

# Društveno odgovorno poslovanje u hotelijerstvu

---

**Tomić, Dorotea**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2019**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:262718>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-04**



*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
«Dr. Mijo Mirković»

**DOROTEA TOMIĆ**

**DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U  
HOTELIJERSTVU**

Diplomski rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
«Dr. Mijo Mirković»

**DOROTEA TOMIĆ**

**DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U  
HOTELIJERSTVU**

Diplomski rad

**JMBAG:0303049881 redovita studentica**

**Studijski smjer: Turizam i razvoj**

**Predmet: Održivi turizam**

**Znanstveno područje: Društvene znanosti**

**Znanstveno polje: Ekonomija**

**Znanstvena grana: Turizam i trgovina**

**Mentor: izv. prof. dr. sc. Kristina Afrić Rakitovac**

Pula, rujan, 2019.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Dorotea Tomić, kandidat za magistra poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

---

U Puli, 24. rujna, 2019. godine



## IZJAVA

### o korištenju autorskog djela

Ja, Dorotea Tomić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Društveno odgovorno poslovanje u hotelijerstvu koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 24. rujna, 2019. godine

Potpis

---

## Sadržaj

1.	<b>UVOD</b> .....	1
2.	<b>ODRŽIVI TURIZAM</b> .....	3
2.1.	Definiranje održivog turizma .....	4
2.2.	Načela održivog turizma .....	8
2.3.	Suprotnost održivog i neodrživog turizma .....	11
2.4.	Razvoj održiva turizma u 10 koraka .....	13
2.5.	Povelja o ekološki prihvatljivom turizmu.....	17
3.	<b>ODRŽIVI HOTELI</b> .....	23
3.1.	Obilježja održivih hotela .....	23
3.2.	Prednosti održivih hotela.....	24
3.3.	Preferencije putnika prema održivim hotelima .....	25
3.4.	Društveno odgovorno poslovanje (DOP) u hotelima .....	28
3.4.1.	Samoregulacijski standardi u području društveno odgovornog poslovanja 30	
3.5.	Društveno odgovorno poslovanje u Republici Hrvatskoj .....	31
3.6.	Certifikati i eko-oznake održivih hotela.....	34
3.6.1.	Eko-oznaka „Srce sa listom“ .....	36
3.6.2.	„Prijatelj okoliša“ .....	36
3.6.3.	Travelife .....	37
3.6.4.	Sustainable Hotel .....	40
3.6.5.	Europska unija Ecolabel .....	43
4.	<b>ANALIZA ODABRANIH PRIMJERA DRUŠTVENO ODGOVORNIH HOTELA</b> .	48
4.1.	Boutique Hotel Stadthalle, Beč, Austrija .....	48

4.2.	Whitepod eco-luxury hotel, Švicarska .....	52
4.3.	Terme Sveti Martin.....	55
4.4.	Hotel Split .....	62
4.5.	Kritički osvrt na odabrane hotele.....	66
5.	<b>ZAKLJUČAK</b> .....	67
	Popis literature .....	69
	Popis slika .....	74
	Popis tablica.....	75
	Popis grafova .....	76
	Sažetak .....	77
	Summary.....	78

# 1. UVOD

Tema ovog rada je Društveno odgovorno poslovanje (DOP) u hotelijerstvu. Turizam kao utjecajan fenomen ima prioritetnu ulogu u procesu tranzicije ka održivom gospodarstvu. Zbog velikog utjecaja turizma na okoliš, društvo i gospodarstvo važno je poznavati relevantne činjenice o istome kako bi došlo do razvoja. Ukoliko postoji sinergija među svim dionicima održiva turizma, pod time se misli na vlade, nevladine organizacije, lokalne zajednice i turiste, turizam će biti dugoročno održiv.

Cilj rada je bio analizirati obilježja održivih hotela temeljem implementacije koncepcije društveno odgovornog poslovanja. Svrha implementacije koncepcije je veća konkurentnost poslovnih subjekata i ukupnog gospodarstva, razvoj održiva turizma, razvoj lokalnog gospodarstva, unapređenje kvalitete života u zajednici i očuvanje prirodnih resursa.

Rad se, pored Uvoda i Zaključka, sastoji od tri poglavlja. U prvom poglavlju dano je pojmovno određenje održiva turizma, odnosno detaljnije o njegovom nastanku, samoj definiciji, načelima i ciljevima održivog turizma. Ukratko, održivi turizam predstavlja pametno korištenje resursa koji će budućim naraštajima biti na raspolaganju. Pod time se misli i na dobro upravljanje destinacijom, odnosno vođenje briga od opasnosti masovnog turizma, sezonalnosti te posljedica koji oni imaju na turizam i na ostale dionike. Prema znanju da održivi razvoj počiva na tri stupa: ekonomskom, društvenom i ekološkom, potrebna je uključenost lokalnog stanovništva u donošenje bitnih odluka u svezi njihove održive destinacije. Danas, suradnja i sinergija među lokalnim i hotelijerima iznimno je cijenjena jer pomoću te veze sve postaje sigurnije i kvalitetnije. Također u radu je prikazan pristup implementaciji koncepcije održiva turizma koji za cilj ima dugoročno unapređenje upravljanja turističkim destinacijama.

Sljedeće poglavlje bavi se temom održivih hotela. Održivost je jedno od najvažnijih pitanja s kojim se suočava naš svijet danas. Hotelska industrija u prošlosti je imala dramatičan utjecaj na okoliš kroz potrošnju energije i vode, korištenje potrošnog i trajnog materijala te stvaranje čvrstog i opasnog otpada, stoga se u radu govori o obilježjima održivih hotela,



njihovim prednostima i preferencijama putnika prema održivim hotelima. Kako hotelijeri počinju shvaćati da mogu pružiti poboljšano iskustvo gostu integrirajući prirodne elemente, u svijetu je došlo do evolucije „zelenih faktora“ koji su između ostalog: ušteda, ekonomski poticaji, doživljaj gosta, imidž branda i dr. Vrlo bitan dio posvećen je društveno odgovornom poslovanju u hotelima jer ono stvara nova partnerstva i doprinosi jačanju društvene kohezije na lokalnoj i globalnoj razini. Društveno odgovorno poslovanje provodi se u dvije dimenzije, internoj i eksternoj o kojima će biti rasprava u nastavku rada. Prikazat će se indeks DOP-a, njegova važnost i značaj te će se navesti dobitnici istog u hotelijerstvu. Posljednje podpoglavlje u trećem dijelu navodi certifikate i eko-oznake održivih hotela, koje predstavljaju dobrovoljni instrument s kojima hotelijeri i proizvođači dokazuju poštivanje standarda zaštite okoliša.

Posljednje poglavlje „Primjeri održivih hotela i implementacija DOP-a“ sadrži dobre primjere odgovornog poslovanja u svijetu i u Hrvatskoj. Na temelju analiziranih primjera održivi hoteli obično su dizajnirani poštujući okoliš i područje u kojem se nalaze. U mnogim prilikama ugrađuju učinkovite sustave rasvjete, vodovodne instalacije niskog tlaka i pokušavaju proizvesti vlastitu energiju. Brinući za okoliš, održivi se hoteli također pokušavaju uklopiti u to područje i pomoći zajednici konzumiranjem lokalnih proizvoda i usluga. Na ovaj način koristi se ne samo prirodi, nego i društvu. Nakon istraživanja i analize nekoliko hotela dan je kritički osvrt na odabrane primjere.

Korištene su metode analize, dedukcije, indukcije, generalizacije, kompilacije i statističke metode.

## 2. ODRŽIVI TURIZAM

Danas u suvremenom svijetu, sve što činimo, kao ishod ostaje otpad u bilo kojem obliku, osobito oni predmeti koje više „ne možemo“ upotrijebiti. Zbog brojnih ekoloških i društvenih izazova dolazi se do pojma održivog razvoja i održivog turizma. Pojam održivog razvoja javlja se 1992. godine u Rijju na Konferenciji UN-a o okolišu i razvoju.

U izvještaju Brundtland komisije te prema Holzingeru održivi razvoj se definira kao: „Održivi razvoj znači izbor načina života i gospodarenja, na koji svi stanovnici Zemlje mogu imati pravo, a da ne unište globalni ekosustav, koji i budućim generacijama osigurava mogućnost raspolaganja nedinutim osnovama za život.“<sup>1</sup>

Holzinger želi naglasiti potpuno razumijevanje i promjenu ponašanja glede okoliša te brigu o oskudnosti prirodnih resursa. Te promjene trebaju sadržavati ekološke, gospodarske, društvene, političke i kulturne aspekte. Danas je potrebno više govoriti o održivom razvoju i održivom turizmu kako bi cjelokupno društvo bolje živjelo. Treba voditi brigu o potrošnji koja mora biti racionalna te onečišćenje zamijeniti štednjom i očuvanjem. Održivi razvoj treba shvatiti kao rezultat individualne akcije potrošača, poduzetnika i država koji teže realizaciji individualnih ciljeva te boljoj zajedničkoj budućnosti.

Godine 1992. u Rio de Janeiru usvojen je dokument Agenda 21<sup>2</sup> Plan budućih djelovanja koja daje odgovore na većinu pitanja održivog razvoja. Dokument sadrži preko 100 područja poput klimatskih promjena, onečišćenja mora, uništenje šuma, ljudskih resursa i slično. Naglasak se daje na integrirani razvoj, zaštitu okoliša te okoline.

Kako bi se u potpunosti shvatio pojam održivog razvoja turizma, potrebno je razlučiti pojam rasta od pojma razvoja. Rast se definira kao napredak društvene ili ekonomske pojave (kvantitativno), dok se razvoj definira kao novi cilj koji se želi ostvariti u sadašnjosti ili budućnosti u svrhu blagostanja cijele zajednice. U nastavku bit će govora o samom

---

<sup>1</sup>H. Muller, *Turizam i ekologija*, MASHMEDIA d.o.o., Zagreb, 2004, str. 42.

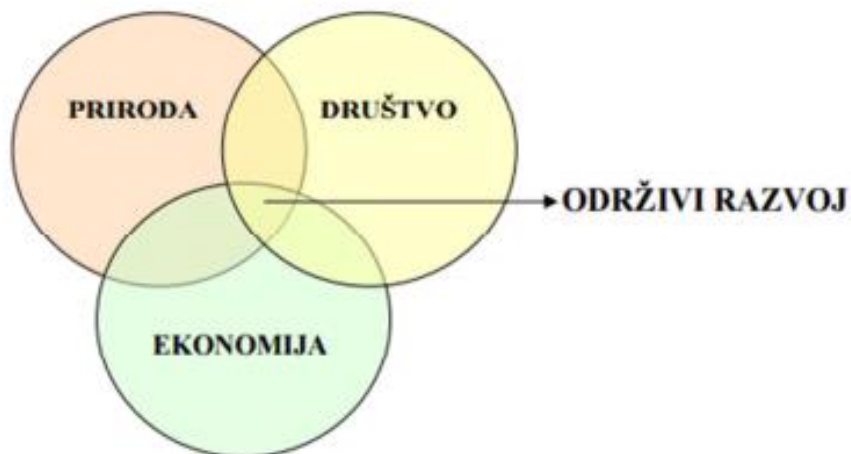
<sup>2</sup>M. Črnjar i K. Črnjar, *Menadžment održivog razvoja*, AKD, Zagreb, 2009, str. 92.

pojmu održivog turizma, njegovim načelima, suprotnostima u odnosu na neodrživi turizam te će isti biti prikazan kroz deset koraka.

## 2.1. Definiranje održivog turizma

Prema UNWTO-u održivi razvoj turizma definira se kao turizam koji neizbježno uzima u obzir njegove sadašnje i buduće gospodarske, društvene i ekološke učinke, rješavajući pri tome potrebe posjetitelja, gospodarstva, okoliša i društvene zajednice kao destinacije. Smjernice održivog razvoja turizma i prakse upravljanja primjenjuju se na sve oblike turizma u svim vrstama destinacija, uključujući masovni turizam i različite segmente turističke niše. Načela održivosti odnose se na ekološke, gospodarske i društveno - kulturne aspekte razvoja turizma. Potrebno je uspostaviti odgovarajuću ravnotežu između ove tri dimenzije kako bi se uvjetovala njegova dugoročna održivost kako prikazuje slika 1.

Slika 1: Održivi razvoj – usklađenje prirode, društva i ekonomije



Izvor: Črnjar, M. (2002) *Ekonomika i politika zaštite okoliša*, Glosa i Ekonomski fakultet Rijeka, str.188

Održivi turizam prema UNWTO-u treba:

1. optimalno iskoristiti okolišne resurse koji su ključni element turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i bioraznolikosti.
2. Poštivati društveno-kulturnu autentičnost destinacije, očuvati njihovo izgrađeno i živo kulturno nasljeđe i tradicijske vrijednosti, te doprinostiti međukulturalnom razumijevanju i toleranciji.
3. Osigurati da su gospodarske aktivnosti održive i dugoročne, te da donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima uz pravičnu raspodjelu, između ostaloga stabilnost zaposlenja, mogućnosti zarade društvenih usluga zajednici, pomažući uklanjanju siromaštva.<sup>3</sup>

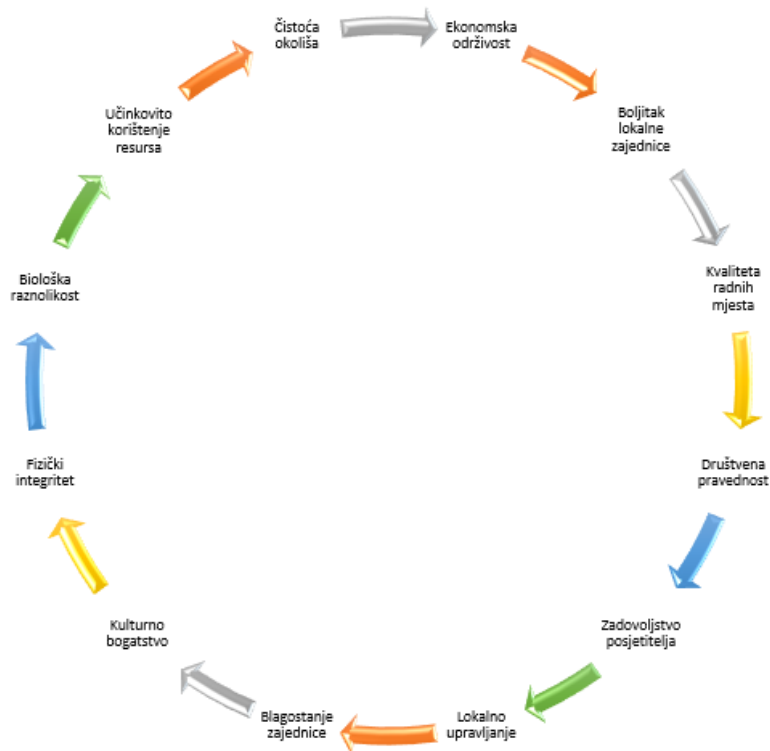
Održivi razvoj turizma zahtjeva dosljedno informiranje te sudjelovanje svih relevantnih dionika te snažno političko vodstvo kako bi došlo do zajedništva i stvaranja partnerstva. Održivi turizam je kontinuirani proces koji zahtjeva stalno praćenje trendova i uvođenje preventivnih mjera kada je to zaista potrebno. Uz to, potrebno je održavati visoku razinu zadovoljstva turista i istima pružiti zadivljujuće iskustvo koje se pamti, pri tome nužno je razvijati njihovu svijest o održivosti i promovirati isto.

U nastavku rada prikazani su Ciljevi održiva razvoja (Slika 2). Ovim dokumentom nastoje se odrediti bitne smjernice koje bi trebale biti temelj svim ključnim subjektima turističke ponude i potražnje kako bi sinergijskim i odgovornim djelovanjem omogućili održiv razvoj turizma.

---

<sup>3</sup>UNWTO (2005.): Sustainable Development of Tourism, *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, UNEP and UNWTO, Madrid, str. 11-12, <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>, (pristupljeno 01. srpnja 2019.)

Slika 2: Ciljevi održivog turizma



Izvor: Samostalan rad autorice na temelju podataka prema Održivi turizam: 12 ciljeva održivog turizma, <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534>, (06. srpnja 2019.)

Prethodna slika prikazuje ispreplitanje te međusobnu povezanost svih dvanaest ciljeva održivog turizma koji su opisani u publikaciji svjetske turističke organizacije (UNWTO) „Učiniti turizam održivijim: vodič za stvaraoce politika“:

- 1) ekonomska održivost: Osiguravanje održivosti i konkurentnosti turističkih destinacija i poduzeća kako bi bila u stanju dugotrajno napredovati i osiguravati korist.
- 2) Boljitak lokalne zajednice: Maksimiziranje doprinosa turizma gospodarskom napretku destinacije uključujući lokalno zadržavan udio potrošnje posjetitelja.
- 3) Kvaliteta radnih mjesta: Poboljšanje količine i kvalitete lokalnih poslova stvorenih radi turizma i koje turizam održava, uključujući razinu plaće, uvjete

rada i dostupnost svima bez diskriminacije na temelju spola, rase, invaliditeta ili bilo koje druge osnove.

- 4) Društvena pravednost: Težnja uspostavljanju opsežne i pravedne raspodjele gospodarskih i društvenih koristi ostvarenih turizmom u čitavoj destinaciji, uključujući povećanje prilika, prihoda i usluga dostupnih siromašnima.
- 5) Zadovoljstvo posjetitelja: Osigurati sigurno, zadovoljavajuće i ispunjavajuće iskustvo posjetiteljima, dostupno svima bez diskriminacije vezano uz spol, rasu, invaliditet ili bilo koju drugu osnovu.
- 6) Lokalno upravljanje: Davanje prava glasa lokalnim zajednicama i njihovo uključivanje u planiranje i donošenje odluka o upravljanju i budućem razvoju turizma u njihovome području u suradnji s ostalim dionicima.
- 7) Blagostanje zajednice: Održavanje i poboljšanje kvalitete života lokalnih zajednica, uključujući društvene strukture i pristup resursima, pogodnostima i sustavima održavanja života, a izbjegavajući bilo koji oblik društvene degradacije ili iskorištavanja.
- 8) Kulturno bogatstvo: Poštivanje i poboljšavanje povijesnog nasljedstva, autentične kulture, tradicija i osebnosti destinacija.
- 9) Fizički integritet: Održavanje i poboljšanje kvalitete krajobraza, kako urbanog tako i ruralnog, i izbjegavanje fizičke i vizualne degradacije okoliša.
- 10) Biološka raznolikost: Podržavanje očuvanja prirodnih područja i staništa te biljnoga i životinjskog svijeta i minimiziranje njihovog oštećivanja.
- 11) Učinkovito korištenje resursa: Minimiziranje korištenja rijetkih i neobnovljivih izvora u razvoju i radu turističkih objekata i usluga.
- 12) Čistoća okoliša: Svođenje na najmanju razinu zagađenje zraka, vode i zemlje te stvaranje otpada koje uzrokuju turistička poduzeća i posjetitelji.<sup>4</sup>

Već spomenuta publikacija nastoji poticati svijest drugih dionika o održivom razvoju turizma, daje važnost poštivanju lokalne zajednice te uključivanje svih dionika u proces

---

<sup>4</sup>Održivi turizam: 12 ciljeva održivog turizma, <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534>, (06. srpnja 2019.)

donošenja odluka, odnosno napredak cjelokupnog društva kako bi svi došli do veće razine zadovoljstva, do blagostanja cijelog društva.

Isto tako publikacijom se želi potaknuti na racionalno korištenje prirodnih resursa kako ne bi ugrozili život u budućnosti. Dugoročni i održivi razvoj postići će se prilikom stalnih analiza, praćenja trendova i fleksibilnosti te zajedničkim ispreplitanjem istih.

Prema izvješću Održivog razvoja UN-a 2019. Republika Hrvatska zauzela je 22. mjesto od ukupno 162 te skupila 77,8 bodova. Republika Hrvatska popela se za jedno mjesto u 2019. godini u odnosu na 2018. godinu kada se nalazila na 21. mjestu od ukupno 152, sa osvojenih 76,5 bodova. 2017. godine Hrvatska se nalazila na 24. mjestu od 157. Prema ovim podacima primjećuje se napredovanje u održivom razvoju i procjenjuje se da će u budućnosti taj napredak samo rasti.<sup>5</sup>

## **2.2. Načela održivog turizma**

Razvoj održivog turizma temelji se na načelima koja su utvrđena izvješćem Caring for the Earth (IUCN/UNEP/WWF). Načela održivosti prikazana u tablici 1 međusobno se isprepliću i nadopunjuju.

