resort, Split uvjereni su kako briga o zaposlenicima, gostima i okolišu nije samo društvena odgovornost već njihova dužnost.[121]

Hotel Katarina u Dugopolju i Bluesun hotel Berulia u Brelima jedina su dva hotela koja imaju „Sustainable hotel" certifikat kojeg dodjeljuje udruga UPUH. Kategorija za koju su zadovoljili bodovni prag je osnovna- basic što znači da su zadovoljili osnovne kriterije i postigli minimalni broj bodova za svaku kategoriju.

Primjer dobre prakse je i Boutique hotel Villa Andrea u Tučepima koji je prvi između 10 hotela u Hrvatskoj s plaketom Hotela Prijatelj okoliša. Sustavi za grijanje i hlađenje u hotelu Villa Andrea spojeni su na solarni sustav, koji se isto tako koristi i za grijanje vode. Perilice za rublje i posuđe uzimaju toplu vodu zagrijanu solarnom energijom, što smanjuje ne samo potrošnju električne energije, već i zagađivanje. Što se tiče rasvjete, hotel je postupno uvodio štedne žarulje i led žarulje, gdje god je to bilo moguće. Na mjestima gdje hotel nema automatsko paljenje svjetala, postavljene su upute za gašenje svjetala. S obzirom da hotel nema "pametne sobe" postavljanje su upute za gašenje svjetala po sobama. U svim kupaonicama postavljene su obavijesti o važnosti čuvanja okoliša, te o potrebi smanjenja potrošnje vode i deterdženata, kako bi se pralo što manje ručnika. Na ovaj način je osoblje postiglo značajno smanjenje svakodnevnog pranja ručnika. Hotel je samostalno dogovorio prikupljanje za pojedine vrste otpada (papir se prvih godina poklanjao obližnjoj osnovnoj školi u sklopu akcije prikupljanja papira, a kasnije je potpisan ugovor za odvoz papira s koncesionarom, kao i zbrinjavanje, te odvoz deponiranog jestivog ulja iz kuhinje). [122]

Postizanje gotovo nula energetskog standarda (nZEB, eng. Nearly Zero Energy Building) ostvarili su već spomenuti hotel Split i mali obiteljski hotel Villa Adriatica iz Supetra na otoku Braču. Smješten je svega 100 metara od glavne pješčane i šljunčane plaže na mirnom mjestu, neposredno uz teniska igrališta. Hotel je sagrađen sedamdesetih i obnovljen devedesetih, a godine 2015. uključio se u pilot projekt kako bi postigao visoku razinu učinkovitosti u potrošnji energije. Postizanje gotovo nula energetskog standarda, zahtijeva značajna ulaganja i vrijeme, osobito za postojeće hotele starijeg datuma izgradnje (sedamdesete godine prošlog stoljeća). Hotelu je pružena potpora kroz analizu trenutne potrošnje energije te definiranje mogućih mjera za smanjenje potrošnje. Potrebne planirane investicije obuhvaćaju povećanje toplinske

[121] Turistplus: https://www.turistplus.hr/hr/hotel_radisson_blu_resort_split_pridruzio_se_svjetskom_zelenom_timu/693/, [pristupljeno: 22.08.2019.].
[122] Zeleni turizam, http://zeleniturizam.hr/goodpractice.html, [pristupljeno: 06.09.2019.]

zaštite vanjske ovojnice, mjere reduciranja potrošnje vode, ugradnju solarnih kolektora za pripremu potrošne tople vode, zamjenu svih rasvjetnih tijela s LED žaruljama te ugradnju fotonaponskog sustava. Rezultat implementacije navedenih mjera je godišnje smanjene potrošnje energije te godišnje smanjenje emisije stakleničkih plinova. Jedan od glavnih razloga implementacije bio je pružanje udobnosti gostima te potreba za očuvanjem prirodnih ljepota kakve se mogu vidjeti na otoku Braču.[123]



Slika 17: Gotovo nula energetski hoteli

Izvor: https://brendkultura.com/gotovo-nula-energetski-hoteli/, [pristupljeno:06.09.2019.]

5.2. Rezultati istraživanja

5.2.1. Uzorak i metode istraživanja

Glavni cilj ovog istraživanja bio je prikupiti podatke o primjeni koncepta ekološki odgovornog poslovanja u hotelskim poduzećima SDŽ kako bi se testirale istraživačke hipoteze. U tu svrhu provedeno je primarno istraživanje kroz srpanj i kolovoz 2019. godine. Kao osnovni instrument prikupljanja podataka korišten je anonimni anketni upitnik izrađen putem Google Docs Forme,

[123] Visitpodstrana, http://visitpodstrana.hr/gotovo-nula-energetski-hoteli-inspiriraju-europu-da-postigne-ciljeve-nisko-ugljicnog-razvoja/, [pristupljeno: 06.09.2019.]

te je hotelima poslan elektroničkom poštom. Na taj način odgovori su bili automatski zabilježeni te nije bilo potrebe tiskanja i digitaliziranja. Istraživanje se provodilo na hotelima SDŽ, čiji su podaci prikupljeni temeljem kategorizacije Ministarstva turizma (MINT, 2018.).[124] Okvir za uzorkovanje u ovom istraživanju obuhvatio je 168 smještajnih jedinica (hoteli [147], aparthoteli [11], turistička naselja [10]) koji se nalaze u navedenom dokumentu.

Povratni odgovori na anketu u srpnju bili su jako niski, pa je tako istraživanje nastavljeno i u kolovozu. U anketiranju je sudjelovalo 36 hotelskih poduzeća, od ukupnih 168 na čije email adrese je upitnik poslan. S obzirom na relativno mali broj vraćenih anketnih upitnika, ovo istraživanje će se smatrati pilot istraživanjem. Prikupljeni podaci obrađeni su na osobnom računalu, upotrebom programskih paketa Microsoft Excel-a i SPSS-a (Statistical Package of the Social Sciences).

Da bi se pripremio upitnik koji će se primijeniti u ovom radu, izrađeno je 25 pitanja, poredanih logičkih slijedom i podijeljenih u četiri dijela, u skladu s ciljevima i hipotezama ovoga istraživanja. U prvom dijelu upitnika cilj je saznati profil ispitanih hotelskih poduzeća, a zatim uspostaviti vezu između njihovih karakteristika i budućih rezultata primjene ekološke prakse. Dakle, karakterizacija hotelskog poduzeća ispitivana je kroz 6 pitanja tipa višestrukog izbora s ponuđenim odgovorima o karakteristikama hotela: vrsta smještaja (hotel, hotel baština, difuzni hotel, aparthotel, turističko naselje, turistički apartman, pansion, integralni hotel, hotel posebnog standarda, lječilišne vrste), kategorija (2-5 zvjezdica), godina početka rada, broj kreveta, vrsta vlasništva (nezavisno ili u sklopu lanca), lokacija (otoci, obala- zagora).

Drugi dio ima kao glavne ciljeve identificirati postojanje ili ne postojanje sustava upravljanja okolišem u proučavanom hotelu, razloge koji su doveli do provedbe takve vrste poslovanja te identificirati certifikate zaštite okoliša koji se pripisuju poduzeću. U tu svrhu korištena su zatvorena pitanja, dopunjena nekim otvorenim pitanjima.

Zatim je treći dio upitnika pokušao utvrditi kontrolu postupaka zaštite okoliša kako bi se utvrdilo koje se točke mogu poboljšati. Postoje li zaposlenici odgovorni za pitanja okoliša i održivosti, da li obavlja obuka zaposlenika, postoji li kontrola nad postupcima zaštite, na koji način i koliko redovito. I u ovom dijelu korištena su zatvorena pitanja, a koja kao glavni cilj imaju nadopunjavanje informacija prikupljene u prethodnim pitanjima.

[124] Ministarstvo turizma, Republika Hrvatska: https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516, [pristupljeno: 22.08.2019.].

Četvrti dio upitnika ima za cilj identificirati mogući interes ustanove u javnom priznavanju njezine brige za okoliš. Kome se priopćavaju informacije o politici zaštite okoliša, sudjeluju li gosti u ekološkim praksama tvrtke i na koji način. Zatim je postavljeno pitanje o procijeni budžeta rezerviranog za ulaganje u eko standarde i smatraju li da ulaganje u eko standardizaciju pomaže promociji hotela. Zatim slijedi pitanje o mjerama zaštite okoliša koje je hotelsko poduzeće provelo (energija, voda, čvrsti otpad i bioraznolikost). Posljednje pitanje upitnika je otvoreno pitanje, s ciljem dobivanja nekih informacija koje ispitanici smatraju relevantnima u vezi s upitnikom, a da na to nisu odgovorili u prethodnim pitanjima. Anketni upitnik priložen je u sklopu rada.

Hipoteze diplomskog rada ispitivane su putem anketnog upitnika. Upitnik je ispitivao mišljenje i stavove menadžera na vodećim pozicijama hotela na području Splitsko dalmatinske županije o primjeni koncepta ekološki odgovornog poslovanja. Upitnik se provodio aktivno u vremenskom periodu od mjesec dana preko e-mail komunikacije s potencijalnim ispitanicima. Ispitanici su zamoljeni za ispunjavanje upitnika, te su unaprijed informirani o tome da će se rezultati upitnika koristiti isključivo za istraživanje u svrhu izrade diplomskog rada na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Splitu. Isto tako su ispitanici unaprijed informirani o tome da je anketa u cijelosti anonimna, te da se osobni podaci (npr. ime, prezime, naziv hotela) i pojedinačni odgovori ispitanika dani u upitniku neće objavljivati. Svi odgovori korišteni u anketnom upitniku su se bilježili anonimno. S obzirom na to da su ispitanici prije ispunjavanja samog upitnika bili obaviješteni o tome da su njihovi odgovori u potpunosti anonimni, osigurao se visok stupanj iskrenosti ispitanika, što je vrlo važno za ovakav oblik ispitivanja.

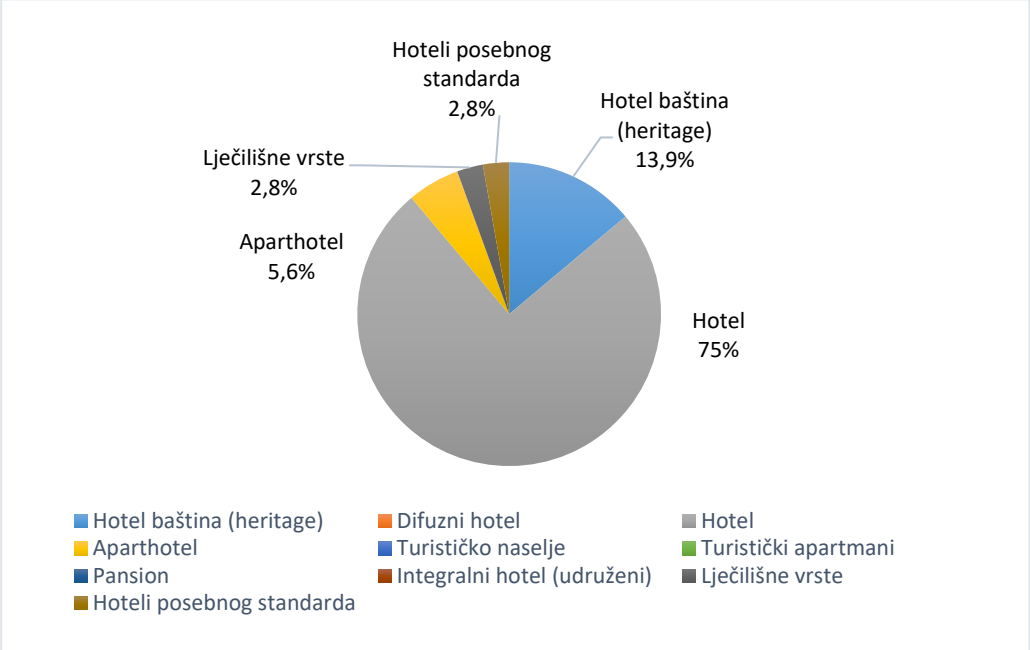
5.2.2. Analiza podataka

Ovim istraživanjem obuhvaćeno je 36 hotelskih poduzeća iz cijele Splitsko dalmatinske županije. Kada je riječ o općoj karakterizaciji hotelskih poduzeća, ustanovljeno je da je velika većina anketiranih jedinica klasificirana kao Hotel (27 objekata ili 75%), 5 ili 13,9% pripada skupini hotel baština, 2 ili 5,6% pripada aparthotelima, a po 2,8% pripada lječilišnim vrstama i hotelima posebnog standarda. Ostale skupine (difuzni hotel, turističko naselje, turistički apartmani, pansion, integralni hotel) nisu odgovorile na anketu i prema tome nisu uključene u istraživanje.

