

Važnost certifikata i nagrada za konkurentnost suvremenog hotelijerstva

Schwäller, Sanda

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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:137:902824>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-09**



Repository / Repozitorij:

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



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

SANDA SCHWÄLLER

**VAŽNOST CERTIFIKATA I NAGRADA ZA
KONKURENTNOST SUVREMENOG
HOTELIJERSTVA**

Diplomski rad

Pula, 2021.

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

SANDA SCHWÄLLER

**VAŽNOST CERTIFIKATA I NAGRADA ZA
KONKURENTNOST SUVREMENOG
HOTELIJERSTVA**

Diplomski rad

JMBAG: 0303051096, redoviti student

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Suvremeno hotelijerstvo

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina i turizam

Mentor: doc.dr.sc. Tamara Floričić

Pula, rujan 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____, kandidat za magistra ekonomije/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, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom _____ 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, _____ (datum)

Potpis

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Hotelijerstvo – odrednice i razvojni aspekti.....	3
2.1. Razvoj hotelijerstva u Republici Hrvatskoj.....	5
2.2. Razvoj hotelskih lanaca i brendova u hotelijerstvu.....	6
3. Suvremeni trendovi u hotelskoj industriji.....	8
3.1. Inovacije u hotelijerstvu.....	9
3.2. Napredak hotelskih usluga i rezervacija.....	11
3.3. IT trendovi u hotelijerstvu.....	13
4. Certifikati u suvremenom hotelijerstvu.....	15
4.1. Održivi hoteli by UPUHH.....	15
4.2. Eko oznaka srce sa listom.....	17
4.3. Travelife.....	19
4.4. EU Ecolabel.....	20
4.5. HACCP.....	22
4.6. ISO.....	24
5. Nagrade u suvremenom hotelijerstvu.....	28
5.1. Godišnje hrvatske turističke nagrade.....	28
5.1.1. Nagrada „Destinacija godine“.....	28
5.1.2. Nagrada „Održivi turizam“.....	29
5.1.3. Nagrada „Inovacija godine“.....	29
5.1.4. Nagrada „Kulturna atrakcija godine“.....	29
5.1.5. Nagrada „Događaj godine“.....	30
5.1.6. Nagrada „Prirodna atrakcija godine“.....	30
5.1.7. Nagrada „Plaža godine“.....	30
5.1.8. Nagrada „Ljudi u turizmu“.....	30
5.2. Holiday Check Award.....	31
5.3. Hotel Property Award.....	32
5.4. World Luxury Hotel Awards.....	33
6. Certifikati i nagrade hrvatskih hotelskih poduzeća.....	35
6.1. San Rocco Heritage Hotel & Gourmet Restaurant.....	35
6.2. Valamar Riviera d.d.	37
6.3. Jadranka grupa.....	41

7. Istraživanje – Anketa o važnosti nagrada i certifikata pri odabiru hotelskog smještaja	
46	
8. Zaključak	60
Popis literature	62
Popis Slika	66
Popis Tablica.....	67
Sažetak.....	68

1. Uvod

Tema ovog rada su nagrade i certifikati u suvremenom hotelijerstvu. Hotelijerstvo je djelatnost kojoj je primaran zadatak pružanje usluga smještaja i prodaje hrane i pića, no hotelijerstvo se zahvaljujući inovacijama i tehnologiji razvilo od prenoćišta uz cestu do suvremenih hotelskih objekata sa bogatom dodatnom ponudom. Jedan od načina zadržavanja konkurentnosti na tržištu su nagrade i certifikati u hotelijerstvu.

Cilj istraživanja bio je analizirati nagrade i certifikate koji se koriste u hotelijerstvu te istražiti njihovu važnost prilikom odabira hotelskog smještaja.

Rad se sastoji ukupno od 8 poglavlja. U *Uvodu* su navedeni predmet i cilj rada te kratak opis strukture diplomskog rada prema poglavljima.

U drugom poglavlju *Hotelijerstvo – odrednice i razvojni aspekt* objašnjeni su osnovni pojmovi hotel i hotelijerstvo te njihova podjela, razvoj hotelijerstva u Hrvatskoj i objašnjeno je poslovanje hotelskih lanaca i brendova.

U idućem poglavlju, *Suvremeni trendovi u hotelijerstvu*, predstavljene su inovacije u hotelijerstvu i razvoj usluga i rezervacija te IT trendovi.

Četvrto poglavlje, *Certifikati u suvremenom hotelijerstvu*, predstavlja neke od najznačajnijih certifikata kao što su Održivi hoteli by UPUHH, Eko oznaka Srce sa listom, Travelife, EU Ecolabel, HACCP i ISO.

Nakon certifikata, u petom poglavlju *Nagrade u suvremenom hotelijerstvu* predstavljene su tri svjetske nagrade kojima su nagrađivani hrvatski hoteli – Holiday Check Award, Hotel Property Award i World Luxury Hotel Awards te najznačajnije nagrade koje dodjeljuje HTZ Godišnje hrvatske turističke nagrade.

Zatim u poglavlju *Certifikati i nagrade hrvatskih hotelskih poduzeća* predstavljena su tri poduzeća – San Rocco Heritage Hotel & Gourmet Restaurant, Valamar Riviera i Jadranka grupa te njihovi certifikati i nagrade.

Nakon toga, u sedmom poglavlju *Istraživanje – Anketa o važnosti nagrada i certifikata pri odabiru hotelskog smještaja*, predstavljeni su rezultati istraživanja putem ankete o stavovima i mišljenjima o nagradama i certifikatima prilikom odabira smještaja.

U *Zaključku* se daje osvrt na cjelokupan rad i ukazuje se na rezultate provedenog istraživanja.

Znanstvene metode koje su korištene za potrebe pisanja ovog diplomskog rada su metode analize, induktivna metoda, deduktivna metoda, metoda analize i statistička metoda.

2. Hotelijerstvo – odrednice i razvojni aspekti

Prema „Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti“ svi ugostiteljski objekti u Republici Hrvatskoj s obzirom na vrstu ugostiteljskih usluga koje se u njima pružaju razvrstavaju se u skupine:

1. Hoteli
2. Kampovi
3. Ostali ugostiteljski objekti za smještaj
4. Restorani
5. Barovi
6. Catering objekti
7. Objekti jednostavnih usluga.¹

Prema WTO-u „Hotel je smještajni objekt u kojem se usluge smještaja pružaju u određenom broju soba (većem od definiranog minimuma), koji pruža određene usluge uključivši posluživanje u sobama, dnevno čišćenje i pospremanje soba i prostorija za osobnu higijenu gostiju, koji je kategoriziran prema opremi i uslugama koje nudi, te kojim upravlja jedinstveni menadžment.“²

Prema „Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli“ objekti iz skupine hoteli razvrstavaju se sukladno obveznim ugostiteljskim uslugama u vrste:

- Hotel baština (heritage),
- Difuzni hotel,

¹ Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, NN 85/2019, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_08_85_1648.html , pristup 24.06.2021.

² Bunja Đ., „Organizacija poslovanja u hotelijerstvu i turizmu“, Zagreb, Školska knjiga, 2009., str. 80

- Hotel,
- Aparthotel,
- Turističko naselje,
- Turistički apartmani,
- Pansion,
- Integralni hotel (udruženi),
- Lječilišne vrste; Lječilišni hotel baština, Lječilišni hotel, Lječilišni aparthotel, Lječilišno turističko naselje, Lječilišni turistički apartmani, Lječilišni pansion, Lječilišni difuzni hotel i Lječilišni integralni hotel,
- Hoteli posebnog standarda; Hotel business, Hotel meetings, Hotel congress, Hotel club, Hotel casino, Hotel holiday resort, Hotel coastal holiday resort, Hotel family, Hotel small & friendly, Hotel senior citizens, Hotel health & fitness, Hotel wellness, Hotel diving club, Hotel motel, Hotel ski, Hotel za osobe s invaliditetom i Hotel bike.³

Za razvrstavanje u vrste Hotel, Aparthotel, Turističko naselje, Turistički apartman i Pansion te Hotel baština i Difuzni hotel potrebno je ispuniti minimalne, obvezne i izborne uvjete za najnižu kategoriju. Objekti lječilišne vrste i Integralni hoteli moraju ispuniti minimalne uvjete s time da lječilišne vrste moraju biti prilagođene uvjetima zdravstvene djelatnosti. Za razliku od navedenih objekata, Hoteli posebnog standarda moraju ispuniti obvezne i izborne uvjete za vrstu Hotel kategorije 4 zvjezdice.

Hotelijerstvo je djelatnost koja gostima nudi smještaj, hranu, piće, rekreaciju i razne druge usluge. Gostima pruža odmor i opuštanje, poslovni ljudi uspostavljaju poslovne kontakte, sudionicima kongresa, seminara i raznih drugih stručnih, znanstvenih i političkih skupova stvara uvjete za konstruktivan rad, omogućuje turistima upoznavanje s prirodnim atrakcijama i kulturno-povijesnim spomenicima, te nudi hranu i piće i razne zabavne sadržaje domicilnom stanovništvu.⁴

³Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, NN 85/2019 dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html , pristup: 13.06.2021.

⁴ Đ. Bunja, op. cit., str. 81

2.1. Razvoj hotelijerstva u Republici Hrvatskoj

Putnici su uvijek tražili mjesto za boravak tijekom putovanja. U prvim danima to su bili improvizirani logori s logorskom vatrom. Vremenom su nastala prenoćišta na raskrižjima i duž ulice. Obitelji koje su tamo živjele često su nudile sobu i hranu u svojim domovima.⁵

Prvi ugostiteljski objekt na svijetu, preteča modernih hotela, bio je City Hotel u New Yorku, otvoren 1794., zatim u Bostonu 1829. Tremont House, prvi hotel s pet zvjezdica.

Prvi hoteli izgrađeni su u Hrvatskoj krajem 19. i početkom 20. stoljeća. U Opatiji je Villa Angiolina postala smještaj 1882. godine, a hotel Kvarner izgrađen je 1884. godine, u Malom Lošinj 1887. godine izgrađen je hotel Vindobona, u Dubrovniku 1886. godine otvoren je hotel Petka i 1897. godine hotel Imperial, u Puli 1908. godine hotel Riviera itd. Brojni hoteli svojom kvalitetom i standardima zadovoljavali su zahtjeve europske aristokracije te drugih imućnih gostiju.

Kao rezultat toga, organizacijska struktura hotela i drugih ugostiteljskih objekata postaje složenija, uređaji i inventar funkcionalniji, ponuda obuhvaća širi spektar i bolje usluge, odobravaju se propisi o njihovoj izgradnji, opremanju i poslovanju, te je i osoblje stručnije.⁶

Hotelsku industriju u Hrvatskoj karakterizira neodgovarajuća kvaliteta usluge, nepovoljna struktura i mala popunjenost kapaciteta. Hotelski sadržaji udovoljavaju potrebama masovnog turizma, a neadekvatna kvaliteta usluge rezultat je nedostatka standarda u dizajnu, izgradnji i opremi objekata. Kao rezultat toga, mogućnosti hrvatskog hotelijerstva postaju sve manje konkurentne na međunarodnom tržištu. Većina kapaciteta u hrvatskom hotelijerstvu srednje je ili niže kvalitete, a samo najmanji dio je visokokvalitetni.⁷

⁵ Hayes D.K., Ninemeier J.K., „Upravljanje hotelskim poslovanjem“, M plus, Zagreb, 2005., str. 7

⁶ Đ. Bunja, op.cit., str. 43

⁷ Đ. Bunja, op. cit. str.83

Nedovoljna je iskorištenost smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj. Većina kapaciteta smještena je u obalnom dijelu Hrvatske, a uglavnom se posluje u ljetnoj sezoni te je većina turističkih prometa ostvarena u srpnju i kolovozu.⁸

Prema podacima Ministarstva turizma u Hrvatskoj je u 2021. godini registrirano ukupno 796 hotela, najbrojniji su oni sa 4 zvjezdice njih 342, zatim 305 hotela sa 3 zvjezdice, 49 sa 5 zvjezdica te 46 hotela sa 2 zvjezdice. Uz hotele registriran je 21 aparthotel, 61 turističko naselje, 47 turističkih apartmana i 214 kampova.⁹

Prosječni tržišni profil hotelijerstva u Hrvatskoj pokazuje da se radi o relativno starim hotelskim kompleksima (u prosjeku starim 40 godina), koji su zadnji put obnovljeni prije 4 godine, uglavnom su to veliki hotelski kompleksi koji su stvoreni za vrijeme masovnog turizma i u prosjeku imaju 3 zvjezdice, ponuda se uglavnom bazirana na suncu i moru i pretežito lošim dodatnim sadržajima (svaki drugi hotel ima bazen i konferencijske sale, svaki treći hotel ima teretanu i dječji klub, svaki peti hotel nudi wellness), većina hotela posluje u produženoj sezoni odnosno 8 do 9 mjeseci.¹⁰

2.2. Razvoj hotelskih lanaca i brendova u hotelijerstvu

Hoteli su grupirani s aspekta brendiranja kao neovisni hoteli i hotelski lanci. Najpoznatiji hotelski lanci su InterContinental Hotels Group, Cendant Corp., Marriott International, Accor, Choice Hotels International, Hilton Hotels Corp., Best Western International, Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Carlson Hospitality Worldwide, Hilton Group plc, Hyatt Hotels, Sol Melia SA, TUI AG/TUI Hotels & Resorts i dr.¹¹

Hotelski brendovi ulaze na hrvatsko tržište putem ugovora o franšizi, ugovora o menadžmentu ili putem ugovora o ulasku u marketinško-prodajne konzorcije.

Franšizno poslovanje se javlja kao strategija razvoja velikog broja međunarodnih hotelskih tvrtki kroz uspješne primjere djelovanja: Hilton, Choice, Marriott, Carlson,

⁸ Ibidem, str. 84

⁹ <https://mint.gov.hr/kategorizacija-11512/11512>, pristup 24.8.2021.

¹⁰ Čižmar S., „Konkurentnost hotelske industrije Hrvatske“, *Acta turistica*, Vol. 19 No. 2, 2007.

¹¹ Gržinić J., Floričić T., „*Turoperatori i hotelijeri u suvremenom turizmu*“, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2015., str. 83

Accor, Starwood, Wyndham. Veća profitabilnost ovakvog načina poslovanja proizlazi iz lakšeg pristupa kapitalu, pristupa centralnim sustavima rezervacija, uhodanog (prepoznatljivog) dizajna, sustava, metoda i procedura, poboljšanog upravljanja i edukacije, privlačenja klijentele više platežne moći.

Ugovor o upravljanju je ugovorni odnos temeljem kojeg jedna tvrtka upravlja drugom, u njeno ime i na njen rizik, uz odgovarajuću financijsku dobit kao npr. Extended Stay Hotels, Tharaldson Lodging Co., Interstate Hotels & Resort, dok strateške alijance predstavljaju često metodu zaštite od konkurencije, inicijative promocije, visoku kooperativnost i sinergiju djelovanja.