---

<sup>5</sup>Sustainable development report (2018): *Global Responsibilities Implementing The Goals*, [https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2018/2018\\_sdg\\_index\\_and\\_dashboards\\_report.pdf](https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2018/2018_sdg_index_and_dashboards_report.pdf), (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

Tablica 1: Načela održivog turizma

NAČELA ODRŽIVOG TURIZMA	
1.	Poštovanje i briga za životnu zajednicu
2.	Poboljšanje kakvoće života
3.	Zaštita vitalnosti i raznolikosti Zemlje
4.	Minimalizirane iscrpljivanja neobnovljivih resursa
5.	Poštovanje granica prihvatljivog kapaciteta Zemlje
6.	Promjene u osobnim stavovima i postupcima
7.	Omogućavanje zajednicama da skrbe o vlastitom okolišu
8.	Stvaranje nacionalnog okvira za integraciju razvoja i zaštite
9.	Stvaranje globalnog saveza

Izvor: Samostalan rad autorice prema M. Črnjar i K. Črnjar, *Menadžment održivog razvoja*, AKD, Zagreb, 2009.

Načela su sljedeća:

- 1) poštovanje i briga za životnu zajednicu – etičko načelo koje se temelji na povjerenju i na brizi o svim živim bićima i ostalim oblicima života. Važno je voditi brigu o načinu upotrebi resursa i racionalnoj raspodjeli troškova kako se ne bio ugrozio život u budućnosti.
- 2) Poboljšanje kakvoće života – razvojem ljudi bi trebali napredovati i imati sve što im je neophodno za život. U ovom segmentu ciljevi su univerzalni a to su: dug i zdrav život, obrazovanje, dostupnost resursa, politička sloboda, sloboda od nasilja i ljudska prava.
- 3) Zaštita vitalnosti i raznolikosti Zemlje – da bi razvoj postojao nužno je imati temelj zaštite okoliša. Nužno je zaštititi:
  - bioraznolikost,
  - sustave za održavanje života te
  - osigurati održivost korištenja obnovljivih resursa.



- 4) Minimaliziranje iscrpljivanja neobnovljivih resursa – poput minerala, nafte, plina i ugljena potrebno je svesti na minimum. Iako njihova uporaba ne može biti na održiv način, može im se produžiti vijek trajanja, npr. recikliranjem, smanjenom uporabom resursa za određeni output. Produljenje vijeka trajanja takvih resursa bitno je ozbiljno shvatiti, kako budući naraštaji ne bi bili ugroženi.
- 5) Poštovanje granica prihvatljivog kapaciteta Zemlje – granice prihvatnog kapaciteta Zemlje su ograničene i na njih djeluje broj ljudi, količina hrane, vode, energije i sirovina koju svi ljudi koriste i na žalost često uzalud troše. Kako bi se uspjele poštivati granice prihvatnog kapaciteta Zemlje potrebno je postići konzistentnu vezu čovjeka i njegovog životnog stila s kapacitetom Zemlje i ujedno nadopunjavati s novim tehnologijama kako bi isti rastao.
- 6) Promjene u osobnim stavovima i postupcima – Svaki čovjek treba razmisliti o svojim trenutnim postupcima i postupcima koji ostavljaju trag u budućnosti. Prvo treba krenuti od samoga sebe. Potrebno je informirati sve dionike kako bi svi mogli odlučiti najbolje za sve – održivo.
- 7) Omogućavanje zajednicama da skrbe o vlastitom okolišu – Lokalno društvo i lokalne zajednice možda na najlakši način mogu doprijeti do svojih lokalnih dionika, koji će ih saslušati i slijediti na pravom putu ka održivoj zajednici.
- 8) Stvaranje nacionalnog okvira za integraciju razvoja i zaštite – da bi društvena zajednica mogla rasti potrebno je imati gospodarsku i društvenu politiku, znanje, pravni i institucijski okvir. Također, nacionalni okvir odnosno program trebao bi sadržavati sve potrebne informacije, uvijek biti jedan korak ispred, spreman na nove nepredvidive situacije, fleksibilan kako bi se prilagodio novim promjenama koji rješava sve nove izazove.
- 9) Stvaranje globalnog saveza – potrebno je stvoriti međunarodnu globalnu održivost, jer nijedna država ne može sama postići isto. Svaka država posebna je na svoj način i svojim osobitim resursima može pridonijeti blagostanju globalne zajednice. Važno je prihvatiti svaku državu iako je manje razvijena te pomoći joj u razvijanju vlastite održivosti kako bi se postigla globalna održivost. Cijela Zemlja imat će

koristi od globalne održivosti, no ukoliko se ona ne postigne može naštetiti cijeloj Zemlji.<sup>6</sup>

Navedena načela bitno je poštivati i pratiti kako bi svima danas, sutra i u budućnosti bilo bolje. Ukoliko se u današnjici stanovništvo bude pridržavalo navedenih načela, promoviralo isto, velika je vjerojatnost da će se takav rad nastaviti u budućnosti. Bitno je sudjelovati na bilo koji način, jer i male stvari mogu doprinijeti boljoj skoroj budućnosti. Sve ono što mi činimo danas, odrazit će se na buduće naraštaje. Potrebno je voditi računa o racionalnom korištenju resursa, raspodjeli troškova, o cjeloživotnom obrazovanju, poštivanju tuđih kultura kako bi isti poštivali naše, isto tako važna je suradnja, povezanost sa drugim zemljama i kulturama, jer zajedništvo čini sve mogućim i lakšim.

### **2.3. Suprotnost održivog i neodrživog turizma**

Glavni problem neodrživog razvoja predstavlja brzi i nekontrolirani rast koji u konačnici nažalost nije dugoročan. Razvoj koji nema kontrolu niti prioritet održivosti. Neodrživi razvoj se ne bazira na dobrobiti lokalne zajednice, na očuvanju bogatstva prirodnih resursa niti na blagostanju društvene zajednice. Resursi se troše neracionalno i ne mari se za potrebe budućih generacija. U svome djelovanju nema detaljnog i razrađenog plana kako treba postupiti u pojedinim situacijama, nije fleksibilan i ne brine o zapošljavanju lokalnih.

Izazov ovakve „vrste“ turizma je kako ga pretvoriti u održivi, dugoročni turizam jer ide u krivom smjeru. Sve suprotno od navedenog predstavlja već spomenuti održivi turizam koji podliježe dugoročnosti te laganom, sigurnom, kontroliranom razvoju koji ide u korist svim dionicima i cijeloj društvenoj skupini. Iduća slika 3 prikazuje razliku održivog turizma u odnosu na neodrživi turizam.

---

<sup>6</sup>M. Črnjar i K. Črnjar, *op.cit.*, str. 86.

Slika 3. Održivi turizam nasuprot neodrživom turizmu



Izvor: Samostalna izrada autorice

Dakle održivi razvoj turizma zahtjeva strategiju, akcijski plan i kontinuiranu kontrolu te javno informiranje i uključenosť dionika u donošenje odluka. Potrebno je imati stručnjake koji će kontinuirano ulagati u sebe, svoje znanje te kontinuirano objavljivati edukacije o takvom turizmu, odnosno transparentno i održivo djelovati, razviti plan održivog razvoja i biti pripremljeni na sve izazove zbog nepredvidljivog turizma. Vrlo je važno razviti pozitivnu ljudsku svijesť o održivosti i shvaćanje takvog života koji svima može donijeti prednosť za buduće generacije. Prilikom stvaranja i realizacije novih projekata koji su održivi doći će do zapošljavanja lokalnih, a time ujedno do stvaranja novog tržišta za ponuditelje zelene tehnologije i usluga.

Potrebno je krenuti od samoga sebe, poštivati prirodu, lokalnu zajednicu, uključiti se u kreirane akcije i projekte, donositi zajedničke odluke za dobrobit svih, jer pojedinac može puno toga dobrog učiniti za cijeli sustav. Odgovornosť pojedinca bitna je za ostvarivanje potencijala za pozitivne učinke turizma poput upoznavanja i prihvaćanja drugih nacija, razvoj lokalne ekonomije, stvaranje svijesti o održivom, zaštiti kulturne baštine te za minimiziranje negativnih učinaka pojedinca na okoliš, kulturu te cijelu zajednicu.

## 2.4. Razvoj održiva turizma u 10 koraka

Priručnik Održivi turizam u deset koraka nastoji prikazati sinergijsko djelovanje radi ostvarivanja održive koristi za turizam, lokalnu zajednicu, okoliš i baštinu. Temelj ovog priručnika je spoznaja zaštite prirodnih i kulturnih vrijednosti kako bi u konačnici došlo do dugoročnog unapređenja upravljanja turističkim destinacijama. U priručniku stoji da svi za cilj održivog turizma trebaju prvenstveno imati izrazitu motiviranost, odlučnost te strategiju. Deset koraka pomaže pri realizaciji tog cilja, oni integriraju zahtjeve turizma, okoliša i baštine za potrebe razvoja i upravljanja turističkom destinacijom.<sup>7</sup> Bit je pravodobno i pravedno planiranje.

Također, ovi koraci su korisni i na makro razini radi cjelokupnog dojma ali i na mikrorazini kod planiranja lokalne zajednice. Može se reći da je priručnik jedno sredstvo koje će se konstantno unapređivati zbog povratnih informacija različitih projekata. Vrlo je važno dalje raditi na priručniku, jer u današnjici trendovi se mijenjaju velikom brzinom, a tim praktičnim znanjem ostaje se u pravom smjeru održivosti.

Priručnik Održivi turizam u 10 koraka potiče na bolje razumijevanje bitnih tema, lakšu međusobnu komunikaciju dionika, kvalitetu, podršku lokalne zajednice te razumijevanje i svijest održivosti. Osnovna načela koja su imala utjecaj na odabir deset koraka su:

- održivi razvoj - (triple bottom line) – čine ga tri stupa, priroda, društvo i ekonomija. Bazira se na profesionalnosti, transparentnost, brizi za dionike te na redovito mjerenje i izvještavanje radi unapređenja samog razvoja.
- Proces odlučivanja – zahtjeva da se uzmu u obzir svi interesi i sva gledišta različitih dionika kako bi svi bili zadovoljni i kako bi se realizirao pozitivan cilj za sve.
- Načela turizma i baštine – naglašava vođenje brige o prirodnoj i kulturnoj baštini. Nastoji se ukazati da je baština srž svake destinacije koja daje notu autentičnosti.

---

<sup>7</sup>Prema: Održivi turizam: 12 ciljeva održivog turizma, <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534>, (06. srpnja 2019.)

- Primjereni razvoj turizma – nažalost turizam neće uvijek biti moguć na pojedinim lokacijama stoga će biti jednostavnije uz ovaj priručnik shvatiti o kakvim lokacijama je riječ.<sup>8</sup>

Svi koraci održivog turizma nastoje dati odgovarajuće rješenje za svaku situaciju. Koraci su stoga neograničeni prilikom upotrebe jer se priručnik može primjenjivati na mikro i makrorazini. Ove smjernice, odnosno koraci, osmišljeni su kao odgovarajući i primjenjivi planovi razvoja i upravljanja turističkom destinacijom te njihovim proizvodima. U nastavku rada slikovito su prikazani koraci održivog razvoja te su isti ukratko objašnjeni. (Slika 4)

Slika 4. Koraci održivog razvoja



Izvor: Odras – održivi razvoj zajednice: *Održivi turizam u 10 koraka*, Institut za turizam, Zagreb, <http://odraz.hr/media/152864/odrzivi-turizam-u-deset-koraka-small-file-size.pdf>, (pristupljeno 06. srpnja, 2019.)

<sup>8</sup>Održivi turizam: 12 ciljeva održivog turizma, <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534>, (06. srpnja 2019.)

U prvom koraku (*Što želimo postići?*) važno je odrediti smjer kojim se nastoji voditi kroz cijeli proces. Također potrebno je uskladiti smjer sa svim sudionicima kako kasnije ne bi došlo do razilaženja u relevantnim situacijama. Osim vizije, treba postaviti vremensku ograničenost, odnosno želi li se nešto postići kratkoročno ili dugoročno te odrediti uvjete (ekonomsko okruženje, društvo, politička klima, prirodno i kulturno okruženje) u kojima se nastoji ostvariti zacrtana vizija.

U drugom koraku (*Tko je, tko bi mogao ili trebao biti uključen?*) bitno je saznanje koji su to dionici zainteresirani za održivi turizam. Nakon saznanja potrebno je uključiti sve one koji mogu pridonijeti razvoju, a to su relevantne i odgovorne osobe. Razraditi sve teme o kojima će se diskutirati na raznim sastancima, konzultacijama, edukacijama.

Treći korak (*Što nam je poznato?*) pomaže pri identificiranju već postojećih izvora informacija i akta koji su značajni za razvoj. Također pomaže pri analizi postojećih informacija te određivanju vrijednosti samog procesa razvoja. Već postojeće informacije lako se mogu pronaći na internet stranicama, kod ministarstva, u knjigama, novinskim člancima, izvještajima, turističkim brošurama i slično, dok se nove informacije mogu saznati na primjer pomoću raznih on-line anketa, otisnutih anketa ili usmeno putem intervjua.

Četvrti korak (*Što čini vašu regiju, destinaciju ili proizvod posebnim?*) zahtjeva spoznaju o posebnosti razvoja održivosti. Potrebno je ustanoviti koje su to vrijednosti te kako se one prepoznaju i predstavljaju posjetiteljima. Glavna atrakcijska osnova je kvaliteta same destinacije, osim toga destinacija biva prepoznata po novim atrakcijama te unapređenju već nastalog sadržaja. Time se dokazuje briga za okoliš, baštinu ali i posjetitelje koji uživaju u novonastalim sadržajima. Ono što privlači turiste su autentični i autohtoni sadržaji, odnosno priče osobito one koje prenosi lokalno stanovništvo. Takav prijenos priče posjetitelju ostaje u sjećanju i daje poticaj za više takvih aktivnosti / sadržaja.<sup>9</sup>

Područje, 5. korak, (*Koja su glavna problemska pitanja?*) koje zahvaća prepoznavanje relevantnih područja koja mogu utjecati na događaje u budućnosti. Stoga ono zahtijeva

---

<sup>9</sup>Prema: Održivi turizam: 12 ciljeva održivog turizma, <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534>, (06. srpnja 2019.)

jaku sinergiju i međusobno komuniciranje svih sudionika. Dobro je odrediti glavna tzv. problemska pitanja, odnosno pripremiti se za buduće izazove.

U sljedećem koraku šest (*Analiza*) važno je usredotočiti se na istraživanje prioriternih područja. Do analize se može doći već ustanovljenim podacima ukoliko postoji ograničenost resursa ili novim metoda koje zahtijevaju više novca i vremena. Bitno je ustanoviti kojom metodom doći do određenih informacija. Intencija korištenja analize je jednostavnije shvaćanje čimbenika nastalog izazova.

Nakon 2. koraka tko bi trebao biti uključen i 6. koraka same analize, dolazi se do definiranja ciljeva i načela, sedmi korak (*Načela i ciljevi*). Što je cilj u budućnosti? Važno je napomenuti da ti definirani ciljevi moraju biti u skladu sa održivošću, očuvanjem baštine te prirodnih resursa. Ciljevi moraju biti jasno definirani, mjerljivi, realni i vremenski ograničeni. Dobro je definirati načela kojima će se svi sudionici voditi do realizacije svojih zacrtanih ciljeva.

U ovom osmom koraku (*Koje su vaše ideje i opcije?*) ideje se trebaju detaljnije razraditi sa svim uključenim dionicima. Uvijek su dobrodošle nove ideje i razvoj postojećih. Ukoliko je riječ o turističkom planiranju dobro je prvo napraviti mali projekt, prezentirati ga drugima i provjeriti njegovu funkcionalnost.

Deveti korak (*Provedba*), obuhvaća provođenja svih prošlih koraka kako bi se došlo do postavljenog cilja. Sve ideje treba još jednom predstaviti na jasan način kako bi ga svi razumjeli. Ukoliko se planovi i ideje budu međusobno ispreplitati ciljevi će se postići i razvoj će biti moguć. Čimbenici koje treba uzeti u obzir prilikom provedbe planova su rokovi, resursi, strategija, međusobna komunikacija, utjecaji i sl. Nužno je provoditi nadzor i konstantno se usavršavati kako razvoj ne bi izgubio svoj smjer.

Posljednji korak (*Smjernice*), održivog turizma u 10 koraka su zapravo kratak pregled sveg već navedenog. Zaključak koji treba sadržavati: ključne vrijednosti same destinacije, ključne teme i područja razvoja te rezultate dogovora i sporazume. Ukoliko se budu slijedili svi koraci, sudionici koji ih provode trebali bi uvidjeti svoja postignuća.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Prema: Održivi turizam: 12 ciljeva održivog turizma, <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534>, (06. srpnja 2019.)

Odgovarajućom provedbom navedenih koraka korisnicima je olakšano postizanje dobrih rezultata, temeljno saznanje o održivosti te razvoj boljih, kvalitetnijih i konkurentnijih turističkih proizvoda. Prema tome korisnici vode veću brigu o okolišu i gospodarstvu te iniciraju odgovarajuće korake koji će ih dovesti do održivog razvoja turizma i pozitivnih učinaka na okoliš, lokalno stanovništvo i turiste.

## **2.5. Povelja o ekološki prihvatljivom turizmu**

Povelja o ekološki prihvatljivom turizmu, nastao je nakon Ekološke konferencije na vrhu u Rijju, no izvan Agende 21. Povelja je stupila na snagu 1995. godine na World Conference Sustainable Tourism u Lanzaroteu u Španjolskoj.

Na održanoj konferenciji sudionici Svjetske konferencije za ekološki neškodljiv turizam, vođeni načelima deklaracije iz Rija o okolišu i razvoju i preporukama Agende 21 su apelirali na međunarodnu zajednicu te su pozvali vlade, donositelje odluka i stručnjake u području turizma te državne i privatne organizacije koje se bave turizmom ali i turiste da usvoje sljedeća načela:

1. razvoj turizma temeljit će se na kriterijima održivosti, što znači da mora biti dugoročno ekološki prihvatljiv, kao i ekonomski održiv, te etički i društveno pravičan za lokalne zajednice. Održivi razvoj je vođeni proces koji predviđa globalno upravljanje resursima kako bi se osigurala njihova održivost, čime se omogućuje očuvanje našeg prirodnog i kulturnog kapitala, uključujući zaštićena područja. Kao moćan instrument razvoja, turizam može i treba aktivno sudjelovati u strategiji održivog razvoja.
2. Turizam bi trebao doprinijeti održivom razvoju i integrirati se s prirodnim, kulturnim i ljudskim okolišem.
3. Turizam mora uzeti u obzir svoje učinke na kulturnu baštinu i tradicionalne elemente, aktivnosti i dinamiku svake lokalne zajednice. Priznavanje tih lokalnih čimbenika, aktivnosti zajednice i promicanje identiteta lokalne zajednice moraju u



svakom trenutku igrati središnju ulogu u formuliranju turističkih strategija, posebno u zemljama u razvoju.

4. Aktivni doprinos turizma održivom razvoju nužno pretpostavlja solidarnost, uzajamno poštovanje i sudjelovanje svih aktera, javnih i privatnih, koji su uključeni u proces, i mora se temeljiti na učinkovitim mehanizmima suradnje na svim razinama: lokalnoj, nacionalnoj, regionalnoj i međunarodnoj.
5. Očuvanje, zaštita i uvažavanje vrijednosti prirodne i kulturne baštine omogućuju povlašteno područje za suradnju. Ovaj pristup podrazumijeva da svi odgovorni moraju preuzeti pravi izazov, a to su kulturne, tehnološke i profesionalne inovacije, te moraju poduzeti velike napore kako bi stvorili i proveli integrirane instrumente planiranja i upravljanja.
6. Kriteriji kvalitete kako za očuvanje turističke destinacije, tako i za sposobnost zadovoljstva turista, utvrđenih zajedno s lokalnim zajednicama i utemeljeni na načelima održivog razvoja, trebali bi predstavljati prioritetne ciljeve u formuliranju turističkih strategija i projekata.
7. Za sudjelovanje u održivom razvoju, turizam se mora temeljiti na raznolikosti mogućnosti koje nudi lokalno gospodarstvo. On bi trebao biti u potpunosti integriran u lokalni ekonomski razvoj i mora pozitivno utjecati na njega.
8. Sve mogućnosti za razvoj turizma moraju učinkovito služiti poboljšanju kvalitete života svih ljudi i moraju utjecati na društveno-kulturno obogaćivanje svake destinacije.
9. Vlade i nadležna tijela, uz sudjelovanje nevladinih organizacija i lokalnih zajednica, poduzimat će mjere usmjerene na integriranje planiranja turizma kao doprinosa održivom razvoju.
10. U priznavanju ekonomske i socijalne kohezije među narodima svijeta kao temeljnog načela održivog razvoja, važno je promicati mjere kako bi se omogućila pravednija raspodjela koristi. To podrazumijeva promjenu obrazaca potrošnje i uvođenje metoda određivanja cijena koje omogućuju internalizaciju troškova zaštite okoliša.
11. Ekološki i kulturno ugroženi prostori, kako sada tako i u budućnosti, imat će poseban prioritet u pitanju tehničke suradnje i financijske pomoći za održivi razvoj

turizma. Slično tome, poseban tretman treba dati zonama koje su degradirane zastarjelim i visoko-utjecajnim turističkim modelima.