Tablica 9: Tabelarni prikaz klasifikacije objekta

	Frekvencija	Postotak
Hotel baština (heritage)	5	13,9%
Difuzni hotel	-	-
Hotel	27	75%
Aparthotel	2	5,6%
Turističko naselje	-	-
Turistički apartmani	-	-
Pansion	-	-
Integralni hotel (udruženi)	-	-
Lječilišne vrste	1	2,8%
Hoteli posebnog standarda	1	2,8%

Izvor: Vlastita izrada



Grafikon 1: Klasifikacija objekta

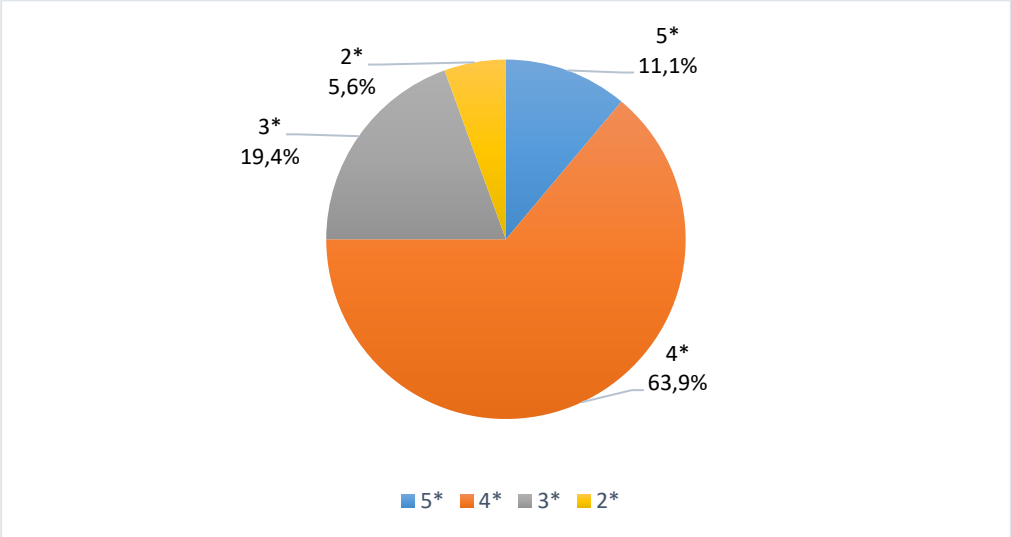
Izvor: Vlastita izrada

Sudjelovalo je najviše hotelskih poduzeća s 4* ili 64%, dok ih je najmanje sudjelovalo s 2* ili 6%.

Tablica 10: Kategorija objekta

5*	4	11,1%
4*	23	63,9%
3*	7	19,4%
2*	2	5,6%

Izvor: Vlastita izrada



Grafikon 2: Kategorija objekta

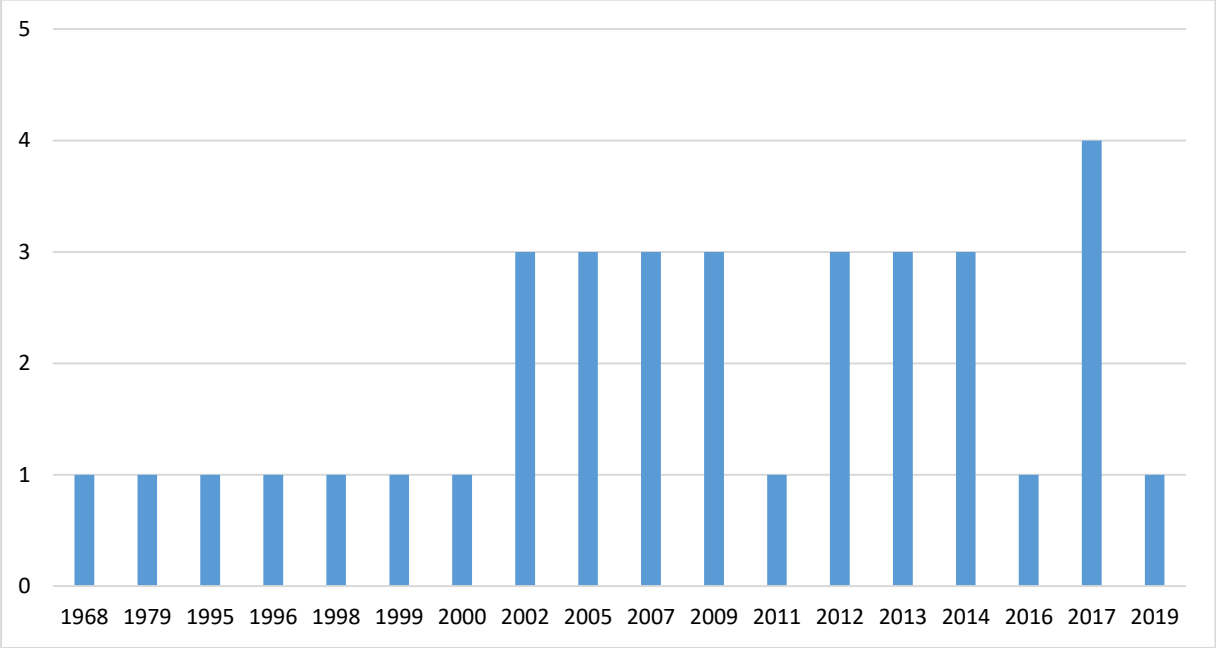
Izvor: Vlastita izrada

S obzirom na godinu u kojoj su ustanove započele s radom, dobiveni rezultati grupirani su u razmacima od 10 godina, tj. po desetljećima od 1960. godine do 2020., kako bi se pojednostavila njihova analiza. Dakle, može se zaključiti da je većina poduzeća koja su odgovorila započela svoju djelatnost u posljednja dva desetljeća, ukupno 80% ispitanika (36% u razdoblju od 2000. do 2009. godine i 44% od 2010.-2019. u 1990. godini). Rezultati ovog pitanja mogu se vidjeti u tablici 11.

Tablica 11: Godina početka rada

1960-1969	1	2,78%
1970-1979	1	2,78%
1980-1989	0	0%
1990-1999	4	11,11%
2000-2009	13	36,11%
2010-2019	16	44,44%
Nije odgovoreno	1	2,77%
Ukupno	36	100%

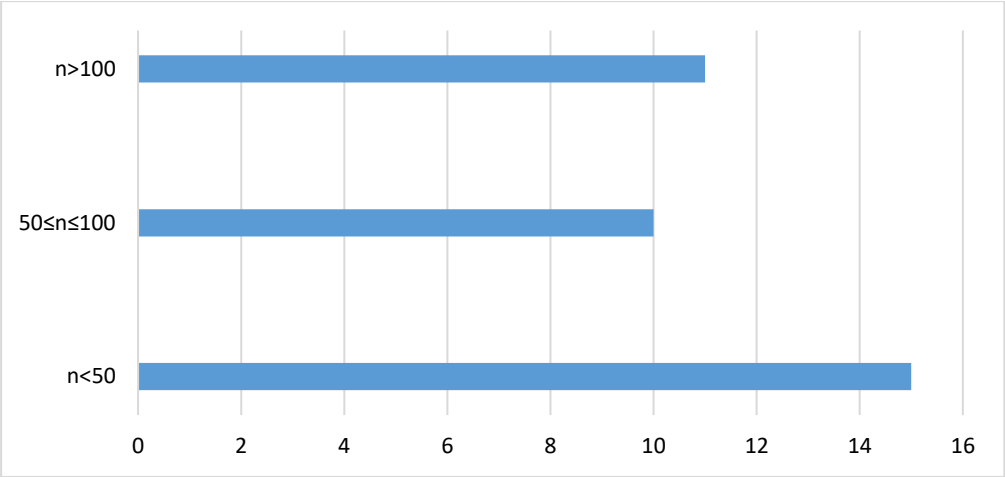
Izvor: vlastita izrada



Grafikon 3: Godina početka rada

Izvor: Vlastita izrada

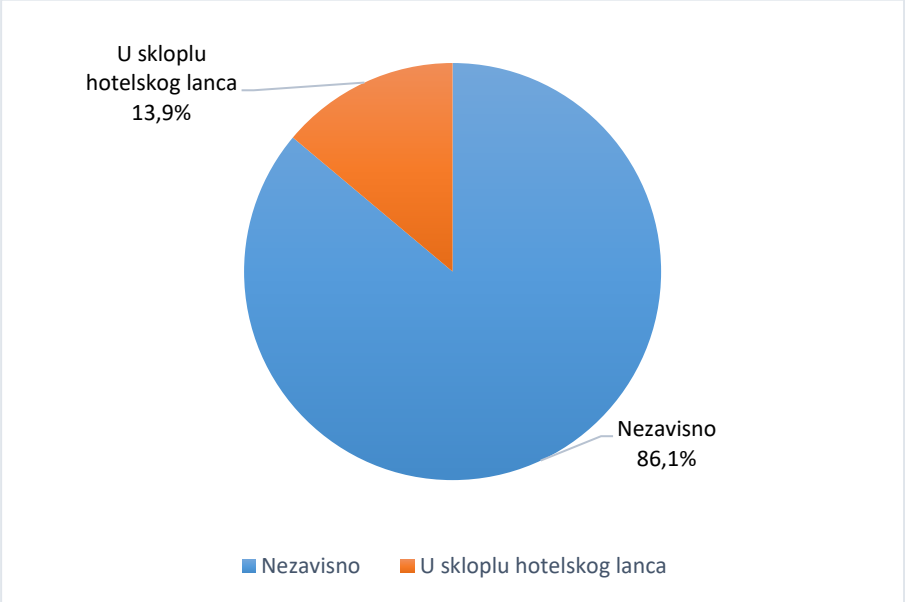
11 ispitanika (31%) u svom vlasništvu ima više od 100 kreveta, 10 ispitanika (28%) ima 50-100 kreveta i 15 ispitanika (42%) ima manje od 50 kreveta. Kao i u prethodnom pitanju, odgovori su grupirani u kategorije kako bi se pojednostavila obrada dobivenih informacija (Grafikon 4).



Grafikon 4: Broj kreveta

Izvor: Vlastita izrada

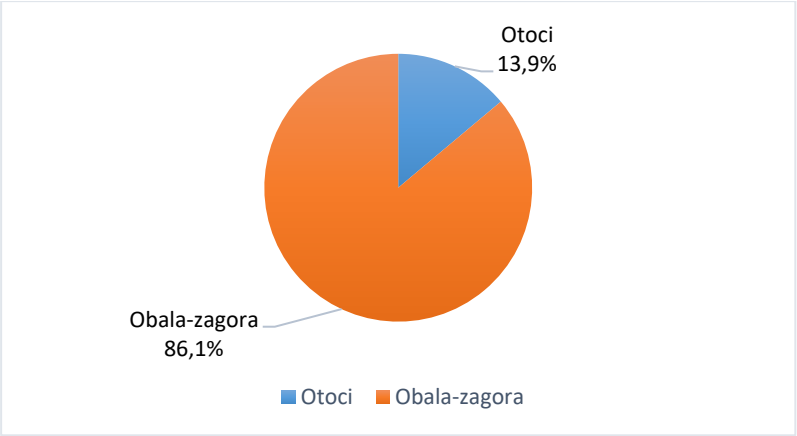
Većina ispitanih hotelskih poduzeća posluje neazavisno (njih 31 odnosno 86%), dok ostatak od 14% posluje u sklopu hotelskog lanca. (Grafikon 5)



Grafikon 5: Vrsta vlasništva

Izvor: Vlastita izrada

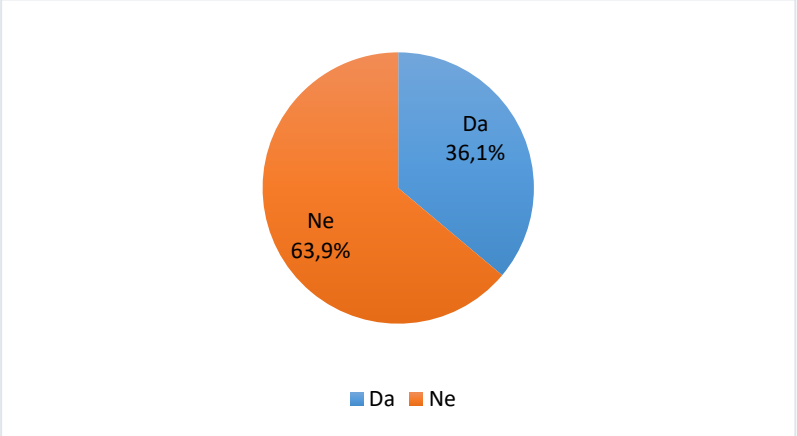
Većina ispitanih hotelskih poduzeća nalazi se na području obale-zagore (njih 31, odnosno 86%), dok ostatak pripada otocima (njih 5, odnosno 14%). (Grafikon 6)



Grafikon 6: Lokacija

Izvor: Vlastita izrada

Što se tiče primjene okolišnih praksi kroz sustav upravljanja zaštitom okoliša (EMS), može se zaključiti da je većina odgovora negativna: 63,9% ispitanika odgovorilo je da ne primjenjuju EMS, dok ga ostalih 36,9% primjenjuje, kao što se vidi na grafikonu 7 - Implementacija sustava upravljanja okolišem (%).