Ugovor o zakupu je način poslovanja velikog broja hotelskih lanaca unutar europskog kontinenta. Bazira se na provjeri imovine od strane vlasnika hotela, te se pri isteku ugovora zakupljena imovina od strane hotelskog lanca vraća vlasniku. Na ovu vrstu ugovora odnosi se oko 65% portfolija francuskog Accora i 42% Španjolskog Sol Melia.¹²

Brendirani hoteli širom svijeta i Europe uživaju sve veći poslovni uspjeh, a hrvatski turizam je 2010. imao 18 međunarodnih hotelskih brendova koji su upravljali s 38 objekata. U hrvatskoj hotelijerskoj industriji brendiranje se odnosi na velike hotelijere.¹³

Budući da je hotelijerstvo jedan od najvećih potrošača energije i opterećeno je relativnim troškovima energije, sve više hotelskih lanaca ulaže značajna sredstva kako bi osiguralo neke od zelenih certifikata. Zeleni hoteli izgrađeni su prema suvremenim trendovima, a njihov se poslovni princip temelji na odgovornom upravljanju, brizi za onečišćenje, isporuci robe s minimalnom ambalažom, korištenju organske posteljine, racionalnoj upotrebi vode i energije i slično.¹⁴

¹² Gržinić J., Bevanda V., „*Suvremeni trendovi u turizmu*“, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, 2014., str. 180

¹³ Ibidem, str. 182

¹⁴ Ibidem, str. 185

3. Suvremeni trendovi u hotelskoj industriji

Tradicionalna hotelijerska industrija suočava se s izazovima prvenstveno usredotočenim na sve zahtjevnijeg potrošača, sve veću složenost ljudskih resursa, oskudicu prirodnih resursa i napredak tehnologije u poslovnom i osobnom životu. Informacijske tehnologije predstavljaju realnu osnovu za njihovo uvođenje u hotelijerstvo kako bi se povećala učinkovitost upravljanja, povećala produktivnost i radna etika zaposlenih u proizvodnji i uslugama. Informacijske tehnologije mogu pokrenuti proces diferencijacije i cjenovnih prednosti, ali također omogućuju interaktivnu komunikaciju između hotelijera i turističkih ciljnih tržišta. Tri glavna vala tehnološkog razvoja uspostavila su informacijsku tehnologiju u hotelskim tvrtkama:

- kompjuterski rezervacijski sustavi – CRS – 70-ih godina
- globalni distribucijski sustavi – GDS – 80-ih godina
- internet 90-ih godina proteklog stoljeća.¹⁵

Turizam se razvija i ide u korak s tehničkim i informacijskim i komunikacijskim inovacijama, urbanizacijom, povećanom produktivnošću rada i standardima zaposlenika, povećanom raznodom, kulturom, zdravljem itd. Novi su trendovi vidljivi u turističkoj terminologiji, gdje je u 20. stoljeću najpoznatiji turistički pojam je bio 3S: Sun (sunce), Sea (more) i Sand (pijesak), ali 21. stoljeće donosi novi 6E: Escape (bijeg), Experience (doživljaj), Excitement (uzbuđenje), Entertainment (zabava), Education (obrazovanje) i Ecology (ekologija).

Nove tehnologije koje se sve češće koriste u hotelskoj industriji su Google naočale, 3D printani suveniri, Interaktivni stol, Proširena stvarnost, 3D prividna stvarnost i sl. Kao primjer može se istaknuti Fasten hotel te drugi hoteli koji implementiraju suvremene tehnologije u svoje poslovanje i tržišnu atraktivnost .¹⁶

¹⁵ Galičić, V., Šimunić, M., „*Informacijski sustavi i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu*“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Rijeka, 2006., str. 110

¹⁶ Galičić, V., Laškarin, M., „*Principi i praksa turizma i hotelijerstva*“, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2016.,str. 326

3.1. Inovacije u hotelijerstvu

Turizam se razvija sa željama i potrebama putnika, a njihova stalna želja za novim iskustvima donijela je inovacije u turizam, a time i u hotelijerstvo. Neke od inovacija u ugostiteljstvu su tematizirani hoteli, eko hoteli, umjetnički/art hoteli, heritage hoteli, boutique hoteli i slično.

Heritage hoteli

Heritage hotel odnosno hotel baština je vrsta smještajnog objekta koji se mora smjestiti u građevine i zgrade koje su uglavnom stare, tradicionalne, povijesne, ruralno-urbane, uređene i namještene na tradicionalan način.¹⁷

Boutique hoteli

Boutique hoteli su manji, intimniji luksuzni hoteli s do 50 soba. Razlika od većih hotelskih lanaca leži u personaliziranom smještaju i osobnoj usluzi. Njegovi počeci sežu u 1980-te u glavnim gradovima poput Londona, New Yorka i San Francisca. Uglavnom su opremljeni otmjanim i luksuznim namještajem, a najpopularniji su u SAD-u, Velikoj Britaniji i Aziji. Uglavnom su u vlasništvu manjih tvrtki ili privatnih osoba. Prepoznatljivi elementi butik hotela su pažnja prema detaljima, izvrstan ukus, ekskluzivne, udobne i ugodne sobe s odgovarajućim namještajem i uslugama, dizajnirane uz pomoć kreativnih i posebnih arhitektonskih rješenja. Butik hoteli mogu se prilagoditi posebnim zahtjevima, standardnim za različite hotelske kategorije s prosjekom od 3 do 5 zvjezdica.¹⁸

Tematizirani hotelski objekti

Svojim posebnim ponudama hotelijeri povezuju ljude sa sličnim željama i načinima razmišljanja. Postizanje očekivanog zadovoljstva i time povećanje tržišnog potencijala hotelijera moguće je samo ako su aktivnosti usredotočene na dosljednost i jedinstvenost ponude, što dovodi do jedinstvenog iskustva za svakog gosta. Hoteli koji se prvi okreću turističkoj niši, tj. Usmjereni su prema određenim potrošačkim skupinama, ostvaruju konkurentsku prednost u odnosu na svoje sljedbenike. Turizam

¹⁷ Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, NN 85/2019 dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html, pristup 28.06.2021.

¹⁸ Galičić V., „*Poslovanje hotelskog odjela smještaja*“, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2017., str. 43

turističkih niša je aktivni turizam usmjeren ka novim iskustvima i doživljajima, za razliku od standardnog destinacijskog odmorišnog turizma, oni su osnova za razvoj specijaliziranih hotela. Hrvatski turizam svoj je razvoj usmjerio redizajniranjem postojećih objekata i stvaranjem novih tematskih hotelskih objekata. Stoga se hotelska industrija potiče na stvaranje novih sadržaja koji odgovaraju nastanku novih oblika turizma.¹⁹

Neki od poznatih svjetskih tematiziranih hotela su: Palazzo Versace u Dubaiu, Hotel Seven u Parizu (James Bond), Hostel Jumbo Stay u Švedskoj (Hostel smješten u trupu Boeinga 707), Legoland California Resort i dr.

Eko hoteli

Međunarodni hotelski lanci osiguravaju međunarodnu reputaciju djelujući u odgovornom turizmu. Učinci takvih mjera su ušteda, poboljšanje udobnosti i zadovoljstva gostiju, doprinos vizualnom identitetu, povećanje svijesti i smanjenje negativnog utjecaja na klimatske promjene. Odgovorne metode upravljanja hotelom su smanjenje potrošnje energije i vode, smanjenje emisije ugljičnog dioksida, briga za razgradnju krutog otpada, minimalna upotreba sredstava za čišćenje i drugih kemijskih sredstava, smanjenje onečišćenja okoliša, učinci na očuvanje lokalne biološke raznolikosti. Smatra se da samo veliki hotelski lanci širom svijeta mogu u poslovanje uvesti ekološki standard zbog visokih ulaganja u takve investicije. Neki od „zelenih“ hotela u svijetu su:

- Crowne Plaza Copenhagen Towers – jedan od najzelenijih hotela na svijetu; nudi svojim gostima da energiju generiraju vožnjom bicikla u hotelu, a zauzvrat dobivaju bon za besplatan obrok.
- Ekohotel Waterfront – vodopad i hotel nedaleko od grada Šangaja; idealno mjesto za uživanje u netaknutoj prirodi i pravi raj za ljubitelje ljepota ekologije
- Vertikalni vrtovi luksuznog hotela u Singapuru – hotel Parkroyal ima vertikalne vrtove po cijeloj dužini objekta
- Hotel na drvetu s nevidljivim staklenim sobama u Švedskoj – inovativan i ekološki hotel „Staklena kocka“ nalazi se u šumi na planini

¹⁹ J. Gržinić, T. Floričić, op. cit., str. 108

- Ekohotel La Balade Des Gnomes – odmaralište ima neobične sobe poput svemirskog broda ili Trollove jazbine.²⁰

Umjetnički/art hoteli

Art hoteli povezani su s dizajnom i unutrašnjom arhitekturom hotela. Mogu ući u skupinu luksuznih hotela na temelju kolekcija koje posjeduju i prezentiraju te klijentima omogućuju stjecanje kulturnog iskustva koje ujedno predstavlja i otkriva povijest destinacije. Umjetnički hoteli obično su preslika muzeja, odraz povijesti ili igra svjetski poznatih stvaratelja. Neki od najpoznatijih kulturnih hotela su:

- The Gramercy Park Hotel u New Yorku (ambijent privatnog muzeja),
- Atelier sul Mare u Italiji (umjetnički obojane sobe),
- Marienbad Hotel u Berlinu (oslikane sobe),
- La Colombe d'or u Francuskoj (kolekcija radova umjetnika koji su tamo boravili: Picasso, Matisse),
- Bastion heritage hotel u Zadru (gastro – umjetnička relaksacija),
- The Henry Jones Art Hotel u Australiji (prezentacija umjetnika Tasmanije),
- Hotel des Arts u Californiji (grafiti lokalnih umjetnika) i dr. ²¹

3.2. Napredak hotelskih usluga i rezervacija

S obzirom na zastupljenost interneta u današnjem životu, svaki hotel zahtjeva od svojih zaposlenika informatičku i informacijsku pismenost.

U hotelijerstvu vlada tzv. Zlatno doba online bookinga te online putničke agencije (OTA) pokazuju visoku stopu rasta. Svaka treća rezervacija u svijetu je obavljena putem OTA, a internet se koristi za svaku drugu rezervaciju. Najveći OTA je Booking.com. S obzirom na visoke provizije plaćene internetskim putničkim agencijama, hotelski objekti pokušavaju prodati svoje proizvode bez posrednika. Zato su im društvene mreže važne za komunikaciju s gostima, ulaganje u call centre i korisničku službu te aktivno upravljanje hotelskom web stranicom. Svaki hotel ima vlastiti Standardni operacijski

²⁰ Ibidem, str. 111

²¹ Ibidem, str. 113

postupak (SOP) kako bi udovoljio zahtjevima za rezervaciju gostiju. Standardni postupak odgovaranja gostima na zahtjev za rezervaciju je prvo primiti rezervacijski upit, zatim odrediti dostupnost sobe i na kraju prihvatiti ili odbiti zahtjev za rezervaciju.²²

Središnji ured za rezervacije (Central Reservations Office – CRO) je online komunikacijski sustav poznat i kao **središnji sustav za rezervacije** (Central Reservations System – CRS) koji povezuje hotele u istoj tvrtki ili lancu i ažurira informacije o cijenama i dostupnosti soba. CRS se također može koristiti kao online komunikacijski sustav s funkcijom središnje interaktivne baze podataka koju koriste svi hoteli unutar velikog poduzeća. Većina hotelskih lanaca pripada jednom ili većem broju centralnih rezervacijskih sustava koji su stvoreni kao središnji rezervacijski ured i imaju zadatak povezivanja hotela s potencijalnim gostima putem komunikacijskih uređaja.²³

CRO upravlja podacima o sobama i njihovom raspoloživošću u stvarnom vremenu, potvrđujući tako cijenu i raspoloživost sobe u trenutku rezervacije. Ciljevi CRS-a su poboljšati uslugu, istovremeno povećavajući profitabilnost i učinkovitost, nastojeći ponuditi pristupačne cijene soba i promotivne pakete, davanje trenutnih potvrda rezervacije, rad s velikim zrakoplovnim kompanijama, putničkim agencijama i tvrtkama za najam automobila, te pritom formirati opsežnu arhivu recenzija.

Globalni distribucijski sustavi ili GDS su sustavi koji pohranjuju rezervacije i razmjenjuju ih s raznim povezanim organizacijama. Sastoje se od nekoliko središnjih rezervacijskih ureda koji su međusobno povezani. Hotelske sobe prodaju se na takav način da je sustav hotelskih rezervacija povezan s globalnim distribucijskim sustavom. GDS pružaju sveobuhvatan pristup turističkim i putničkim informacijama izravnim povezivanjem rezervacijskog sustava hotela, zračnih prijevoznika, rent a car-a i

²² V. Galičić, op. cit., str. 121

²³ Ibidem, str. 100

turističkih agencija svjetske klase. Najveći i najpoznatiji GDS su Sabre, Galileo, Amadeus i WorldSpan.²⁴

Internetski distribucijski sustav (IDS) je rezervacijski sustav prvenstveno usmjeren prema krajnjim korisnicima i razvio se u najbrže rastući elektronički distribucijski kanal. IDS je skup različitih online rezervacijskih sustava i portala za putovanja koji su specijalizirani u online marketingu za putovanja i srodnim uslugama. Turisti koriste ovu uslugu za rezervaciju aviona, hotela, automobila ili krstarenja. IDS djeluje kao neovisna web stranica i može se povezati sa ponudom hotela putem veze s centralnim rezervacijskim sustavom hotela, vezom s centralnim rezervacijskim sustavom hotela preko switching kompanija ili vezom s centralnim rezervacijskim sustavom hotela preko globalnog distribucijskog sustava. Najpoznatiji IDS su Internet stranice putničkih agencija Expedia i Travelocity.²⁵

3.3. IT trendovi u hotelijerstvu

Brzi razvoj interneta i tehnologije doveo je do implementacije novih ponuda u hotelijerstvu. Neki od trendova su Google naočale, 3D suveniri, interaktivni stol, proširena stvarnost, 3D animacija i sl.