12. Promicanje alternativnih oblika turizma koji su kompatibilni s načelima održivog razvoja, zajedno s poticanjem diversifikacije, jamstvo su stabilnosti u srednjem i dugoročnom razdoblju. U tom smislu, postoji potreba, posebno za mnoge male otoke i ekološki osjetljiva područja, da aktivno nastave i ojačaju regionalnu suradnju.
13. Vlade, industrija, vlasti i nevladine organizacije povezane s turizmom trebaju promicati i sudjelovati u stvaranju otvorenih mreža za istraživanje, širenje informacija i prijenos odgovarajućeg znanja o turizmu i ekološki održivim tehnologijama turizma.
14. Uspostava politike održivog turizma nužno zahtijeva podršku i promicanje sustava upravljanja turizmom kompatibilnih s okolišem, studija izvedivosti za transformaciju sektora, kao i provedbu demonstracijskih projekata i razvoj programa međunarodne suradnje.
15. Državna tijela i udruge čije su aktivnosti povezane s turizmom, izradit će posebne okvire za pozitivne i preventivne aktivnosti kako bi osigurali održivi razvoj turizma i uspostavili programe za potporu provedbi takvih praksi. Pratit će postignuća, izvještavati o rezultatima i razmjenjivati svoja iskustva.
16. Posebnu pozornost treba posvetiti ulozi i ekološkim posljedicama prometa u turizmu te razvoju ekonomskih instrumenata namijenjenih smanjenju uporabe neobnovljivih izvora.
17. Usvajanje i provedba kodeksa ponašanja koji vodi glavnim akterima koji su uključeni u turizam, posebno u industriju, ključni su za održivi turizam. Takvi kodeksi mogu biti učinkoviti instrumenti za razvoj odgovornih turističkih aktivnosti.
18. Potrebno je provesti sve potrebne mjere u cilju informiranja i promicanja svijesti među svim stranama uključenim u turističku industriju, na lokalnoj, nacionalnoj, regionalnoj i međunarodnoj razini, s obzirom na sadržaj i ciljeve konferencije na Lanzaroteu.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>Prema: Muller, H., op. cit., str. br. 220

Konferencija preporučuje vladi svih država da prema ovim načelima u povelji izrade nacionalne planove i strategije za održivi razvoj turizma te da utvrde određene politike i mjere kojima će se takva strategija provoditi. Navedena načela mogu se povezati sa strateškim projektima Ministarstva turizma Republike Hrvatske. Strateški projekti su oni dugoročni projekti koji rezultiraju većim brojem zaposlenih te uvode inovacije u tehnologiji gdje se dolazi do bolje kvalitete životnog standarda kao i očuvanju okoliša, što u konačnici dovodi do konkurentnosti hrvatskog gospodarstva te održivosti turizma. Jedan od takvih projekta naziva se Strategija razvoja turizma RH do 2020. Razvoj hrvatskog turizma u sljedećim godinama treba biti sukladan s raznim politikama koje su potrebne za razvoj turizma. Dakle, to su nacionalne politike, politike sličnih sektora i politike Europske unije. Time bi se omogućili dugoročni trendovi kao i prilike za Hrvatsku, a time se misli na društveno okruženje, turiste koji žele nove doživljaje i iskustva te kontakt s lokalnim stanovništvom, problematiku okoliša gdje će turizam postupati društveno odgovorno i na tehnologiju koja nastoji ubrzati svoj razvoj i broj njegovih korisnika.<sup>12</sup>

Također ova strategija ima svoja posebna načela koja su vrlo slična načelima prema spomenutoj povelji. Jedno od važnijih načela, partnerstvo potiče na međusobnu suradnju između dionika kojim se nastoji spriječiti poteškoće i poboljšati rad ministarstva, odnosno potiče se na efikasniji rad. Institucionalno dereguliranje predstavlja poticajne i dostupne okvire zajedničkih institucija kojima upravljaju one države koje žele međusobno surađivati. Cilj ekološkog odgovornog razvoja je unaprijediti novu tehnologiju i opremu kako bi se racionalno raspolagalo destinacijom i štitio okoliš.<sup>13</sup>

Zbog svoje vodeće prirodne autentičnosti i kreativnosti Hrvatska se pozitivno razlikuje od drugih vodećih destinacija. Viziju razvoja turizma treba temeljiti i na hotelijerstvu u smislu izgradnje novih ugostiteljskih objekata ali i obnovu starih sa više dodatnih sadržaja. Ukoliko se navedena načela budu ispunila Hrvatska će biti prepoznatljiva na međunarodnom tržištu sa vrhunskom kvalitetom domaćih proizvoda, što će u konačnici dovesti do višeg stupnja konkurentnosti turističkog tržišta. Razvojem novih selektivnih

---

<sup>12</sup>Tomić D., *Projekti Ministarstva turizma i utjecaj na hrvatsko gospodarstvo* <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu%3A2025/datastream/PDF/view>, (pristupljeno 05. srpnja, 2019.)

<sup>13</sup>Prema: Ministarstvo turizma: *Strategija razvoja turizma RH do 2020.*, <http://www.mint.hr/>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

oblika turizma doći će do zadovoljenja potreba većeg broja klijenata, jer suvremeni turisti teže za novim iskustvom, doživljajima, atrakcijama i dr. Također konstantnom edukacijom djelatnika pridonijet će se novim znanjima i kompetencijama koja će se moći implementirati u daljnjem poslovanju. Ministarstvo turizma također provodi i sljedeće planove:

- Akcijski plan razvoja kongresnog turizma,
- Akcijski plan razvoja zelenog turizma,
- Akcijski plan razvoja kulturnog turizma,
- Akcijski plan razvoja cikloturizma,
- Akcijski plan razvoja nautičkog turizma,
- Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma,
- Nacionalni program upravljanja i uređenja morskih plaža,
- Nacionalni program razvoja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu,
- Nacionalni program razvoja malog obiteljskog hotelijerstva,
- Nacionalni program razvoja socijalnog turizma - Turizam za sve,
- Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja,
- Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu,
- Akcijski plan razvoja golf ponude.<sup>14</sup>

Hrvatska bi do 2020. godine trebala postići značajan pomak ozelenjivanja turizma te biti prepoznatljiva na svjetskom tržištu kao destinacija koja drži do svoje autentičnosti i okoliša i nastoji lokalno stanovništvo poistovjetiti o istom. Tim se dolazi do vizije akcijskog plana razvoja zelenog turizma koja glasi: Hrvatski turizam primjenjuje najbolju svjetsku praksu zaštite okoliša i održivog upravljanja turizmom.<sup>15</sup> Akcijski plan razvoja zelenog turizma karakterizira korak u provođenju Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. U navedenom koraku navode se programi unapređenja okolišne održivosti turizma na razini pojedinog ugostiteljsko turističkog pružatelja usluga koji obuhvaća mjere standardiziranja i certificiranja održivosti pojedinih ponuditelja ugostiteljsko – turističkih

---

<sup>14</sup>Prema: Ministarstvo turizma: *Akcijski planovi*, [www.mint.hr](http://www.mint.hr), (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

<sup>15</sup>Prema: Ministarstvo turizma: *Akcijski plan razvoja zelenog turizma*, [http://www.mint.hr/UserDocsImages/160715\\_AP\\_Zelenog\\_t.pdf](http://www.mint.hr/UserDocsImages/160715_AP_Zelenog_t.pdf), (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

usluga, kao i uspostavu B2B platforme za promoviranje rješenja u unapređenju okolišne učinkovitosti, programe sufinanciranja projekta unapređenja upravljanja okolišem na razini pojedinačnih pružatelja ugostiteljsko – turističkih usluga te ozelenjivanje malih iznajmljivača.<sup>16</sup> Temelj ovog akcijskog plana je uvođenje koordinacije koja daje mogućnost zajedničkog djelovanja i dugotrajne rezultate pokretnih inicijativa. Odnosno predstavlja okvir za mobiliziranje, osvješčivanje te koordinaciju dionika u turizmu vezano za okoliš. Ipak najveći pritisak predstavlja transport turista kao i emisije stakleničkih plinova i ostalih stvari koje onečišćuju zrak, vode i more.

Također, probleme stvara i sezonalnost jer onemogućava dovoljno velike kapacitete infrastrukture zaštite okoliša. Naravno, postoje i dobre strane ovog akcijskog plana poput zapošljavanja, produljenja sezone stvarajući dodatne sadržaje. Dakle, produljenje sezone doprinosi smanjenju sezonalnosti i povećanju prihoda po gostu. Takvo povećanje prihoda zahtijeva kvalitetu ponude, što između ostalog zahtijeva visoke okolišne standarde te vodi ka razvoju raznolike turističke ponude u destinaciji.

Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu ima ključni strateški cilj a to je unapređenje i poboljšanje kvalitete strukovnog obrazovanja za turizam te osiguranje fleksibilnog cjeloživotnog obrazovanja djelatnika u turizmu i ugostiteljstvu. To su prije svega ujednačavanje i podizanje kvalitete kompetencija polaznika, modernizacija programa razvojem strukovnih kurikuluma za prvobitna zanimanja, usavršavanje kvalitete podučavanja nastavnika stalnim usavršavanjem te poticanje poslodavaca na suradnju u područja nauke na radnom mjestu.<sup>17</sup> Glede podizanja kvalitete strukovnog obrazovanja trebalo bi se bazirati na kvalitetu nastave te inovativne metode, posebice e-učenje. Inovativna zanimanja također su dobro došla, učenici bi imali lepezu raznolike ponude i time nakon završetka svog obrazovanja ubrzo pronašli posao ili samostalno pokrenuli posao.

---

<sup>16</sup>Prema: Ministarstvo turizma: *Akcijski plan razvoja zelenog turizma*, [http://www.mint.hr/UserDocImages/160715\\_AP\\_Zelenog\\_t.pdf](http://www.mint.hr/UserDocImages/160715_AP_Zelenog_t.pdf), (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

<sup>17</sup>Prema: Ministarstvo turizma: *Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu*, [http://www.mint.hr/UserDocImages/010\\_160128\\_konkurentnost.pdf](http://www.mint.hr/UserDocImages/010_160128_konkurentnost.pdf), (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

### 3. ODRŽIVI HOTELI

Gledajući specifikaciju interakcija u turizmu, implementacija koncepcije DOP-a, iako dobrovoljna, može se smatrati nužnim uvjetom poslovanja održivih, odgovornih i dugoročno konkurentnih turističkih destinacija. U radu se istražuje implementacija koncepcije DOP-a u hotelijerstvu, kao relevantnom segmentu turizma.

#### 3.1. Obilježja održivih hotela

Održivi hoteli su hoteli koji provode koncepciju DOP-a kroz strategiju vlastita poslovanja, a pri tome sve poslovne funkcije vode ka održivosti. Tri temeljna stupa održiva poslovanja kao što su već spomenuta jesu ekonomska, društvena i ekološka održivost.

Provedba koncepcije je ostvariva u svakoj razvojnoj fazi poslovnog procesa. Za nove hotele starta već u fazi planiranja izgradnje objekta i osmišljavanja arhitektonskih ishoda hotela i efekta na okruženje. Implementacija koncepcije DOP-a u održivim hotelima potpuno ispunjava sve odnose s internim (zaposlenici, vlasnici) i eksternim dionicima (turisti, poslovni partneri, država, lokalna zajednica, organizacije civilnog društva, itd.). Održivi hoteli odgovorno se odnose prema okolišu kroz cijeli životni vijek poslovanja hotela.<sup>18</sup>

Održivi hoteli su projektno osmišljeni, izgrađeni i održivi. Koriste energiju, vode, resurse i zemljišta u boljoj varijanti u uspoređivanju sa hotelskim zgradama koje se uzastopce ponavljaju. Projektanti i menadžeri održivih hotela donose kvalitetniji rad i okruženje za odmor s većom količinom čisteg zraka i sunčeve svjetlosti. Njihovim radom povećava se potražnja za diferenciranim hotelima jer u današnjem svijetu treba krenuti ka održivosti.

---

<sup>18</sup>Rakitovac K., et. al. , *Održivi hoteli –promicatelji održiva razvoja u lokalnoj zajednici sustainable hotels – promoters of sustainable development in the local community*, U: Habuda-Stanić M., (ur.) *1st International Students' GREEN Conference*, Osijek Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, 2018, Dostupno na: e-Book\_of\_Abstracts\_CROSB (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

### 3.2. Prednosti održivih hotela

Ugostiteljska industrija postaje konkurentnija nego ikad, tako da hoteli konstantno razmatraju ideje kako bi nadvladali svoju konkurenciju. Mnogi hoteli počeli su istraživati mogućnost da postanu održiviji, dopuštajući im ekonomsku korist kroz provedbu ekoloških i društvenih inicijativa. Neke od prednosti postizanja održivosti uključuju:

1. lojalnost kupaca: Kupci imaju uvijek promjenjiva očekivanja i zahtjeve koje treba ispuniti zbog rastućih trendova. Danas je sve više ljudi zabrinuto zbog pitanja zaštite okoliša kao što su recikliranje boca, limenki i papira kod kuće, kao i vođenje zelenog načina života konzumiranjem organske hrane ili vožnjom učinkovitih automobila. Povećati će se odabir boravka u održivom hotelu ukoliko gosti vide na koji način hotel funkcionira.
2. Zadržavanje zaposlenika: Kako bi postali zeleni, važno je da su vaši zaposlenici fleksibilni, spremni na promjene i unapređenje. Motivacija zaposlenika može se povećati timskim radom pružajući programe zaštite okoliša kao poticaj za osoblje.
3. Nagrade i priznanja: priznanje za održivost rezultira većom konkurentskom prednošću za hotel.
4. Usklađenost s propisima: Mogu pružiti prilike za ostvarivanje prednosti u odnosu na konkurenciju. Propisi o zaštiti okoliša mogu potaknuti inovacije koje mogu umanjiti troškove usklađivanja. Hotelska industrija sve više regulira otpad, vodu, emisije stakleničkih plinova i potrošnju energije. Nastavljajući biti svjesni tih novih propisa, hoteli se mogu unaprijed pripremiti i potencijalno spriječiti buduće troškove koji se odnose na usklađenost.
5. Upravljanje rizikom: U prošlosti su strategije upravljanja rizicima u hotelu usredotočene na pitanja zdravlja i sigurnosti oko hrane i vode, kontrole štetoina, oštećenja od požara ili vode, izbijanja bolesti i sigurnosti gostiju općenito. U novije vrijeme pitanja okoliša i socijalna pitanja postaju sve važnija za sektor smještaja. Neki od tih ekoloških rizika uključuju:
  - a. kontaminacija vode i zemljišta,
  - b. Zagađenje zraka i buke,

- c. Ekološke prakse lanca opskrbe i
  - d. Upravljanje otpadom.
6. Brand: Većina hotela teži brandu održivosti. Održiva poslovna praksa dovest će do poboljšanog imidža - koji nudi bolji profit za dugi put.
  7. Partnerstva: S obzirom na brzinu širenja vijesti o hotelskim nagradama i priznanjima za održivost, privući će se novi partneri koji će također težiti održivosti.<sup>19</sup>

U današnjem društvu, oni u hotelskoj industriji sve više postaju svjesni okoliša, shvaćajući da dugoročna održivost može pomoći u zaštiti okoliša. Mnoge veće tvrtke optužene su za oslobađanje viška emisija stakleničkih plinova koje povezuju klimatske promjene i uništavanje okoliša. Danas postoji pomak prema povećanom fokusu na društveno odgovorno poslovanje.

Iskustvo sve brojnijih hotela diljem svijeta pokazuje kako implementacija DOP-a donosi niz poslovnih koristi: višu razinu zadovoljstva gostiju, lojalne, motivirane i kompetentne zaposlenike, kvalitetan odnos s drugim dionicima, niže troškove poslovanja, višu razinu konkurentnosti i dugoročnu profitabilnost. Takvi hoteli stvaraju brojne koristi u društvenoj zajednici u kojoj djeluju: pouzdan su poslovni partner, zapošljavaju stanovnike lokalne zajednice, ponudu nastoje temeljiti na lokalnim proizvodima, surađuju s lokalnom zajednicom na zajedničkim projektima, pridonose identitetu održive turističke destinacije, odgovorno se odnose prema okolišu i prirodnim resursima zajednice, itd.

### **3.3. Preferencije putnika prema održivim hotelima**

U ovome poglavlju statistički će se obraditi održivost hotela prema odabranim pokazateljima poput zadovoljstva putnika, potrošnje energije i slično. Podaci sa portala Smartvattena (vodič za održive hotelske prakse), prikazuju kako se potrošnja energija u

---

<sup>19</sup>Stottler T., *The Importance of Sustainability in the Hospitality Industry*, Dana Communications, *In Hospitality*, 2018. <https://www.danacomunications.com/importance-of-sustainability-in-the-hospitality-industry/> (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

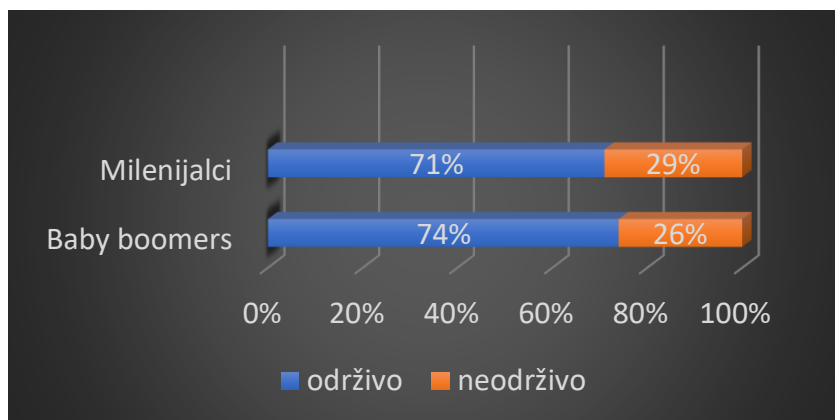


hotelima povećala s 25% na 30% u posljednjem desetljeću. 95% poslovnih putnika vjeruje da bi hotelijerstvo trebalo poduzeti inicijative za održivost. 45% gostiju navodi kako bi platilo višu cijenu sobe u podržavanju održivosti, dok hoteli troše u prosjeku 35% kupljene hrane. Prema njihovom istraživanju 95% europskih hotelijera ocijenilo je održivost okoliša ili vrlo važnom (64%) ili važnom (31%).<sup>20</sup>

Upravitelju hotela kupac je uvijek prioritet broj jedan. Upravo zato je održivost hotela toliko važna. Današnji klijenti podržavaju tvrtke koje dijele njihove vrijednosti. Putnici sve češće traže mogućnosti za eko-putovanje, a neki su čak spremni dodatno platiti kako bi podržali hotelski program održivosti.

Booking, jedna od vodećih svjetskih online platformi za rezervaciju smještaja, objavljuje izvješće s rezultatima svog godišnjeg istraživanja o održivim putovanjima (Sustainable Travel Report).

Graf 1: Donošenje održivih odluka prema generacijama, 2018.-2019.