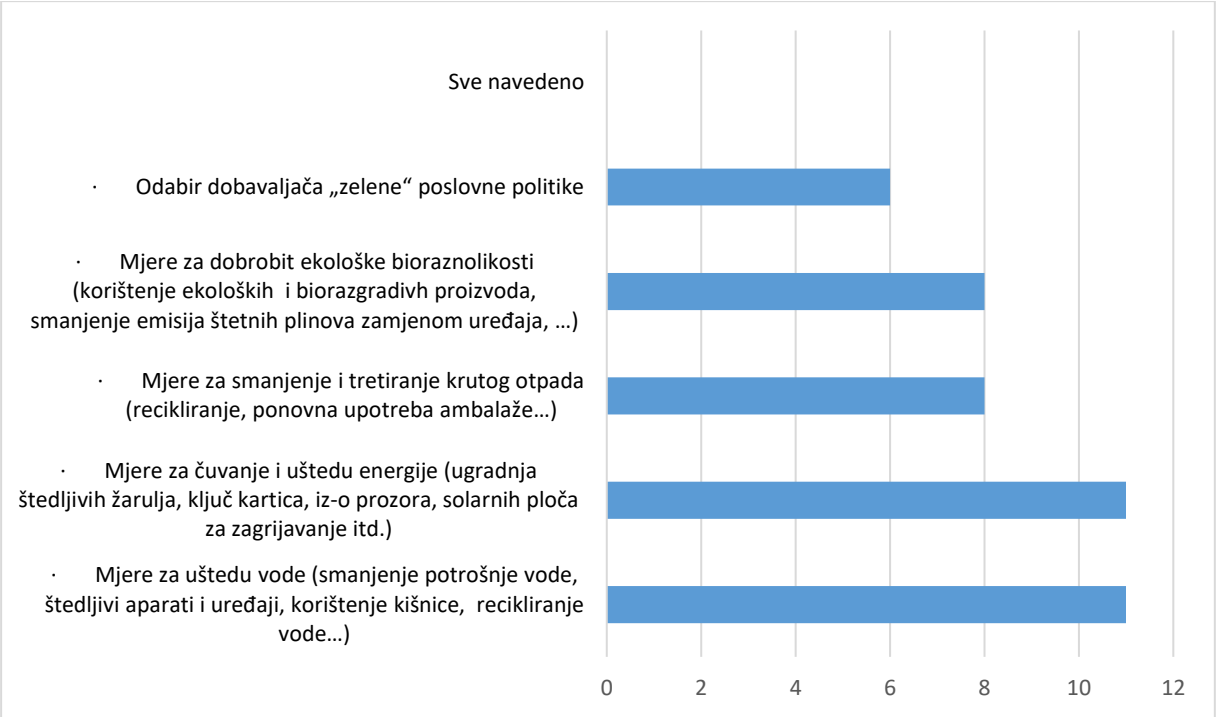


Grafikon 7: Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?

Izvor: Vlastita izrada

Poduzeća u kojima ne postoji sustav upravljanja okolišem kao glavni razlog ne uvođenja sustava navode činjenicu da nisu tehnički dorasli svim zahtjevima (47,8%), drže da im je to nepotreban trošak (26,1%), smatraju da je previše skup (21,7%).

Dobiveni odgovori pokazuju da je većina ustanova s implementiranim sustavom (njih 13) usvojila mjere za uštedu i uštedu energije (85%), za uštedu vode (85%) i smanjenja i obrade krutog otpada (62%) te mjera zaštite i koristi biološkoj raznolikosti (62%). (Grafikon 8)



Grafikon 8: Koje mjere poduzimate u sklopu vaše politike upravljanja okolišem?

Izvor: Vlastita izrada

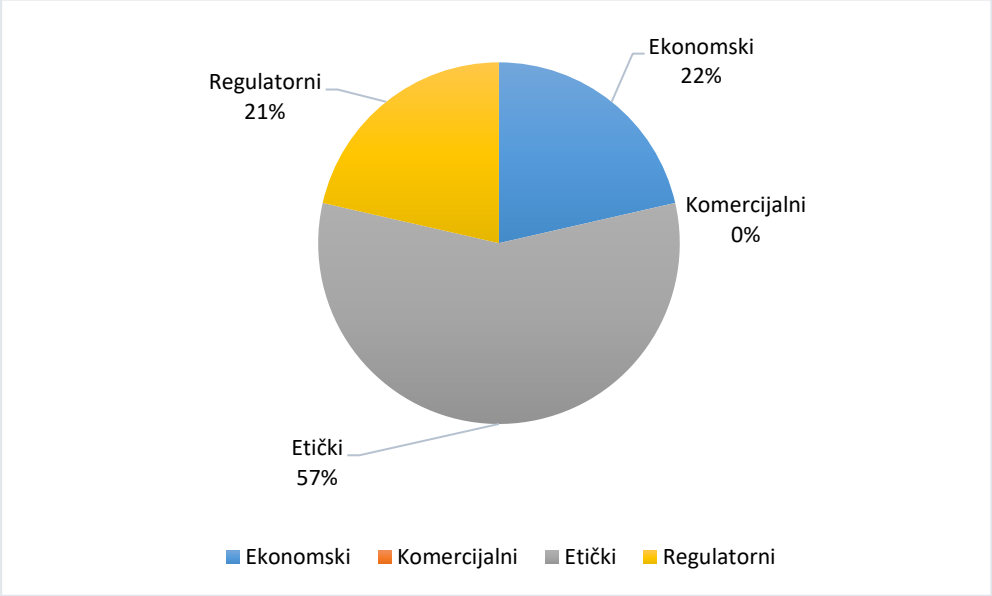
Razlika u postotcima usvajanja može se objasniti činjenicom da su mjere zaštite i vode i očuvanja energije mjere kod kojih se promjena ili evolucija najlakše mogu primijetiti kada se provode, za razliku od mjera povezanih sa zaštitom biološke raznolikosti koja, umjesto da donosi gospodarsku korist ustanovi, doprinosi poboljšanju okoliša. Ova hipoteza može se temeljiti na odgovorima dobivenim o razlozima koji su doveli do implementacije sustava upravljanja okolišem, koji su predstavljeni u nastavku.

Ispitanicima su ponuđena 4 razloga implementacije:

- Etički - motivi vezani uz načela i vrijednosti filozofije ustanove.
- Ekonomski – razlozi troškova i koristi koji mogu nastati primjenom sustava upravljanja okolišem;
- Regulatorni - razlozi koji se odnose na postojeće zakonodavstvo i propise koji mogu utjecati na izbor ili drugačije provođenje sustava upravljanja okolišem;
- Komercijalni - razlozi koji se odnose na marketinšku strategiju poduzeća, tj. oni koje hotel može koristiti u kontaktiranju (potencijalnih) kupaca;

Uzimajući u obzir razloge i poteškoće u usvajanju modela ekološke učinkovitosti, može se zaključiti iz primijenjenog upitnika da ispitana hotelska poduzeća najveću važnost daju

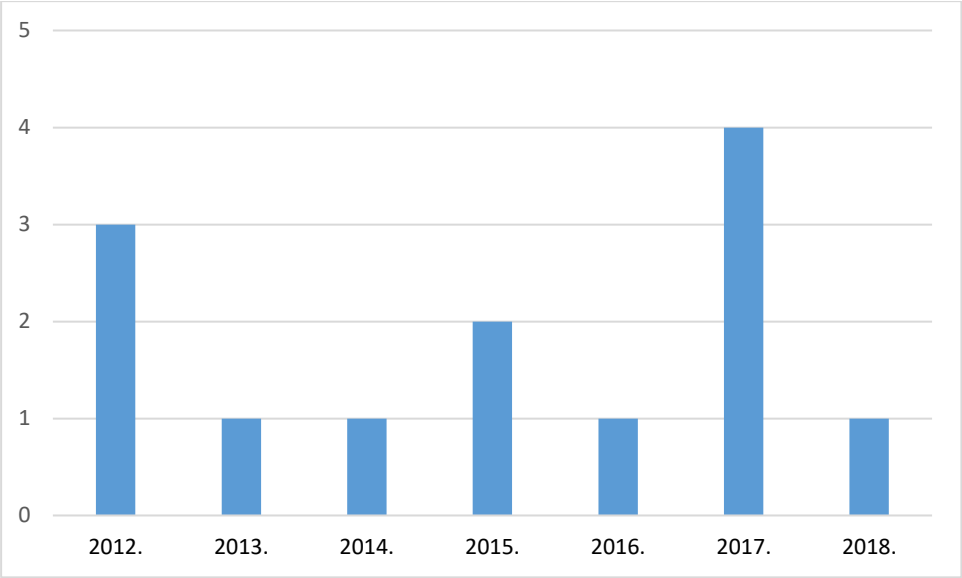
etičkom, a zatim ekonomskom i regulatornom motivu, zanemarujući komercijalne motive povezane sa slikom koje prenose svojim (potencijalnim) kupcima i drugim relevantnim subjektima. Dakle, kad je riječ o razlozima za usvajanje i primjenu EMS-a, ustanovljeno je da su etički (57,14%), ekonomski (21,42%) te regulatorni (21,42%) razlozi glavni. Istovremeno su najmanje doprinijeli komercijalni (0%). (Grafikon 9 - Razlozi za primjenu EMS-a (%)).



Grafikon 9: Koji su glavni razlozi implementacije sustava?

Izvor: Vlastita izrada

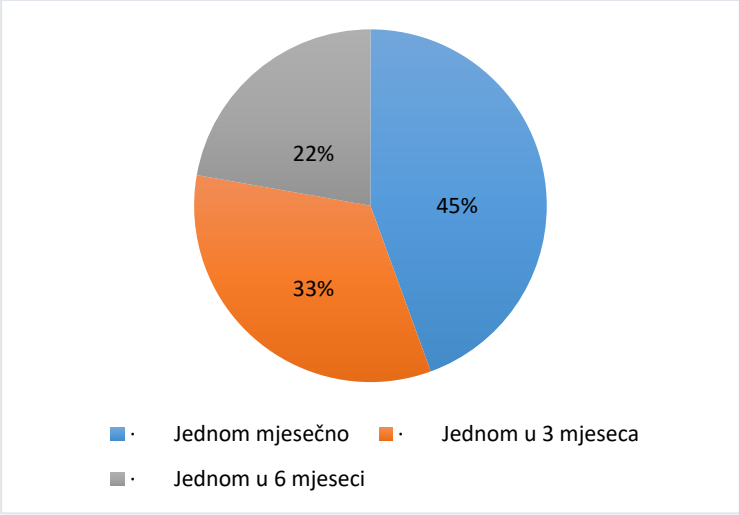
Što se tiče postotka jedinica koje imaju certifikate za okoliš, primijećeno je da velika većina ustanova nema nijednu vrstu certifikata o kvaliteti ili okolišu (53,8%). Tako su jedini dodijeljeni certifikati Eko-Hotel (66,7%), ISO 14001 Standard (16,7%), Nearly Zero (16,7%) te TraveLife (16,7%). Ovi rezultati mogu biti opravdani podacima da je stvaranje ekoloških certifikata započelo u 1990-ima, pa je trebalo neko vrijeme da se analiziraju njihove prednosti i nedostaci te da se posljedično usvoje i primjene. Ovo moguće opravdanje može se kombinirati s činjenicom da je većina ispitanih poduzeća implementirala EMS-a tek nedavno, odnosno u posljednjih 7 godina. (Grafikon 10- Godina implementacije EMS-a).



Grafikon 10: Koje ste godine implementirali sustav upravljanja okolišem?