Google naočale (Google Glass) jedna su od novih tehnologija koja se koristi u modernoj hotelijerskoj industriji. Montcalm London Marble Arch prvi je hotel koji je osoblju predstavio ovu vrstu naočala, a hotel Stanford Court prvi ih je put ponudio gostima. Očekuje se da će se ubuduće na recepciji koristiti Googleove naočale koje će identificirati gosta kako bi primio personaliziranu uslugu. Gost se može identificirati na ulazu u hotel, a tijekom razgovora gostu se može ponuditi individualna usluga putem veze s bazom podataka i naočala. Zbog pojave sve više gostiju koji nose Googleove naočale, za očekivati je da će se pojaviti nova vrsta gostiju, tzv. Google Glass gost.²⁶

3D suveniri nastaju uz pomoć skenera koji skenira vanjski objekt ili u programu bez skenera i ispisuju se uz pomoć 3D tehnologije. Predmet se tiska sloj po sloj, a može se

²⁴ Ibidem, str. 103

²⁵ loc. cit.

²⁶ V. Galičić, M. Laškarin, op. cit., str. 322

izrađivati od polimernih materijala, metala i keramike. Prvi projekt ove vrste bio je *Be your own Souvenir* u Barceloni 2011. godine, gdje su turisti imali priliku izraditi vlastite suvenire za koje su im ranije pozirali. Prednosti 3D suvenira su jednostavnost, a tiskaju se na zahtjev i ne moraju se skladištiti.

Interaktivni stol omogućuje pregled interaktivnog menija, nutritivne vrijednosti, izravne narudžbe, promjene pozadine, gledanje videozapisa i slika itd. Prednost ove tehnologije je kraće vrijeme narudžbe, a time i dodana vrijednost za gosta kroz interaktivnu zabavu.

Proširena stvarnost kao varijanta virtualne stvarnosti proširuje stvarni svijet dodatnim 3D grafikama. Osnovne funkcije su paralelna kombinacija stvarnih i virtualnih objekata i interakcija korisnika. Cilj je stvoriti dodatna iskustva za goste kroz inovativne aplikacije. Ova se tehnologija uglavnom koristi u muzejima i galerijama, ali također se sve više koristi u hotelima i destinacijama općenito. Jedan od primjera je mobilna aplikacija *Paris, Then and Now* koja omogućuje usporedbu grada u sadašnjosti s prošlošću.

3D animacija odvija se uz pomoć holograma. Hologram se sastoji od niza podataka o veličini, obliku, svjetlosti i kontrastu oblika koji se prikazuje, a koji su pohranjeni u mikroskopskim, složenim i međusobno povezanim uzorcima. Laser se koristi za vraćanje osobe ili predmeta u izvorni oblik, a rezultat je prividna stvarnost. Primjer je višedimenzionalna prezentacija u dubrovačkim muzejima gdje je postavljen hologram Stjepana Gradića i prikazana 3D animacija potresa u Dubrovniku.²⁷

Primjenom moderne tehnologije u turizmu i hotelijerstvu obogaćuje se turistička ponuda i pružaju se nova iskustva i doživljaji za posjetitelje.

²⁷ Ibidem, str. 326

4. Certifikati u suvremenom hotelijerstvu

Certifikat kao međunarodni trgovački izraz predstavlja pismenu ispravu, u kojoj se kao sigurno označuje i kojom se posvjedočuje istinito stanje ili istinita okolnost o nekoj stvari, robi ili usluzi.

U ovom poglavlju opisano je šest izabranih certifikata koji se koriste u hotelijerstvu, a to su: Održivi hoteli by UPUHH, Eko oznaka Srce sa listom, Travelife, EU Ecolabel, HACCP i ISO certifikati.

4.1. Održivi hoteli by UPUHH

Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske je 2013. godine pokrenula pilot projekt „Zeleno poslovanje u hotelijerstvu“ s ciljem uvođenja zelenog poslovanja u hotele, a projekt je podržalo i Ministarstvo turizma. Kroz godine certifikat je unaprjeđivan te sada predstavlja standard nacionalnog certifikata u hotelijerstvu. Za definiranje zelenih kriterija za hotele prvo su detaljno proučeni postojeći zeleni certifikat „Priatelj prirode“, Travelife, Blue Angel i sl. Kriteriji su precizno razrađeni za devet skupina: upravljanje održivošću, nabava, prodaja, marketing i PR, okoliš, energetska učinkovitost, ljudski potencijali i tehnička služba. U sklopu radionica pripremljena su detaljna izvješća s podacima o potrošnji energije i vode, tipu otpada, emisiji CO₂, GHG inventu itd. s konkretnim prijedlozima za uštedu u svakom segmentu.²⁸

Slika 1. Oznaka certifikata Održivi hoteli by UPUHH



Izvor: <https://www.hotelastoria.hr/hr/o-hotelu/eco/> , pristup 21.05.2021.

²⁸ <https://www.upuhh.hr/novosti/item/28-dodjela-sustainable-hotel-certificate-by-upuhh>, pristup 20.05.2021

Certifikat služi kao alat za podizanje kvalitete usluge, očuvanje okoliša, obrazovanje kadrova, energetske učinkovitosti i kreiranja održive ponude kroz održivi marketing u dinamičnom i sve zahtjevnijem okruženju. Također, certifikat gostima nudi obogaćenu ponudu kroz bolju povezanost s destinacijom nudeći proizvode proizvedene od strane lokalnog stanovništva, potičući zelenu ekonomiju i socijalnu uključenost, boreći se protiv siromaštva, a podupirući 17 ciljeva održivog razvoja do 2030. predloženih od UNWTOa.²⁹

Certifikat „Održivi hoteli“ dodjeljuje se u 3 skupine: Basic kategorija, Advanced kategorija i Superior kategorija.

Hoteli kojima je 2015. godine uručen Certifikat „Održivi hotel“ su:

➤ **Basic kategorija:**

- Hotel Katarina, Hotel Katarina 2009 d.o.o.
- Grand Hotel Orebić, Laguna Hotel Katarina, Hotel Katarina 2009 d.o.o.
- Grand Hotel Orebić, Laguna Novigrad d.d.
- Hotel Carolina, Imperial d.d.
- Hotel Meliá Coral, Istraturist Umag d.d.
- Hotel Sol Garden Istra, Istraturist Umag d.d.
- Hotel Sol Umag, Istraturist Umag d.d.
- Valamar Zagreb Hotel, Valamar Riviera d.d.
- Valamar Bellevue Hotel & Residence, Valamar Riviera d.d.
- Panorama Zagreb Hotel, HUP Zagreb d.d.
- Hotel Jadran, HUP Zagreb d.d.
- Hotel Ilirija, Ilirija d.d.
- Hotel Osijek, Centar Škojo d.o.o.

➤ **Advanced kategorija:**

- Royal Princess Hotel, Importanne Resort d.o.o.
- Hotel Spa Golfer, Toplice Sveti Martin d.d.
- Sheraton Zagreb Hotel, HUP Zagreb d.d.

²⁹ <https://www.upuhh.hr/novosti/item/289-predstavljen-certifikat-odrzivi-hoteli-by-upuhh>, 20.05.2021.

- The Westin Zagreb, HUP Zagreb d.d
- Family Hotel Vespera, Jadranka hoteli d.d.
- Wellness Hotel Aurora, Jadranka hoteli d.d.

➤ **Superior kategorija:**

- Hotel Bellevue, Jadranka hoteli d.d.
- Valamar Dubrovnik President Hotel, Valamar Riviera d.d.³⁰

Jedan od glavnih ciljeva uvođenja ovog certifikata je uvođenje prakse zelenog poslovanja, odnosno sinergija između ekonomske dobiti, brige za okoliš u najširem smislu i socijalne uključenosti u širu zajednicu.³¹

Hoteli koji su prešli na zeleno poslovanje su izvršili brojne analize te je utvrđeno da se u takvim objektima troši u prosjeku 20% manje vode, da su troškovi odvoza smeća 15% niži, dolazi do poboljšanja okoliša u kojem se objekt nalazi te se podiže motivacija zaposlenih i stvara se bolja komunikacija s gostima.³²

4.2. Eko oznaka srce sa listom

Eko oznaku s logotipom „Srce sa listom " koriste hoteli koji su prepoznati kao ekološki najprihvatljiviji objekti na svom području. Hrvatska ekološka oznaka za turistički smještaj za male i obiteljske hotele slijedi strukturu Europske ekološke oznake Eco flower. Ovaj certifikat potvrđuje da se izvori energije i radna oprema u sustavu koriste učinkovito i da se provjeravaju prema točno definiranim postupcima te da sam objekt mora imati sve potrebne kontrolne točke i resurse kako bi se izbjegli gubici energije. Certifikat se odnosi na sortiranje, razvrstavanje i selektivno prikupljanje otpada koji nastaje kao nusproizvod u hotelskom proizvodnom procesu. U eko hotelima OMH jela pripremaju se prema tradicionalnim receptima, koristeći domaće proizvode iz regije iz koje dolaze ili odakle se hotel nalazi. Širenje ekološke svijesti među zaposlenicima, gostima hotela i

³⁰ <https://www.upuhh.hr/novosti/item/28-dodjela-sustainable-hotel-certificate-by-upuhh>, 20.05.20021.

³¹ <https://www.upuhh.hr/novosti/item/26-prvi-hoteli-s-oznakom-sustainable-hotel>, 20.5.2021.

³² Loc. cit.

svima koji dođu u kontakt s njihovim uslugama cilj je svih OMH eko hotela. Projekt je stvoren u suradnji Udruge malih i obiteljskih hotela i Ministarstva turizma.³³

Uz potporu Ministarstva turizma, Udruga OMH, u suradnji s Hrvatskim centrom za čistiju proizvodnju, provela je 2009. godine studiju " Eko znak Nacionalne Udruge Obiteljskih i Malih Hotela" u kojoj su kriteriji i postupci za uvođenje ekološkog označavanja, definirano je i razvijeno za članove. Dodjela ekološke oznake jedan je od instrumenata zaštite okoliša i usmjerena je izravno na tržište. Glavni čimbenik uspjeha ekološke oznake su gosti.

Slika 2. Logo eko certifikata Srce sa listom



Izvor: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=257>, pristup 21.5.2021.

Prednosti posjedovanja eko znaka za hotele su višestruke:

- Ekološka oznaka pokazuje i demonstrira visoku kvalitetu i brigu o okolišu.
- Smanjenje potrošnje resursa poput vode, električne energije i smanjenje otpada također dovodi do nižih troškova.
- Predanost zaštiti okoliša znači zdrav život, zdravu prehranu i zdrav okoliš za goste i zaposlenike, te stoga izravno utječe na njihovo zadovoljstvo i pomaže ispuniti njihova očekivanja.
- Ekološka oznaka doprinosi boljoj kvaliteti usluge, jača svoj položaj na tržištu i razlikuje hotele koji je imaju od ostalih.³⁴

Neki od hotela s oznakom Srce sa listom su: Hotel Korana Srakovčić, Hotel Vicko, Hotel Savus, Hotel Bitoraj, Hotel Zlatni Lav i dr.

³³ <https://www.omh.hr/hr/udruga/eko-hoteli-omh-74/74>, pristup 21.05.2021.

³⁴ Loc. cit.

4.3. Travelife

Travelife je vodeća inicijativa za osposobljavanje, upravljanje i certificiranje turističkih tvrtki posvećenih održivom razvoju. Travelife program certifikacije pruža suvremen i priuštiv standard certifikacije kako bi procijenili, dokazali i komunicirali postignuća tvrtke u održivosti. Program certifikacije Travelife slijedi pristup u tri faze:

- 1.Faza: Travelife angažirani – tvrtka se mora obvezati na provođenje odgovarajućih postupaka upravljanja. Određeni koordinator za održivost primit će osobni Travelifeov certifikat i primijenit će se osnovni koraci i dobra praksa. Tijekom "angažiranja" sama tvrtka još nije nagrađena.
- 2.Faza: Travelife partner – Prema izvješću o održivosti i udovoljavanju temeljnim zahtjevima koje je procijenio Travelife, tvrtka dobiva status partnera u Travelifeu. Ovaj status omogućuje tvrtki da priopći svoju predanost i uspješnost u održivosti uz podršku Travelife Partner logotipa.
- 3.Faza: Travelife Certificiranje – procjenjuje ispunjava li tvrtka međunarodne standarde Travelifea za turistička poduzeća putem neovisnog audita na temelju ocjene posjeta. Uspješan završetak posljednje faze donosi nagradu u obliku statusa Travelife Certifikacije.³⁵

Slika 3. Oznaka certifikata Travelife



Izvor: <https://www.hotelelaphusabrac.com/hr/certifikat-travelife-gold.aspx>, pristup 22.05.2021.

Standard Travelife Certifikacije integrira kriterije upravljanja i rezultata te se temelji na vodećim međunarodnim standardima i smjernicama održivosti i DOP-a: EMAS III

³⁵ https://www.travelife.info/index_new.php?menu=certification&lang=hr , pristup 22.05.2021

(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 kriterij održivog turizma), OECD (smjernice za međunarodna poduzeća), ISO 26000 (upute o društvenoj odgovornosti).

Standardi pomažu kako bi upravljali ukupnim rasponom održivosti i temama i problemima društveno 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.³⁶

Tvrtke koje posjeduju Travelife certifikaciju su: Elite Travel d.o.o., ADRIATIC DMC Ltd, Omnivia turistička agencija, M-G Express d.o.o., Smart Travel d.o.o., Globtour Event, Ilijada, Ventura Travel d.o.o., Adriagate, Speranza d.o.o. i dr.

4.4. EU Ecolabel

Pravilnik o znaku zaštite okoliša Europske unije EU Ecolabel navodi: „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. EU Ecolabel se dodjeljuje robi i uslugama koje se isporučuju za distribuciju, potrošnju ili uporabu na tržištu Europske zajednice, osim za medicinske proizvode namijenjene ljudskoj uporabi, medicinske proizvode u veterinarstvu te za bilo koju vrstu medicinske opreme. Program dodjele EU Ecolabel 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.“³⁷

Oznaka EU Ecolabel svjedoči o izvrsnosti i kvaliteti kojom proizvođači i pružatelji usluga pokazuju svoje društveno odgovorno ponašanje. Cilj je smanjiti negativne učinke

³⁶ https://www.travelife.info/index_new.php?menu=standardsandcriteria&lang=hr , pristup 22.05.2021.

³⁷ https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_09_110_2120.html , pristup 12.06.2021.

potrošnje i proizvodnje na okoliš, zdravlje, klimu, potrošnju resursa i energije te promicati odgovorno ponašanje prema okolišu.³⁸

Za 26 grupa proizvoda i usluga (npr. Proizvodi za čišćenje, odjeća i tekstil, proizvodi za osobnu njegu, namještaj, proizvodi od papira, smještaj itd.) razvijeni su kriteriji koji se temelje na stručnim i znanstvenim parametrima pritiska proizvoda / usluge na okoliš tijekom životnog ciklusa (od prikupljanja i prerade sirovine do proizvodnje, pakiranja, transporta, pružanja usluga, korištenja do trenutka kada postane otpad). Svaka grupa proizvoda ima određena mjerila i usredotočuje se na onaj dio utjecaja na okoliš koji je najznačajniji i na koji se može utjecati. Kriteriji prema kojima se ocjenjuju proizvodi i usluge postavljeni su na takav način da između 20 i 30% proizvoda na tržištu može zadovoljiti ove zahtjeve.³⁹

Slika 4. Oznaka Eu Ecolabel



Izvor: https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm , pristup 12.06.2021.