Izvor: Samostalna izrada autorice prema: Booking: *Booking.com reveals key findings from its 2019 sustainable travel report*, <https://globalnews.booking.com/bookingcom-reveals-key-findings-from-its-2019-sustainable-travel-report/>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

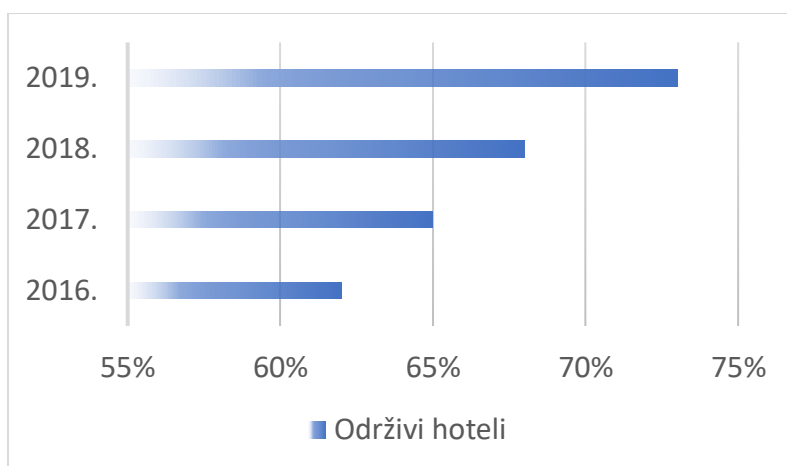
Graf 1 pokazuje kako gotovo tri četvrtine putnika (72%) koji su putovali u proteklih 12 mjeseci/planiraju putovati u narednih 12 mjeseci, smatra da ljudi moraju donositi održive odluke kako bi sačuvali planet za buduće generacije. Iako su rezultati slični među

<sup>20</sup>Smartvatten: *Resources*, <https://resources.smartvatten.com>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

ispitanicima različite životne dobi, gotovo tri četvrtine „baby boomers“ ispitanika (74%) uvjereni su da je to potrebno, također isto mišljenje dijeli i 71% takozvanih „milenijalaca“. Prema Booking-u 68% svjetskih putnika namjerava ostati u eko-smještaju 2018. godine. Iako mnoge inicijative za održivost visokog učinka neće biti vidljive gostima, ipak je dobra ideja pokazati svoju predanost okolišu i privlačiti rastuću eko-svjesnu publiku. Premda je istina da su neke održive tehnologije više od početnih ulaganja, eko-hotelu pomoći će pri povećanju učinkovitosti i smanjenju troškova na duge staze.

Mnoge održive hotelske prakse platit će se u najkraćem roku kroz smanjene račune za energiju i vodu. Usvajanjem zelenih inicijativa dolazi se do konkurentske prednosti, čime se povećava imidž marke i poboljšava lojalnost kupaca - što sve znači veći profit.

Graf 2: Preferencija smještaja putnika u održivim hotelima



Izvor: Samostalna izrada autorice prema: Booking: *Booking.com reveals key findings from its 2019 sustainable travel report*, <https://globalnews.booking.com/bookingcom-reveals-key-findings-from-its-2019-sustainable-travel-report/>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

Graf 2 prikazuje preferencije putnika prema održivim hotelima. 2016. godine, njih 62% odsjelo je u održivim hotelima. Iz godine u godinu primjećuje se porast putnika koji preferiraju održive hotele. Već ove 2019. godine iz tablice je vidljiv porast od čak 73% putnika koji namjeravaju odsjesti u takvim smještajnim objektima.

### 3.4. Društveno odgovorno poslovanje (DOP) u hotelima

Kompanije teže povećanju standarda društva i njihovog razvoja te zaštiti okoliša. Time ujedno teže kvalitetnom transparentnom upravljanju, unaprjeđujući interese dionika koji vode prema održivosti. Takvim radom postižu se nova partnerstva i širi se postojeća interna suradnja kompanija, što sve dovodi do jačanja ekonomske i društvene kohezije na lokalnoj i međunarodnoj razini. Društveno odgovorno poslovanje prihvaćeno je od strane velikih kompanija, ali ipak praksa se može vidjeti i u malim i srednjim poduzećima.

Društveno odgovorno poslovanje predstavlja koncept u kojem tvrtka, hotel ili neki subjekt vodi brigu o okolišu i društvu pri tome vodeći komunikaciju s drugim dionicima. Može se reći da je uspješna ona tvrtka, hotel koja istovremeno i jednako vodi računa o ekonomskom, društvenom i okolišnom utjecaju, dok društveno odgovorno poslovanje predstavlja poslovni model i alat upravljanja u kojem se dobit ostvaruje na društveno odgovoran način.<sup>21</sup>

Društveno odgovorno poslovanje obuhvaća internu i eksternu dimenziju.<sup>22</sup> Interna dimenzija DOP-a je ona unutar poduzeća, koja se brine o zaposlenicima i to na način investiranja u ljudski kapital, brinu o zdravlju i sigurnosti te rješavanju izazova. Među glavnim izazovima danas je zadržavanje svojih stalnih zaposlenika i privlačenja novih koji su kompetentni za traženi posao. Mjere koje bi zadovoljile ovu dimenziju su cjeloživotno obrazovanje, prijenos informacija unutar hotela, pravedna raspodijeljenost između radnog vremena, slobodnog vremena i obitelji, sigurnost i sl. Odgovorno ponašanje prilikom zapošljavanja nove radne snage, podržavajući nediskriminirajuću praksu koja uključuje zapošljavanje nacionalnih manjina, starijih radnika te ljude sa poteškoćama doprinosi postizanju ciljeva Europske strategije zapošljavanja te smanjenju nezaposlenosti.

Zdravlje i sigurnost na poslu postiže se provođenjem obveznih mjera koja donose Vlade i same organizacije ili poduzeća. Danas, poduzeća, hoteli sve više nastoje promovirati

---

<sup>21</sup>Prema: Hrvatska gospodarska komora: *O projektu, Indeks DOP-a*, <https://dop.hgk.hr/>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

<sup>22</sup>Prema: Odraz: *Društveno odgovorno poslovanje*, <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

zdravlje i sigurnost na poslu, bilo to u marketinškom pogledu ili drugom. Time se povećava potražnja za komuniciranjem putem marketinga koji sadrže bitan element certificiranja. U idućem poglavlju diskutirat će se o certifikatima i ista će se navesti.

Prilagođavanje promjenama na održiv i odgovoran način bitno je kod restrukturiranja poduzeća, jer se mora voditi briga o utjecaju promjena, na koga one utječe i na koji način. Ono mora biti planirano pri tome pomno prateći moguće rizike, uračunavanje svih potencijalnih troškova, donošenja kompromisnog rješenja i tome sl. Naravno, ključno je sudjelovanje svih dionika u poduzeću.

Utjecaj na okoliš može se pratiti racionalnom raspodjelom i uporabom resursa, smanjenjem emisije u zrak, tla, vode te recikliranjem otpada koja doprinosi rezanju troškova poduzeća.<sup>23</sup>

Osim interne dimenzije DOP-a, postoji i eksterna koja se proteže izvan poduzeća. Prvi čimbenici su lokalne zajednice. Mnoga poduzeća zapošljavaju svoju lokalnu radnu snagu, sudjeluju u njihovim aktivnostima, zapošljavaju ljude s posebnim potrebama, sponzoriraju razne aktivnosti, doniraju u humanitarne svrhe i time pridonose rastu socijalnog kapitala. DOP se isto tako može postići u dobavljačkom lancu hotela, stvarajući međusobna povjerenja, korektne odnose, poštivanje rokove isporuke, kvalitete proizvoda, usluge i drugo. U ovu vrstu dimenzije DOP-a svrstana su i ljudska prava koja su jedan kompleksan pojam politike i pravne dimenzije. Važno je poštivati radna prava koja svaki radnik ima i radne standarde. Isto tako ovaj čimbenik sadrži elemente zaštite okoliša. Važno je razviti međunarodnu suradnju, odnosno partnerstva kako bi svi zajedno vodili globalnu brigu o okolišu, o poboljšanju našega društva danas i u budućnosti.

Sustavni pristup razvoju DOP-a u turizmu nalazimo u hotelskoj djelatnosti, kasnih 1990-ih godina. Veliki međunarodni hotelski lanci pokrenuli su različite programe koji su im poslužili kao temelj za predstavljanje odgovornog poslovanja. Danas, velik broj međunarodnih hotela na svojim portalima objavljuje Izvješća o DOP-u. Sustav izvještavanja o održivosti/DOP-u treba sadržavati standarde koji izvješća čine

---

<sup>23</sup>Prema: Odras: *Društveno odgovorno poslovanje*, <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

objektivnima, provjerljivima i usporedivima. Tijekom posljednjih nekoliko godina primjenjuju se smjernice za izvještavanje o DOP-u koje je kreirala 'Globalna inicijativa za izvještavanje (GRI). Te smjernice nude splet indikatora za sva područja održivog i odgovornog poslovanja, osobito u međunarodnim tvrtkama.

#### *3.4.1. Samoregulacijski standardi u području društveno odgovornog poslovanja*

Danas postoje različiti samoregulacijski standardi u području DOP-a, primjenjivi i u hotelijerstvu. U daljnjem tekstu navodi se nekoliko takvih standarda koji imaju približne ciljeve.

HRN ISO standardi 14001:2015 utvrđuju se zahtjevi za sustav upravljanja okolišem što pridonosi hotelima povećanje uspješnosti u upravljanju okoliša kroz racionalnu upotrebu resursa i smanjenja otpada, što u konačnici dovodi do rasta konkurentnosti hotela.<sup>24</sup>

Norma HRN ISO 26000:2010 (društvena odgovornost) daje upute o načelima društvene odgovornosti te načina povezivanja s dionicima kao i odgovore na ključna pitanja o društvenoj odgovornosti i načinima ponašanja u pojedinoj organizaciji. Norma HRN ISO 26000 pomaže organizacijama u doprinosu održivom razvoju. Cilj joj je da promiče zajednički pogled u području društvene odgovornosti i da bude dopunski element drugim dokumentima i inicijativama za društvenu odgovornost, a ne da ih zamijeni.<sup>25</sup>

EMAS ili sustav za ekološko upravljanje i neovisno ocjenjivanje, dobrovoljna je shema Europske unije koja je planirana za organizacije, hotele koje pridonose procjeni upravljanja i unapređenju vlastite koristi za okoliš. EMAS ima nekoliko dodatnih elemenata u odnosu na normu HRN ISO 14001:2004, to su: učinkovitost, vjerodostojnost te

---

<sup>24</sup>Prema: Hrvatski zavod za norme: *HRN EN ISO 14000 - Upravljanje okolišem*, <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=53>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

<sup>25</sup>Prema: Hrvatski zavod za norme: *HRN ISO 26000 - Društvena odgovornost*, <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=54>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

transparentnost.<sup>26</sup> Osim navedenih instrumenata postoje također i neformalizirane sheme kojima se mjeri DOP. Tako je 1992. godine osnovana Međunarodna hotelska inicijativa za okoliš IHEI, koja prikazuje kako upravljati okolišem. Smjernice te inicijative pomogle su hotelima u zaštiti okoliša i smanjenju troškova poslovanja. Osim IHEI-a poznata je organizacija Travelife o kojoj će se više govoriti u drugom poglavlju.

Pomoću indeksa DOP-a ocjenjuju se odgovorne prakse prilikom obavljanja svojih dužnosti. Indeks DOP-a nastao je na temelju svjetskih metodologija kao što je Business in the Community CR Indeks. O istome bit će govora u poglavlju koji slijedi.

### **3.5. Društveno odgovorno poslovanje u Republici Hrvatskoj**

Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj (HR PSOR) počinje djelovati 1997. godine, a temelji se na memorandumu o razumijevanju sa Svjetskim poslovnim savjetom za održivi razvoj (WBCSD). Ista je osnovana od strane 18 hrvatskih organizacija/poduzeća koja se moraju pridržavati pravila održive prakse kako bi se resursi racionalno koristili. Prva nacionalna konferencija o DOP-u Agenda 2005., održana je 2004. godine. Na nacionalnu konferenciju odazvalo se preko 120 istraživača, a na istoj su doneseni prioriteti za razvijanje DOP-a u Hrvatskoj. Primarna praksa DOP-a bila je fokusirana na zaštitu okoliša, dok se kasnije ista širi na ljudske resurse te brigu o domicilnom stanovništvu.<sup>27</sup>

Nakon spomenute konferencije druga relevantna stavka je Zajednica za DOP Hrvatske gospodarske komore a ista je 2006. godine stupila na snagu. Svrha Zajednice je podizanje razine svijesti o DOP-u, osposobljavanje, radionice te stručno savjetovanje o DOP-u. Treći relevantan dionik u DOP-u je Global Compact Hrvatska (Hrvatska udruga poslodavaca), ujedno je predstavljena kao nositelj UN-ove inicijative za održivi razvoj u RH. Također, svrstava se kao jedna od najvećih inicijativa za održivi razvoj i korporativnu održivost, ujedno broji 13.000 članova među 160 država. Članice ove udruge sigurno

---

<sup>26</sup>Prema: Europski sustav ekološkog upravljanja i neovisnog ocjenjivanja, <http://emas.azo.hr/>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

<sup>27</sup>Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, <https://www.hrpsor.hr>, (pristupljeno 05. rujna, 2019.)

imaju jasniju viziju u međunarodnom okruženju te lakše dolaze do saznanja i uočavanja komparativnih prednosti. Isto tako, članice brže razvijaju svoju konkurentnost te pridonose blagostanju svoje zajednice više nego druge zemlje članice koje ne sudjeluju u istome. Dakle, udruga posluje odgovorno prožimajući strategiju i poslovanje sa deset načela o ljudskim pravima, radu, okolišu te smanjenju korupcije.<sup>28</sup>

Indeks DOP-a također predstavlja nagradu koju jednom godišnje u kategoriji malih, srednjih, velikih i javnih tvrtki zajednički dodjeljuju Hrvatska gospodarska komora (HGK) i Hrvatski poslovni savjet za održiv razvoj (HR PSOR).

Kako bi se ocijenila odgovorna poduzeća, sljedeći čimbenici koji se uzimaju u obzir su:

- ✓ ekonomska održivost,
- ✓ uključenost društveno odgovornog poslovanja u poslovnu strategiju,
- ✓ radna okolina,
- ✓ zaštita okoliša,
- ✓ tržišni odnosi,
- ✓ odnosi sa zajednicom te
- ✓ odgovorne politike raznolikosti i zaštite ljudskih prava.<sup>29</sup>

Indeks DOP-a sadrži jedan upitnik, za velika i srednja poduzeća postavljeno je 137 pitanja, dok mali upitnik za mala poduzeća sadrži 67 pitanja. Svi oni koji žele sudjelovati u ocjenjivanju DOP-a također moraju biti ocijenjeni kao najuspješniji u RH prema rangu Zlatne kune. Priznanje Zlatna kuna dodjeljuje se za uspješnost u poslovanju i doprinos hrvatskom gospodarstvu u cjelini još od osamostaljenja Hrvatske Kandidatom za dobivanje ove prestižne nagrade postaje se isključivo izvrsnošću u poslovanju koja se vrednuje temeljem izračuna utvrđenih pokazatelja. Uzastopno kandidiranje ili osvajanje nagrade Zlatna kuna pridonosi poboljšanju ukupnog ugleda tvrtke i poticaj je ostalima da ostvare isti uspjeh. Sva poduzeća koja provedu upitnik dobit će mogućnost za prepoznavanje napredovanja područja, a ona najbolja poduzeća bit će nagrađena.

---

<sup>28</sup>United Nations Global Compact, <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission>, (pristupljeno 05. rujna, 2019.)

<sup>29</sup>Prema: Hrvatska gospodarska komora: *O projektu, Indeks DOP-a*, <https://dop.hgk.hr/>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

Poduzeća koja su osvojila nagrade predstavljaju vodeći napredak u gospodarstvu i društvu. Hrvatska gospodarska komora na dalje nastoji poboljšati politike i dokumente s ciljevima održivog razvoja kako bi došlo do usklađenja i daljnjeg razvitka cijele zajednice. To je jedino moguće uz javno informiranje građana, dionika o važnosti održivog razvoja jer donosi brojne koristi za sve nas.

Kako poduzeća doprinose pozitivnih efektima i održivom razvoju isto se može reći i za hotelijerstvo koje osim zaposlenja lokalnih, doprinose lokalnom gospodarstvu i poljoprivredi konzumiranjem lokalnih namirnica u hotelskom restoranu. Također, podržavanjem lokalnih projekata te investiranjem u iste potiče se klijente ali i dionike na isto kako bi se stvorila integracija turista sa lokalnim stanovništvom te pružila mogućnost očuvanja kulturne baštine, kulturnog identiteta i kulturnog iskustva. Isto tako, uz donošenje odluka u organizaciji hotelijeri trebaju imati u vidu moguće rizike na koje mogu utjecati, a to su ekonomija, okoliš i društvo. Hotelijeri baš kao i poduzeća objavljuju izvješća o primjeni DOP-a u svom poslovanju kojom dokazuju realizaciju takvog poslovanja i pozitivan brand. Primjer takvog hotela bit će prikazan u sljedećem poglavlju naziva Primjeri održivih hotela i implementacija DOP-a.

Prema indeksu DOP-a objavljenog na Hrvatskoj gospodarskoj komori u razdoblju od 2008. do 2018. godine dobitnici Indeksa hotelijerske kompanije su kako slijedi:

- 2011. Hotel Ilirija d.d. – nagrada za kategoriju „Srednje poduzeće“,
- 2012. Hotel Ilirija d.d. – nagrada za kategoriju „Srednje poduzeće“,
- 2014. Globtour Event d.o.o. – nagrada za kategoriju „Malo poduzeće“,
- 2015. Globtour Event d.o.o. – nagrada za kategoriju „Malo poduzeće“,
- 2015. Valamar Riviera d.d. - nagrada za kategoriju „Odgovorne politike i prakse upravljanja okolišem“,
- 2018. Valamar Riviera d.d. - nagrada za kategoriju „Društveno odgovorne politike raznolikosti i zaštite ljudskih prava“.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup>Hrvatska gospodarska komora: *Dobitnici Indeksa DOP-a*, <https://dop.hgk.hr/dobitnici/>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)



Hotel Ilirija d.d. je tvrtka osnovana davne 1957.g., sa sjedištem u Biogradu na Moru. Danas je jedna od 15-tak vodećih turističkih kompanija u Hrvatskoj koje predstavljaju okosnicu hrvatskog turističkog razvoja. Globtour Event d.o.o. jedna je od vodećih hrvatskih turističkih agencija s 40 godina iskustva u turizmu. Njihova misija je težnja ka visokoj razini kvalitete usluga nacionalnim i međunarodnim klijentima, pri tome bazirajući se na kulturne raznolikosti i društvenu odgovornost. Hotel Ilirija te Globtour Event d.o.o. dvije su godine za redom osvojili nagradu Indeksa DOP-a čime su dokazali svoje odgovorno poslovanje, odnosno svoju misiju u kojem provode isto.<sup>31</sup>

Valamar Riviera d.d. vodeća je turistička kompanija koja ukupno broji oko 30 hotela, nastoje što više ulagati u kvalitetu smještaja kako bi rasla kategorizacija te zadovoljstvo turista. Također, prezentiraju se kao kompanija koja vodi veliku brigu o svojim zaposlenicima, kontinuiranim ulaganjem u njihovo obrazovanje kroz razne radionice, provođenja kroz određene programe, sve u svrhu povećanja znanja, profesionalnosti, profitabilnosti, snalažljivosti u rješavanju izazova i zadovoljstva svih strana.<sup>32</sup>

Valamar i drugi dobitnici nagrade Indeksa društvenog odgovornog poslovanja ukazuju na poštivanje okoliša, ekonomske održivosti, radne okoline, tržišnih odnosa, društveno odgovornog poslovanja u svojim strategijama koje u konačnici dovode do bolje budućnosti. Isto tako dobivaju uvid u svoje poslovanje, kako i na koji način ga unaprijediti i poboljšati.

### **3.6. Certifikati i eko-oznake održivih hotela**

Eko-oznake i certifikati nisu obvezujući instrumenti koji svi hoteli moraju imati, već dobrovoljni instrumenti s kojima proizvođači dokazuju poštivanje standarda zaštite okoliša tijekom njihovog životnog ciklusa. Eko-oznake i certifikati imaju veliku ulogu u promoviranju međunarodne politike održive proizvodnje i potrošnje kojima je svrha

---

<sup>31</sup>Globtour Event: *Travel Agency*, <https://globtour-event.hr/hr/about-us/>, (pristupljeno 05. srpnja, 2019.)