Izvor: Vlastita izrada

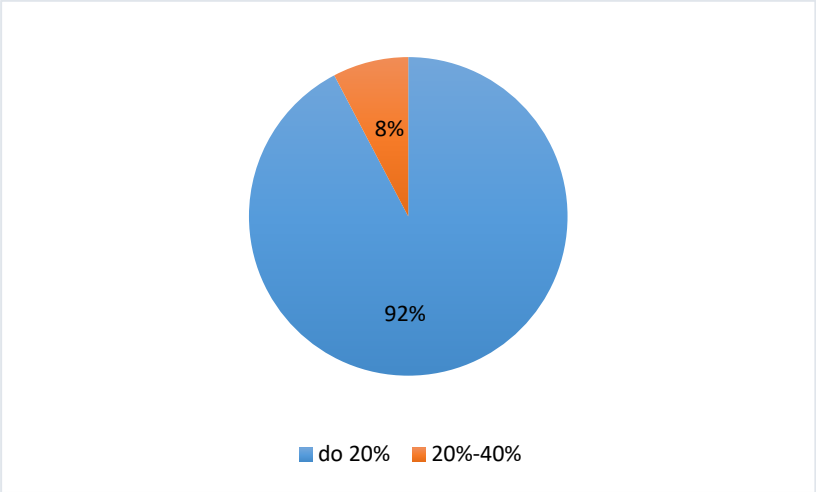
Što se tiče zaštite okoliša, obuka zaposlenika u području zaštite okoliša provodi se u 53,8% ispitanih hotelskih poduzeća, dok 69,2% anketiranih ustanova ima službenu osobu odgovornu za pitanja zaštite okoliša i održivosti. Jednaki je i postotak ustanova u kojima se provodi kontrola nad postupcima zaštite okoliša (69,2%), što pokazuje da su dužnosti zaposlenika odgovornih za zaštitu okoliša provedene u praksi. To se provodi internim revizijama (66,7%), kroz tehničke liste hotela (33,3%) i eksterne revizije (22,2%), većinom jednom mjesečno (Grafikon 11 - Redovitost kontrole ekoloških praksi) te se uglavnom prenose kupcima (69,2%) i zaposlenicima (53,8%).



Grafikon 11: Koliko redovito se provodi kontrola ekoloških praksi?

Izvor: Vlastita izrada

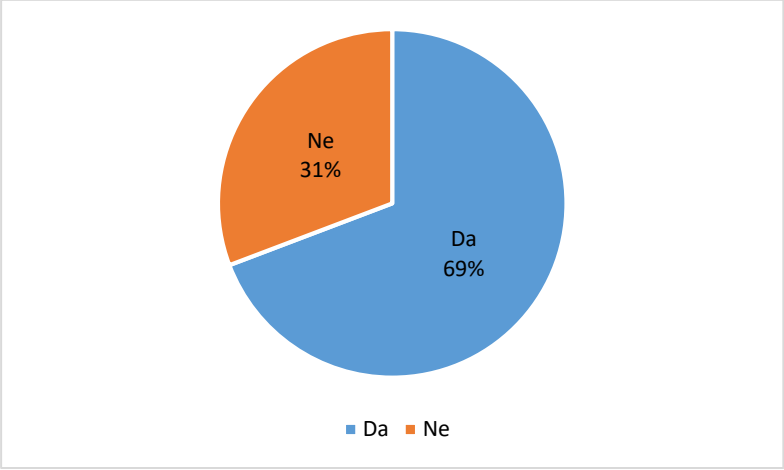
Što se tiče sudjelovanja gostiju u dobrim ekološkim praksama, treba napomenuti da 53,8% spominje da gosti sudjeluju, i to u procesu prikupljanja materijala za reciklažu, gašenjem klimatizacijskih uređaja kad napuštaju sobu te ponovnom uporabom ručnika i posteljine.



Grafikon 12: Koliko je ukupnog budžeta Vašeg hotela rezervirano za ulaganje u eko standarde?

Izvor: Vlastita izrada

U poslovanju većine hotela na ulaganje u eko standarde rezervirano je do 20% ukupnog budžeta (92%), dok 20%-40% budžeta rezervira tek 8% hotela.



Grafikon 13: Smatrate li da ulaganje u eko standardizaciju pomaže promociji Vašeg hotela?

Izvor: Vlastita izrada

Većina hotela (70%) smatra da ulaganje u eko standardizaciju pomaže promociji njihovog hotela.

5.2.3. Testiranje i obrazloženje istraživačkih hipoteza

Nakon analize odgovora na pitanja postavljena u upitniku, zanimljiva je i analiza moguće povezanosti pojedinih varijabli. U tu svrhu, neki su od tih odgovora ukršteni korištenjem mogućnosti crosstabulacije SPSS-a te su na taj način testirane hipoteze.

GLAVNA HIPOTEZA H1: Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i karakteristika hotela

Ova hipoteza raščlanjena je na 6 pomoćnih hipoteza, tj. po jedna za svaku karakteristiku hotela (vrsta, kategorija, veličina, starost, lokacija, vrsta vlasništva). Zaključci pomoćnih hipoteza dat će odgovor na hipotezu H1.

H1.1. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i vrste hotela

Ukrštanjem podataka o vrsti objekta s provedbom EMS-a ili ne, može se vidjeti kako 48% hotela primjenjuje prakse zaštite okoliša (Tablica 12).

Tablica 12: Odnos između vrste objekta i provedbe sustava upravljanja okolišem (%)

	Primjenjuju sustav upravljanja okolišem - Da	Primjenjuju sustav upravljanja okolišem- Ne	Total	% Da
Hoteli posebnog standarda		1	1	0
Hotel	13	14	27	48,14815
Lječilišne vrste	1		1	100
Hotel baština		5	5	0
Aparthotel		2	2	0

Izvor: Vlastita izrada

Tablica 13: Primjena sustava upravljanja okolišem prema klasifikaciji hotela

	Klasifikacija	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?	Hotel	27	17,00	459,00
	Ostalo	9	23,00	207,00
	Total	36		

Izvor: Vlastita izrada

Tablica 13 pokazuje prosječne rangove primjene sustava upravljanja okolišem prema klasifikaciji hotela. Iz iste je vidljivo da prosječni rang za hotele iznosi 17,00 dok za ostala hotelska poduzeća iznosi 23,00. Očito je da razlika u rangovima prema klasifikaciji postoji, no treba utvrditi je li ona statistički značajna. Odgovor se nalazi u sljedećoj tablici.

Tablica 14: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema klasifikaciji hotela

Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?	
Mann-Whitney U	81,000
Wilcoxon W	459,000
Z	-1,778
Asymp. Sig. (2-tailed)	**,075**
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	,146[b]
a. Grouping Variable: Klasifikacija	
b. Not corrected for ties.	

Izvor: Vlastita izrada

Zaključak o značajnosti razlike u rangovima se donosi na temelju empirijske signifikantnosti. Naime, ako je empirijska signifikantnost manja od 5% zaključuje se da je razlika u rangovima statistički značajna. Kao što je vidljivo iz tablice 14 empirijska signifikantnost iznosi 7,5% i budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (7,5% > 5%) zaključuje se da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima primjene sustava upravljanja okolišem prema vrsti hotela. Drugim riječima, pomoćna hipoteza **H1.1.** (postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i vrste hotela) **se odbacuje.**

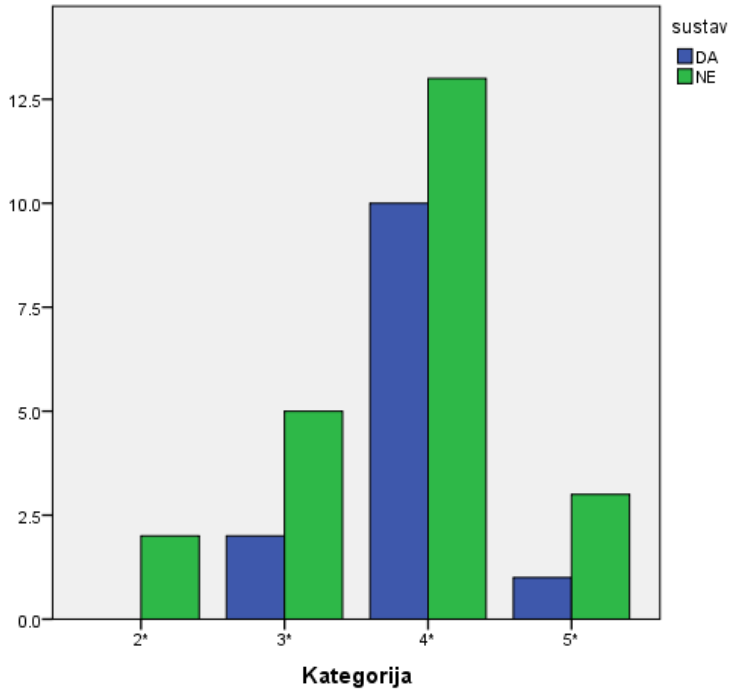
H1.2. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i kategorije hotela.

Ukrštanjem podataka o kategoriji objekta s postojanjem EMS-a ili ne, može se zaključiti da upravo institucije s četiri zvjezdice najviše primjenjuju prakse zaštite okoliša, kao što se može vidjeti u tablici 15.

Tablica 15: Odnos između kategorije objekta i provedbe sustava upravljanja okolišem

			Postojanje sustava upravljanja okolišem		
			DA	NE	Total
Kategorija	2*	Count	0	2	2
		% within Kategorija	**0.0%**	**100.0%**	100.0%
	3*	Count	2	5	7
		% within Kategorija	**28.6%**	**71.4%**	100.0%
	4*	Count	10	13	23
		% within Kategorija	**43.5%**	**56.5%**	100.0%
	5*	Count	1	3	4
		% within Kategorija	**25.0%**	**75.0%**	100.0%

Izvor: Vlastita izrada



Grafikon 14: Odnos između kategorije objekta i provedbe sustava upravljanja okolišem

Izvor: Vlastita izrada

Tablica 16: Primjena sustava upravljanja okolišem prema kategoriji hotela

	Kategorija	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?	2-3*	9	21,00	189,00
	4-5*	27	17,67	477,00
	Total	36		

Izvor: Vlastita izrada

Na jednak princip se analiza i donosi zaključak i za ostale pomoćne hipoteze. Sukladno navedenom, u tablici 16 može se vidjeti da prosječni rang primjene sustava upravljanja okolišem za kategorije hotela 2-3* iznosi 21; a za hotele s 4-5* godina iznosi 17,67. Očito je da razlika u rangovima postoji, no u sljedećem koraku treba utvrditi je li ona i statistički značajna.

Tablica 17: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema kategoriji hotela

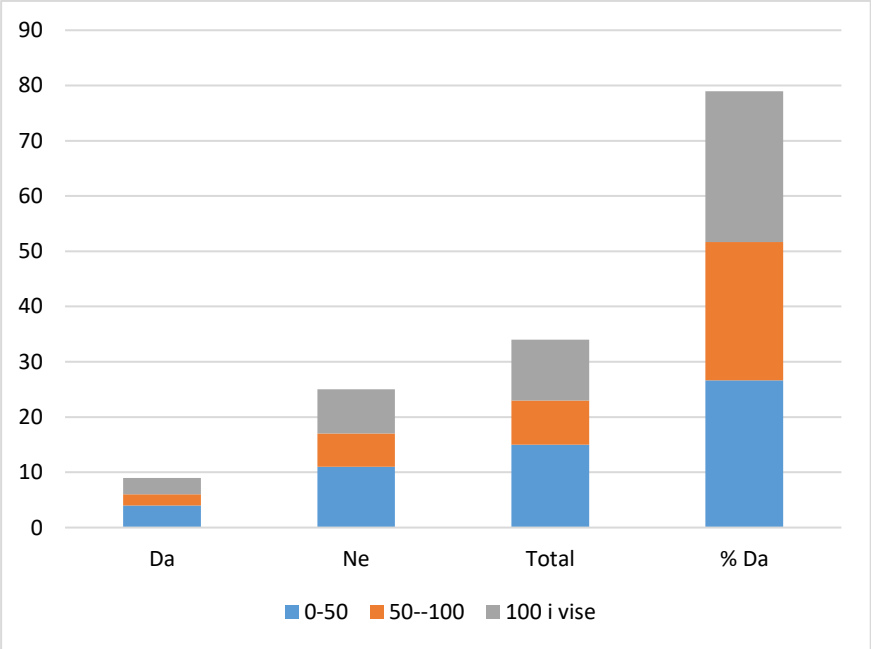
	Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?
Mann-Whitney U	99,000
Wilcoxon W	477,000
Z	-,988
Asymp. Sig. (2-tailed)	,323
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	,428[b]
a. Grouping Variable: kategorija	
b. Not corrected for ties.	

Izvor: Vlastita izrada

Kao što je i navedeno, zaključak se donosi na temelju empirijske signifikantnosti koja iznosi 32,3%. Budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (32,3% > 5%) zaključuje se da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima primjene sustava upravljanja okolišem prema kategoriji hotela tj. pomoćna hipoteza **H1.2.** (postoji veza primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i kategorije hotela) **se odbacuje.**

H1.3. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i veličine hotela.