Oznaka EU Ecolabel je prikazana na Slici 4. a postupak dobivanja te oznake sastoji se od pet koraka:

- Izrada elaborata
- Postupak podnošenja zahtjeva
- Postupak po zahtjevu
- Potpisivanje ugovora i potvrda
- Godišnja naknada. ⁴⁰

³⁸<https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug/uprava-za-klimatske-aktivnosti-1879/eko-oznake/znak-zastite-okolisa-europske-unije-eu-ecolabel/1420> , pristup 12.06.2021.

³⁹ <https://www.hgk.hr/eko-oznake/eu-ecolabel>, pristup 12.06.2021.

⁴⁰ <https://www.hgk.hr/eko-oznake/eu-ecolabel> , pristup 12.06.2021.

U Hrvatskoj ovu oznaku nosi šest Valamarovih kampova, a 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 Resort 3* u Taru te Orsera Camping Resort 3* u Vrsaru.⁴¹

4.5. HACCP

HACCP odnosno Hazard Analysis and Critical Control Point može se definirati kao postupak za analizu opasnosti i kritičnih kontrolnih točaka koji uključuje niz preventivnih postupaka s krajnjim ciljem osiguravanja zdravstveno ispravne hrane. HACCP je zapravo sustav samokontrole, ali ujedno i sustav kvalitete koji osigurava sigurnost hrane.⁴²

Prema Zakonu o hrani (N.N. br. 46/07.) uvođenje HACCP sustava je obvezno od 01.01.2009. godine svim objektima koji rade s hranom, kao što su: ugostiteljski objekti, slastičarnice i pekarnice, mesnice, trgovine prehrane, objekti društvene prehrane.⁴³

Proizvodnja i rukovanje hranom zahtjeva da sustav osigurava zdravstvenu ispravnost hrane na temeljima preduvjetnih programa, a uključuje: dobru higijensku praksu, dobru proizvođačku praksu i ispunjavanje higijenskih i građevinsko-tehničkih zahtjeva.

Praktična provedba HACCP sustava predstavlja slijed od 7 načela:

- Identificirati opasnosti (što može krenuti krivo),
- Identificirati najznačajnije točke u procesu gdje nešto može krenuti krivo (kritične kontrolne točke (KKT)),
- uspostaviti kritične granice na svakoj kritičnoj kontrolnoj točki (npr. temperatura kuhanja/vrijeme)
- uspostaviti kontrole na KKT za prevenciju pojavljivanja problema (monitoring/nadzor)

⁴¹ <https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/ministar-tomislav-coric-valamarovim-kampovima-svecano-urucio-oznaku-eu-ecolabel/#image-45> , pristup 12.06.2021.

⁴² <https://www.zzjzdnz.hr/hr/usluge/haccp> , pristup 12.06.2021.

⁴³ Loc. cit.

- odlučiti što učiniti ukoliko nešto krene krivo (korektivne mjere)
- dokazati da HACCP funkcionira (verifikacija) i
- vođenje zapisa o svemu gore navedenom, uključujući zapise o treningu osoblja (dokumentacija).⁴⁴

HACCP plan mora biti ažuriran. Treba ga pregledavati s vremena na vrijeme a preporuča se najmanje jedan puta godišnje izraditi reviziju HACCP plana. HACCP plan treba revidirati i svaki puta kada se nešto u proizvodnom procesu promijeni, npr. Uporaba nove opreme ili promjena u jelovniku (novo jelo/novi proizvodni proces).⁴⁵

Uspješna primjena HACCP sustava dovodi do sljedećih prednosti i koristi:

- Postojeće i očekivane opasnosti i rizici prepoznaju se i uklanjaju prije nego što nastane zdravstveno neispravan proizvod.
- Podizanje svijesti o zdravstvenoj sigurnosti proizvoda i prevenciji bolesti koje se uzorkuju zdravstveno neispravnim proizvodima.
- Veće povjerenje u zdravstvenu ispravnost proizvoda.
- Svi zaposlenici uključeni su u sustav i odgovornost za zdravstveno ispravan proizvod.
- Zaposlenici su educirani, savjesni i odgovorni.
- Definirana je osobna odgovornost.
- Kritični pokazatelji kontinuirano se prate tijekom proizvodnje.
- Korektivne mjere poduzimaju se prije nego što se pojave problemi koji ugrožavaju zdravstvenu ispravnost proizvoda i zdravlje potrošača.
- Dokumentirani su dokazi o kontroli proizvodnog procesa.
- Zdravstvena ispravnost proizvoda osigurava se u fazi razvoja proizvoda tijekom svih radnih procesa.
- Sustav uključuje proizvodnju, transport, distribuciju, pripremu i potrošnju proizvoda.

⁴⁴ „HACCP vodič – Praktična provedba načela HACCP sustava za ugostitelje“, Izdanje I, Hrvatska obrtnička komora i Nastavni zavod za javno zdravstvo PGŽ, 2009., dostupan na: https://www.hok.hr/sites/default/files/page-docs/201906/HACCP%20VODIC%20ZA%20UGOSTITELJE_PDF_1_6.pdf , pristup 13.06.2021.

⁴⁵Loc. cit.

- U sustavu sudjeluju stručnjaci različitih profila - multidisciplinarni pristup - timski rad.
- Omogućuje promjene (revizija sustava).
- Kompatibilno sa sustavima za kvalitetu proizvoda.
- Dokazi o poštivanju zakona i propisa.
- Olakšava poslovanje unutar i izvan EU-a.⁴⁶

Namjena HACCP studije je proizvesti zdravstveno ispravnu i sigurnu hranu, kroz čitav tehnološki proces od „polja do stola“ odnosno od preuzimanja sirovina do konačnog proizvoda koji se poslužuje korisniku. Izvor opasnosti može biti u biološkom, kemijskom i fizikalnom smislu te razina opasnosti može biti niska, srednja i visoka.

4.6. ISO

ISO, odnosno Međunarodna organizacija za standardizaciju (eng. *International Organization for Standardization*) je neovisna, nevladina međunarodna organizacija koja se sastoji od 165 članova gdje svaki član predstavlja ISO u svojoj zemlji. Članovi organizacije su stručnjaci koji razmjenjuju znanja i razvijaju dobrovoljne međunarodne standarde koji podržavaju inovacije i pružaju rješenja za globalne izazove.⁴⁷

ISO 14000 - Upravljanje okolišem

Norma HRN EN ISO 14001:2015 utvrđuje zahtjeve za sustav upravljanja okolišem koji pomaže organizacijama da poboljšaju svoje performanse u upravljanju okolišem učinkovitom uporabom resursa te izbjegavanjem i smanjenjem otpada, a time i jačanjem konkurentnosti organizacije i povjerenja zainteresiranih strana. Očekivani rezultati sustava upravljanja okolišem uključuju: povećanje učinkovitosti upravljanja okolišem, poštivanje obveza usklađenosti i postizanje ciljeva povezanih s okolišem.⁴⁸

⁴⁶ <https://www.optimus-stop.hr/haccp/> , pristup 21.05.2021.

⁴⁷ <https://www.iso.org/about-us.html> , pristup 26.05.2021.

⁴⁸ <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=53> , pristup 12.06.2021.

ISO 50001 - Upravljanje energijom

Svrha ove norme je omogućiti organizacijama da konfiguriraju sustav i procese potrebne za kontinuirano poboljšanje performansi upravljanja energijom, uključujući energetska učinkovitost, upotrebu energije i potrošnju energije. Norma definira zahtjeve za sustavom upravljanja energijom (EnMS) u organizaciji, a uspješna primjena EnMS-a podržava kulturu poboljšanja performansi upravljanja energijom, što ovisi o predanosti na svim razinama organizacije, posebno na razini uprave. Norma se temelji na okviru kontinuiranog poboljšanja " planirati – provesti – provjeriti – djelovati " ili PDCA i može se opisati kako slijedi:

- **Planirati:** razumjeti kontekst organizacije, stvoriti energetska politiku i tim za upravljanje energijom, razmotriti mjere s naglaskom na rizike i prilike, provesti energetska procjenu, identificirati značajnu potrošnju energije, pokazatelje uspješnosti upravljanja energijom, energetska osnovice, ciljeve povezane s energijom i akcijski planovi potrebni za postizanje rezultata koji poboljšavaju uspješnost upravljanja energijom u skladu s energetska politikom organizacije.
- **Provesti:** provesti akcijska planove, nadzirati rad i održavanje i komunikaciju, osigurati obuku i osposobljenost te pri projektiranju i nabavi voditi računa o uspješnosti upravljanja energijom.
- **Provjeriti:** Nadziranje, mjerenje, analiza i ocjena uspješnosti upravljanja energijom i EnMS-a, provođenje revizija i pregled EnMS-a.
- **Djelovati:** Poduzmite mjere za otklanjanje nesukladnosti i kontinuirano poboljšavajte performanse upravljanja energijom i EnMS-a.⁴⁹

ISO 22000 - Sigurnost hrane

Dokumenti norme ISO 22000 globalni su standardi koji se koriste za osiguravanje sigurne hrane u opskrbnom lancu. Ovom se normom utvrđuju zahtjevi za sustav upravljanja sigurnošću hrane koji omogućuje organizaciji koja je uključena u lanac opskrbe hranom da:

⁴⁹ <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=377> , pristup 12.06.2021.

- planira, provodi, upravlja, održava i modernizira sustav upravljanja sigurnošću hrane koji osigurava sigurnost proizvoda i usluga kako je predviđeno
- dokazuje da udovoljava važećim zahtjevima zakona i propisa o sigurnosti hrane
- ocjenjuje i procjeni zajednički dogovorene zahtjeve kupaca u pogledu sigurnosti hrane i pokazuje usklađenost s njima
- učinkovito komunicira s dionicima u lancu hrane po pitanjima sigurnosti hrane
- provjerava slijedi li organizacija svoje utvrđene smjernice o sigurnosti hrane
- pokaže usklađenost s relevantnim dionicima
- traži certifikaciju ili registraciju svoga sustava upravljanja sigurnošću hrane od vanjske organizacije ili provede samoprocjenu o sukladnosti s tom međunarodnom normom.

Norma ISO 22000 obuhvaća čitavu organizaciju. Pomaže u uklanjanju rizika za sigurnost hrane u svim segmentima lanca hrane, od polja do stola. Cilj je uskladiti zahtjeve za sigurno upravljanje hranom na svjetskoj razini.⁵⁰

ISO 9000 - Upravljanje kvalitetom

Međunarodna norma ISO 9000 opisuje osnovne pojmove i principe upravljanja kvalitetom koji su univerzalno primjenjivi na:

- Organizacije koje teže trajnom uspjehu primjenom sustava upravljanja kvalitetom.
- Kupce koji žele imati povjerenja u sposobnost tvrtke da ponudi proizvode i usluge koji odgovaraju njihovim potrebama.
- Organizacije koje žele osigurati da njihovi dobavljači ispunjavaju njihove zahtjeve za proizvodima i uslugama.
- Organizacije i dionici koji žele poboljšati komunikaciju zajedničkim razumijevanjem terminologije koja se koristi u upravljanju kvalitetom.

⁵⁰ <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=57>, pristup 24.06.2021.

- Organizacije koje provode ocjenu sukladnosti prema zahtjevima norme ISO 9001
- Pružatelje usluga izobrazbe, procjene ili savjetodavnih usluga za upravljanje kvalitetom
- one koji uspostavljaju srodne norme.

Načela upravljanja kvalitetom su:

- Usredotočiti se na klijenta
- Vodstvo
- Uključiti ljude
- Procesni pristup
- Poboljšavanje
- Donošenje odluke temeljene na dokazima
- Upravljanje odnosima.⁵¹

Norma je razvijena s pet osnovnih ciljeva, a to su:

- postići, održavati i kontinuirano poboljšavati kvalitetu proizvoda i usluga u odnosu na navedene zahtjeve,
- poboljšanje kvalitete poslovanja s ciljem kontinuiranog zadovoljavanja osnovnih potreba kupaca i dionika
- pružiti internoj upravi dokaze da su ispunjeni zahtjevi kvalitete
- pružiti dokaz kupcima da su zahtjevi kvalitete ugrađeni u isporučene proizvode i usluge
- pružiti dokaz da su ispunjeni zahtjevi za sustav osiguranja kvalitete.⁵²

⁵¹ <https://www.hzn.hr/default.aspx?id=43>, pristup 12.06.2021.

⁵² Evans, J.R., „*Quality & Performance Excellence: Management, Organization and Strategy*“, Thomson South Weste, Ohio, 2008., str. 87.

5. Nagrade u suvremenom hotelijerstvu

U ovom poglavlju razrađene su neke od najpoznatijih nagrada koje se dodjeljuju u hotelijerstvu. Kao jedne od najznačajnijih nagrada u Hrvatskoj su Godišnje hrvatske turističke nagrade koje se dodjeljuju u devet kategorija, te su uz njih objašnjene i tri svjetske nagrade: Holiday Check Award, Hotel Property Award i World Luxury Hotel Awards.

5.1. Godišnje hrvatske turističke nagrade

Ministarstvo turizma, Hrvatska turistička zajednica i Hrvatska gospodarska komora pokrenuli su projekt „Godišnje hrvatske turističke nagrade“ čiji je cilj promicanje konkurentnosti, inovacija i svijesti o održivom razvoju te poboljšanje kvalitete usluga i proizvoda u turističkom sektoru. Nagrade se dodjeljuju u devet kategorija.

5.1.1. Nagrada „Destinacija godine“

Za nagradu Destinacija godine predstavnici turističkih klastera nominiraju kandidate – turističke destinacije sa svojih područja. Nominirane turističke destinacije izrađuju Power Point prezentaciju koju šalju predstavnicima klastera. Najbolji u kategoriji Destinacija godine u 2019. godini su:

- Najuspješnija destinacija hrvatskog turizma - **Rovinj**
- Najuspješnija destinacija ruralnog turizma - **Baranja**
- Najuspješnija destinacija turizma zdravlja - **Mali Lošinj**
- Najuspješnija destinacija kulture i gastronomije - **Opatijska rivijera**
- Autentična primorska destinacija "malo misto" - **Cavtat**
- Najuspješnija destinacija za ljetni odmorišni turizam - **Rovinj**
- Najuspješnija destinacija kontinentalne Hrvatske – **Međimurje**
- Najuspješnija destinacija nautičkog turizma – **Zadar**.⁵³

⁵³ <https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/godisnje-hrvatske-turisticke-nagrade> , pristup 14.06.2021.