<sup>32</sup>Valamar Riviera d.d.: *Društvena odgovornost*, <https://valamar-riviera.com/hr/naslovnica/>, (pristupljeno 05. rujna, 2019.)

smanjenje negativnih učinaka proizvodnje i potrošnje na zdravlje, prirodna dobra, okoliš i klimu. Isto tako, svrha tih oznaka je promoviranje društvenog odgovornog poslovanja kao i poticanja održivog načina života.

Eko-oznake su napravljene s razlogom i vrlo dobro osmišljene, koriste samo najboljima. Istovremeno predstavljaju znakove izvrsnosti jer potiču i promoviraju sve one koji rade preko propisanog zakonskog minimuma. U prvom redu namijenjene su potrošačima B2C, dok su nešto manje upotrebljive za poslovni krug, B2B. Smatra se da bi potrošači koji su dovoljno osviješteni, trebali izabrati one proizvode koji imaju eko-oznaku. Povodom toga, udruge potrošača i trgovci imaju primarni cilj promicanja istih.

Može se reći da eko-oznaka predstavlja alat zaštite okoliša, a glavni čimbenik uspjeha su gosti. Neke od prednosti posjedovanja eko-oznaka za hotele su:

1. eko-znak pokazuje i dokazuje visoku kvalitetu i brigu o okolišu
2. Smanjenje potrošnje resursa kao što su voda, el. energija i smanjenje količine otpada dovodi i do smanjenja troškova
3. Opredjeljenje za očuvanje okoliša znači zdrav smještaj, zdravu prehranu i zdravo okruženje za goste i zaposlenike, te time direktno utječe na njihovo zadovoljstvo i doprinosi ispunjenju njihovih očekivanja
4. Eko-znak doprinosi boljoj kvaliteti usluge i jača poziciju na tržištu te razlikuje hotele koji ga posjeduju od ostalih.<sup>33</sup>

U nastavku poglavlja navode se Eko-oznaka „Srce sa listom“, „Prijatelj okoliša“, Travelife, Sustainable Hotel Certifikate te Eu Ecolabel.

---

<sup>33</sup>Small and friendly hotels of Croatia: *Hoteli*, <http://www.omh.hr/hr/udruga/eko-hoteli-omh-74/74>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

### 3.6.1. Eko-oznaka „Srce sa listom“

Hoteli sa eko-oznakom „Srce sa listom“ označavaju se kao hoteli kojima je primarni cilj briga o okolišu. Certifikat potvrđuje ravnomjerno raspolaganje resursima dok se njihova provjera obavlja prema unaprijed utvrđenim procedurama. Također, certifikat dokazuje sortiranje, razvrstavanje i selektivno prikupljanje otpada. Unutar takvih eko hotela poslužuju se tradicionalna jela sa domaćim proizvodima. Svaki eko hotel udruge OMH teži navedenome, dakle ekološkoj svijesti među svim zaposlenicima, gostima hotela ali i svim drugim dionicima. Za ovaj projekt zaslužni su Ministarstvo turizma te Udruga malih i obiteljskih hotela.

### 3.6.2. „Prijatelj okoliša“

Sljedeći primjer (Slika 5) kojeg dodjeljuje Ministarstvo zaštite okoliša je znak, „Prijatelj okoliša“ za proizvode u Hrvatskoj koji su povoljniji za okoliš od sličnih proizvoda.<sup>34</sup> Taj znak prikazuje pozitivan stav prema okolišu. Svi sudjeluju dobrovoljno jer žele pokazati što su sve učinili i što su spremni učiti kako bi se smanjilo zagađenje okoliša. Znak se dodjeljuje radi motivacije drugih dionika da se uključe u isto, kako bi se smanjio štetan utjecaj na okoliš te kako bi se racionalno gospodarilo našim resursima. Znak se dodjeljuje samo onim proizvodima koji ne samo da zadovoljavaju propisane elemente nego moraju biti i jednu razinu iznad. Cilj je također potaknuti i motivirati zainteresirane sudionike na pomicanje istih granica.

---

<sup>34</sup>Prema: Ministarstvo zaštite okoliša i energetike: *Znak zaštite okoliša eu Ecolabel za turizam*, [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA\\_2018\\_cdokumenti//7\\_Znak%20zastite%20okolisa%20EU%20Ecolabel%20za%20turizam.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_cdokumenti//7_Znak%20zastite%20okolisa%20EU%20Ecolabel%20za%20turizam.pdf), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

Slika 5: Znak „prijatelj okoliša“



Izvor: Ministarstvo zaštite okoliša i energetike: *Znak zaštite okoliša eu Ecolabel za turizam*, [https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA\\_2018\\_cdokumenti//7\\_Znak%20zastite%20okolisa%20EU%20Ecolabel%20za%20turizam.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages//AA_2018_cdokumenti//7_Znak%20zastite%20okolisa%20EU%20Ecolabel%20za%20turizam.pdf), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

### 3.6.3. Travelife

Travelife je vodeća inicijativa utemeljena 2007. koja je posvećena osposobljavanju i certificiranju tvrtki koje se vode održivim razvojem. Sustav Travelife za hotele podržava smještajne kapacitete sa znanjem i instrumentima koji poboljšavaju održivost.<sup>35</sup> Postizanjem društvenih i okolišnih standarda Travelife, postiže se korist u uštedi troškova i marketingom poslovanja (Travelife certifikati) te se dobiva prednost nad konkurencijom. Standardi Travelife temelje se na vodećim međunarodnim standardima i smjernicama održivosti i DOP-a (slika 6):

- EMAS III (Shema upravljanja okolišem i njegova ocjenjivanja)
- ISO 14001 (Sustav upravljanja okolišem)
- UNEP (Inicijativa Turoperatora, priručnici za tvrtke i upravljanje lancem opskrbe)
- GRI Inicijativa Globalnog Izvješćivanja, prilog o turizmu
- GSTC Globalni kriteriji održivog turizma
- OECD (Smjernice za međunarodna poduzeća)
- ISO 26000 (Upute o društvenoj odgovornosti)

---

<sup>35</sup>Prema: Travelife: *Certifikacija*, [https://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=home&lang=hr](https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=hr), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

Prema globalnim kriterijima održivosti standardi doprinose poboljšanju održivosti te rješavanju problema društvenog odgovornog poslovanja:

- energetska efikasnost i zaštita
- Upravljanje vodom i otpadom
- Emisija plinova, efekt staklenika
- Praksa o radnoj snazi
- Ljudska prava
- Odnosi u zajednici
- Očuvanje ekosistema
- Kulturni utjecaji
- Zdravlje i sigurnost
- Fer poslovna praksa
- Zaštita kupaca.<sup>36</sup>

Travelife Gold certifikat daje priznanje hotelima koji koriste lokalne proizvode, racionalno upravljaju prirodnim resursima, brinu o svojim zaposlenicima, lokalnoj zajednici, zaštiti djece i slično. Isto tako, važno je pokazati kojim elementima ti hoteli upravljaju te na koji način se poštuju lokalni i na koji se način štiti biljni i životinjski svijet. Da bi ovaj certifikat dospio jednom hotelu u „ruke“ potrebno je zadovoljiti 150 kriterija održivosti.

2015. godine ovo priznanje dodijelilo se Maistrinim hotelima: Monte Mulini, Lone i Eden u Rovinju. 2016. godine turističko naselje Belvedere u Vrsaru također dolazi do Travelife Gold certifikata se Maistrinim najboljim hotelima te time potvrđuje težnji ka upravljanju vlastitim društvenim, okolišnim i ekonomskim učincima. Primjerice hotel Monte Mulini koristi ekološki, klima uređaj i grijanje dok su sobe i apartmani opremljeni toplim i prirodnim materijalima.

---

<sup>36</sup>Travelife: *Standardi i kriteriji*, [https://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=standardsandcriteria&lang=hr](https://www.travelife.info/index_new.php?menu=standardsandcriteria&lang=hr), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

Slika 6: Temelj certificiranja Travelife



Izvor: Travelife: *Standardi i kriteriji*,

[https://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=standardsandcriteria&lang=hr](https://www.travelife.info/index_new.php?menu=standardsandcriteria&lang=hr) (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

Ove godine, 2019. velik broj, 16 Valamarovih hotela zaslužio je prestižni Travelife Gold Award certifikat: Valamar Diamant 4\*, Valamar Crystal 4\*, Valamar Rubin 3\*, Valamar Isabella 4\*, Valamar Zagreb 4\*, Valamar Club Tamaris 4\*, Valamar Riviera 4\*, Hotel & Casa Valamar Sanfior 4\*, Valamar Bellevue 4\*, Allegro 3\*, Miramar 3\*, Valamar Koralj Romantic 3\*, Valamar Dubrovnik President 5\*, Valamar Lacroma Dubrovnik 4\*, Valamar Argosy 4\* i Valamar Pinia 3\*. Navedeni hoteli očigledno su zadovoljili zahtjevne kriterije Travelife-a, što dokazuje koliko su Valamarovi hoteli održivi. Redovno, Valamar hoteli svake godine, sve više teže održavanju okoliša, ravnomjernom raspodjelom resursa, velikoj posvećenosti radnicima, njihova motivacija i briga o dobrim radnim uvjetima i zdravoj atmosferi. Vjeruje se da će hoteli nastaviti sa zasluživanjem mnogobrojnih certifikata te da će kontinuirano ulagati u održivo poslovanje hotela ali i cijele društvene zajednice.

Slika 7: Travelife Gold certifikat



Izvor: Gold Hotels, <http://www.goldhotels.com.tr/goldcity/travelife-gold-award/>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

Zaključno, ovaj certifikat dodjeljuje se samo izvrsnim hotelima, koji za cilj imaju visoke kriterije, a to su briga o okolišu, resursima, pravilno upravljanje energijom i vodama te poštivanje svih zaposlenika ali i dionika u zajednici, odnosno vođeni su društvenim odgovornim poslovanjem.

#### *3.6.4. Sustainable Hotel*

Prema ranije spomenutoj Strategiji održivog razvoja do 2020. godine u kojoj je jedan od ciljeva povećanje konkurentnosti RH poboljšanjem kategorizacije smještajnih objekata, a jedan od načina do realizacije istog je uvođenje novih praksi, održivo-zeleno poslovanje. Osnovni kriteriji za zeleni hotel obuhvaćaju smanjenje potrošnje energije, upotrebu obnovljivih izvora energije, smanjenje emisije stakleničkih plinova, solarni paneli i drugo. Također ono što se može primijeniti su štedna te LED-rasvjetna tijela, rasvjeta koja reagira na senzor pokreta u cijelom objektu i izvan njega. Ukoliko se ručnici koriste više puta time se smanjuje način korištenja vode, isti učinak imat će i prikupljanje kišnice za pranje i zalijevanje cvijeća. Nadalje, recikliranje otpada itekako doprinosi održivosti hotela ali i cijeloj zajednici.

UPUHH je 2013. godine osmislio pilot projekt „Zeleno poslovanje u hotelijerstvu“. Glavni cilj projekta je navesti kriterije prema kojem će se definirati zeleni hoteli te uvođenje zelenog poslovanja u odabranih 20 hotela koji su se odlučili pridružiti istom projektu kako bi se poboljšao hrvatski turizam, odnosno podigla razina konkurentnosti hrvatskog turizma kojeg financira MINT. Primarni cilj je stvoriti zajedništvo ekonomije, okoliša te socijalne dobrobiti.<sup>37</sup>

Projekt se provodi u devet skupina: upravljanje održivošću, nabava, prodaja, marketing i PR, okoliš, energentska učinkovitost i ljudski potencijal. U početnoj fazi bile su organizirane radionice gdje su objavljeni podatci hotela o potrošnji energije i vode, otpadu, emisiji CO<sub>2</sub> i prijedlozima o uštedi nastalih troškova. Također, svi sudionici ovog projekta imali su besplatnu edukaciju o zelenom poslovanju, politici takvog poslovanja, kako educirati osoblje i sl.

U sljedećoj fazi predstavnici hotela trebali su osmisliti svoj akcijski plan od tri do pet mjeseci. Nakon realizacije slijedila je detaljna analiza istih. Plan ovog projekta je pridruživanje i provođenja ovakve prakse kako bi se hrvatski turizam popeo na onu ljestvicu koju svi priželjkjuju.

Godine 2013. u pilot projektu bili su uključeni slijedeći hoteli: zagrebački hoteli Astoria, DoubleTree by Hilton, Tomislavov dom, Palace i Esplanade, Sport iz Ivanić Grada, Maestral i Feral iz sastava Lagune Novigrad, Bluesun hotel Berulia iz Brela, Phoenix iz Sesveta, Kimen iz Cresa, Well u sklopu Terma Tuhelj u Tuheljskim Toplicama, Borovnik iz Tisnog, Padova iz sastava rapskog Imperiala, Vitality Punta iz sastava malološinjske Jadranka Hoteli, Valamarovi hoteli Sanfior u Rapcu te Koralj na Krku, Turist u Varaždin, Kaštel Motovun u Motovunu te ladera iz Punta Skala Resorta u Petrčanima kod Zadra i Hotel ladera Zadar/Petrčane.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup>Prema: Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske: *Projekt Zeleno poslovanje u hotelijerstvu*, <https://www.upuhh.hr/hr/projek-ti/zeleno-odrzivo-poslovanje/odrzivi-hoteli/item/27-projekt-zeleno-poslovanje-u-hotelijerstvu-udruga-poslodavaca-u-hotelijerstvu-hrvatske>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

<sup>38</sup>Prema: Održivi turizam: *Zeleni certifikat*, <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=233>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)



Slika 8: Oznaka certifikata Sustainable Hotel certifikat UPUHH



Izvor: Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske: *Projekt Zeleno poslovanje u hotelijerstvu*, <https://www.upuhh.hr/hr/projek-ti/zeleno-odrzivo-poslovanje/odrzivi-hoteli/item/27-projekt-zeleno-poslovanje-u-hotelijerstvu-udruge-poslodavaca-u-hotelijerstvu-hrvatske>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

Hoteli kojima je uručen UPUHH-ov Sustainable Hotel certifikat 2015. koji su podijeljeni prema tri kategorije su:

„Basic kategorija“:

1. Hotel Katarina, Hotel Katarina 2009 d.o.o.
2. Grand Hotel Orebić, Laguna Novigrad d.d.
3. Hotel Carolina, Imperial d.d.
4. Hotel Meliá Coral, Istraturist Umag d.d.
5. Hotel Sol Garden Istra, Istraturist Umag d.d.
6. Hotel Sol Umag, Istraturist Umag d.d.
7. Valamar Zagreb Hotel, Valamar Riviera d.d.
8. Valamar Bellevue Hotel & Residence, Valamar Riviera d.d.
9. Panorama Zagreb Hotel, HUP Zagreb d.d.
10. Hotel Jadran, HUP Zagreb d.d.
11. Hotel Ilirija, Ilirija d.d.
12. Hotel Osijek, Centar Škojo d.o.o.

„Advanced kategorija“:

1. Royal Princess Hotel, Importanne Resort d.o.o.
2. Hotel Spa Golfer, Toplice Sveti Martin d.d.
3. Sheraton Zagreb Hotel, HUP Zagreb d.d.
4. The Westin Zagreb, HUP Zagreb d.d.
5. Family Hotel Vespera, Jadranka hoteli d.d.
6. Wellness Hotel Aurora, Jadranka hoteli d.d.

„Superior kategorija“:

1. Hotel Bellevue, Jadranka hoteli d.d.
2. Valamar Dubrovnik President Hotel, Valamar Riviera d.d.<sup>39</sup>

### 3.6.5. *Europska unija Ecolabel*

EU Ecolabel predstavlja znak ekološke visoke kvalitete a osnovan je 1992. godine te je isti prepoznat u cijeloj Europi i svijetu. Znak potiče distributere i proizvođače na izbjegavanje velike količine otpada i CO<sub>2</sub> te potiče tvrtke na proizvodnju onih proizvoda koji se kasnije mogu reciklirati.

U pravilniku o znaku zaštite okoliša Europske unije -EU Ecolabel piše: „*Program dodjele EU Ecolabel je dobrovoljni instrument zaštite okoliša namijenjen promociji proizvoda i usluga s manje nepovoljnim utjecajem na okoliš tijekom cijelog životnog ciklusa u usporedbi sa sličnim ili istim proizvodima i uslugama iz iste skupine.*“<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup>Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske: *Projekt Zeleno poslovanje u hotelijerstvu*, <https://www.upuhh.hr/hr/projek-ti/zeleno-odrzivo-poslovanje/odrzivi-hoteli/item/27-projekt-zeleno-poslovanje-u-hotelijerstvu-udruga-poslodavaca-u-hotelijerstvu-hrvatske>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

<sup>40</sup>MZOIP: *Pravilnik EU Ecolabel* [http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014\\_09\\_110\\_2120.html](http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_09_110_2120.html), (pristupljeno, 12. srpnja, 2019.)

Dakle, EU znak je dobrovoljan instrument, a „provodi se prema Zakonu o zaštiti okoliša (»Narodne novine«, broj 80/2013) te u skladu s Uredbom (EZ) br. 66/2010 Europskog parlamenta i Vijeća od 25. studenoga 2009. o znaku za okoliš EU-a, SL L 27, 30. 1. 2010.

Europska komisija navodi šest razloga za odlučivanje o EU Ecolabel znaku zaštite okoliša:

1. „Na razini B2C-a , povećana svijest o prednostima ekološki prihvatljivih proizvoda stvara povoljnu klimu za zeleno tržište jer potrošači sve više razmišljaju o kupnji ekološki prihvatljivih proizvoda.
2. Javni nabavljači na razini B2B-a suočavaju se sa sve većim pritiskom da rade s proizvođačima proizvoda koji nose eko-oznake u skladu s ISO 14024 (tip I) kako bi ispunili zahtjeve nabave.
3. U procesu provjere ispunjavaju li proizvodi kriterije EU Ecolabel, možete pronaći načine na koje možete optimizirati svoje proizvode i proizvodne procese. To će povećati profitabilnost i ugled tvrtke, a vaš se brend istaknuti među drugim konkurentima.
4. Kriteriji su razvijeni kako bi se osiguralo da ih može zadovoljiti 10% do 20% proizvoda koji su trenutno na tržištu.
5. Posebni popusti za mala i srednja poduzeća, mikro poduzeća i podnositelje zahtjeva iz gospodarstava u razvoju olakšavaju ispunjavanje uvjeta.
6. Korak-po-korak objašnjenje procesa prijave čini program jednostavan i moguć. Programi sadrže i priručnike.“<sup>41</sup>

(Slika 9) dodjeljuje se kao dokaz poštivanja standarda zaštite okoliša te je isti dokaz kvalitete. Proizvodi i usluge s eko-oznakom EU Ecolabel imaju veću konkurentnost na tržištu te ih potrošači sve više kupuju i time proizvođači profitiraju.

Korisnici EU Ecolabel proizvoda mogu biti sigurni u logotip znaka EU Ecolabel jer svaki proizvod prođe zahtjevan postupak provjere njegovog utjecaja na okoliš u svim fazama životnog ciklusa. Elementi koji se uzimaju u obzir stručno su utemeljena i vode se na

---

<sup>41</sup>European Comission: *Environment*, [https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index\\_en.htm](https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

ekološki prihvatljiv način. Također, važno je pratiti i samu funkcionalnost proizvoda te osmisliti drugu opciju koja će možda u tom slučaju imati manje štetnog utjecaja na okoliš.