Prema broju soba koje ima hotelsko poduzeće i činjenice da je već implementirao ili primjenjuje sustav upravljanja okolišem, primjećuje se da je veličina hotela relativno mali čimbenik u prihvaćanju okolišnih praksi i primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja, budući da je odnos između ove dvije varijable isti za hotele s 50-100, 100-150 te 150 i više soba, kao što je prikazano na Grafikonu 15. - Odnos između broja soba i implementacije EMS-a.



Grafikon 15: Odnos između broja soba i implementacije EMS-a

Izvor: Vlastita izrada

Tablica 18: Primjena sustava upravljanja okolišem prema veličini hotela

	Veličina hotela	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?	Mali hoteli	19	19,32	367,00
	Veliki hoteli	17	17,59	299,00
	Total	36		

Izvor: Vlastita izrada

U tablici 18 prikazani su prosječni rangovi primjene sustava upravljanja okolišem prema veličini hotela. Prosječni rang za male hotele (≤ 75kreveta) iznosi 19,32; dok za velike hotele (>75 kreveta) iznosi 17,59. U sljedećem koraku testira se značajnost razlike među istima.

Tablica 19: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema veličini hotela

	Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?
Mann-Whitney U	146,000
Wilcoxon W	299,000
Z	-,590
Asymp. Sig. (2-tailed)	**,555**
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	,639[b]
a. Grouping Variable: veličina hotela	
b. Not corrected for ties.	

Izvor: Vlastita izrada

Budući da empirijska signifikantnost iznosi 55,5% i budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (55,5% > 5%) zaključuje se da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima primjene sustava upravljanja okolišem prema veličini hotela. Stoga se pomoćna hipoteza **H1.3.** (postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i veličine hotela) **odbacuje.**

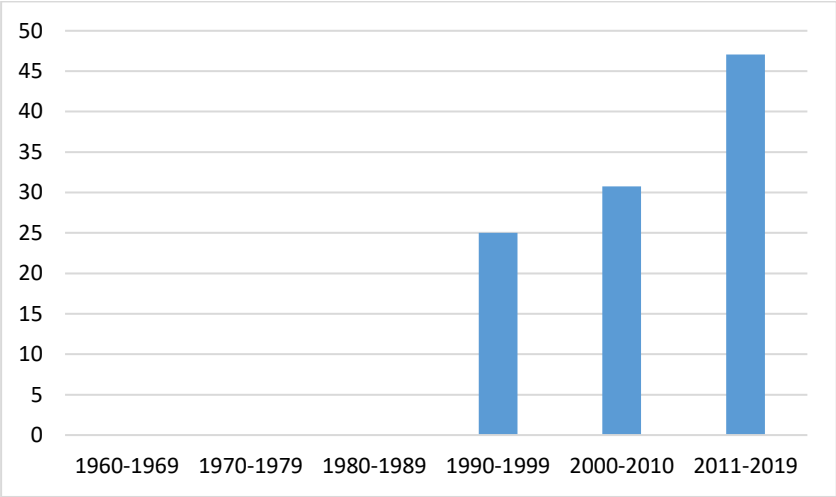
H1.4. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i starosti hotela.

Kao što je već spomenuto ranije, većina ispitivanih hotelskih poduzeća započela je s radom u posljednjih 20 godina. Oni također predstavljaju i veći postotak u pogledu korištenja sustava upravljanja okolišem, što je vidljivo križanjem podataka o godini rada i primjeni EMS-a. (Grafikon 16 - Povezanost između godine početka rada i implementacije EMS-a (%)).

Tablica 20: Odnos između godine početka rada i implementacije EMS-a.

Godina početka rada	Primjena sustava-da	Primjena sustava-ne	Total	% da
1960-1969		1	1	0
1970-1979		1	1	0
1980-1989	/	/	/	0
1990-1999	1	3	4	25
2000-2010	4	9	13	30,76923
2011-2019	8	9	17	47,05882

Izvor: Vlastita izrada



Grafikon 16: Odnos između godine početka rada i implementacije EMS-a.

Izvor: Vlastita izrada

Iako nema dovoljno podataka o ovoj činjenici, moguće je da menadžeri novijih hotela upravljaju hotelskom jedinicom na održiv, srednji i dugi rok, bez da imaju samo jedan kratkoročni ekonomski cilj. Na taj način rješavaju se problemi poput minimiziranja negativnih utjecaja i maksimiziranja pozitivnih utjecaja koji su poslijedica njihovih aktivnosti. Ipak, ovu hipotezu potrebno je i statistički provjeriti. Na temelju srednje vrijednosti kada je hotel počeo poslovati (2009. godina, odnosno 10 godina starosti), hoteli su podijeljeni u dvije skupine za daljnju analizu: hoteli s poslovanjem ≤ 10 godina, koji se nazivaju mlađim hotelima i oni > 10 godina poslovanja, koji se nazivaju starijim hotelima.

Tablica 21: Primjena sustava upravljanja okolišem prema starosti hotela

	Starost hotela	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?	Mlađi hoteli	20	16,90	338,00
	Stariji hoteli	16	20,50	328,00
	Total	36		

Izvor: Vlastita izrada

Prosječni rang primjene sustava upravljanja okolišem za mlađe hotele iznosi 16,90, dok za starije hotele iznosi 20,50. U sljedećem koraku se testira značajnost razlike među istima.

Tablica 22: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema starosti hotela

	Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?
Mann-Whitney U	128,000
Wilcoxon W	338,000
Z	-1,224
Asymp. Sig. (2-tailed)	,221
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	,320[b]
a. Grouping Variable: starost hotela	
b. Not corrected for ties.	

Izvor: Vlastita izrada

Empirijska signifikantnost iznosi 22,1% i budući da vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (22,1% > 5%) zaključuje se da ne postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima primjene sustava zaštite okoliša prema starosti hotela, tj. pomoćna hipoteza **H1.4.** (postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i starosti hotela) **se odbacuje.**

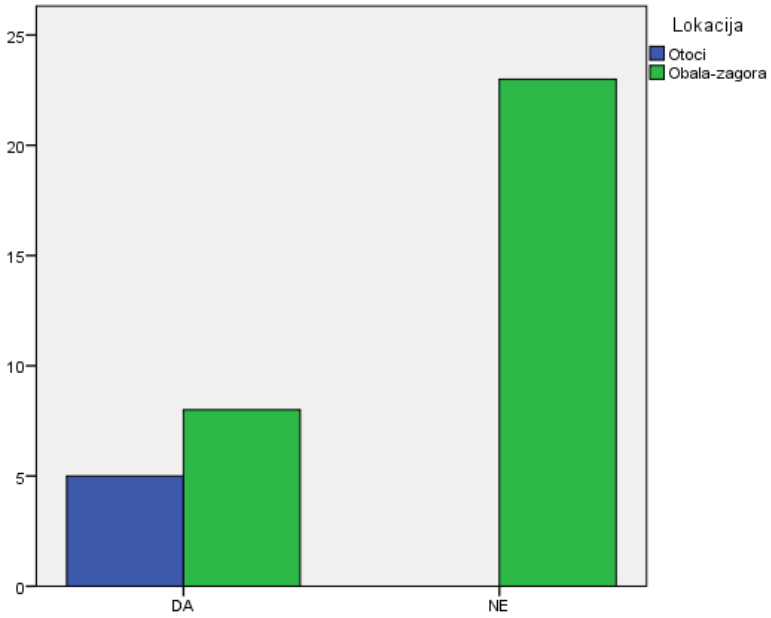
H1.5. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i lokacije hotela

Dakle, ukrštanjem podataka o lokaciji turističkog objekta i mogućnosti postojanja sustava upravljanja okolišem može se zaključiti da hotelska poduzeća smještena na otocima primjenjuju sustav upravljanja okolišem, dok ona smještena na obali-zagori većinom ne primjenjuju (Tablica 23). Taj se rezultat može objasniti činjenicom da su otoci prirodniji i, posljedično, više ovise o okolišu kao izvoru prihoda, za razliku od hotelskih poduzeća na lokaciji obala-zagora koji imaju urbanu bazu. Drugim riječima, vrsta turizma i turista mogu opravdati način na koji se institucije brinu o očuvanju okoliša.

Tablica 23: Odnos između lokacije i primjene EMS-a

		Primjena sustava upravljanja okolišem		
		DA	NE	Total
Lokacija	Otoci	5	0	5
	Obala-zagora	8	23	31
Total	13	23	36	

Izvor: Vlastita izrada



Grafikon 17: Odnos između lokacije i primjene EMS-a

Tablica 24: Primjena sustava upravljanja okolišem prema lokaciji hotela

	Lokacija	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?	Otoci	5	7,00	35,00
	Obala-zagora	31	20,35	631,00
	Total	36		

Izvor: Vlastita izrada

Prosječni rang primjene sustava upravljanja okolišem za hotele na otocima iznosi 7,00, dok za hotele na lokaciji obala-zagora iznosi 20,35. U sljedećem koraku se testira značajnost razlike među navedenim prosječnim rangovima.

Tablica 25: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema lokaciji hotela

	Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?
Mann-Whitney U	20,000
Wilcoxon W	35,000
Z	-3,160
Asymp. Sig. (2-tailed)	**,002**
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	,006[b]
a. Grouping Variable: Lokacija	
b. Not corrected for ties.	

Izvor: Vlastita izrada

Empirijska signifikantnost iznosi 0,2% i vrijedi da je $\alpha^* < \alpha$ (0,2% < 5%) zaključuje se da postoji statistički značajna razlika u prosječnim rangovima primjene sustava zaštite okoliša prema lokaciji hotela, tj. pomoćna hipoteza **H1.5.** (postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i lokacije hotela) **se prihvaća.**

H1.6. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i vrste vlasništva

Tablica 26: Primjena sustava upravljanja okolišem prema vrsti vlasništva

Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?	Vrsta vlasništva	N	Mean Rank	Sum of Ranks
	Nezavisno	31	19.19	595.00
	U sklopu hotelskog lanca	5	14.20	71.00
	Total	36		

Izvor: Vlastita izrada

Prosječni rang primjene sustava upravljanja okolišem za nezavisne hotele iznosi 19,19, dok za hotele u sklopu hotelskog lanca iznosi 14,20. U sljedećem koraku utvrđuje se je li razlika u rangovima statistički značajna.

Tablica 27: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema vrsti vlasništva

Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?	
Mann-Whitney U	56.000
Wilcoxon W	71.000
Z	-1.182
Asymp. Sig. (2-tailed)	**.237**
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	.348[b]
a. Grouping Variable: Vrsta vlasništva	
b. Not corrected for ties.	

Izvor: Vlastita izrada

Provedeni Mann-Whitney U test je pokazao da se ne može prihvatiti hipoteza o postojanju veze između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i vrste vlasništva jer je empirijska razina signifikantnosti 23,7% i vrijedi da je $\alpha^* > \alpha$ (23,7% > 5%) stoga se pomoćna hipoteza **H1.6.** (postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i vrste vlasništva) **odbacuje.**

Nakon provedenih testiranja, zaključuje se kako postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i lokacije hotela tj. da ne postoji veza između primjene

koncepta ekološki odgovornog poslovanja i vrste, kategorije, veličine, starosti i vrste vlasništva hotela. Stoga se **hipoteza H1** (Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i karakteristika hotela) **djelomično odbacuje.**

H2: Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i poslovnih rezultata hotela

Za prihvaćanje ili odbacivanje ove hipoteze potrebno je izvršiti testiranje pomoćnih hipoteza. Pomoćne hipoteze testirane su na temelju tvrdnji u anketnom upitniku. Za svaku od navedene tri tvrdnje (iskazane kroz tri pomoćne hipoteze) u anketnom upitniku bilo je postavljeno pitanje na koje su ispitanici trebali dati ocjenu od 1 do 5 na Likertovoj skali. U svim slučajevima ocjena 1 je predstavljala najnegativniju ocjenu ("uopće se ne slažem"). Pozitivnost tvrdnji je progresivno rasla, pa je ocjena 3 za sve tvrdnje predstavljala neutralnu vrijednost dok je ocjena 5 predstavljala najpozitivniju ocjenu ("u potpunosti se slažem").