5.1.2. Nagrada „Održivi turizam“

Nagrada Održivi turizam dodjeljuje se pojedincu, udruzi, tvrtki ili lokalnoj zajednici koja pokazuje iznimnu predanost zaštiti okoliša. Svi subjekti koji imaju posebno izražen utjecaj na održivi turizam kroz doprinos zaštiti prirode i okoliša, zaštiti biološke raznolikosti i očuvanju kulturne baštine mogu se natjecati. Kandidati moraju voditi brigu o lokalitetima baštine i pružati jedinstvene visoko kvalitetne doživljaje posjetiteljima te moraju imati faktor različitosti po kojemu se izdvajaju od ostalih. Kandidati se prijavljuju putem web stranice Hrvatske Turističke Zajednice te oni biraju pobjednika.

Najbolji u kategoriji „Održivi turizam“ u 2019. godini su:

- „Geopriče unesco geoparka“ – PP Papuk
- Projekt „Eco domus“ odjela za turizam IŽ
- Projekt „Zlarin bez plastike“. ⁵⁴

5.1.3. Nagrada „Inovacija godine“

Ova nagrada se dodjeljuje tvrtki ili organizaciji koja ima najinovativniji proizvod, uslugu ili proces u turizmu koji doprinosi turističkom iskustvu destinacije. Inovacije se odnose na turistički doživljaj, turistički proizvod i IT rješenja u turizmu.

Najbolji u kategoriji „Inovacija godine“ u 2019. godini je Interpretacijski centar pomorske baštine otoka Lošinja Loger "Nerezinac". ⁵⁵

5.1.4. Nagrada „Kulturna atrakcija godine“

Nagrada se dodjeljuje kulturnim turističkim atrakcijama regionalne ili nacionalne razine atraktivnosti koje doprinose turističkom iskustvu destinacije. Prijaviti se mogu subjekti koji pružaju gostima jedinstveno iskustvo posjete svojoj atrakciji te imaju faktor

⁵⁴<https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/godisnje-hrvatske-turisticke-nagrade/nagrada-za-odrzivi-turizam> pristup 14.06.2020.

⁵⁵ <https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/godisnje-hrvatske-turisticke-nagrade> , pristup 14.06.2021.

različitosti u usporedbi s drugim atrakcijama. 2018. godine nagradu je osvojio Maškovića Han.⁵⁶

5.1.5. Nagrada „Događaj godine“

Nagrada se dodjeljuje događaju koji predstavlja primjer najbolje prakse u turističkoj industriji u svim aspektima svog poslovanja i time predstavlja uzor za ostale događaje i turističku industriju u cjelini.

Najbolji u kategoriji „Događaj godine“ u 2019. godini je Renesansni festival u Koprivnici.⁵⁷

5.1.6. Nagrada „Prirodna atrakcija godine“

Nagrada se dodjeljuje prirodnim turističkim atrakcijama regionalne ili nacionalne razine atraktivnosti koje doprinose turističkom iskustvu destinacije.

Najbolji u kategoriji „Rekreacija i zabava“ u 2019. godini je Nacionalni park Paklenica.⁵⁸

5.1.7. Nagrada „Plaža godine“

Nagrada „Plaža godine“ dodjeljuje se najboljoj plaži u tekućoj godini temeljem najboljih tehničkih uvjeta, ponude i sadržaja kao i kvalitete vode za kupanje. Najbolja plaža 2019. godine odabira se prema tehničkim zahtjevima, ponudi i sadržaju i kakvoći vode za kupanje.

Najbolji u kategoriji „Plaža godine“ u 2019. godini je Rajska plaža, Lopar.⁵⁹

5.1.8. Nagrada „Ljudi u turizmu“

Nagrada „Ljudi u turizmu“ dodjeljuje se u dvije kategorije: Godišnja nagrada „Anton Štifanić“ i „Čovjek-ključ uspjeha, djelatnik godine“. HTZ je za 2019. godinu Hrvatsku

⁵⁶ <https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/godisnje-hrvatske-turisticke-nagrade> , pristup 14.06.2021.

⁵⁷ Loc. cit.

⁵⁸ Loc. cit.

⁵⁹ Loc. cit.

turističku nagradu dodijelio kao posebno priznanje za iznimni doprinos pojedinaca i tvrtki i/ili ustanova u razvitku turizma Republike Hrvatske.

Nagrađeni u 2019. godini za 2018. godinu:

- Nagrada za životno djelo - **Frane Skoblar**
- Godišnja nagrada "Anton Štifanić" – pojedinac - **Ivan Sabljčić i ID Riva Tours GmbH.**⁶⁰

5.2. Holiday Check Award

Holiday Check Award je nagrada za najpopularniji hotel. Vizija Holiday Check-a je postati svjetskom tvrtkom specijaliziranom za odmor. Online rezervacije i portali za recenzije omogućuju svim turistima da pronađu i rezerviraju odgovarajući smještaj zahvaljujući autentičnim recenzijama, stručnosti putničkih agencija i iskustvu zajednice.

Slika 5. Oznaka nagrade Holiday Check Special Award



Izvor: <https://juweirahotel.com/> , pristup 12.06.2021.

Na Slici 5 je prikazana oznaka nagrade Holiday Check Special Award. Holiday Check Award se dodjeljuje posljednjih 16 godina. S obzirom na globalnu krizu uzrokovanu pandemijom 2020. godina je bila neusporediva i posebna te je stoga nagrada preimenovana u „Holiday Check Special Award“ te su neka pravila promijenjena u skladu sa situacijom. Pobjednika određuju gosti te je 420.000 turista odabralo 607 najboljih hotela u 35 zemalja.

⁶⁰ <https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/godisnje-hrvatske-turisticke-nagrade> , pristup 14.06.2021.

U Hrvatskoj su nagradu „Holiday Check Special Award 2021“ osvojili:

- Hotel Miramar, Opatija, Kvarner
- Hotel Plaza Duce, Duce Glavica, Dalmacija.⁶¹

Zbog pandemije promijenjeni su neki kriteriji te je tako za kvalifikaciju bilo potrebno najmanje 25 objavljenih recenzija za hotel u periodu od 1. prosinca 2019. do 30. studenog 2020., najmanje 90% korisničkih preporuka te poštivanje HolidayCheck kodeksa ponašanja. Stoga, ova nagrada prema riječima voditeljice Ispostave Hrvatske turističke zajednice u Münchenu Nere Miličić, svrstava hrvatske hotele i Hrvatsku kao destinaciju koja se svojom ponudom izdvaja i u izazovnim pandemijskim uvjetima.⁶²

5.3. Hotel Property Award

Nagrada Hotel Property Award se dodjeljuje od 2002. godine za originalnost koncepta smještaja, arhitektonsku kvalitetu, integraciju objekta u okruženje, dizajn, inovaciju (planiranje i izgradnja, dizajn, rad i tehnologija, okoliš/ održivost) te profitabilnost. Nagrada predstavlja kvalitetu te svi nominirani često koriste znak u marketinške svrhe.

U 2020. godini prijavilo se 40 hotela iz 12 europskih zemalja gdje je žiri sastavljen od 19 članova izabrao 10 hotela te su od svih nominiranih 3 hotela prošla u posljednji krug, to su: Grand Park Hotel Rovinj, Hotel Ottilia u Copenhagenu u Danskoj te Lighthouse Hotel & Spa u Büsumu u Njemačkoj.

Nagrada Hotel Property Award pripala je Maistrinom Grand Park Hotelu Rovinj. Koncept Grand Park Hotela u Rovinju temelji se na pogledu i bezuvjetnom uživanju u prizoru koji se gostima i posjetiteljima otvara iz svakog prostora hotela – fantastično okruženje i krajolik s pogledom na Rovinj i Sv. Eufemiju su bili ključni za osvajanje nagrade.⁶³

⁶¹ <https://www.holidaycheck.de/partner/en/news/holidaycheck-special-award-2021> , pristup 12.06.2021.

⁶² <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije-dva-hrvatska-hotela-osvojila-prestiznu-holiday-check-special-nagradu>, pristup 12.06.2021.

⁶³<https://www.poslovniturizam.com/kompanije/hotel-property-award-2020-dodijeljen-hrvatskom-hotelu-grand-park-hotel-rovinj/3415/> , pristup 12.06.2021.

5.4. World Luxury Hotel Awards

World Luxury Hotel Awards osnovan je 2006. godine te slovi za vrhunac postignuća u industriji luksuznih hotela te nude međunarodno priznanje za koje glasaju gosti, putnici i turistička industrija. Više od 300.000 međunarodnih putnika glasa u razdoblju od 4 tjedna kako bi izabrali pobjednika. Luksuzni hoteli mogu sudjelovati na dodjeli nagrada World Luxury Hotel Awards ulaskom u hotelske kategorije koje prikazuju njihova jedinstvena prodajna mjesta i odredišta. Hoteli se mogu natjecati u preko 100 različitih kategorija. Osvajanje svjetske nagrade za luksuzni hotel će potaknuti povjerenje gostiju i zadržati vjernu klijentelu na visoko konkurentnom tržištu, te će potaknuti kontinuirani rast i razvoj hotela. Registracijom hotela stječe se status i prepoznavanje, globalna promocija, rast kupaca, mogućnost umrežavanja, priznanje osoblja i web profil.⁶⁴

Tablica 1. Dobitnici nagrada World Luxury Hotel Awards

Hotel	Kategorija
Isabella Valamar Collection Island Resort 4*/5*	Luxury Island Resort
Luxury Boutique Hotel Villa Vulin	Luxury Boutique hotel
Valamar Collection Dubrovnik President Hotel 5*	Luxury Beach Resort
Valamar Collection Imperial Hotel 4*	Luxury Historical Hotel

Izvor: vlastita izrada prema: [https://www.luxuryhotelawards.com/winner/the-14th-annual-world-luxury-hotel-awards-winners-2020/?sorts%23winners-table\[hotel\]=1&queries%23winners-table\[search\]=croatia](https://www.luxuryhotelawards.com/winner/the-14th-annual-world-luxury-hotel-awards-winners-2020/?sorts%23winners-table[hotel]=1&queries%23winners-table[search]=croatia) , pristup 12.06.2021.

Hrvatski hoteli koji su 2019. godine osvojili nagrade vidljivi su u Tablici 1. Čak tri Valamarova hotela su osvojili nagrade a to su Isabella Valamar Collection Island Resort 4*/5* u kategoriji Luxury Island Resort, Valamar Collection Dubrovnik President Hotel 5*

⁶⁴ <https://www.luxuryhotelawards.com/> , pristup 12.06.2021.

u kategoriji Luxury Beach Resort, te Valamar Collection Imperial Hotel 4* u kategoriji Luxury Historical Hotel. Također, nagradu je osvojio i Luxury Boutique Hotel Villa Vulin u kategoriji Luxury Boutique hotel.

6. Certifikati i nagrade hrvatskih hotelskih poduzeća

U ovom poglavlju predstavljena su tri hrvatska hotelska poduzeća: San Rocco Heritage Hotel & Gourmet Restaurant, nagrade i certifikati poduzeća Valamar d.d. s posebnim osvrtom na Valamar Riviera Hotel & Residence 4* u Poreču te grupacija Jadranka Grupa d.d. gdje su navedene nagrade i priznanja njezinih tvrtki kćeri.

6.1. San Rocco Heritage Hotel & Gourmet Restaurant

San Rocco Heritage Hotel & Gourmet Restaurant je obiteljski heritage hotel koji je 2004. godine prošao kompletnu restauraciju od drevnog obiteljskog imanja do ekskluzivnog turističkog kompleksa. Hotel se sastoji od tri zdanja. Nalazi se u samom centru Brtonigle te je okružen parkom i maslinikom.

Hotel se sastoji od 14 dvokrevetnih soba sa francuskim ležajem. Svaka je soba dizajnirana za sebe i svaka nudi poseban ugođaj. Detalji drveta, kamena i kovanog željeza podsjećaju na lokalnu tradiciju i usko su povezani s tim područjem. Sobe su podijeljene u: classic, confort, tradition, suite/family room "cavallier" i vintage suite. Razlikuju se po veličini, položaju i određenim sadržajima, a sve sobe imaju klima uređaj, minibar, sef, satelitsku televiziju, telefonsku vezu, bežični pristup internetu.

Gourmet Restaurant San Rocco je član udruge Jeunes Restaurateurs d'Europe i spada u sam vrh istarske i hrvatske gastronomije. U restoranu se predstavljaju najbolja jela od jadranske ribe, tartufa, gljiva i divljači. Uvršten je u najvažnije nacionalne i međunarodne eno gastronomske vodiče kao što su: Veronelli, Le guide de l'Espresso, Magnar Ben, A tavola con il Nordest, Restaurant Croatica, Gault Milau, Wo ist Österreich.

Također uz smještaj, gastronomsku i wellness ponudu nude i mogućnost organiziranja vjenčanja i drugih evenata.⁶⁵

⁶⁵ <http://san-rocco.hr/> , pristup 12.06.2021.

Tablica 2. Osvojene nagrade San Rocco Heritage Hotel & Gourmet Restauraanta

1.	2006. (Milano) – prva zvjezdica u vodiču Veronelli
2.	2007. (Milano) – druga zvjezdica u vodiču Veronelli
3.	2007. (Bol na Braču)- TURISTIČKI CVIJET-KVALITETA ZA HRVATSKU Najbolji mali hotel hrvatskog Jadrana
4.	2008. – nagrada „Adrian“ za najbolji mali hotel u Hrvatskoj
5.	2008. (Opatija)- TURISTIČKI CVIJET-KVALITETA ZA HRVATSKU – drugi put najbolji mali hotel hrvatskog Jadrana
6.	2009. (Bol na Braču) – TURISTIČKI CVIJET-KVALITETA ZA HRVATSKU -treći put najbolji mali hotel hrvatskog Jadrana
7.	2010. (Rovinj)- TURISTIČKI CVIJET-KVALITETA ZA HRVATSKU – četvrti put najbolji mali hotel hrvatskog Jadrana
8.	2011. (Šibenik) – TURISTIČKI CVIJET-KVALITETA ZA HRVATSKU-posebno priznanje za višegodišnju kvalitetu u kategoriji najbolji mali hoteli hrvatskog Jadrana
9.	2013. (Venecija) – Međunarodna nagrada za najbolji hotelski restoran u regiji Alpe-Adria
10.	2014. – Najbolji restoran u Istri prema službenom Istra Gourmet vodiču
11.	2015. – Najbolji restoran u Istri prema službenom Istra Gourmet vodiču
12.	2015. (Poreč) – TURISTIČKI CVIJET-KVALITETA ZA HRVATSKU- Najbolji restoran hrvatskog Jadrana
13.	2015. (Gorica) Nagrada “Gusti di Fontiera” gourmet Restoranu San Rocco kao najboljem hrvatskom restoranu
14.	Top pozicije u gastro vodičima : Guide dell’Espresso, A tavola Con le Venezie, Magnar Ben, Gault Millau.
15.	Od 2013. član međunarodne udruge Jeunes Restaurateurs d’Europe
Posebne nagrade	
1.	2014. – Nagrada Anton Štifanić kao najprestižnija nagrada turističkog sektora u Hrvatskoj, vlasniku Tulliu Fernetichu za uloženi trud u razvoj i unapređenje turističkog sektora

2.	2015. (Rovinj) „Zlatna koza“ obitelji Fernetich za 10-godišnji trud u promicanju destinacije
3.	2011. (Rim) predstavljanje međunarodnog vodiča Flos Olei – Ekstradjevičansko maslinovo ulje San Rocco je uključeno od 2011. do danas među najboljim svjetskim maslinovim uljima

Izvor: vlastita izrada prema: <http://san-rocco.hr/nagrade/> , pristup 12.06.2021.