Slika 9: Oznaka Europske unije Ecolabel



Izvor: European Commission: *Environment*, [https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index\\_en.htm](https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

Od ožujka 2019. godine dodijeljeno je 1.575 licenci za 72.797 proizvoda i usluga dostupnih na tržištu, što pokazuje porast broja proizvoda / usluga sa znakom EU za okoliš od 88%. Grupe proizvoda za koje je zabilježen najveći rast broja proizvoda iz posljednjeg izvještajnog razdoblja (studenj 2018.) su: kopirni i grafički papir, papir za papir, boje i lakovi, tekstil.<sup>42</sup>

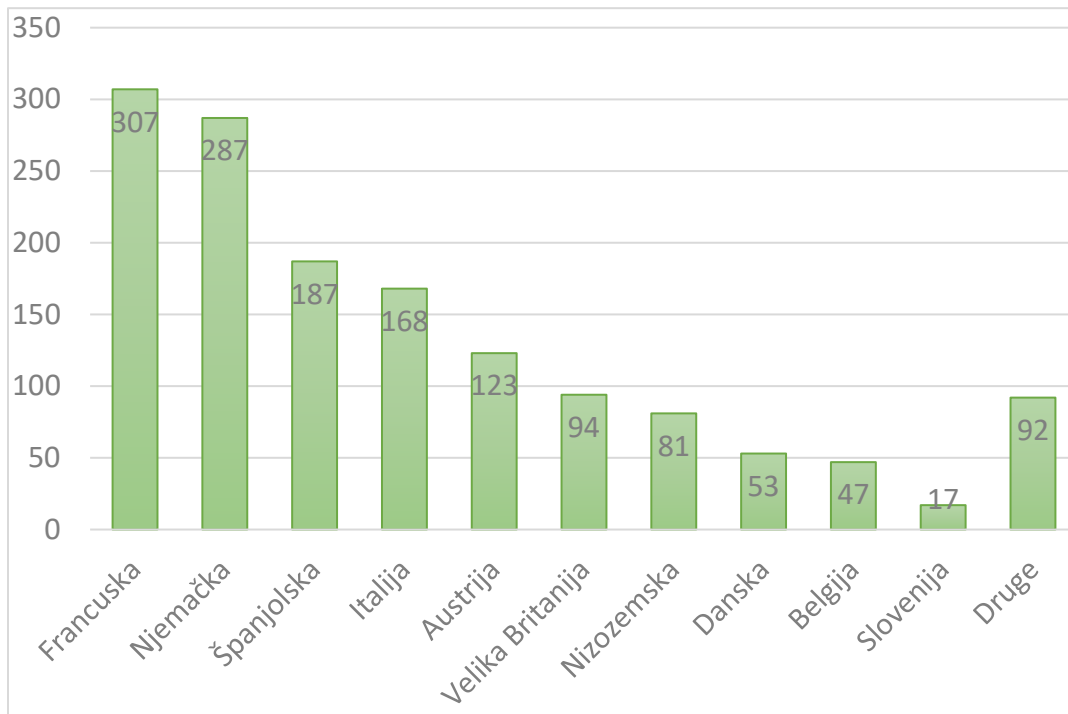
Od ukupnih dozvola u ožujku 2019. godine, većina proizvoda / usluga odnosi se na turističke i smještajne usluge (18%), proizvode za čišćenje tvrdih površina (17,5%) i papirne maramice (11%).

---

<sup>42</sup>European Commission: *Environment*, [https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index\\_en.htm](https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

Prema grafu 3 vodeće zemlje po broju nagrađenih proizvoda su kako slijedi: Francuska, Njemačka, Španjolska, Italije, Austrija, Velika Britanija te Nizozemska.

Graf 3: Europska Unija, Ecolabel po zemljama



Izvor: Samostalna izrada autorice prema European Commission: *Environment*, [https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index\\_en.htm](https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

Ministarstvo zaštite okoliša i energetike je nacionalno koordinacijsko tijelo za EU Ecolabel znak. Prvi znak u Hrvatskoj dodijeljen je 2016. godine direktoru pulske tvrtke Ecology 108 d.o.o. za deterdžent za pranje rublja EcoBianco.<sup>43</sup> Do sada je dodijeljeno 6 licenci za EU Ecolabel. Konkretno, 5 licenci za ukupno 17 proizvoda te 1 licenca za usluge 6 kampova.

2019. godine šest Valamarovih kampova dobilo je oznaku EU Ecolabel. Valamar je prva domaća turistička kompanija koja je dobila EU Ecolabel znak, to su: Istra Premium Camping Resort 5\* u Funtani, Ježevac Premium Camping Resort 4\* i Krk Premium Camping Resort 5\* na Krku, Lanterna Premium Camping Resort 4\* i Solaris Camping

<sup>43</sup>Prema: Ministarstvo zaštite okoliša i energetike: *Dodijeljen prvi znak zaštite okoliša EU Ecolabel u Hrvatskoj*, <https://mzoe.gov.hr/arhiva/vijesti-87/dodijeljen-prvi-znak-zastite-okolisa-eu-ecolabel-u-hrvatskoj/719>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

Resort 3\* u Taru te Orsera Camping Resort 3\* u Vrsaru.<sup>44</sup> Sada, ta oznaka u tim kampovima, gostima predstavlja kvalitetu i sigurnost ne samo poštivanja okoliša, nego i samih putnika.

Kako bi uopće dobili znak EU Ecolabel kampovi su morali biti jednaki sa mjerilima iz raznih područja, poput upravljanja, korištenja energije, racionalne potrošnje vode, smanjivanja i upravljanja otpadom i drugo. Vizija i cilj takvih mjerila je unapređenje obnovljivih izvora energije kako bi se smanjila upotreba energije, vode, količina otpada i poboljšao okoliš ali i životni standard.

---

<sup>44</sup>Valamar: *Društvena odgovornost*, <https://valamar-riviera.com>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)

## 4. ANALIZA ODABRANIH PRIMJERA DRUŠTVENO ODGOVORNIH HOTELA

Sljedeće poglavlje predstavlja analizu odabranih primjera održivih hotela u svijetu i Hrvatskoj. Prvi dio prikazuje hotele u svijetu, odnosno: Boutique Hotel Stadthalle u Beču u Austriji te Whitepod eco-luxury hotel u Švicarskoj. Hrvatski hoteli koji su odabrani pod kategoriju održivi hoteli su: Terme Sveti Martin i Hotel Split.

U nastavku slijedi preciznija analiza istih. Hoteli su odabrani prema kriteriju implementacije društvenog odgovornog poslovanja, vlasništvu (dva od četiri hotela pod obiteljskom su vlasništvu), zapošljavanju lokalnog stanovništva, odabranim certifikatima koji predstavljaju održivo poslovanje te prema ocjenama turističkih internetskih portala.

### 4.1. Boutique Hotel Stadthalle, Beč, Austrija

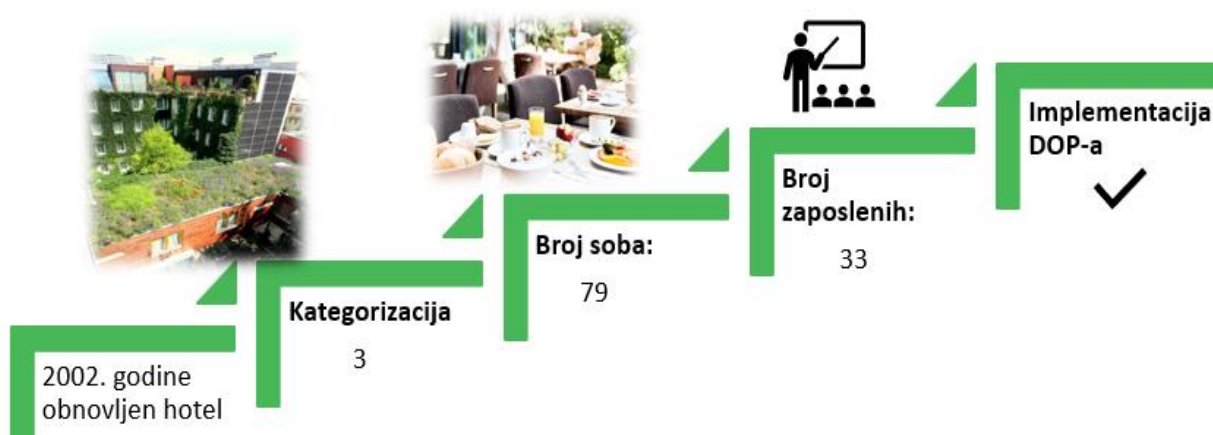
Radi se o obiteljskom hotelu, kategoriziranom s tri zvjezdice. Sadašnja vlasnica, Michaela Reitter nastavila je obiteljsku tradiciju te je 2002. godine obnovila hotel kada je raspolagao s 39 soba. Ubrzo nakon 5 godina, godine 2007. dolazi do vrlo intenzivnog repozicioniranja hotela u smjeru održivosti. Uz isti hotel dodana je nova, pasivna zgrada s 32 sobe i apartmanom te hotel trenutno nudi 79 soba, od kojih se 41 nalazi u glavnoj zgradi te 38 soba u zgradi do. (Slika 10)

Boutique Hotel Stadthalle zapošljava 33 djelatnika kojima je ponuđeno fleksibilno radno vrijeme, kontinuirana edukacija, mogućnost rotacije radnih mjesta kao i stalni poticaj na bavljenje sportskim aktivnostima.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup>Corporate Social Responsibility Report 2018, *Boutiquehotel Stadthalle Wien*, [https://www.hotelstadthalle.at/wp-content/uploads/2018/04/CSR-Report-2018\\_English.pdf](https://www.hotelstadthalle.at/wp-content/uploads/2018/04/CSR-Report-2018_English.pdf), (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Slika 10: Obilježja Boutique Hotel Stadthalle



Izvor: samostalna izrada autorice

Hotel postiže nultu energetska ravnotežu inteligentnim gospodarenjem energijom i kombiniranjem obnovljivih izvora energije. Strateška usmjerenost prema održivosti rezultirala je stjecanjem statusa prvoga hotela s nultom energetska bilancom u svijetu.

Temeljem implementacije fotonaponskog sustava, primijenjenim načelima pasivnih zgrada, toplinskoj aktivaciji betonske jezgre, inteligentnom sustavu navodnjavanja vrta i polja lavande na krovu, kao i zelenoga pokriva pročelja, hotel je u mogućnosti proizvesti dovoljno energije za vlastite potrebe.

Hotel implementira načelo upcycling od 2014. godine. Riječ je o ponovnoj upotrebi proizvoda na potpuno novi, inovativan i diferentni način sa svrhom smanjenja potrošnje energije i resursa, smanjenja potrebe nabavke novih proizvoda i smanjenju troškova zbrinjavanja otpada. Sredstva za čišćenje su biorazgradiva te se koriste u vrlo minimalnim količinama. Sve navedeno ukazuje na svrsishodnu implementaciju načela kružne ekonomije.<sup>46</sup>

<sup>46</sup>Reitterer, M. (2015): *CSR Report 2014, Boutiquehotel Stadthalle, Wien*, <https://www.hotelstadthalle.at/en/sustainability/corporate-social-responsibility/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)



Slika 11: Pogled na hotel Boutique Hotel Stadthalle



Izvor: Boutiquehotel Stadthalle: *Boutiquehotel Stadthalle- das erste Null-Energie-Bilanz Hotel Europas*, <https://www.hotelstadthalle.at>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Hotel pridonosi implementaciji DOP-a u lokalnoj zajednici te isto tako estetici okoliša. Teži kupovini lokalnih i regionalnih ekoloških poljoprivrednih proizvoda, tkanina od ekološkog pamuka, itd. Također, djeluje u nizu projekata, npr. WWF sat za planet Zemlju, Akcija za održivu Austriju i brojnim drugim projektima.

Što se tiče vrsta smještajnih jedinica hotel nudi sljedeće vrste, a cijene su navedene po noćenju za rujna, 2019. godine prema extranetu Booking-a:

- Standard soba 1/2 – 888,00 kn
- Soba Comfort s pogledom na vrt 1/2 – 1.260,00 kn
- Superior soba 1/2 - 1.336,00 kn
- Suite junior 1/2 – 1.488,00 kn.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup>Booking: *Boutiquehotel Stadthalle*, (pristupljeno, 05. rujna, 2019.)

<https://www.booking.com/hotel/at/boutique-stadthalle.hr.html>

Osim navedenih soba hotel nudi i sobe za jednu osobu, za tri osobe ili više. Važno je napomenuti da cijene variraju iz dana u dan ovisno o potražnji za istima. Kada bi uspoređivali navedene cijene sa cijenama drugih hotela koji nisu održivi i ne provode nažalost implementaciju DOP-a cijene bi bile skoro identične. Stoga, bolja opcija je rezerviranje održivog hotela pri kojoj pridonosimo blagostanju resursa i dobrobiti zajednici. Usluga kvalitete pružena u hotelu je vrlo visoka, što potvrđuju ocjene turističkih internetskih portala Tripadvisor (u posljednjih pet godina prosjek je 4,5/5) te Booking-a (u istom razdoblju prosječna ocjena je bila 9,1/10).<sup>48</sup>

Hotel je za odgovorno poslovanje stekao brojne nacionalne i međunarodne nagrade i priznanja. U nastavku se navodi samo nekoliko odabranih nagrada. Radi se o prvom hotelu u Beču koji je stekao Europsku ekološku oznaku (EU Ecolabel) kao i ekološku oznaku Austrije za kvalitetu i očuvanje okoliša.<sup>49</sup>

2009. dobili su nagradu za zaštitu okoliša grada Beča. 19. studenog 2009.: Michaela Reitterer i tim iz Boutiquehotela Stadthalle dobili su Austrijsku državnu nagradu za turizam. 4. prosinca 2009: prvi hotel s energetske bilancama koji je dobio ekološku nagradu ÖGUT u kategoriji „Posebna nagrada Monika-Polster za korporativnu zaštitu okoliša.”<sup>50</sup> Ministrica okoliša Niki Berlakovich uručila im je 8. studenog 2010. nagradu za zaštitu klime za 2010. godinu u kategoriji "Poljoprivreda i trgovina".

Godine 2015. hotel je nagrađen priznanjem Green Hotelier Award 2015 kojim je proglašen najodrživijim hotelom Europe. Hotel je 2016. godine stekao i nagradu Green Brand kojom se vrednuje promicanje ekološke održivosti i smanjenju posljedica klimatskih promjena. U svibnju 2018. godine hotel je dobio nagradu Tripadvisor certifikat izvrsnosti.

Godine 2017. i 2018. hotelu je dodijeljena Zlatna nagrada HolidayCheck.<sup>51</sup> Nagrada se dodjeljuje hotelima koji su dobili nagradu HolidayCheck najmanje 5 uzastopnih godina i

---

<sup>48</sup>Booking: *Boutiquehotel Stadthalle*, <https://www.booking.com/hotel/at/boutique-stadthalle.hr.html> (pristupljeno, 05. rujna, 2019.)

<sup>49</sup>Österreichisches Umweltzeichen: *Vision*, <https://www.umweltzeichen.at/de/home/start>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

<sup>50</sup>ÖGUT: *Shaping the future together*, <https://www.oegut.at/en/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

<sup>51</sup>Holiday Check: *Die beliebtesten Hotels mit dem Gold Award*, <https://www.holidaycheck.de/holidaycheck-award/goldaward>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

dosljedno primaju izvanredne ocjene. Nagrada jamči za izvrsnu uslugu i zadovoljstvo kupaca na najvišoj razini. Sve navedeno ukazuje da se radi o uistinu izvrsnom primjeru dobre prakse koji potvrđuje da implementacija DOP-a donosi brojne poslovne koristi, osobne koristi za zaposlenike i goste te društvene koristi po lokalnu zajednicu i okoliš.

## 4.2. Whitepod eco-luxury hotel, Švicarska

Whitepod nalazi se iznad sela Cerniers u Valaisu, u Švicarskoj, u podnožju Dents-du-Midi. Od otvaranja ovog luksuznog hotela 2004. godine, cilj Whitepoda je dokazati da gostoprimstvo i očuvanje okoliša mogu postojati kako bi stvorili jedinstveno, pozitivno i kvalitetno iskustvo. Uporaba energije i vode je kontrolirana te se otpad reciklira, a istovremeno se i potiče lokalna kupovina. Osoblje živi u blizini i pješachi do posla jer je prijevoz motornim vozilima ograničen. Gosti spavaju u tzv. „podu“, odnosno kupoli na visini od 1400m koju je grijala peć na pelete, okrenuta prekrasnom pogledu.

Slika 12 prikazuje osim godine osnivanja, broj zaposlenih, odnosno sa samo 17 radnika pokrivaju 15 bungalova/kupola. Također implementacija DOP-a se ne dovodi u pitanje, jer sve navedeno u daljnjem tekstu potvrđuje održivo poslovanje.

Slika 12: Obilježja Whitepod hotela



Izvor: samostalna izrada autorice

Kupole koje podsjećaju na svemirske stanice, smještene su pod zastavu ekološkog dizajna i održivog luksuza. Svaka soba ima privatnu panoramsku platformu i kadu, grijana je u peći na pelete i povezana s izvorskom vodom. Ukupno ima 15 kupola i sve su iste veličine, promjera 7m, površine 40 m<sup>2</sup>, visina stropa 4,3 m te 220 kg po kupoli.<sup>52</sup>

Kupole su napravljene s niskom potrošnjom energije, a zahvaljujući odsutnosti kutova, unutarnji protok zraka je kontinuiran. Za cirkulaciju zraka potrebno je manje energije i održavanje stabilne temperature. Energija potrebna za zagrijavanje ili hlađenje kupole je oko 30% manja nego za uobičajenu zgradu. Svojstvena stabilnost trokuta u kombinaciji s povoljnim omjerom volumen-površina čine podlogu ekološkom.

Zanimljivost ovog hotela je mijenjanje boja kupola u skladu s godišnjim dobom: bijela zimi, zelena ljeti. Također, otkupljuju skupni otpad radi smanjenja količine ambalaže. Strogo se drže politike sortiranja organskog i anorganskog otpada. Glede ugostiteljstva vodi se briga o lokalnom stanovništvu na način da se od njih kupuje vino, meso, riba i drugi proizvodi. Isto tako, koriste 100% biorazgradive proizvode za čišćenje. Sve navedeno potvrđuje implementaciju DOP-a.

Kako bi se smanjila potrošnja energije i vode djeluje se na način:

- korištenje zatvorenih kamina kako bi se usporila potrošnja drva
- Kupnja električnih uređaja klase A
- Ugradnja tajmera na bojlerima
- Ugradnja uštede vode na tuš glave i slavine
- Korištenje izvorske vode
- Grijanje mahuna drva iz šuma
- Pelete grijanje u kućici
- Ograničenje noćne rasvjete.

---

<sup>52</sup>Whitepod: *Concept*, <https://www.whitepod.com/concept/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Slika 13: Pogled na Whitepod ecoluxury hotel



Izvor: Whitepod: *Concept*, <https://www.whitepod.com/concept/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Vrste smještajnih jedinica i cijena po noćenju u rujnu, 2019. godine:

- Bungalov - 2.405,00 kn
- Bungalov Deluxe - 3.357,00 kn
- Švicarski bungalov suite – 5.123,00 kn
- Bungalov suite u šumi – 5.123,00 kn
- Obiteljski bungalov – 2.704,00 kn.<sup>53</sup>

Cijena ovog hotela dosta se razlikuju od prethodnog primjera. Ipak, treba uzeti u obzir da je prethodni hotel iz Beča obiteljski hotel sa 3 zvjezdice, dok se Whitepod hotel nalazi okružen prekrasnom prirodom, sadržaj je potpun te predstavlja luksuz. Usluga kvalitete pružena u hotelu je vrlo visoka kao i na prethodnom primjeru, što prikazuju ocjene turističkih internetskih portala Tripadvisor, ocjena 4,5/5 u 2019. godini. Također prema ocjeni Bookinga popeli su se na najviše mjesto sa ocjenom 9,3/10. To znači da je ovaj hotel dobio Tripadvisor-ov certifikat izvrsnosti. Uz navedeni certifikat, Whitepod ponosno drži svoju značku GreenLeaders Bronze level.<sup>54</sup> Kao i za prethodni primjer za spomenuti hotel reći će se da je zaista primjer dobre održive prakse koji pridonosi lokalnoj zajednici, društvu, samim zaposlenicima, okolišu i dr.