H2.1. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i popunjenosti kapaciteta hotela

Ova hipoteza provjerena je kroz slaganje s tvrdnjom ''Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je broj noćenja.“ T-testom za jedan uzorak provjereno je razlikuje li se dobivena aritmetička sredina odgovora na tu tvrdnju (M = 2.92; SD = 1.188) statistički značajno od vrijednosti 3.5. Provedenim t-testom dobivaju se rezultati koji ukazuju na to da su ocjene sudionika statistički značajno više od vrijednosti 3.5 ($t(13) = 8.875$; $p < .000$), čime se zaključuje da sudionici smatraju da primjena koncepta ekološki odgovornog poslovanja utječe na povećanje broja noćenja, odnosno popunjenost kapaciteta hotela. Pomoćna hipoteza **H2.1.** je **potvrđena.**

Tablica 28: Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je broj noćenja

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je broj noćenja	13	2.92	1.188	.329

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica 29: T-test za provjeru hipoteze o postojanju veze između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i popunjenosti kapaciteta hotela

Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je broj noćenja	Test Value = 0					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
	8.875	12	.000	2.923	2.21	3.64

Izvor: Vlastito istraživanje

H2.2. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i prihoda hotela

Ova hipoteza provjerena je kroz slaganje s tvrdnjom ''Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je prihode.“ T-testom za jedan uzorak provjereno je razlikuje li se aritmetička sredina odgovora na to pitanje (M = 2.54; SD = 0.776) statistički značajno od vrijednosti 3.5. Provedenim t-testom dobivaju se rezultati koji ukazuju na to da su ocjene sudionika statistički značajno više od vrijednosti 3.5 ($t(13) = 11.791$; $p < .000$), čime se zaključuje da sudionici smatraju da primjena koncepta ekološki odgovornog poslovanja utječe na povećanje broja noćenja. Pomoćna hipoteza **H2.2**. je **potvrđena.**

Tablica 30: Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je prihode

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je prihode	13	2.54	.776	.215

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica 31: T-test za provjeru hipoteze o postojanju veze između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i prihoda hotela

Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je prihode	Test Value = 0					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
	11.791	12	.000	2.538	2.07	3.01

Izvor: Vlastito istraživanje

H2.3. Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i troškova hotela

Ova hipoteza provjerena je kroz slaganje s tvrdnjom ''Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja smanjila je troškove hotela.“ T-testom za jedan uzorak provjereno je razlikuje li se aritmetička sredina odgovora na tu tvrdnju (M = 3.15; SD = 1.214) statistički značajno od vrijednosti 3.5. Provedenim t-testom dobivaju se rezultati koji ukazuju na to da su ocjene sudionika statistički značajno više od vrijednosti 3.5 ($t(13) = 9.365$; $p < .000$), čime se zaključuje da sudionici smatraju da primjena koncepta ekološki odgovornog poslovanja smanjuje troškove. Pomoćna hipoteza **H2.3.** je **potvrđena**.

Tablica 32: Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja smanjila je troškove

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja smanjila je troškove	13	3.15	1.214	.337

Izvor: Vlastito istraživanje

Tablica 33: T-test za provjeru hipoteze o postojanju veze između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i troškova hotela

Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja smanjila je troškove	Test Value = 0					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
	9.365	12	.000	3.154	2.42	3.89

Izvor: Vlastito istraživanje

Nakon provedenih testiranja, zaključuje se kako postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i popunjenosti kapaciteta, prihoda i troškova hotela. Stoga se **hipoteza H2** (Postoji veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i poslovnih rezultata hotela) **prihvaća.**

6. ZAKLJUČAK

Kroz posljednjih nekoliko godina sve više se priča o eko turizmu, a još uvijek se ne čini dovoljno kako bi se konkretno djelovalo. Moderni turisti sve su više svjesni štetnih utjecaja na okoliš koje proizvodi svjetska industrija u cjelini, a dijelom i hotelijersko turistička industrija pa se sve više odlučuju za rezervaciju hotela koji nosi oznaku „eko hotel“ kako bi sudjelovali u zaštiti okoliša.

Kako bismo spasili okoliš, potrebne su korjenite promjene sustava koji je doveo do njenog ugrožavanja. Načela održivosti postaju nužnost kako bi se kvaliteta i atraktivnost turističkih destinacija sačuvala za buduće generacije. Kroz ovaj rad pokazana je važnost primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja u hotelskom sektoru te inicijative hotelske industrije da budu ekološki prihvatljivije, s posebnim naglaskom na eko certifikate. Važnim se pokazalo da rukovoditelji tih poduzeća poduzmu ekološke prakse i mjere zaštite okoliša, uzimajući u obzir da njihovi izbori i djelovanja imaju posljedice na okolinu. Uzimajući u obzir moguće učinke i mjere za njihovo minimiziranje koje su prethodno predstavljene (Poglavlje 3 - Područja implementacije ekoloških mjera u hotelu), potvrđuje se da u osnovi postoje četiri područja u kojima je moguće zaštititi okoliš: energija, voda, otpad i biološka raznolikost.

S obzirom da je hotelska industrija jedan od glavnih zagađivača u turističkoj industriji, nužno je uvesti neke mjere i prakse koje smanjuju njegov utjecaj na okoliš. Ova situacija započinje promjenom mentaliteta svih koji su uključeni u proces, ali uglavnom onih koji su odgovorni za hotelske jedinice, budući da oni imaju ovlasti provođenja operativnih pravila. Iz tog razloga, potrebno je da oni koji su odgovorni za to traže informacije o tome kako provesti mjere zaštite okoliša (ekonomske, etičke, komercijalne itd.) Osim toga, odgovorni subjekti također se obvezuju na daljnje širenje certifikata i oznaka zaštite okoliša te, ako je moguće, na standardizaciju tih potvrda, kako bi se pojednostavila njihova identifikacija. Kao što se može vidjeti iz primijenjenih upitnika, certifikacija je i dalje problem s malim značajem za ispitana hotelska poduzeća SDŽ.

Jedan aspekt koji je od velike važnosti u praksi, je uključivanje zaposlenika (na različitim hijerarhijskim razinama) tijekom procesa provedbe sustava upravljanja okolišem, uključujući prijedloge koje mogu napraviti, s ciljem sudjelovanja u usvajanju ekoloških praksi, tako da promjene ne vide kao obvezu, već ih razumiju, usvajaju, i uključuju u svoje svakodnevne aktivnosti. Isto se može odnositi i na klijente, jer je bitno da svatko sudjeluje u mjerama zaštite.

Od ključne je važnosti da se turist obrazuje kao potrošač, znajući posljedice svojih izbora i djelovanja, te da se obrazovanje može obaviti u hotelskom objektu, pružanjem informacija i uvjeta potrebnih za održiviji izbor.

Ovaj rad je empirijski ispitao odnos prema usvajanju koncepta ekološki odgovornog poslovanja u hotelskim poduzećima SDŽ. Istražio je kakva je veza karakteristika hotela i primjene sustava zaštite okoliša. Općenito, karakteristike hotela, kao što su - vrsta smještaja, kategorija, vlasništvo, lokacija, broj kreveta i godina početka poslovanja nisu značajno promijenile stupanj primjene sustava za zaštitu okoliša. Iako je u nekim slučajevima bilo utjecaja karakteristika hotela na primjenu koncepta, neke od tih razlika vjerojatno imaju malo posljedica u praksi.

Kao što je već spomenuto u ovom radu, glavna briga bila je usredotočena na ekološke probleme hotelskih jedinica. Kao takvi, ovdje izneseni prijedlozi odnose se na brigu koju treba poduzeti u tom pogledu. Odluka o uvođenju sustava upravljanja okolišem od strane uprave, a time i praktična primjena mjera tog sustava, zasigurno će imati odraz na navike zaposlenika. Stoga bi za iduća istraživanja moglo biti zanimljivo procijeniti njihovo zadovoljstvo ili mišljenje o nametanju ovih pravila, jer bi većina njih vjerojatno trebala promijeniti svoje navike na poslu. Također, bilo bi dobro istražiti potencijalne troškove i koristi hrvatskih hotelijera nakon uvođenja ekološki odgovornog poslovanja i znaka zaštite okoliša te probleme i prepreke za njihovo uvođenje.

SAŽETAK

Trendovi upućuju na sve veću ekološku osviještenost suvremenih turista, a istraživanja su pokazala da će turisti prije odabrati eko hotele s određenim certifikatima nego obične hotele koji ne vode računa o smanjenju štetnog utjecaja na okoliš. Zbog toga se sve veći broj hotela odlučuje na „ekološki odgovorno poslovanje". Važnim se pokazalo da rukovoditelji hotela poduzmu ekološke prakse i mjere zaštite okoliša kako bi se smanjili negativni utjecaji na okoliš te povećala efikasnost poslovanja. Postoji niz certifikata koji se dodjeljuju eko hotelima i koji mogu poslužiti kao dokaz implementacije navedenog koncepta.

Cilj ovog rada je pokazati važnost ekološki odgovornog poslovanja, s posebnim osvrtom na njegovu primjenu u hotelskim poduzećima Splitsko dalmatinske županije. Istraživanje je potvrdilo pretpostavku da su hoteli tog područja prihvatili takvo poslovanje, međutim ne ostvaruju visoku primjenu ekoloških certifikata. U empirijskom dijelu rada provedena je statistička analiza podataka dobivenih obradom anketnih upitnika koji su provedeni nad hotelskim poduzećima SDŽ. U skladu s dobivenim rezultatima, polazišna hipoteza o postojanju veza između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i karakteristika hotela je djelomično odbačena, dok je hipoteza o postojanju veze između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i poslovnih rezultata hotela prihvaćena.

Ključne riječi: *eko hotel, ekološki odgovorno poslovanje, sustav upravljanja okolišem, Splitsko dalmatinska županija*

SUMMARY

Trends point to the increasing environmental awareness of modern tourists, and research has shown that tourists will choose eco hotels with certain certifications rather than ordinary hotels that do not consider the reduction of environmental impact. This is why an increasing number of hotels are opting for "environmentally responsible business''. Hotel managers must take environmental practices and (environmental) measures to reduce negative environmental impacts and increase business efficiency. There are numerous certificates given to eco-hotels which can serve as proof of the implementation of this concept.

The aim of this paper is to show the importance of environmentally responsible business, with a particular reference to its application in the hotels of Split-Dalmatia County. The study confirmed the assumption that hotels in the area have accepted such business, however, they are not achieving high environmental certification. In the empirical part of the paper, a statistical analysis of the data obtained from the processing of the questionnaire was conducted over the hotel companies of the SDC. In accordance with the obtained results, the starting hypothesis about the existence of a link between the application of the concept of environmentally responsible business and the characteristics of the hotel was partially rejected, while the hypothesis about the existence of a link between the application of the concept of environmentally responsible business and the hotel business results was accepted.

Key words: *eco hotel, environmentally responsible business, Environmental Management Systems, Split-Dalmatia County*

LITERATURA

Internet izvori

1. Bašić, I. : Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti Hrvatskog turizma u 21. stoljeću, Dostupno na: https://zavod.pgz.hr/pdf/34_Ivo_BASIC.pdf, [pristupljeno: 23.02.2019.].
2. BluesunHotels: https://www.bluesunhotels.com/travelife-gold-certifikat.aspx, [pristupljeno:16.06.2019.].
3. Bunja, Đ. (2006): Turističko ugositeljstvo, Dostupno na: http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/skripta.pdf.
4. Ekološki turizam u Hrvatskoj: 7 zelenih koraka prema eco-friendly smještaju, Dostupno na: https://www.cimerfraj.hr/ideje/eko-turizam-hrvatska, [pristupljeno: 19.02.2019.].
5. Energetsko certfiiranje: LEED certifikat – ocjena održivosti zgrada i naselja, https://www.energetskocertificiranje.com.hr/leed-certifikat-ocjena-odrzivosti-zgrada-naselja/, [pristupljeno: 10.08.2019.]
6. Energetska učinkovitost u turizmu – promocija ekološki osviještenih hotela, Dostupno na: https://www.energetskocertificiranje.com.hr/energetska-ucinkovitost-u-turizmu-promocija-ekoloski-osvijestenih-hotela/, [pristupljeno:07.02.2019.].
7. Epler Wood, M. : The next 20 years of Ecotourism, Dostupno na:https://greenmoney.com/the-next-20-years-of-ecotourism/, [pristupljeno: 08.06.2019.].
8. European Commission: http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html [pristupljeno:14.02.2019.].
9. Green Globe Facebook, https://www.facebook.com/pg/greenglobe/about/, [pristupljeno: 10.06.2019.].
10. Green Key: https://www.greenkey.global/, [pristupljeno: 10.06.2019.].
11. Horwath HTL (2019): European Chains & Hotels Report 2019, https://horwathhtl.com/publication/european-chains-hotels-report-2019/, [pristupljeno:10.04.2019.].
12. Hotel Split: https://hotelsplit.com/hr/o-nama/zeleni-hotel/, [pristupljeno: 19.08.2019.].
13. Hrvatska gopodarska komora: Ekološke oznake: Stroga mjerila za najzahtjevnije potrošače, Dostupno na: https://www.hgk.hr/ekoloske-oznake-stroga-mjerila-za-najzahtjevnije-potrosace, [pristupljeno:12.02.2019].