U Tablici 2. nabrojane su nagrade koje je osvojio San Rocco Heritage Hotel & Gourmet Restaurant. Prikazano je ukupno 18 nagrade od kojih tri izdvajaju kao posebne nagrade. Ističe se da je četiri godine za redom osvajao nagradu „Turistički cvijet-kvaliteta za hrvatsku“ –najbolji mali hotel hrvatskog Jadrana, te da je dvije godine za redom bio proglašen kao najbolji restoran u Istri prema službenom Istra Gourmet vodiču.

6.2. Valamar Riviera d.d.

Hoteli i odmarališta te kamping ljetovališta Valamar Riviere d.d. posluju prema najvišim standardima kvalitete usluge i smještaja i visoko su ocijenjeni na svjetski poznatim portalima i organizacijama u turističkoj industriji.

Valamar Riviera je 2017. godina bila dobitnik prestižne nagrade „Euromoney Real Estate“ u kategoriji „predvodnik u razvoju turističke imovine“ u Hrvatskoj. Dvije godine ranije, Valamar je dobio i nagradu časopisa Euromoney kada je proglašen najbolje upravljanom hotelijerskom kompanijom u CEE regiji. Nagrade časopisa Euromoney prepoznate su širom svijeta kao simbol poslovne izvrsnosti.⁶⁶

Nagrade i priznanja koja je Valamar Riviera d.d. dobila u 2020., 2019., 2018. godini prikazani su Tablici 3. Nagrade Valamar Riviere d.d..

⁶⁶ <https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/valamar-dobitnik-prestizne-nagrade-euromoney-real-estate/>, pristup 12.06.2021.

Tablica 3. Nagrade Valamar Riviere d.d.

Domaće nagrade i priznanja u 2020.	
Moj Posao	Najbolji poslodavac u turizmu, 6. najpoželjniji među hrvatskim kompanijama
Poslovni dnevnik i Zagrebačka burza	Najbolji odnosi s investitorima, 3. mjesto
HRPPSOR i HGK	Glavna nagrada Indeksa DOP-a
Međunarodne nagrade i priznanja u 2020.	
ANWB	ANWB Top Camping 2020
ADAC	ADAC Superplatz 2020
World Travel Awards	Croatia's Leading Resort
World Travel Awards	Croatia's Leading Boutique Hotel
World Travel Awards	Croatia's Leading Business Hotel
World Travel Awards	Croatia's Leading Hotel
World Travel Awards	Croatia's Leading Seafront Hotel
World Luxury Hotel Awards	Luxury Beach Resort
World Luxury Hotel Awards	Luxury IslandResort
World Luxury Hotel Awards	Luxury Historical Resort
TripAdvisor	Traveler's Choice 2020
The Golden City Gate	Tourism Multimedia Award, kategorija hoteli – 2. mjesto
Leading Campings of Europe	
Domaće nagrade i priznanja u 2019.	
Lider	Istra Premium Camping Resort 5* osvojio nagradu Specijal Lider invest
KUH	11 kampova Valamar Riviere osvojilo nagrade na 13. Kongresu HR kampinga
Zagrebačka burza	Valamar Riviera 3. put nagrađena za najbolje odnose s investitorima
Dani hrvatskog turizma	Zaposlenici i Valamarovi hoteli osvojili

	prestižne nagrade
Međunarodne nagrade i priznanja u 2019.	
TUI	Valamarovi hoteli osvojili 6 nagrada na TUI konferenciji u Turskoj
World Luxury Hotel Awards	3 nagrade Valamarovim hotelima
Zagrebačka burza	Dionica s najvećim prometom
EU Ecolabel	6 Valamarovih kampova dobilo znak EU Ecolabel
Međunarodne nagrade i priznanja u 2018.	
Camping2Bee	Lanterna Premium Camping Resort 4*
ADAC SUPER Platz 2018	Krk Premium Camping Resort
ANWB TOP 2018	Lanterna Premium Camping Resort, Solaris Camping i Krk Premium Camping Resort
INOVACAMP	Lanterna Premium Camping Resort

Izvor: vlastita izrada prema: <https://valamar-riviera.com/hr/drustvena-odgovornost/nagrade-i-priznanja/> , pristup 12.06.2021.

Valamar Riviera d.d. posjeduje mnogo hotela i resorta no izdvojen je Valamar Riviera Hotel & Residence 4* u Poreču. Prepoznat je kao vrhunski boutique hotel u blizini starogradske jezgre Poreča. Valamar Riviera Hotel & Residence 4* dobitnik je sljedećih nagrada i certifikata:

- **Travelers“ Choice 2020** – Valamar Riviera Hotel & Residence 4* dobitnik je navedene nagrade koju dodjeljuje Trip Advisor - najveći svjetski putnički portal. Izbor najboljih mjesta za boravak, atrakcija i restorana temelji se na kontinuiranim izvrsnim kritikama globalne putničke zajednice čime se najbolje ocijenjeni svrstavaju u 10% najboljih objekata na Trip Advisoru.
- **Najbolji boutique hotel u Hrvatskoj 2016., 2017., 2018., 2019. i 2020. godine** – Valamar Riviera hotel u Poreču.

- **Tripadvisor 2016 & 2017 Travelers“ Choice award** –hotel Valamar Riviera proglašen je od strane portala Tripadvisor jednim od 25 najboljih hotela u Hrvatskoj u 2016. i 2017. godini.
- **Tripadvisor certifikat 2017.** – dobitnik certifikata izvrsnosti za postizanje Tripadvisor ocjene 4/5.
- **Certifikat ISO 14001** – Valamar Riviera Hotel primjenjuje visoke ekološke standarde. Ima sustav upravljanja okolišem uspostavljen i certificiran prema normi ISO 14001. Hotel je usvojio politiku zaštite okoliša u kojoj pokazuje svoju predanost poštivanju zakonskih zahtjeva, očuvanju i racionalnom korištenju prirodnih resursa, sprečavanju zagađenja okoliša i osiguranju uvjeta za selektivno prikupljanje otpada, uvježbanost radnika, kontinuirano poboljšanje i briga za sprečavanje onečišćenja
- **Certifikat ISO 9001** - Valamar Riviera Hotel primjenjuje visoke standarde kvalitete. Ima uspostavljen i certificiran sustav upravljanja kvalitetom ISO 9001 zasnovan na proizvodima i uslugama koji udovoljavaju zakonskim i regulatornim zahtjevima, usmjerenosti na kupca i stalnom poboljšanju rada i partnerskih odnosa s dobavljačima, što pokazuje svoju predanost kvaliteti i zadovoljstvu gostiju.
- **Q za kvalitetu pružanja usluga u turizmu** - Dobitnik oznake "Q za kvalitetu pružanja usluga u turizmu" koju je Ministarstvo turizma dodijelilo prema strogim kriterijima. Kvaliteta je vrlo važna i vlasnik Q oznake nudi gostu mnogo više nego što to nalaže standardna kategorizacija. Boduju se aktivan odnos prema zaštiti okoliša, sigurnost, skladištenje hrane, ankete o zadovoljstvu zaposlenika i gostiju, kao i suradnja s lokalnom zajednicom, a u hotelu anonimno borave i tajni gosti.⁶⁷

⁶⁷ <https://www.valamar.com/hr/hoteli-porec/valamar-riviera-hotel-residence/recenzije-nagrade> , pristup 12.06.2021.

6.3. Jadranka grupa

Jadranka grupa je jedno od vodećih hotelijersko – trgovačkih društava u Hrvatskoj. Jadranka d.d. predstavlja korporativnu maticu koja u svom vlasništvu ima više društava kćeri među kojima su Jadranka turizam d.o.o. (brendovi Lošinj Hotels & Villas i Camping Cres & Lošinj), Jadranka trgovina d.o.o. i Kamp Slatina d.o.o. i dr.

Bave se hotelijerstvom i ugostiteljstvom kao primarnom djelatnošću (s godišnjim prihodom od 40 milijuna eura). Društvo posjeduje i upravlja sa šest hotela kategorizacije 4* i 5* te mnogim vilama u tri odvojene i posebno smještene hotelske zone u Malom i Velom Lošinj. U zoni Čikat nalaze se luksuzni hotel Bellevue 5* i Boutique Hotel Alhambra & Villa Augusta 5*; u zoni Sunčana uvala smješteni su Wellness Hotel Aurora 4* i Family Hotel Vespera 4*, a u zoni Punta u Velom Lošinj smješten je Vitality Hotel Punta 4*. Hotel Helios, koji se također nalazi u zoni Čikat, trenutno se koristi kao hotel za smještaj zaposlenika.⁶⁸

Jadranka grupa je dobila priznanje za osvojeno treće mjesto u istraživanju „Najbolji poslodavac 2015.“ portala MojPosao.

Jadranka turizam d.o.o. dobila je priznanje za značajna ulaganja u Primorsko-goranskoj županiji i nagradu Brand Leader Award 2016. za izuzetan doprinos na turističkom tržištu.

Dalje su predstavljene nagrade i priznanja koje su osvojili hoteli Jadranke grupe odnosno Hotel Bellevue, Hotel Aurora, Family Hotel Vespera, Vitality Hotel Punta, Boutique Hotel Alhambra, Uvala Čikat, Kamp Čikat, Kamp Baldarin, Kamp Bijar, Kamp Slatina d.o.o.

Hotel Bellevue

- nagrada Croatia's Best Hotel Spa za 2020. godinu od strane World Spa Awards
- Condé Nast Johansens nagrada za izvrsnost 2018. u kategoriji Best Destination Spa
- TripAdvisor Travelers' Choice Awards

⁶⁸ <https://www.jadranka.hr/upoznajte-nas> , pristup 12.06.2021.

- Top 25 Hotels in Croatia 2016.
- Top 25 Luxury Hotels in Croatia 2016.
- najbolji hotel i najbolji luksuzni hotel u Hrvatskoj u 2017. godini
- World Luxury Hotel Awards 2016. u kategoriji Luxury Honeymoon Hotel
- Nagrada Meeting Star 2015. časopisa Kongres Magazine kao najbolji kongresni resort u međunarodnoj konkurenciji
- Sustainable Hotel od 2015.
- Bijela zastava.

Hotel Aurora

- Tripadvisor - Certificate of Excellence 2012., 2013., 2014., 2015., 2017.
- HolidayCheck Award 2015., 2014.
- Sustainable Hotel od 2015.

Family Hotel Vespera

- Tripadvisor - Certificate of Excellence 2013., 2014., 2015., 2017.
- Tripadvisor Traveler's Choice Awards 2015., 2017. - među 25 najboljih hotela u Hrvatskoj za obiteljski odmor
- HolidayCheck Award 2015.
- Sustainable Hotel od 2015.
- Član Kinderhotels-a.

Vitality Hotel Punta

- Tripadvisor - Certificate of Excellence 2013., 2014., 2015., 2016.
- HolidayCheck 2014.
- Sustainable Hotel od 2014.
- ECARF - Allergy-Friendly Quality Tested.

Boutique Hotel Alhambra

- najbolji hotel u kategoriji Stories hotela 2019.
- Tripadvisor - Certificate of Excellence 2017.
- World Luxury Hotel Awards 2016. - u kategoriji Luxury Boutique Hotel
- Gault&Millau 2017. - renomirani francuski vodič Gault Millau uvrstio je á la carte restoran Alfred Keller na listu najboljih restorana za 2017. godinu
- Bijela zastava
- član svjetskog lanca Small Luxury Hotels
- član američke mreže vodećih turističkih subjekata Virtuoso
- član Traveller Made.

Uvala Čikat

- međunarodna nagrada Darc Awards 2016. za projekt morske rasvjete uvale Čikat
- projekt rasvjete uvale Čikat u finalu za godišnju nagradu Lighting Design Award 2016.g. u kategoriji najboljeg dizajna rasvjete javnog prostora

- „International Lighting Design Prize - Codega” 2015. (prestižno međunarodno natjecanje dizajnera godine u Veneciji) – projekt morske rasvjete u lošinjskoj uvali Čikat na plaži hotela Bellevue, naziva Meduze – 1. nagrada.

Kamp Čikat

- U siječnju 2019. uvršten u prestižno udruženje Leading Campings of Europe
- Kamping udruženje Hrvatske: Najbolji kamp u Hrvatskoj 2019.
- ADAC Camping Award 2019. - nagrada za inovativni projekt "Sigurno kampiranje na području kampa Čikat"
- Camping club DCC (Deutscher Camping Club), najveće njemačko udruženje koje se bavi promocijom kamping turizma: DCC Europreis 2018.
- Naj kamp - ADRIA 2011. - 2018. (u kategoriji velikih kampova na Kvarneru)
- Tripadvisor - Certificate of Excellence 2017. za Aquapark Čikat
- Inova camp 2016 - nagrada za Aquapark Čikat.

Kamp Baldarin

- Kamping udruženje Hrvatske: Najbolji kamp u Hrvatskoj 2019.
- Ecocamping 2016. - 2017.
- Nagrada nizozemskog portala: Preporučuje Zoover 2013.

Kamp Bijar

- Nagrada talijanskog časopisa „Confedercampeggio“ u izdanju talijanskog udruženja kampista „Simpatija i ekologija“ 2009. – 2. mjesto.

Kamp Slatina d.o.o.

- Kamping udruženje Hrvatske: Najbolji kamp u Hrvatskoj 2019
- Tripadvisor - Certificate of Excellence 2017.
- Nagrada Inova camp 2016 za projekt „Camping cum cane“
- Žuta ploča ADAC-a 2011. i 2012.
- ADAC Camping Caravaning Award 2008.
- Kamping udruženje Hrvatske: Najbolji hrvatski kampovi 2010., 2016.
- Primorsko jedro 2008.: Priznanje za čistoću i uređenost plaže "Slatina" u kategoriji najuređenijih plaža na Kvarneru
- SITEO 2008.: Francuska nagrada za inovativne ideje za zaštitu okoliša.⁶⁹

⁶⁹ <https://www.jadranka.hr/nagrade-i-priznanja> , pristup 12.06.2021.