### **4.3. Terme Sveti Martin**

Terme Sveti Martin nalaze se u Međimurju te su poznate kao posebna destinacija u kontinentalnoj Hrvatskoj. Terme Sveti Martin nude wellness za opuštanje, sport, aktivni odmor te za poslovne partnere omogućuju razne kongrese. Cijeli Resort sastoji se od kompleksa unutarnjih bazena sa termalnom vodom, ljetni aquapark, wellnes centar i gastronomski punktovi. Isto tako Resort čini i golf teren sa 9 rupa i zagrijanim greenovima od umjetne trave koji u konačnici ima učinak smanjenje upotrebe pesticida, odnosno ima učinak na očuvanje lijepe naše. Dakle, Resort čine Apartmani Regina sa 120 apartmana,

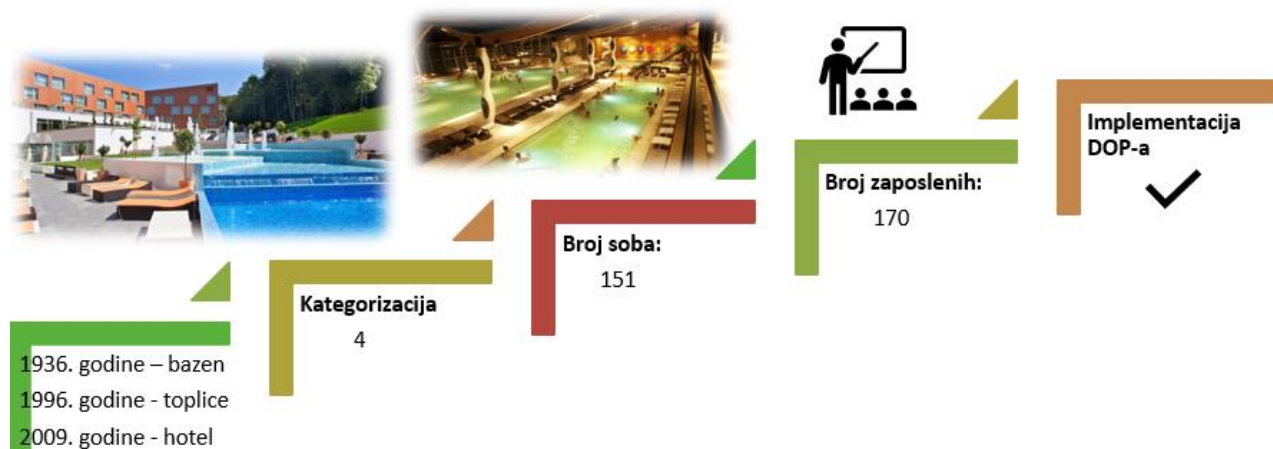
---

<sup>53</sup>Booking: *Whitepod ecoluxury hotel*, [www.booking.com](http://www.booking.com), (pristupljeno 05. rujna, 2019.)

<sup>54</sup>Tripadvisor: *Whitepod ecoluxury hotel*, [https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g1113403-d522000-Reviews-Whitepod\\_Eco\\_Luxury\\_Hotel-Monthey\\_Canton\\_of\\_Valais\\_Swiss\\_Alps.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g1113403-d522000-Reviews-Whitepod_Eco_Luxury_Hotel-Monthey_Canton_of_Valais_Swiss_Alps.html), (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

a od 2009. godine dodan je Hotel s kategorizacijom četiri zvjezdice pod nazivom „Spa Golfer“. Hotel Spa Golfer sadrži 320 kreveta, odnosno 151 sobu. Uz hotel ponuđen je luksuzni wellness centar.<sup>55</sup>

Slika 14: Obilježja Terme Sveti Martin



Izvor: samostalna izrada autorice

Slika 14 prikazuje mali dio povijesti Terma, 1936. godine nastaje drveni bazen jer je lokalno stanovništvo otkrilo ljekovitu vodu. 1996. godine uređuju se bazeni, objekti, restoran i dr. Od 2003. toplice su nose ime Toplice Sveti Martin te idućih godina doživljavaju intenzivno razdoblje poslovno turističkog razvoja. 2009. godine dodan je Hotel kako je već navedeno.

Sam slogan „Svijet zdravih užitaka“ govori o brizi i pozitivnom utjecaju na goste i zaposlenike ali i na okoliš. Terme su nedavno krenule u projekt „Zelene terme“ koji čini više od nekoliko elemenata realiziranih diferentnih certifikata i standarda kako bi uspjeli djelovati zeleno i održivo u svom poslovanju.

Trenutni broj stalno zaposlenih radnika iznosi oko 170, dok se većina nalazi na području iste županije, dakle Terme Sveti Martin u istoj županiji zapošljavaju najviše radnika. Radnici se često educiraju i prolaze kroz razne radionice i projekte koji se obavljaju u

<sup>55</sup>Terme Sveti Martin: *Zeleno poslovanje*, <https://www.termesvetimartin.com/hr/o-nama/zeleno-poslovanje>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Hrvatskoj ali isto tako i van Hrvatske. Dakle, zaposlenici su ključni za zeleno poslovanje kako bi isto postalo održivo.

Slika 15: Terme Sveti Martin



Izvor: Terme Sveti Martin: *Zeleno poslovanje*, <https://www.termesvetimartin.com/hr/o-nama/zeleno-poslovanje>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Strateški cilj Terma su svesti negativan utjecaj na okoliš na minimum. Isto nastoje postići temeljem kontinuiranim učenjem osoblja i gostiju. Između ostaloga rade na projektu energetske učinkovitosti s težnjom smanjena emisija stakleničkih plinova iz stacionarnih uređaja za loženje. Otpad se reciklira i time uvelike pridonose okolišu jer smanjuju količinu miješanog otpada koji se, nažalost ne može reciklirati. Osim recikliranja otpada, modernizirali su se te su uveli korekciju pH vrijednosti vode u bazenima pomoću ugljičnog dioksida, što znači da su istom inovacijom maknuli iz procesa sumpornu kiselinu.

Ciljevi Terme Sveti Martin:

- zapošljavati i educirati lokalno stanovništvo
- Kontinuirano unapređivati energetska učinkovitost tvrtke
- Koristiti samo prirodna sredstva u održavanju zelenih površina
- Kontinuirano smanjivati količine neselektivnog otpada
- Koristiti čim više materijala koji se mogu reciklirati



- Maksimizirati korištenje lokalno uzgojenih namirnica u pripremi hrane
- Povećati suradnju s lokalnim dobavljačima hrane i pića
- Biti maksimalno involviran u razvoj lokalne zajednice kao turističke destinacije
- Maksimalno uključivati lokalnu zajednicu u razvoj Resorta
- Educirati osoblje i goste.<sup>56</sup>

Terme nude nekoliko smještajnih jedinica, a neke od njih su:

- Superior soba ½ - 802,00 kn
- Premium soba ½ - 1.052,00 kn
- Obiteljska soba – 1-177,00 kn
- Suite Deluxe s balkonom – 1.540,00 kn.<sup>57</sup>

Prikazane jedinice predstavljaju cijene u rujnu, 2019. godine. Cijene nisu fiksne, nego ovise o potražnji te se iste mijenjaju svakodnevno na extranetu Booking-a. Cijene su prihvatljive i može ih se usporediti sa prvim primjerom, hotelom iz Beča, koji ima približne cijene kao i slične sadržaje. Razlika između ova dva hotela prvenstveno je u kapacitetu, jer Terme broje duplo više soba kao i nekoliko puta više broja zaposlenih. Ipak i jedan i drugi hotel glede pruženih usluga i zadovoljstva svojih korisnika stoje jednako i to na visokoj razini, što je vidljivo iz njihovih ocjena sa turističkih portala. Prema Booking-u Terme bilježe ocjenu 8,7/10 koje predstavlja izvrsnost.

U suradnji sa HEP-om uvele su oznaku ZelEn (Slika 16) i to prve u Hrvatskoj kao takve. Riječ je o električnoj energiji koja se dobiva iz obnovljivih izvora, preciznije iz čak 26 certificiranih HEP-ovih hidroelektrana. Proizvod je namijenjen isključivo kupcima HEP Opskrbe koji su se u svom poslovanju odlučili za društveno odgovorno poslovanje, brigu o okolišu i korištenju energije iz obnovljivih izvora. Oznaka predstavlja doprinos smanjenju emisije CO<sub>2</sub> te daje jamstvo kako struja putuje iz obnovljivih izvora energije.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup>Terme Sveti Martin: *Zeleno poslovanje*, <https://www.termesvetimartin.com/hr/o-nama/zeleno-poslovanje>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

<sup>57</sup>Booking: *Terme Sveti Martin*, [www.booking.com](http://www.booking.com), (pristupljeno 05. rujna, 2019.)

<sup>58</sup>HEP: *Zelena energija*, <http://zelen.hep.hr/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Slika 16: ZelEn certifikat



Izvor: Terme Sveti Martin: *Zelena poslovanje*, <https://www.termesvetimartin.com/hr/o-nama/zeleno-poslovanje>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Certifikatom ISO 27001 Terme pokazuju svoju brigu za upravljanjem i zaštitom relevantnih informacija. ISO 27001 je jedini međunarodni standard nad kojim se može vršiti nadzor te koji definira zahtjeve za sustav upravljanja informacijskom sigurnošću (ISMS). Standard pomaže Termama da zaštite informacijsku imovinu i daje povjerenje svim zainteresiranim stranama, osobito korisnicima.<sup>59</sup>

Terme Sveti Martin zaslužile su certifikat ISO 50001:2011. Norma ISO 50001:2011 sastoji se od pravila i zahtjeva za upravljanje energijom bilo to u javnom ili privatnom sektoru.<sup>60</sup> Prema njihovoj procjeni, norma će imati utjecaj na oko 60%svjetske uporabe energije. Norma pridonosi boljem korištenju procesa i različitih drugih elemenata koja troše energiju, isto tako, potiču dobre prakse i upravljanje energijom. Sljedeća slika 15 prikazuje

<sup>59</sup>Information security Management: *ISO 27001*, <https://www.iso.org>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

<sup>60</sup>Energetsko certificiranje: *ISO 50001:2011*, <https://www.energetskocertificiranje.com.hr>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Certifikate sustava upravljanja kvalitetom, okolišem, energijom i informacijskom sigurnosti. Terme su također uvele i certifikat „Sustainable Hotel Certificate by UPUHH“ prikazano na slici 17. Certifikat se već nalazi u ovome radu u trećem poglavlju. Ovim certifikatom Terme potvrđuju održivo zeleno poslovanje.

Slika 17 : Certifikat Sustainable Hotel za Hotel Spa Golfer



Izvor: Terme Sveti Martin: *Zeleno poslovanje*, <https://www.termesvetimartin.com/hr/o-nama/zeleno-poslovanje>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Dobitnici su Halal certifikata koji osigurava da proizvodi i usluge namijenjene muslimanskoj populaciji udovoljavaju zahtjevima Islamskog zakona, ali sve više je konzumenata koji nisu muslimani, kao npr. u Velikoj Britaniji i Njemačkoj kao najvećim halal-tržištima u Europi. Uglavnom certifikat se primjenjuje na mesne proizvode i druge prehrambene proizvode kao što su mlijeko, konzervirana hrana i aditivi. Preciznije, za mesne proizvode Halal certifikat garantira da je meso životinja obrađeno posebnom tehnikom i da nije bilo u kontaktu s mesom drugih životinjama, osobito sa svinjetinom.<sup>61</sup>

<sup>61</sup>Hrvatska gospodarska komora: *Halal certifikat*, <https://www.hgk.hr/halal-certifikatom-do-vece-konkurentnosti-i-otvaranja-novih-trzista>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Također u objektu postoji stanica za besplatno punjenje e-automobila i e-bicikala (Slika 18). Time pokazuju da na isto održivo razmišljanje potiču i svoje goste. Ujedno, Terme Sveti Martin su prvi Bike Hotel u kontinentalnoj Hrvatskoj koji nudi potpunu infrastrukturu koja koristi rekreativnim ali isto tako i profesionalnim biciklistima.

Slika 18: E-automobili i e-bicikli



Izvor: Terme Sveti Martin: *Biciklizam*, <https://www.termesvetimartin.com/hr/aktivnosti/rekreacija-i-zabava/biciklizam-adria-bike-hotel>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

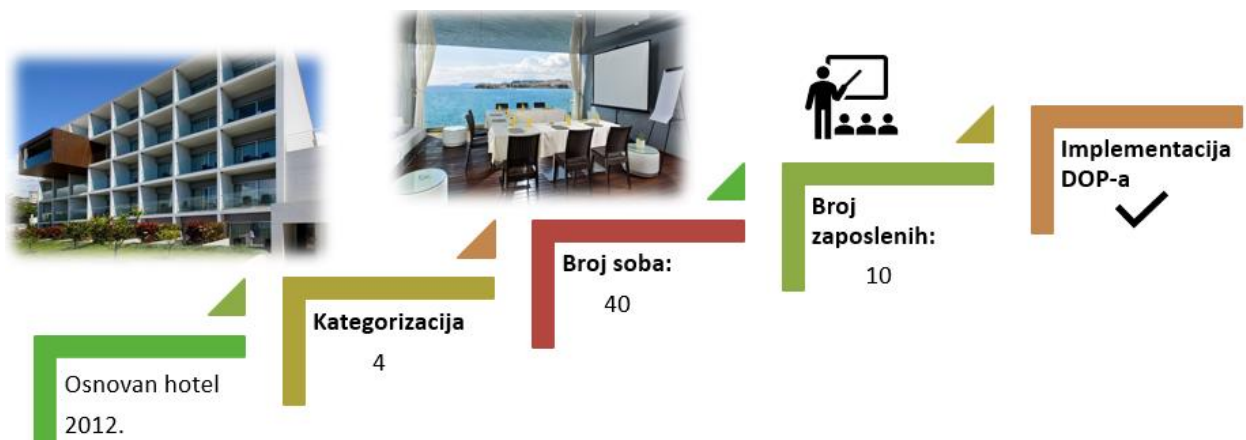
Zanimljivo je spomenuti njihov restoran Le Batat - prvi HEALTHY DINING restoran na Međimurskom području. U njemu možete kušati inovativna i zdrava jela, pripremljena isključivo od lokalnih namirnica. Isto tako važno je napomenuti da restoran i hotel koristi lokalne namirnice od lokalnih dobavljača, čak njih 20 nudi svoje zdrave i svježije namirnice. Namirnice se nabavljaju svako jutro te su one uvijek svježije. Nekolicina dobavljača istovremeno radi i u hotelu.

Primjećuje se da Terme Sveti Martin posluju na društveno odgovoran način što pokazuje više čimbenika, poput ponude svježim namirnicama koji se nude svaki dan od lokalnih dobavljača ili njihovim brojnim certifikatima. Ključ uspjeha ove tvrtke je sustavan, predan i timski pristup poslovnim izazovima.

#### 4.4. Hotel Split

Hotel Split nalazi se na u Splitu te pripada obiteljskom vlasništvu, obitelji Tomić. Hotel je dizajniran i izgrađen prema načelima zelene gradnje o čemu će biti riječ u ovom poglavlju. Izgrađeni hotel 2012. godine čekao je deset godina na građevinsku dozvolu. Ipak isti hotel zaslužio je priznanja za svoj izgled te ga je Londonsko društvo arhitekata smjestilo među one najljepše u RH.<sup>62</sup> Hotel je kategoriziran sa četiri zvjezdice, inovativan a sve odluke vezane za projekte donose se na održiv način u svrhu maksimiziranja iskorištenosti prostora te uštede energije. Slika 19 prikazuje obilježja dok slika 20 prikazuje izgled Hotela Split.

Slika 19: Obilježja Hotel Split



Izvor: samostalna izrada autorice

Obiteljski hotel Split sadrži 40 soba i 10 zaposlenih. Unatoč „malim“ brojkama provode implementaciju društvenog odgovornog poslovanja koji će se sukladno navedenim primjerima i dokazati.

<sup>62</sup>Hotel Split, <https://hotelsplit.com/hr/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Slika 20: Hotel Split



Izvor: Hotel Split, <https://hotelsplit.com/hr/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Na krovnoj terasi, s koje se vidi atrij, veliki otvoreni visoki prostor i do koje se dolazi panoramskim liftom, pruža nezaboravan pogled ali i noću, zahvaljujući LED rasvjeti koja troši vrlo malo struje i omogućuje mijenjanje boja što ovu terasu čini jedinstvenom.

Kad se govori o Hotelu Splitu kao zelenom hotelu, prva asocijacija je certificirani objekt energetskog razreda A, što ujedno predstavlja i jednog od prvih hotela A kategorije u Hrvatskoj. Hotel uključuje rezervoar za skupljanje kišnice koja se upotrebljava za zalijevanje zelenih površina, pranje parkinga, ceste, okoliša i šetnice. Također sadrže centralizirano upravljanje klimatizacijom, ventilacijom i rasvjetom. Također, važno je spomenuti njihovu cjelokupnu pripremu tople vode od 8,000 litara koja se grije pomoću sunčeve energije.<sup>63</sup> Navedeni zeleni hotel vodi strogu brigu o recikliranju te su kante za isto smještene na pravim lokacijama, dok su sva sredstva za čišćenje biorazgradiva, a higijenski proizvodi pH neutralni sa garancijom ekoloških certifikata. Rasvjeta je projektirana s LED tehnologijom dok se u samoj proizvodnji i samom poslovanju koriste i

---

<sup>63</sup>Hotel Split, <https://hotelsplit.com/hr/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

troše eko reciklirani materijali. U hotelu nije dozvoljeno pušenje te svaka soba jamči smanjenje potrošnje energije jer ista ima instalaciju „pametne sobe“.

Slika 21: Uređena plaža hotela Split



Izvor: Hotel Split, <https://hotelsplit.com/hr/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

Isto tako sam hotel pomaže lokalnoj zajednici time što sam djeluje lokalno, čisteći plaže (slika 21), more, jezera i rijeke na nacionalnoj razini. Glede gastronomije, nudi se hrana iz lokalnog uzgoja i kontroliranog podrijetla. Zaposlenike i goste se potiče na korištenje stepenica u što većoj mjeri, kao oblik tjeleovježbe, ali i smanjene potrošnje energije za pokretanje dizala. Hotel Split upravljajući zelenim poslovanjem pokazuje svojim zaposlenicima o istome te vjeruje da isto prenosi i svojim gostima kao i lokalnom stanovništvu. Hotel Split zaslužio je oznaku kvalitete “Central Dalmatia Bike & Bed” s kojom nude razne sadržaje i ture.

Hotel Split nudi dvije vrste soba:

- Superior soba – 1.213,00 kn
- Deluxe soba – 1.820,00 kn.<sup>64</sup>

Navedene cijene su sa extraneta Booking-a te nisu fiksne. Također, cijene su prikazane za rujna, 2019. godine. Kvaliteta usluge pružena u hotelu je vrlo visoka, što potvrđuju

---

<sup>64</sup>Booking: *Hotel Split*, [www.booking.com](http://www.booking.com), (pristupljeno, 05. rujna, 2019.)

ocjene turističkih internetskih portala Tripadvisor (2018. godine prosjek ocjena je 4,5/5), Booking.com (u istom razdoblju prosječna ocjena je bila 8,9/10) te HolidayChecku 6/6. Danas, 2019. godine ocjena na Bookingu iznosi 9,2/10, što znači porast zadovoljnih korisnika.<sup>65</sup>

Zaključno Hotel Split zaista djeluje na društveno odgovoran način i zasigurno je izvrstan primjer dobrog upravljanja zelenog hotela i zelene gradnje. Svim svojim djelovanjem i brojnim projektima koje doprinose ne samo poslovanju hotela na ekonomski način, već i na ekološki način, ujedno znači poticaj za zaposlenike i građane na isto održivo ponašanje, krećući od samog sebe kao pojedinca. Cilj održiva poslovanja ovog hotela jest kvalitetna usluga uz ekološki odgovorno poslovanje. Uspoređujući sva 4 odabrana hotela prema definiranim kriterijima, može se reći da su cijene prilično jednake, izuzev hotela iz Švicarske. Nakon Whitepod hotela, višu cijenu drži Hotel Split. Svi hoteli imaju visoke ocijene sa turističkih portala koje ocjenjuju sami gosti prilikom boravka u određenom objektu. Isto tako, svi provode društveno odgovorno poslovanje u smislu brige o zaposlenicima, edukaciji zaposlenika, lokalnog stanovništva, turista, radionicama, brige za okoliš, racionalno iskorištavanje resursa i dr.

Svi navedeni hoteli predstavljaju primjere dobre prakse koji će nastaviti svoj uspjeh odgovornog poslovanja prema analiziranim podacima. U konačnici društveno odgovorno poslovanje hotelijerima donosi dobit, smanjenje troškova, zadovoljstvo zaposlenika jer djeluju održivo što ujedno predstavlja i veću motivaciju te veću učinkovitost rada. Poslušajući odgovorno hotelijeri sklapaju više partnerstava na lokalnoj i nacionalnoj razini. Implementacijom DOP-a lokalno stanovništvo lakše pronalazi posao, motivirani su za rad jer su osviješteni o održivosti te su upoznati sa koristima koje ono donosi, poput povećanja blagostanja cijele zajednice te očuvanja okoliša i kulturnog bogatstva. Turisti se ovom praksom uče odgovornom ponašanju prema okolišu u određenoj destinaciji, odnosno postaju kulturološki osjetljiviji, poštuju lokalno stanovništvo te intenzivnije uče o kulturi stvarajući kontakt s lokalnim.