14. Hrvatska komora arhitekata: Zakoni i propisi. Dostupno na: https://www.arhitekti-hka.hr/hr/zakoni-propisi/popis/ugostiteljstvo-turizam/, [pristupljeno 17.08.2019.].
15. Hrvatski savjet za zelenu gradnju (2018) : http://www.gbccroatia.org/clanci/primjena-mjera-energetske-ucinkovitosti-u-hotelima-pametni-hoteli/260/hr.html, [pristupljeno: 15.08.2019.].
16. Institut za turizam (2016): Akcijski plan razvoja zelenog turizma, Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160715_AP_Zelenog_t.pdf, str. 21, [pristupljeno 17.08.2019.].
17. Kovačević, A. (2017): Utjecaj online recenzija na kupovno ponašanje, Sveučilište u Splitu
18. Megabooker (2019): Direktne rezervacije hotela polako ali sigurno sustižu online portale, Dostupno na: https://megabooker.hr/direktne-rezervacije-hotela-polako-ali-sigurno-sustizu-online-portale/, [pristupljeno:07.04.2019.].
19. Ministarstvo turizma, Republika Hrvatska: https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516, [pristupljeno: 22.08.2019.].
20. Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, https://www.mzoip.hr/hr/okolis/eko-oznake.html, [pristupljeno: 08.02.2019.]
21. MZOE RH: Znak zaštite okoliša EU Ecolabel za turizam, https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_c-dokumenti//7_Znak%20zastite%20okolisa%20EU%20Ecolabel%20za%20turizam.pdf, [pristupljeno: 25.06.2019.].
22. Narodne novine (2016): Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli
23. Narodne novine (2016): Pravilnik o znaku zaštite okoliša »prijatelj okoliša«, NN broj 91/16, dostupno na: http://www.propisi.hr/print.php?id=3244
24. Narodne novine (2019): Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, NN 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, dostupno na: https://www.zakon.hr/z/151/Zakon-o-ugostiteljskoj-djelatnosti
25. Nekić, B. (2014):Politika zaštite okoliša u RH nakon pristupanja europskoj uniji, Tranzicija, Vol. 16 No. 34, str. 39-58.
26. Novac.hr: Devet posto hotelskih kompanija ostvaruje 85 posto profita industrije,https://novac.jutarnji.hr/aktualno/devet-posto-hotelskih-kompanija-ostvaruje-85-posto-profita-industrije/8476208/, [pristupljeno: 16.8.2019.].
27. Obiteljski i mali hoteli: http://www.omh.hr/hr/dozivljaji/eko-hoteli-omh-29/29, [pristupljeno: 21.02.2019.].
28. OMH: http://www.omh.hr/hr/udruga/eko-hoteli-omh-74/74,[pristupljeno:06.09.2019.]

29. Održivi turizam Hrvatska: http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=1293, [pristupljeno:17.06.2019.].
30. OECD Factbook 2007- Economic, Environmental and Social Statistics, https://read.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-factbook-2007_factbook-2007-en#page1, [pristupljeno: 5.6.2019].
31. Poslovni dnevnik (2018): http://www.poslovni.hr/hrvatska/jedan-jedini-hrvatski-proizvod-ima-oznaku-eu-ecolabel-344259 [pristupljeno: 8.8.2019]
32. Poslovni Turizam: Prvi hoteli s oznakom "Sustainable Hotel", https://www.poslovniturizam.com/vijesti/prvi-hoteli-s-oznakom-sustainable-hotel/1462/, [pristupljeno:09.08.2019.].
33. SDŽ (2019): Analiza turističke sezone 2018. godine i osnovne smjernice za pripremu turističke sezone 2019. godine, [pristupljeno: 20.02.2019.].
34. Sučić, Z., (2017): Utjecaj primjene eko standarda na poslovanje hotela, Sveučilište u Splitu: Ekonomski fakultet, Split.
35. Šunjić, E., (2016): Hotelski lanci i njihov gospodarski utjecaj na hrvatski turizam, Sveučilište u Splitu: Ekonomski fakultet, Split
36. Točka na i (2018): Hotelijeri ove godine u izgradnju i obnovu hotela ulažu 630 mil. eura, Dostupno na: https://tockanai.hr/biznis/turizam/investicije-u-tirizmu-2018-10415/, [pristupljeno: 06.04.2019.].
37. Tomas ljeto 2017 – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Dostupno na: http://www.iztzg.hr/hr/institut/projekti/istrazivanja/, [pristupljeno:08.04.2019.].
38. Topalović, S. (2018): 'Moramo zaustaviti rast privatnog smještaja! Neke gradove to će odvući u propast, https://www.tportal.hr/biznis/clanak/moramo-zaustaviti-rast-privatnog-smjestaja-neke-gradove-to-ce-odvuci-u-propast-foto-20180924/print, [pristupljeno: 16.8.2019]
39. Tourism Review News: Eco labels in tourism – can they be trusted?, Dostupno na: https://www.tourism-review.com/eco-labels-in-tourism-can-be-trusted-news5084, [pristupljeno: 08.02.2019.].
40. Tportal: https://www.tportal.hr/biznis/clanak/u-hrvatskoj-sve-vise-globalnih-hotelskih-brendova-ali-i-dalje-ispod-europskog-prosjeka-20170726, [pristupljeno:10.04.2019.].
41. Travelife: https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=hr, [pristupljeno:15.06.2019.].

42. Trivago (2019): Sustainable Hospitality: Eco-Friendly Industry Trends and Tips for Hotels, Dostupno na: https://businessblog.trivago.com/sustainable-hospitality-trends-eco-friendly-hotel-tips/, [pristupljeno:08.06.2019.].
43. Turistplus: Hotel Radisson BLU Resort, Split pridružio se svjetskom zelenom timu, https://bit.ly/2MhNuMT, [pristupljeno:15.06.2019.].
44. Udruga Lijepa Naša, dostupno na: https://www.lijepa-nasa.hr/zeleni-kljuc/, [pristupljeno: 21.02.2019.]
45. UN Environment, dostupno na: https://www.unenvironment.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/responsible-industry/tourism, [pristupljeno: 04.02.2019.].
46. UPUHH: Dodjela Sustainable Hotel certificate by UPUH, https://www.upuhh.hr/hr/projekti/zeleno-odrzivo-poslovanje/odrzivi-hoteli/item/28-dodjela-sustainable-hotel-certificate-by-upuhh, [pristupljeno: 09.08.2019].
47. Vecernji.hr (2019): https://www.vecernji.hr/biznis/ovo-ce-biti-najteza-turisticka-sezona-u-posljednjem-desetljecu-1313298, [pristupljeno: 16.8.2019.]
48. Visitpodstrana, http://visitpodstrana.hr/gotovo-nula-energetski-hoteli-inspiriraju-europu-da-postigne-ciljeve-nisko-ugljicnog-razvoja/, [pristupljeno: 06.09.2019.]
49. Zeleni turizam, http://zeleniturizam.hr/goodpractice.html, [pristupljeno: 06.09.2019.]

Članci

1. Barjaktarović, D., Pindžo, R. (2016): Suvremeni trendovi u razvoju hotelijerstva, Turističko poslovanje br.18, str.5-16.
2. Bastic, M. 2013. Environmentally Friendly Hotel Service as a Challenge for Innovations and Social Responsibility, Journal of Hotel & Business Management, Dostupno na: https://www.longdom.org/open-access/environmentally-friendly-hotel-service-as-a-challenge-for-innovations-and-social-responsibility-2169-0286.1000e110.pdf, [pristupljeno: 05.02.2019.].
3. Butler, J. (2008), "The compelling “hard case” for green hotel development", Cornell Hospitality, Vol.49, No. 3, pp. 234-244.
4. Carić, H. (2006): Održivi turizam u deset koraka : planiranje održivog turzma zasnovanog na baštini i prirodnom naslijeđu, Institut za turizam
5. Claver-Cortés, E.,et al. (2007). Environmental Strategies and their Impact on Hotel Performance. Journal of Sustainable Tourism, n.º 6, Vol. 15:663-679.

6. Fukey LN, Issac SS., 2014. Connect among green, sustainability and hotel industry: a prospective simulation study. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering,* Vol. 8 (1), pp. 296-312.
7. Graci, S., 2008. Why go green? The business case for environmental commitment in the Canadian hotelindustry. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19(2), pp. 251-270.
8. Hays, D., Ozretić-Došen, Đ. (2014): Greening hotels – building green values into hotel serivices, Tourism and Hospitality Management, Vol. 20, No. 1, pp. 85-102.
9. Kantar, S. (2016): Razvoj održivoga ruralnoga turizma: Potencijali Koprivničkokriževačke županije, Doktorski rad, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.
10. Korošec, L., Smolčić, D. (2013): Politika zaštite okoliša - integralni dio koncepcije održivog razvitka Europske unije, Ekonomski pregled, Vol.64 No.6, str.605-629.
11. Milošević, S., Cvetković, S., Tubin, V. (2014) Značaj i uloga standarda ISO 14001 u upravljanju zaštitom životne okoline, Tehnička dijagnostika, str. 59-68.
12. Orloczki, M., 2012. Eco-labelling for environmental friendly hotel industry, University of Miskolc, Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/263535217_Ecolabelling_for_environmental_friendly_hotel_industry, [pristupljeno: 07.02.2019.].
13. Perišić, M., Janković, S., Vlašić, D. (2005) : Eco hotels – philosophy of the 21st century, Dostupno na: http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6573-03-9/persic.pdf, pp. 447-461, p.447, [pristupljeno: 23.02.2019.].
14. Petrić, L., Pranić, Lj. (2010): Ekološka svijest u hrvatskoj smještajnoj industriji, Acta turistica nova, Vol. 4 No. 1, str.5-21.
15. Rahbek, P. E. (2007): Perceptions of performance: how European organizations experience EMAS registration, Corporate Social Responsibility & Environmental Management, p. 62-71.
16. Scanlon, N. L. (2007). An analysis and assessment of environmental operating practices in hotel and resort properties. International Journal of Hospitality Management, Vol.26 No.3 pp.711-723.
17. Segarra-Oña et al. (2012): Does environmental certification help the economic performance of hotels? Evidence from the Spanish hotel industry, Cornell Hospitality Quarterly, 53(3), 242-256., Dostupno na: http://scholarship.sha.cornell.edu/ articles/49/.

18. Sibila Lebe, S., Zupan, S. (2011) : From eco ignorance to eco-certificates eco-management in slovene hotels, Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/280730591_FROM_ECO-IGNORANCE_TO_ECO-CERTIFICATES_ECO_MANAGEMENT_IN_SLOVENE_HOTELS
19. Subbiah K., Suriyaprabha K. 2011.The eco-friendly management of hotel industry, Dostupno na:https://www.researchgate.net/publication/254020833_The_ecofriendly_management_of_hotel_industry
20. Tourism Review News : What do ecolabels bring to tourism? https://www.tourism-review.com/ecolabels-not-decisive-for-travelers-news5431, [pristupljeno: 08.02.2019.].
21. Zovko, M., Katić,I., Pofuk, D. Sustav ekološkog upravljanja i neovisnog ocjenjivanja (EMAS) kao dobrovoljni instrument upravljanja okolišem u poslovanju organizacija Hrvatske, http://emas.azo.hr/media/11029/EMAS_RAD_konf-DOP_AZO.pdf, [pristupljeno: 13.8.]
22. Ye, Q. et al. (2009): The Impact of Online User Reviews on Hotel Room Sales, International Journal of Hospitality Management 28, str. 180–182.

Knjige

1. Ažić Laškarin, M. (2018) : Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.
2. Bačun, D., Matešić, M., Omazić, M. (2012): Leksikon održivog razvoja, Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, Zagreb.
3. Carev D, (2015): Hotelska prodaja i recepijsko poslovanje, Zagreb: VPŠ Libertas.
4. Cerović, Z. (2010): Hotelski menadžment, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.
5. Cooper, C., et.al., (2008): Ekonomija turizma, načela i praksa, Ekokon, Split.
6. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D. (2011): Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga.
7. Črnjar, M., Črnjar, K. (2009): Menadžment održivoga razvoja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugotiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci, Rijeka.