7. Istraživanje – Anketa o važnosti nagrada i certifikata pri odabiru hotelskog smještaja

Istraživanje je provedeno putem online anonimne ankete u kojoj je sudjelovala 81 osoba. Istraženi su stavovi i mišljenja o nagradama i certifikatima u hotelijerstvu te njihova važnost prilikom odabira smještaja. Anketa se sastojala od 15 pitanja, 14 obaveznih i 1 neobavezno pitanje.

Prvo pitanje je u koju dobnu skupinu pripadaju ispitanici. Najviše je mladih do 35 godina čak 85% odnosno 45 ispitanika spada u skupinu od 26 do 35 godina i 24 ispitanika od 18 do 25 godina; zatim 5 ispitanika 46 do 55 godina, 4 ispitanika koji imaju 56 i više godina te 3 ispitanika od 36 do 45 godina što je prikazano u Tablici 4.

Tablica 4. Dob ispitanika

Dob	Broj ispitanika	Postotak
Manje od 18	0	0%
18 do 25	24	30%
26 do 35	45	55%
36 do 45	3	4%
46 do 55	5	6%
56 i više	4	5%

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Drugo pitanje je spol ispitanika te je ispitana 31 muška osoba i 50 žena, što je i prikazano u Tablici 5.

Tablica 5. Spol ispitanika

Spol	Broj ispitanika	Postotak
Muško	31	38%
Žensko	50	62%
Drugo	0	0%

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Treće pitanje je „Koji je stupanj obrazovanja ispitanika“. Iz Grafikona 3 vidljivo je da nema ispitanika sa nižom stručnom spremom, a najviše ispitanika ima visoku stručnu spremu njih 37, zatim srednju stručnu spremu njih 34, višu stručnu spremu njih 9 te jedan doktor znanosti. Podaci su prikazani u Tablici 6.

Tablica 6. Stupanj obrazovanja ispitanika

Stupanj obrazovanja	Broj ispitanika	Postotak
NSS	0	0%
SSS	34	42%
VŠS	9	11%
VSS	37	46%
Doktor znanosti	1	1%

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Četvrto pitanje je „Kolika je visina mjesečnih prihoda“. Najviše ispitanika ima prihode između 5001 i 7500 kn i to njih 27, zatim 19 ispitanika ima prihode u visini 3001 do 5000 kn, 12 ispitanika ima prihode u visini 7501 do 10000kn, njih 10 ima prihode od 10001 do 15000 kn, 7 ispitanika ima prihode manje od 3000 kn te njih 6 ima prihode više od 15000 kn, te su podaci prikazani u Tablici 7.

Tablica 7. Visina mjesečnih prihoda ispitanika

Visina mjesečnih prihoda	Broj ispitanika	Postotak
Manje od 3000kn	7	9%
3001 do 5000 kn	19	24%
5001 do 7500 kn	27	33%
7501 do 10000 kn	12	15%
10001 do 15000 kn	10	12%
15001 i više	6	7%

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Zatim peto pitanje je bilo „Koliko često putujete?“. 37% ispitanika odnosno njih 30 putuje više puta godišnje, zatim 24 ispitanika putuju jednom godišnje, 14 ispitanika putuje

jednom u 6 mjeseci, 8 ispitanika putuje jednom mjesečno, njih 3 putuju više puta mjesečno, te dvije osobe su odgovorile da ne putuju, a rezultati su prikazani u Tablici 8.

Tablica 8. Godišnji broj putovanja ispitanika

Učestalost putovanja	Broj ispitanika	Postotak
Više puta mjesečno	3	4%
Jednom mjesečno	8	10%
Više puta godišnje	30	37%
Jednom u 6 mjeseci	14	17%
Jednom godišnje	24	30%
Ne putujem	2	2%

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Rezultati šestog pitanja „Kuju vrstu smještaja najčešće odabirete“ prikazani su u Tablici 9. Vrsta smještaja. Moguće je bilo označiti više odgovora te je vidljivo da je Privatni smještaj označilo je 52 ispitanika, Apartman 39, Hotel 25, Kamp 10, Boutique hotel 3 ispitanika, po jedna osoba je označila Lifestyle hotel i Tematski hotel, Obiteljski hotel 3 osobe, te je jedna osoba označila Ostalo i napisala „*kod prijateljice*“.

Tablica 9. Kuju vrstu smještaja najčešće odabirete

Vrsta smještaja	Broj odgovora	Postotak
Privatni smještaj	52	38%
Apartmani	39	29%
Hoteli	25	19%
Kamp	10	7%
Boutique hotel	3	2%
Lifestyle hotel	1	1%
Tematski hotel	1	1%
Obiteljski hotel	3	2%
Ostalo	1	1%

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Na sedmo pitanje „Koji su Vaši razlozi putovanja“ bilo je moguće označiti više odgovora. Najčešći odgovor bio je Odmor i razonoda čak 67 ispitanika je to odgovorilo, zatim 45 ispitanika je označilo Zabava, 44 ispitanika su označila Upoznavanje prirodnih ljepota, odgovore Opuštanje s obitelji i Upoznavanje kulturno-povijesnih znamenitosti označilo je po 24 ispitanika, njih 17 značilo je Posao, 5 ispitanika putuju iz Zdravstvenih razloga te 2 ispitanika su označila Prestiž. Odgovori su prikazani u Tablici 10. Razlozi putovanja. S obzirom na mogućnost višestrukog izbora 11 ispitanika je imalo identičan odgovor a to su odmor i razonoda, zabava, upoznavanje prirodnih ljepota i upoznavanje kulturno-povijesnih znamenitosti što su ujedno i najčešći razlozi putovanja.

Tablica 10. Razlozi putovanja

Razlozi putovanja	Broj odgovora	Postotak
Odmor i razonoda	67	29%
Opuštanje s obitelji	24	11%
Zabava	45	20%
Upoznavanje prirodnih ljepota	44	19%
Upoznavanje kulturno povijesnih ljepota	24	11%
Posao	17	7%
Zdravstveni razlozi	5	2%
Religija	0	0%
Prestiž	2	1%

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Zatim, u Tablici 11. prikazani su rezultati osmog pitanja „Jeste li upoznati s nagradama i certifikatima u hotelijerstvu?“ Najviše ispitanika, njih 42 odgovorilo je Ne, 22 osobe su odgovorile potvrdno te je 17 ispitanika odgovorilo da Ne znaju.

Tablica 11. Jeste li upoznati s nagradama i certifikatima u hotelijerstvu

Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
Da	22	27%
Ne	42	52%
Ne znam	17	21%

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Deveto pitanje je glasilo „Jeste li upoznati sa sljedećim certifikatima koji se dodjeljuju u hotelijerstvu?“ Odgovori su bili na ljestvici od 1 do 5 pri čemu je 1 označavalo Uopće nisam upoznat/a, 2 – Nisam upoznat/a, 3 – Neutralno, 4 – Upoznat/a sam, 5 – Vrlo dobro sam upoznat/a.

U Tablici 12. prikazani su podaci kako su ispitanici označili certifikat Održivi hoteli by UPUHH: 40 ispitanika uopće nije upoznato, 24 ispitanika nisu upoznati, 5 je neutralnih, 9 korisnika je upoznato i 3 korisnika su vrlo dobro upoznati. Eko oznaka Srce sa listom: 31 ispitanik uopće nije upoznat, 23 nisu upoznati, 6 neutralnih, 15 upoznatih i 6 vrlo dobro upoznatih. Certifikat Travelife: 33 uopće nisu upoznati, 21 nisu upoznati, 10 neutralnih, 12 upoznatih, 5 vrlo dobro upoznatih. Certifikat EU Ecolabel: 34 uopće nisu upoznati, 27 nisu upoznati, 5 neutralnih, 11 upoznatih, 4 vrlo dobro upoznati. HACCP: 28 uopće nisu upoznati, 20 nisu upoznati, 7 neutralnih, 15 upoznatih i 11 vrlo dobro upoznatih. ISO certifikati: 26 uopće nisu upoznati, 12 nisu upoznati, 5 neutralnih, 20 upoznatih, 18 vrlo dobro upoznatih. Stay safe in Croatia: 25 uopće nisu upoznati, 20 nisu upoznati, 5 neutralnih, 18 upoznatih i 13 vrlo dobro upoznatih. Safe travels: 27 uopće nisu upoznati, 19 nisu upoznati, 5 neutralnih, 19 upoznatih i 11 vrlo dobro upoznatih.

Iz podataka je vidljivo da za svaki certifikat najviše je odgovora „uopće nisam upoznat/a“. Ispitanici su najbolje upoznati s ISO certifikatima, a najmanje upoznati s certifikatom Održivi hoteli by UPUHH.

Tablica 12. Koliko su ispitanici upoznati s određenim certifikatima

	1 – uopće nisam upoznat	2 – nisam upoznat	3 - neutralno	4 -upoznat sam	5 – vrlo dobro sam upoznat
Održivi hoteli by UPUHH	40	24	5	9	3
Eko oznaka Srce sa listom	31	23	6	15	6
Travelife	33	21	10	12	5
EU Ecolabel	34	27	5	11	4
HACCP	28	20	7	15	11
ISO	26	12	5	20	18
Stay safe in Croatia	25	20	5	18	13
Safe travels	27	19	5	19	11

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Deseto pitanje je glasilo „Prilikom odabira smještaja koliko Vam je bitno da smještaj ima iduće certifikate?“ Odgovori su bili na ljestvici od 1 do 5 pri čemu je 1 označavalo Uopće mi nije bitno, 2 – Nije mi bitno, 3 – Neutralno, 4 – Bitno mi je, 5 – Vrlo mi je bitno.

Iz Tablice 13. Važnost certifikata vidljivi su podaci o važnosti navedenih certifikata ispitanicima. Ispitanici su se izjasnili za ekološke certifikate: 10 ispitanika uopće mi nije bitno, 14 nije mi bitno, 34 neutralna, 20 bitno mi je, 3 vrlo mi je bitno. Certifikati o održivosti: 10 uopće mi nije bitno, 17 nije mi bitno, 33 neutralno, 18 bitno mi je, 3 vrlo mi je bitno. Certifikati o sigurnosti hrane: 7 uopće mi nije bitno, 18 nije mi bitno, 12 neutralno, 24 bitno mi je, 20 vrlo mi je bitno. Certifikati o upravljanju energijom: 10 uopće mi nije bitno, 14 nije mi bitno, 32 neutralno, 23 bitno mi je, 2 vrlo mi je bitno. Certifikat o upravljanju kvalitetom: 9 uopće mi nije bitno, 17 nije mi bitno, 27 neutralno, 19 bitno mi je, 9 vrlo mi je bitno. Certifikati i protokoli o sigurnosti gostiju: 9 nije mi bitno, 15 nije bitno, 28 neutralno, 18 bitno mi je, 11 vrlo mi je bitno. Certifikati o sigurnosti i sigurnom putovanju: 8 uopće mi nije bitno, 16 nije mi bitno, 26 neutralno, 18 bitno mi je, 13 vrlo mi je bitno.

Iz rezultata je vidljivo da se najviše ispitanika izjasnilo kao neutralno. Najbitniji certifikat je onaj o sigurnosti hrane.

Tablica 13. Važnost certifikata

	1 – uopće mi nije bitno	2 – nije mi bitno	3 – neutralno	4 – bitno mi je	5 – vrlo mi je bitno
Ekološki certifikati	10	14	34	20	3
Certifikati o održivosti	10	17	33	18	3
Certifikati o sigurnosti hrane	1	18	12	24	20
Certifikati o upravljanju energijom	10	14	32	23	2
Certifikati o upravljanju kvalitetom	9	17	27	19	9
Certifikati i protokoli o sigurnosti gostiju	9	15	28	18	11
Certifikati o sigurnosti i sigurnom putovanju	8	16	26	18	13

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Jedanaesto i dvanaesto pitanje odnose se na nagrade u hotelijerstvu, glase „Jeste li upoznati sa sljedećim nagradama koje se dodjeljuju u hotelijerstvu“. U 11. pitanju navede su nagrade koje dodjeljuje HTZ, odnosno Godišnje hrvatske turističke nagrade. Odgovori su bili kao i u prethodnim pitanjima, označavali su se na ljestvici od 1 do 5 pri čemu je 1 označavalo Uopće nisam upoznat/a, 2 – Nisam upoznat/a, 3 – Neutralno, 4 – Upoznat/a sam, 5 – Vrlo dobro sam upoznat/a.

Iz Tablice 14. Godišnje hrvatske turističke nagrade korisnici su se izjasnili: Nagrada „Destinacija godine“: 20 ispitanika uopće nisam upoznat/a, 19 nisam upoznat/a, 9 neutralnih, 22 upoznat/a sam, 11 vrlo dobro sam upoznat/a. Nagrada „Održivi turizam“: 23 uopće nisam upoznat/a, 20 upoznat/a sam, 13 neutralnih, 19 upoznat/a sam, 6 vrlo dobro sam upoznat/a. Nagrada „Inovacija godine“: 26 uopće nisam upoznat/a, 19 nisam

upoznat/a, 13 neutralnih, 18 upoznat/a sam, 5 vrlo dobro sam upoznat/a. Nagrada „Kulturna atrakcija godine“: 27 uopće nisam upoznat/a, 18 nisam upoznat/a, 17 neutralnih, 15 upoznat/a sam, 4 vrlo dobro sam upoznat/a. Nagrada „Događaj godine“ 24 uopće nisam upoznat/a, po 18 korisnika je označilo nisam upoznat/a i neutralno, 13 upoznat/a sam, 8 vrlo dobro sam upoznat/a. Nagrada „Prirodna atrakcija godine“: 28 uopće nisam upoznat/a, 16 nisam upoznat/a, 18 neutralno, 13 upoznat/ sam, 6 vrlo dobro sam upoznat/a. Nagrada „Plaža godine“ 23 uopće nisam upoznat/a, 14 nisam upoznat/a, 21 neutralnih, 12 upoznat/a sam, 11 vrlo dobro sam upoznat/a. Nagrada „Ljudi u turizmu“: 27 uopće nisam upoznat/a, 15 nisam upoznat/a, 20 neutralnih, 12 upoznat/a sam, 7 vrlo dobro sam upoznat/a.

Iz podataka je vidljivo da se najviše ispitanika izjasnilo da uopće nisu upoznati sa navedenim nagradama.