---

<sup>65</sup>Booking: Hotel Split, <https://www.booking.com>, pristupljeno (15. srpnja, 2019.)



#### 4.5. Kritički osvrt na odabrane hotele

U ovome radu omogućen je pregled primjera nekoliko održivih hotela u svijetu i u Hrvatskoj koji doprinose rastu, razvitku i poboljšanju društvene zajednice kroz racionalno korištenje resursa i očuvanja prirode. To potvrđuje Botique Hotel Stadthalle koji proizvodi vlastitu energiju koliko mu je potrebno, a sve zahvaljujući pravilnoj upotrebi energije koja postiže ravnotežu. Mnoštvo je inovacija u održivim hotelima a jedna od njih je i tzv. načelo upcycling koje provodi hotel u Beču. Nanovo korisno iskorišteni proizvodi koji doprinose smanjenju resursa te troškova zbrinjavanja otpada. Navedeno načelo asocira na projekt „The Story of Stuff“ u kojem se diskutira o ekonomiji materijala te našim ograničenim resursima. Spominje se korištenje previše nepotrebnih stvari kojim istovremeno nestaju resursi, a prema načelu koji se provodi u održivim hotelima ta činjenica bi se mogla umanjiti. Zapravo, svaki pojedinac bi se trebao uključiti u takve akcije, jer se u zadnja tri desetljeća, potrošila jedna trećina zemljinih prirodnih resursa. Resursi se velikom brzinom iskorištavaju, što potvrđuje gore navedena činjenica iz projekta. Društveno odgovorno poslovanje od velikog je značaja za svaki održivi hotel. Hotel u Beču i Terme Sveti Martin koriste proizvode od lokalnih dobavljača čime potiču razvoj poljoprivrede a u konačnici doprinose poboljšanju i rastu cijele zajednice. Terme Sveti Martin istovremeno zapošljavaju radnike iz svoje županije u hotelu a neki od njih ujedno su i njihovi dobavljači. Često provode edukacije svojih zaposlenika, kako bi dalje isto mogli prenositi na svoje goste s ciljem osvješćivanja o održivosti i brizi o destinaciji. Edukacije su značajne za njihove zaposlenike jer smatraju da su zaposlenici glavni „adut“ u održivom poslovanju. Zaposlenici prvi dolaze u kontakt s gostima, stoga je bitna njihova profesionalnost, uljudnost, ljubaznost, interkulturalna komunikacija kako bi gostu stvorio pozitivan početni doživljaj u destinaciji. Od velike je važnosti sudjelovanje lokalnih u donošenju odluka vezanih za održivu destinaciju, jer ukoliko lokalni budu držali do svoje kulture, percepcija turista znatno će se promijeniti. Održivi turizam i održivi hoteli te implementacija DOP- kreira sliku destinacije te isto može predstavljati dodanu vrijednost i time se razlikovati od konkurenata. U budućnosti hoteli će se boriti za retenciju i repeticiju gosta, no samo oni koji budu ustrajno pratili trendove i ispunjavali sva očekivanja gostiju moći će opstati na ovom tržištu.

## 5. ZAKLJUČAK

Turizam bi u budućnosti trebao znatno pridonositi gospodarskom rastu Republike Hrvatske i blagostanju njenih građana, pri tome se bazirajući na održivom korištenju kulturno-povijesnih i prirodnih potencijala te je održivi razvoj turizma prepoznat kao temelj razvoja turizma i kao glavna značajka gospodarskog blagostanja naše zemlje. Bitno je uvažavati turizam kao aktivnog usvojitelja novih inovacija u smislu zelenog poslovanja. Prioritet svih dionika u turizmu, vlade, lokalne zajednice i turista je voditi brigu o očuvanju okoliša i kulturnih dobara, koji predstavljaju neke od važnijih čimbenika atraktivnosti i privlačnosti turista za pojedinu destinaciju. Stoga održivi turizam, odnosno zajednica na mikrorazini te ministarstvo na makro razini treba voditi računa o zadovoljavanju potreba domicilnog stanovništva na društveno odgovoran način. Održivi turizam zadovoljava potrebe turista i lokalnog stanovništva prateći razinu zadovoljstva svojih potreba na odgovoran način, dok održivi hoteli prate i pridonose domicilnom stanovništvu da teže ka odgovornom korištenju resursa.

Srž hotelijerstva je neposredan kontakt gosta i zaposlenika. Prema tome prioritet održivih hotela su zadovoljni gosti i zaposlenici. Provođenje koncepcije DOP-a donosi brojne prednosti, a jedna važnija prednost je zadovoljstvo gostiju koji ocjenjuju takve hotele vrlo visoko, što mogu potvrditi i brojni certifikati koji su prezentirani u radu poput TripAdvisora kao certifikat izvrsnosti. Sljedeća prednost je prednost obnovljivih izvora energije koja je dugoročna jer se najvećim dijelom ona vraća putem investicija. Ali isto tako, ukoliko poslodavac ne želi krenuti s takvom gradnjom zbog velikih ulaganja, važno je razmotriti činjenicu da ukoliko se želi poslovati na održiv način, investicije ne moraju nužno biti velike. Može se krenuti malim koracima prema zelenom poslovanju koji će podizati ekološku svijest svih i poticati na održivo. Smatra se da je danas zelena gradnja velika konkurencija budućim novim hotelima. Zeleno poslovanje obuhvaća upotrebu obnovljivih izvora energije kao što je već navedeno po pitanju prednosti, recikliranje, kvalitetu i očuvanje okoliša, resursa i ljudi te druge relevantne elemente po tom pitanju. U radu je dan kritički osvrt na odabrane primjere dobre prakse zelenog poslovanja, odnosno održivih hotela koji implementiraju društveno odgovorno poslovanje. Poslodavcima

postaje jasnije kako je realizacija koncepcije održivog turizma i hotela jedino rješenje na duge staze za razvoj i rast našeg turizma koje će u konačnici donijeti blagostanje cijeloj zajednici. Održivi hoteli neposredno promiču održivo poslovanje u lokalnoj zajednici kroz sklapanje poslovnih partnerstava s lokalnim dobavljačima, temeljem kriterija odgovorne nabave. Isto tako, lokalne potiču na upotrebu lokalnih prirodnih resursa (vode, tla, sirovina) prema načelima kružne ekonomije. Održivi hoteli posredno djeluju na kvalitetu života društvene zajednice kroz planiranje i realizaciju javno-privatnih partnerstava temeljenima na načelima održivosti i sponzoriranjem lokalnih sportskih, kulturnih i umjetničkih društava. Održivi hoteli subvencioniranjem lokalnih programa i manifestacija te poticanjem turista na posjećivanje i aktivnost, pridonose interakciji turista i lokalnog stanovništva te interkulturalnoj komunikaciji. Spomenute aktivnosti i mjere s kojima održivi hoteli surađuju međusobno i time stvaraju vlastita partnerstva i ujedno promiču održivost u lokalnoj zajednici rezultiraju dugoročnim promjenama u stavovima, razumijevanju i ponašanju što u konačnici donosi korist sadašnjih i budućih generacija.

Održivi hotel prezentira se kao konzistentan, kompatibilan i kvalitetan hotel koji prati nove trendove u turizmu te potrebe turista. Vremenski period u održivim hotelima donosi sitne promjene koje će postepeno postati uočljive i isplative. Za održive hotele bitna je diseminacija znanja kako bi uvijek bili spremni reagirati na nove trendove i izazove te na njih odgovoriti kvalitetno, održivo i racionalno, korištenjem svih dopuštenih resursa.

## Popis literature

### a) Knjiga:

1. H. Muller, *Turizam i ekologija*, Zagreb, MASHMEDIA d.o.o., 2004.
2. M. Črnjar i K. Črnjar, *Menadžment održivog razvoja*, AKD, Zagreb, 2009.

### b) Internetski izvori:

1. Booking: *Boutiquehotel Stadthall*, <https://www.booking.com/hotel/at/boutique-stadthalle.hr.html> (pristupljeno, 05. rujna, 2019.)
2. Booking: *Whitepod ecoluxury hotel*, [www.booking.com](http://www.booking.com), (pristupljeno 05. rujna, 2019.)
3. Booking: *Terme Sveti Martin*, [www.booking.com](http://www.booking.com), (pristupljeno 05. rujna, 2019.)
4. Booking: *Hotel Split*, [www.booking.com](http://www.booking.com), (pristupljeno, 05. rujna, 2019.)
5. Corporate Social Responsibility Report 2018, *Boutiquehotel Stadthalle Wien*, <https://www.hotelstadthalle.at/wp-content/uploads/2018/04/CSR-Report-2018-English.pdf>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
6. Društveno odgovorno poslovanje, <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
7. Eko hoteli OMH, <http://www.omh.hr/hr/udruga/eko-hoteli-omh-74/74>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)
8. Europski sustav ekološkog upravljanja i neovisnog ocjenjivanja, <http://emas.azo.hr/>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
9. European Commission: *Environment*, [https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index\\_en.htm](https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)
10. Energetsko certificiranje: *ISO 50001:2011*, <https://www.energetskocertificiranje.com.hr>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
11. Globtour Event: *Travel Agency*, <https://globtour-event.hr/hr/about-us/>, (pristupljeno 05. srpnja, 2019.)

12. Green Brands, <http://www.green-brands.org/en/certificate/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
13. Hrvatska gospodarska komora: *Halal certifikat*, <https://www.hgk.hr/halal-certifikatom-do-vece-konkurentnosti-i-otvaranja-novih-trzista>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
14. HEP: *Zelena energija*, <http://zelen.hep.hr/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
15. Hotel Management, <https://www.hotelmanagement.net>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
16. Hotel Split, <https://hotelsplit.com/hr/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
17. Holiday Check, <https://www.holidaycheck.de/holidaycheck-award/goldaward>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
18. Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj, <https://www.hrpsor.hr>, (pristupljeno 05. rujna, 2019.)
19. Hrvatska gospodarska komora: *O projektu, Indeks DOP-a*, <https://dop.hgk.hr/>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
20. Hrvatska gospodarska komora: *Dobitnici Indeksa DOP-a*, <https://dop.hgk.hr/dobitnici/>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
21. Hrvatski zavod za norme: *HRN EN ISO 14000 - Upravljanje okolišem*, <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=53>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
22. Hrvatski zavod za norme: *HRN ISO 26000 - Društvena odgovornost*, <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=54>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
23. Information security Management, <https://www.iso.org>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
24. Maistra Hospitality Group, *Travelife Gold priznanje*, 2015. <https://www.maistra.com/hr/form/release/378>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)
25. Ministarstvo turizma: *Akcijski planovi*, [www.mint.hr](http://www.mint.hr), (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
26. Ministarstvo turizma: *Akcijski plan razvoja zelenog turizma*, [http://www.mint.hr/UserDocsImages/160715\\_AP\\_Zelenog\\_t.pdf](http://www.mint.hr/UserDocsImages/160715_AP_Zelenog_t.pdf), (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)

27. Ministarstvo turizma: *Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu*, [http://www.mint.hr/UserDocImages/010\\_160128\\_konkurentnost.pdf](http://www.mint.hr/UserDocImages/010_160128_konkurentnost.pdf), (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
28. Ministarstvo zaštite okoliša i energetike: *Znak zaštite okoliša eu Ecolabel za turizam*, [https://mint.gov.hr/UserDocImages//AA\\_2018\\_cdokumenti//7\\_Znak%20zastite%20okolisa%20EU%20Ecolabel%20za%20turizam.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocImages//AA_2018_cdokumenti//7_Znak%20zastite%20okolisa%20EU%20Ecolabel%20za%20turizam.pdf), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)
29. MZOIP: Pravilnik EU Ecolabel [http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014\\_09\\_110\\_2120.html](http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_09_110_2120.html), (pristupljeno, 12. srpnja, 2019.)
30. Održivi turizam: *12 ciljeva održivog turizma*, <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534>, (06. srpnja 2019.)
31. Održivi turizam: *Zeleni certifikat*, <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=233>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)
32. Odras: *Društveno odgovorno poslovanje*, <http://www.odraz.hr/media/21845/dop.pdf>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
33. Österreichisches Umweltzeichen, <https://www.umweltzeichen.at/de/home/start>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
34. ÖGUT, <https://www.oegut.at/en/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
35. Reitterer, M. (2015): CSR Report 2014, Boutiquehotel Stadthalle, Wien, <https://www.hotelstadthalle.at/en/sustainability/corporate-social-responsibility/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
36. Smartvatten: *Resources*, <https://resources.smartvatten.com>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
37. Small and friendly hotels of Croatia: *Hoteli*, <http://www.omh.hr/hr/udruga/eko-hoteli-omh-74/74>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)
38. Stottler T., *The Importance of Sustainability in the Hospitality Industry*, Dana Communications, In Hospitality, 2018.

- <https://www.danacomunications.com/importance-of-sustainability-in-the-hospitality-industry/>, (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
39. Sustainable development report (2018): Global Responsibilities Implementing The Goals,  
[https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2018/2018\\_sdg\\_index\\_and\\_dashboards\\_report.pdf](https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2018/2018_sdg_index_and_dashboards_report.pdf), (pristupljeno 10. srpnja, 2019.)
40. Terme Sveti Martin: *Zelena poslovanje*, <https://www.termesvetimartin.com/hr/otopina/zelena-poslovanje>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
41. Tomić D., *Projekti Ministarstva turizma i utjecaj na hrvatsko gospodarstvo*  
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/unipu%3A2025/datastream/PDF/view>,  
(pristupljeno 05. srpnja, 2019.)
42. Travelife,  
[https://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=home&lang=hr](https://www.travelife.info/index_new.php?menu=home&lang=hr), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)
43. TripAdvisor, *Wien*  
[https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g190454-d229702-Reviews-Boutiquehotel\\_Stadthalle-Vienna.html#REVIEWS](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g190454-d229702-Reviews-Boutiquehotel_Stadthalle-Vienna.html#REVIEWS)
44. Tripadvisor, *Whitepod*  
[https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g1113403-d522000-Reviews-Whitepod\\_Eco\\_Luxury\\_Hotel-Monthey\\_Canton\\_of\\_Valais\\_Swiss\\_Alps.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g1113403-d522000-Reviews-Whitepod_Eco_Luxury_Hotel-Monthey_Canton_of_Valais_Swiss_Alps.html),  
(pristupljeno 15. srpnja, 2019.)
45. UNWTO (2005.): Sustainable Development of Tourism, *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, UNEP and UNWTO, Madrid, str. 11-12,  
<http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>, (pristupljeno 01. srpnja 2019.)
46. United Nations Global Compact,  
<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission>, (pristupljeno 05. rujna, 2019.)
47. Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske: *Projekt Zelena poslovanje u hotelijerstvu*, <https://www.upuhh.hr/hr/projek-ti/zelena-odrzivo-poslovanje/odrzivi->

- [hoteli/item/27-projekt-zeleno-poslovanje-u-hotelijerstvu-udruge-poslodavaca-u-hotelijerstvu-hrvatske](#), (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)
48. Valamar: *Društvena odgovornost*, <https://valamar-riviera.com>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)
49. VIV, Travelife Gold Award certifikat za 16 Valamarovih hotela <https://vivblog.valamar-riviera.com/travelife-gold-award-certifikat-za-16-valamarovih-hotela/>, (pristupljeno 12. srpnja, 2019.)
50. Whitepod, <https://www.whitepod.com/concept/>, (pristupljeno 15. srpnja, 2019.)

c) Poglavlje u e-knjizi:

1. Rakitovac K., et. al. , *Održivi hoteli –promicatelji održiva razvoja u lokalnoj zajednici sustainable hotels – promoters of sustainable development in the local community*, U: Habuda-Stanić M., (ur.) *1st International Students' GREEN Conference*, Osijek Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, 2018, Dostupno na: e-Book\_of\_Abstracts\_CROSBI



## Popis slika

Slika 1: Održivi razvoj – usklađenje prirode, društva i ekonomije .....	4
Slika 2: Ciljevi održivog turizma .....	6
Slika 3. Održivi turizam nasuprot neodrživom turizmu .....	12
Slika 4. Koraci održivog razvoja.....	14
Slika 5: Znak „prijatelj okoliša“ .....	37
Slika 6: Temelj certificiranja Travelife .....	39
Slika 7: Travelife Gold certifikat .....	40
Slika 8: Oznaka certifikata Sustainable Hotel certifikat UPUHH .....	42
Slika 9: Oznaka Europske unije Ecolabel .....	45
Slika 10: Obilježja Boutique Hotel Stadthalle.....	49
Slika 11: Pogled na hotel Boutique Hotel Stadthalle.....	50
Slika 12: Obilježja Whitepod hotela .....	52
Slika 13: Pogled na Whitepod ecoluxury hotel.....	54
Slika 14: Obilježja Terme Sveti Martin .....	56
Slika 15: Terme Sveti Martin.....	57
Slika 16: ZelEn certifikat .....	59
Slika 17 : Certifikat Sustainable Hotel za Hotel Spa Golfer.....	60
Slika 18: E-automobili i e-bicikli .....	61
Slika 19: Obilježja Hotel Split.....	62
Slika 20: Hotel Split.....	63
Slika 21: Uređena plaža hotela Split.....	64

## **Popis tablica**

Tablica 1: Načela održivog turizma.....	9
---	---

## Popis grafova

Graf 1: Donošenje održivih odluka prema generacijama, 2018.-2019. ....	26
Graf 2: Preferencija smještaja putnika u održivim hotelima .....	27
Graf 3: Europska Unija, Ecolabel po zemljama .....	46

## **Sažetak**

Održivi turizam kroz svoju publikaciju nastoji poticati svijest drugih dionika o održivom razvoju turizma, daje važnost poštivanju lokalne zajednice te uključivanje svih dionika u proces donošenja odluka, odnosno napredak cjelokupnog društva koji će dovesti do blagostanja svih. Hoteli, kao ključni nositelji turističke ponude, suočavaju se s neprestanim i brzim promjenama, novim trendovima, novim inovacija i konkurentima. Održivi hoteli odgovorno se odnose prema okolišu tijekom cijelog životnog vijeka poslovanja. Osim toga teže zaposlenju lokalnih, doprinose lokalnom gospodarstvu i poljoprivredi kroz upotrebu lokalnih namirnica, a sve navedeno je potkrijepljeno primjerom u radu. Cilj rada je bio analizirati teorijske pretpostavke održivih hotela, analizirati primjere dobre prakse na međunarodnom turističkom tržištu te analizirati obilježja i značaj održivih hotela u Republici Hrvatskoj. Rad se sastoji od uvoda, tri glavna naslova te zaključka. U drugoj cjelini rada govori se općenito o održivom turizmu, prikazujući ciljeve, načela te suprotnosti sa neodrživim turizmom. Treći dio obuhvaća održive hotele, njihove prednosti, statistike, društveno odgovorno poslovanje u hotelima te certifikate i oznake. Posljednje poglavlje prikazuje primjere odabranih održivih hotela u svijetu i u RH. U zaključku su sublimirani rezultati istraživanja.

**Ključne riječi: održivi turizam, turizam, održivi hoteli, Republika Hrvatska, društveno odgovorno poslovanje**

## Summary

Sustainable tourism, through its publication, seeks to promote the awareness of other stakeholders on sustainable tourism development, it gives importance to the respect of the local community and involvement of all stakeholders in the decision-making process, that is, the progress of the whole society that will lead to the well-being of all. Hotels, as the key providers of tourism, face constant and rapid changes, new trends, new innovations and competitors. Sustainable hotels act responsible towards the environment throughout the whole lifespan of the business. In addition, they strive for local employment, contribute to the local economy and agriculture by consuming local foods, all of which is supported by an example in the paper. The aim of this paper was to analyze the theoretical assumptions of sustainable hotels, to analyze examples of good practice in the international tourism market and to analyze the characteristics and importance of sustainable hotels in the Republic of Croatia. The paper consists of an introduction, three main titles and a conclusion. The second part of the paper deals with sustainable tourism in general, outlining the goals, principles and contrasts with unsustainable tourism. The third part covers sustainable hotels, their benefits, statistics, corporate social responsibility in hotels, and certificates and labels. The last chapter presents examples of selected sustainable hotels in the world and in the Republic of Croatia. In conclusion, the results of the research are summarized.

Keywords: sustainable tourism, tourism, sustainable hotels, Republic of Croatia, corporate social responsibility