8. Dragičević, M. (2015): Upravljanje kvalitetom u hotelijerstvu – Hrvatska i svijet, Redak, Split.
9. Galičić V. (2014): Leksikon ugostiteljstva i turizma, Fakultet za menadžment u turizmu i ugositeljstvu, Sveučilište u Rijeci.
10. Galičić, V. (2017), Poslovanje hotelskoga odjela smještaja, Sveučilište u Rijeci - Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, Dostupno na: https://ww.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/eizdanja/Vlado_Galicic_Poslovanje_hotelskog_odjela_smjestaja.pdf
11. Galičić, V. 2005. Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje, Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički menadžment Opatija
12. Galičić, V. Laškarin, M. (2011): Putevi do zadovoljnog gosta, Fakultet za menadžment u turizmu i ugositeljstvu, Opatija
13. Galičić, V., Laškarin, M. (2016): Principi i praksa turizma i ugostiteljstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstv, Opatija.
14. Gržinić J., Bevanda V., (2014) : Suvremeni trendovi u turizmu, Fakultet ekonomije i turizma „ Dr. Mijo Mirković", Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
15. Herceg, N., Stanić-Koštroman, S., Šiljeg, M. (2018): Čovjek i okoliš, Synopsis, Mostar-Koprivnica-Zagreb-Sarajevo.
16. Ivanović, S. (2012): Ekonomika ugostiteljstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija .
17. Medlik, S., Ingram, H. (1999): Hotelsko poslovanje, Golden marketing, Zagreb.
18. Muller, H. (2004): Turizam i ekologija, Povezanost i područja djelovanja, Masmedia, Zagreb.
19. Petrić, L. (2011.): Upravljanje turističkom destinacijom- Načela i praksa, Ekonomski fakultet Split, Split
20. Petrić, L.: Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu
21. Sloan, P. et al. (2009). Sustainability in the Hospitality Industry – Principles of Sustainable Operations, Elsevier: Butterworth-Heinemann, Oxford
22. Zelenika, R. 2000, *Metodologija i tehnologija izrade stručnog i znanstvenog rada*, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka.

POPIS SLIKA:

Slika 1:Podjela ugostiteljskih objekata 20
Slika 2: Nacionalna klasifikacija djelatnosti 2007. 21
Slika 3: Eco lodge 39
Slika 4: Green Globe 43
Slika 5: Green Key 44
Slika 6: Travelife 45
Slika 7: Eko oznaka „ Prijatelj okoliša“ 46
Slika 8: Ecolabel 47
Slika 9: Ukupan broj Ecolabel oznaka po državama 47
Slika 10: Logotip održivog hotela certificiranog od UPUHH-a 48
Slika 11: Logotip eko oznake malog i obiteljskog hotela 49
Slika 12: Logotip LEED certifikata 49
Slika 13: Kjučni statistički podaci za Hrvatsku 64
Slika 14: Najveći hotelski lanci i najprisutniji brendovi na hrvatskom tržištu u 2019. 65
Slika 15: Struktura smještaja u odabranim zemljama regije 65
Slika 16: Hotel Split 74
Slika 17: Gotovo nula energetski hoteli 76

POPIS TABLICA:

Tablica 1: Podjela ugostiteljskih usluga 18
Tablica 2: Usporedba različitih tipova oznaka 41
Tablica 3: Osnovni aspekti okoliša i ključni pokazatelji EMAS-a 52
Tablica 4: Dolasci i noćenja u SDŽ za 2016.-2018. 70
Tablica 5: Kapaciteti u hotelima SDŽ/usporedba po kategorijama za 2017. i 2018. 71
Tablica 6: Turistički promet u hotelima SDŽ/usporedba po kategorijama i prosječna popunjenost za 2017. i 2018 71
Tablica 7: Turistički kapaciteti po podvrstama hotelskim objekata u 2018.g. 73
Tablica 8: Turistički promet po podvrstama hotelskih objekata u 2018.g. 73
Tablica 9: Tabelarni prikaz klasifikacije objekta 79
Tablica 10: Kategorija objekta 80

Tablica 11: Godina početka rada 81
Tablica 12: Odnos između vrste objekta i provedbe sustava upravljanja okolišem (%) 88
Tablica 13: Primjena sustava upravljanja okolišem prema klasifikaciji hotela 88
Tablica 14: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema klasifikaciji hotela 89
Tablica 15: Odnos između kategorije objekta i provedbe sustava upravljanja okolišem 90
Tablica 16: Primjena sustava upravljanja okolišem prema kategoriji hotela 91
Tablica 17: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema kategoriji hotela 91
Tablica 18: Primjena sustava upravljanja okolišem prema veličini hotela 92
Tablica 19: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema veličini hotela 93
Tablica 20: Odnos između godine početka rada i implementacije EMS-a. 94
Tablica 21: Primjena sustava upravljanja okolišem prema starosti hotela 95
Tablica 22: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema starosti hotela 95
Tablica 23: Odnos između lokacije i primjene EMS-a 96
Tablica 24: Primjena sustava upravljanja okolišem prema lokaciji hotela 97
Tablica 25: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema lokaciji hotela 97
Tablica 26: Primjena sustava upravljanja okolišem prema vrsti vlasništva 98
Tablica 27: Mann-Whitney U test o značajnosti razlike primjene sustava upravljanja okolišem prema vrsti vlasništva 98
Tablica 28: Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je broj noćenja 99
Tablica 29: T-test za provjeru hipoteze o postojanju veze između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i popunjenosti kapaciteta hotela 100
Tablica 30: Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je prihode 100
Tablica 31: T-test za provjeru hipoteze o postojanju veze između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i prihoda hotela 101
Tablica 32: Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja smanjila je troškove 101
Tablica 33: T-test za provjeru hipoteze o postojanju veze između primjene koncepta ekološki odgovornog poslovanja i troškova hotela 102

POPIS GRAFIKONA:

Grafikon 1: Klasifikacija objekta 79
Grafikon 2: Kategorija objekta 80
Grafikon 3: Godina početka rada 81
Grafikon 4: Broj kreveta 82
Grafikon 5: Vrsta vlasništva 82
Grafikon 6: Lokacija 83
Grafikon 7: Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi? 83
Grafikon 8: Koje mjere poduzimate u sklopu vaše politike upravljanja okolišem? 84
Grafikon 9: Koji su glavni razlozi implementacije sustava? 85
Grafikon 10: Koje ste godine implementirali sustav upravljanja okolišem? 86
Grafikon 11: Koliko redovito se provodi kontrola ekoloških praksi? 86
Grafikon 12: Koliko je ukupnog budžeta Vašeg hotela rezervirano za ulaganje u eko standarde? 87
Grafikon 13: Smatrate li da ulaganje u eko standardizaciju pomaže promociji Vašeg hotela? 87
Grafikon 14: Odnos između kategorije objekta i provedbe sustava upravljanja okolišem 90
Grafikon 15: Odnos između broja soba i implementacije EMS-a 92
Grafikon 16: Odnos između godine početka rada i implementacije EMS-a. 94
Grafikon 17: Odnos između lokacije i primjene EMS-a 96

PRILOG: Anketni upitnik

PRIMJENA KONCEPTA EKOLOŠKI ODGOVORNOG POSLOVANJA U HOTELIMA SPITSKO DALMATINSKE ŽUPANIJE

ANKETNI UPITNIK

Poštovani!

Ovaj upitnik se provodi s ispitanicima koji su na vodećim pozicijama u hotelskim poduzećima grada Splita. Upitnik provodi studentica pete godine Ekonomskog fakulteta, Sveučilišta u Splitu (Nina Šerić) s mentoricom prof.dr.sc. Lidijom Petrić. Rezultati ovog upitnika se koriste isključivo za istraživanje u svrhu izrade diplomskog rada. Anketa je u cijelosti anonimna, te se vaši pojedinani odgovori dani u upitniku neće objavljivati. Unaprijed zahvaljujemo na Vašem sudjelovanju i pomoći.

I. dio - Opća karakterizacija hotelskog poduzeća

1. Klasifikacija objekta
    - Hotel baština (heritage)
    - Difuzni hotel
    - Hotel
    - Aparthotel
    - Turističko naselje
    - Turistički apartmani
    - Pansion
    - Integralni hotel (udruženi)
    - Lječilišne vrste
    - Hoteli posebnog standarda

2. Kategorija objekta

    - 5*
    - 4*
    - 3*
    - 2*

3. Godina početka rada: _____

4. Broj kreveta: _____

5. Vrsta vlasništva:

   - Nezavisno
   - U sklopu hostelskog lanca

6. Lokacija:
   - Otoci
   - Obala-zagora

Cilj ove grupe pitanja= Identificirati zajedničke karakteristike ispitivanih objekata koje mogu ukazivati na usvajanje koncepta ekološki odgovornog poslovanja

II. Dio - Identifikacija upravljanja okolišem tvrtke

7. Postoji li u Vašem poduzeću sustav upravljanja okolišem koji se provodi?
   - DA
   - Ne

AKO JE NA PRETHODNO PITANJE ODGOVOR NIJEČAN, MOLIMO ODGOVORITE JOŠ SAMO NA PITANJE BROJ 8.

AKO JE POTVRDAN, ODGOVORITE PITANJE BROJ 9 KAO I OSTALA PITANJA DO KRAJA UPITNIKA.

8. Navedite razloge zbog kojih niste uveli sustav upravljanja okolišem .

   - Previše je skup
   - Nismo tehnički dorasli svim zahtjevima
   - Držimo da nam je to nepotreban trošak
   - Ostalo_____

9. Koji su glavni razlozi implementacije sustava?

   - Ekonomski
   - Komercijalni
   - Etički
   - Regulatorni
   - Ostalo _____

10. Koje ste godine implementirali sustav upravljanja okolišem? _____

Cilj ove grupe pitanja = Otkrivanje razloga zbog kojih je poduzeće usvojilo koncept ekološki odgovornog poslovanja

11. Imate li ekološki certifikat?

- Da
- Ne

12. Koji ekološki certifikat imate?

- EMAS
- ISO 14001
- Green Key
- Eko-hotel
- Ostalo: _____

Cilj ove grupe pitanja = Identificirati certifikate zaštite okoliša koji se pripisuju poduzeću

13. Postoje li u hotelu zaposlenici odgovorni za pitanja okoliša i održivosti?

- Da
- Ne

14. Obavlja li se obuka zaposlenika u području zaštite okoliša?

- Da
- Ne

15. Postoji li kontrola nad postupcima zaštite okoliša koja se provodi u objektu?

- Da
- Ne

16. Na koji način?

- Interne revizije
- Eksterne revizije
- Tehničke liste hotela
- Ostalo: _____

17. Koliko redovito?

- Jednom mjesečno

- Jednom u 3 mjeseca
- Jednom u 6 mjeseci
- Ostalo: _____

Cilj ove grupe pitanja = Identificirati kontrolu postupaka zaštite okoliša kako bi se utvrdilo koje se točke mogu poboljšati

18. Kome se priopćavaju informacije o politici zaštite okoliša (moguće više odgovora)=

- Zaposlenicima
- Kupcima
- Dobavljačima
- Lokalnoj zajednici
- Nikome
- Ostalo _____

19. Sudjeluju li gosti u ekološkim praksama tvrtke?

- Da
- Ne

20. Na koji način? _____

Cilj ove grupe pitanja = Saznati mogući interes ustanove u javnom priznavanju njezine brige za okoliš

21. Navedene tvrdnje ocijenite ocjenom od 1-5, pri čemu 1 znači da se uopće ne slažete s tvrdnjom, 2 da se djelomično slažete, 3 da se niti slažete niti ne slažete, 4 da se uglavnom slažete, a 5 da se u potpunosti slažete)

	1	**2**	**3**	**4**	**5**
1.Primjena koncepta ekološki odgovornog poslovanja pozitivno utječe na poslovanje					
2. Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je broj noćenja.					
3. Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja povećala je prihode.					
4. Implementacija koncepta ekološki odgovornog poslovanja smanjila je troškove hotela.					

22. Molimo procijenite koliko je ukupnog budžeta Vašeg hotela rezervirano za ulaganje u eko standarde?

- do 20%
- 20%-40%
- 40%-60%
- 60%-80%
- 80%-100%

23. Smatrate li da ulaganje u eko standardizaciju pomaže promociji Vašeg hotela?

- Da
- Ne

24. Koje mjere poduzimate u sklopu vaše politike upravljanja okolišem.

- Mjere za uštedu vode (smanjenje potrošnje vode, štedljivi aparati i uređaji, korištenje kišnice, recikliranje vode…)
- Mjere za čuvanje i uštedu energije (ugradnja štedljivih žarulja, ključ kartica, iz-o prozora, solarnih ploča za zagrijavanje itd.)
- Mjere za smanjenje i tretiranje krutog otpada (recikliranje, ponovna upotreba ambalaže…)
- Mjere za dobrobit ekološke bioraznolikosti (korištenje ekoloških i biorazgradivh proizvoda, smanjenje emisija štetnih plinova zamjenom uređaja, …)
- Odabir dobavaljača „zelene“ poslovne politike
- Sve navedeno
- Ostalo (navesti)_____

25. Ako želite dati svoje komentare, molimo upišite ih u dolje predviđeni prostor