Tablica 14. Godišnje hrvatske turističke nagrade

Nagrada:	1 – uopće nisam upoznat	2 – nisam upoznat	3 - neutralno	4 – upoznat sam	5 – vrlo dobro sam upoznat
Destinacija godine	20	19	9	22	11
Održivi turizam	23	20	13	19	6
Inovacija godine	26	19	13	18	5
Kulturna atrakcija godine	27	18	17	15	4
Događaj godine	24	18	18	13	8
Prirodna atrakcija godine	28	16	18	13	6
Plaža godine	23	14	21	12	11
Ljudi u turizmu	27	15	20	12	7

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Dvanaesto pitanje odnosilo se na inozemne, svjetski poznate nagrade u hotelijerstvu. Odgovori su bili ponuđeni kao i u prethodnom pitanju. Za nagradu Holiday Check Award 32 ispitanika su se izjasnili da uopće nisu upoznati, 26 nisu upoznati, 12 neutralni, 8 upoznatih i 3 vrlo dobro upoznata. Nagrada Hotel Property Award: 32 uopće nisu upoznati, 24 nisu upoznati, 11 neutralnih, 10 upoznatih i 4 vrlo dobro upoznata ispitanika. Nagrada World Luxury Hotel Awards: 30 uopće nisam upoznat/a, 19 nisam upoznat/a, 10 neutralnih, 17 upoznat/a sam, 5 vrlo dobro sam upoznat/a.

Rezultati su grafički prikazani u Tablici 15. te je vidljivo da se najviše korisnika izjasnilo da uopće nisu upoznati sa navedenim nagradama, a prosječno 4 korisnika su se izjasnili da su vrlo dobro upoznati sa nagradama.

Tablica 15. Nagrade u hotelijerstvu

	Holiday check award	Hotel property award	World luxury hotel awards
1 – uopće nisam upoznat	32	32	30
2 – nisam upoznat	26	24	19
3 – neutralno	12	11	10
4 – upoznat sam	8	10	17
5 – vrlo dobro sam upoznat	3	4	5

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Trinaesto pitanje glasi: „Prilikom odabira smještaja koliko Vam je bitno da je smještaj nagrađivan“? Odgovori su također bili na ljestvici od 1 do 5, gdje je 1 označavalo Uopće mi nije bitno, 2 – Nije mi bitno, 3 – Neutralno, 4 – Bitno mi je, 5 – Vrlo mi je bitno.

Iz Tablice 16. Važnost nagrada pri odabiru smještaja vidljivo je da se najviše korisnika, njih 26, izjasnilo neutralno. Po 19 ispitanika su se izjasnili 1 uopće mi nije bitno i 4 bitno mi je. 13 ispitanika izjasnilo se da im nije bitno, te 4 da im je vrlo bitno.

Tablica 16. Važnost nagrada pri odabiru smještaja

	Broj ispitanika	Postotak
1 – uopće mi nije bitno	19	24%
2 – nije mi bitno	13	16%
3 – neutralno	26	32%
4 – bitno mi je	19	23%
5 – vrlo mi je bitno	4	5%

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Izdvojeni su ispitanici koji su se na prošlom pitanju izjasnili da su im nagrade pri izboru smještaja bitne i vrlo bitne te je izrađen profil navedena 23 ispitanika.

Tablica 17. Ispitanici koji su se izjasnili da su im nagrade bitne ili vrlo bitne

	Dob	Spol	Obrazovanje	Primanja	Putovanja	Ocjena
1	18-25	Ž	VSS	Manje od 3000	Jednom godišnje	4
2	18-25	Ž	VSS	3001-5000	Jednom godišnje	4
3	18-25	Ž	VSS	3001-5000	Vise puta godišnje	4
4	18-25	Ž	VSS	5001-7500	Vise puta godišnje	4
5	18-25	Ž	VSS	5001-7500	Jednom godišnje	4
6	26-35	Ž	SSS	3001-5000	Jednom mjesečno	4
7	26-35	Ž	SSS	10001-15000	Jednom u 6 mjeseci	5
8	26-35	Ž	VSS	3001-5000	Jednom mjesečno	4
9	26-35	Ž	VSS	3001-5000	Vise puta godišnje	5
10	26-35	Ž	VSS	5001-7500	Vise puta godišnje	4
11	26-35	Ž	VSS	5001-7500	Više puta godišnje	5
12	26-35	Ž	VSS	15001 i više	Više puta mjesečno	4
13	26-35	Ž	VŠS	5001-7500	Više puta mjesečno	4
14	26-35	M	SSS	5001-7500	Vise puta godišnje	4
15	26-35	M	SSS	10001-15000	Jednom u 6 mjeseci	4
16	26-35	M	VSS	10001-15000	Vise puta godišnje	4
17	26-35	M	VSS	10001-15000	Vise puta godišnje	4
18	26-35	M	VŠS	15001 i više	Vise puta godišnje	4
19	26-35	M	VSS	10001-15000	Jednom u 6 mjeseci	4
20	46-55	M	SSS	5001-7500	Vise puta godišnje	4
21	46-55	M	SSS	5001-7500	Vise puta godišnje	4
22	46-55	Ž	SSS	5001-7500	Vise puta godišnje	5
23	56 <	Ž	SSS	7501-10000	Vise puta godišnje	4

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Iz Tablice 17 je vidljivo da osobe koje su označile važnost nagrada sa 4-bitno mi je ili 5- vrlo mi je bitno najčešće spadaju u dobnu skupinu od 26 do 35 godina njih 14 te 5

osoba od 18 do 25, 3 osobe 46 do 55 godina te jedna osoba starija od 56. Gotovo duplo više žena negoli muškaraca, 15 žena i 8 muškaraca. Najviše ljudi sa VSS njih 13, zatim 8 sa SSS te 2 osobe sa VŠS. 9 osoba sa primanjima od 5001 do 7500 kn, po 5 osoba sa primanjima od 3001 do 5000 kn i 10000 do 15000 kn, po jedna osoba sa primanjima manjim od 3000 kn i višim od 15000kn. Iz odabrane skupine najviše ljudi putuje više puta godišnje njih 13, po 3 osobe putuju jednom godišnje i jednom u 6 mjeseci, te po 2 osobe jednom mjesečno ili više puta mjesečno.

Dolazimo do zaključka da prosječna osoba kojoj su nagrade bitne pri odabiru smještaja je mlada ženska osoba u dobi od 26 do 35 godina sa VSS obrazovanjem i primanjima od 5001 do 7500 kn te putuje više puta godišnje.

Posljednje obavezno pitanje glasilo je: „Ako birate smještaj koji je nagrađivan i/ili ima certifikate, koji su razlozi odabira takvog smještaja“. Bilo je moguće izabrati više odgovora, te se najviše ispitanika, njih 42, izjasnilo da im je najveći razlog njihova sigurnost, zatim 36 ispitanika Sigurnost moje obitelji/djece, 34 ispitanika Briga o okolišu, 27 Održivost, 4 Prestiž, te je 6 ispitanika označilo Ostalo i napisali sljedeće: Ne provjerama certifikate; Nije mi bitno; N/A; Kvaliteta usluge; Odabirem hotel po drugim kvalitetama, ne gledam nagrade, ponekad se dogodi da je ujedno i nagrađivan; Ne biram smještaj sa certifikatima. Odgovori su prikazani u Tablici 18.

S obzirom na višestruke odgovore 11 ispitanika je odgovorilo isto: Moja sigurnost i Sigurnost moje obitelji/djece.

Tablica 18. Razlozi odabira nagrađivanog smještaja

Razlozi	Broj odgovora	Postotak
Moja sigurnost	42	28%
Sigurnost moje obitelji/ djece	36	24%
Briga o okolišu	34	23%
Održivost	27	18%
Prestiž	4	3%
Ostalo	6	4%

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

Posljednje pitanje nije bilo obavezno i glasilo je „Ukoliko imate komentare/stavove o nagradama i certifikatima u hotelijerstvu slobodno napišite“. Pet korisnika je ostavilo odgovore te su oni prikazani u Tablici 19.

Tablica 19. Komentari/stavovi o nagradama i certifikatima u hotelijerstvu

1.	Apsolutno mi nisu bitni certifikati i nagrade, čini mi se da je to više marketing nego bilo što drugo. Vrlo mi je važna briga za okoliš, te ću uvijek radije izabrati privatni apartman/kuću za odmor kako bih podržala male lokalne iznajmljivače koji "žive" održivi razvoj i iskreno brinu o očuvanju okoliša. To su objekti koji pričaju svoju priču. Osim kada putujem poslovno, kada mi je važno ujutro imati doručak i kada ne provodim vrijeme u sobi već na sastancima i sl.
2.	Smatram da su recenzije gostiju puno mjerodavnije od samih nagrada i certifikata
3.	Samo se vi nagrađujete, ali nemojte preko veze.
4.	Važno je da strogo ocjenjuju ono što zastupaju tako da se turisti mogu pouzdati u navedene nagrade i certifikate.
5.	Nisam upoznata.

Izvor: vlastita izrada prema rezultatima istraživanja

U anketi je sudjelovalo najviše mladih osoba u dobi od 18 do 25 i 26 do 35 godina, nešto više žena negoli muškaraca, svi korisnici su obrazovani a najviše ih ima visoku stručnu spremu, 33% ispitanika ima mjesečne prihode u visini od 5001 do 7500 kn.

79 ispitanika se izjasnilo da putuju i to većina više puta godišnje, a 2 ispitanika da ne putuju. Najviše ih izabire privatni smještaj i apartmane. Najčešći razlozi putovanja su odmor i razonoda, zabava i upoznavanje prirodnih ljepota i kulturno-povijesnih znamenitosti.

Samo 22 osobe su se izjasnile da su upoznati sa nagradama i certifikatima u hotelijerstvu, dok ostali nisu ili ne znaju. Ponuđene certifikate su najčešće označavali da nisu uopće upoznati s njima, a najbolje su upoznati sa ISO certifikatima. Za važnost certifikata najviše su se izjašnjavali neutralno, dok je najvažniji certifikat onaj o sigurnosti hrane.

Ponuđene nagrade u hotelijerstvu najčešće su označavali da uopće nisu upoznati s njima, iako su više upoznati s hrvatskim turističkim nagradama negoli sa stranim nagradama. Važnost nagrada pri odabiru smještaja najčešće su označili neutralno dok je prosječna osoba kojoj su nagrade bitne mlada ženska osoba u dobi od 26 do 35 godina s VSS obrazovanjem i primanjima od 5001 do 7500 kn te putuje više puta godišnje. Kao razlog odabira nagrađivanog smještaja najviše ispitanika odgovorilo je moja sigurnost i sigurnost moje obitelji/djece. U komentarima se nekolicina ispitanika izjasnila da im nagrade i certifikati nisu bitni te da su bitnije recenzije, što je i vidljivo iz odgovora u cjelokupnoj anketi.

8. Zaključak

Hotelska industrija, kao djelatnost koja gostima pruža smještaj i prehranu, kao i dodatne usluge, omogućuje gostima da se odmore i opuste, uspostave poslovne kontakte, otkriju prirodne atrakcije, kao i kulturno -povijesne spomenike, a stanovnicima rezidencije pružaju usluge prehrane te razne mogućnosti zabave. Inovacije, urbanizacija, povećana produktivnost rada, više slobodnog vremena, kultura, zdravlje itd. utječu na želje i potrebe putnika, što doprinosi razvoju turizma, a time i hotelijerstva.

Sve zahtjevniji potrošači zadaju izazove suvremenom hotelijerstvu te kako bi hotelijeri ostali konkurentni na tržištu implementiraju informacijsku tehnologiju u poslovanje koja im omogućuje povećanje efikasnosti menadžmenta, podiže produktivnost i moral proizvodno-uslužnog osoblja. Tehnološki razvoj u hotelijerstvu pokrenuli su kompjuterski rezervacijski sustavi, globalni distribucijski sustavi i internet. Neke od inovacija u hotelskom smještaju su specijalizirane vrste hotela kao npr. tematizirani hoteli, eko hoteli, umjetnički/art hoteli, heritage hoteli, boutique hoteli i sl.

S obzirom da je hotelijerstvo jedan od najvećih potrošača energije sve više hotelskih lanaca želi osigurati neki od zelenih certifikata koji omogućuje zelenim hotelima da udovoljavaju suvremenim trendovima te im je princip poslovanja zasnovan na odgovornom upravljanju, brizi o zagađenju okoliša, minimalnoj ambalaži, koristi se organska posteljina, racionalno se troši voda i energija i sl.

Certifikati su međunarodne pismene isprave kojima se sigurno označuju i posvjedočuje se istinito stanje ili istinita okolnost o nekoj stvari, robu ili usluzi. Najčešći certifikati u hotelijerstvu su Održivi hoteli by UPUHH, Eko oznaka Srce sa listom, Travelife, EU Ecolabel, HACCP i ISO certifikati. Uz certifikate, na konkurentnost utječu i nagrade a najpoznatije nagrade u hotelijera u Hrvatskoj su Godišnje hrvatske turističke nagrade koje se dodjeljuju u devet kategorija. Svjetski poznate nagrade, koje redovno osvajaju i hrvatski hoteli, su Holiday Check Award, Hotel Property Award i World Luxury Hotel Awards.

Istraživanjem provedenim anketom cilj je bio utvrditi važnost nagrada i certifikata za konkurentnost suvremenog hotelijerstva. Među populacijom starijom od 18 godina utvrđeno je da je samo 27% ispitanika upoznato sa nagradama i certifikatima u hotelijerstvu, dok ostali nisu ili ne znaju. Većina uopće nije upoznata sa nagradama u hotelijerstvu, iako su više upoznati sa hrvatskim turističkim nagradama negoli sa stranim nagradama. Sa certifikatima također nisu upoznati, a najpoznatiji su im svjetski korišteni ISO certifikati, dok im je najvažniji certifikat o sigurnosti hrane. Kao razlog odabira nagrađivanog smještaja najviše ispitanika odgovorilo je moja sigurnost i sigurnost moje obitelji/djece. Za važnost nagrada pri odabiru smještaja najviše korisnika se izjasnilo neutralno, a analizom korisnika kojima su nagrade bitne su utvrđeno je da je prosječna osoba kojoj su nagrade bitne pri odabiru smještaja je mlada ženska osoba u dobi od 26 do 35 godina sa VSS obrazovanjem i primanjima od 5001 do 7500 kn te putuje više puta godišnje. Također, nekolicina ispitanika se izjasnila da im nagrade i certifikati nisu bitni te da su bitnije recenzije.

Popis literature

a) Knjige

Bunja Đ., „Organizacija poslovanja u hotelijerstvu i turizmu“, Zagreb, Školska knjiga, 2009.

Galičić, V., Šimunić, M., „Informacijski sustavi i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Rijeka, 2006.

Gržinić J., Bevanda V., „Suvremeni trendovi u turizmu“, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, 2014.

Hayes D.K., Ninemeier J.K., „Upravljanje hotelskim poslovanjem“, M plus, Zagreb, 2005.

b) E-knjige

Galičić V., „Poslovanje hotelskog odjela smještaja“, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2017. Dostupno na: https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Vlado_Galicic_Poslovanje_hotelskog_odjela_smjestaja.pdf, pristup 28.06.2021.

Galičić, V., Laškarin, M., „Principi i praksa turizma i hotelijerstva“, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2016. Dostupno na: https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Principi_i_praksa_turizma_i_hotelijerstva.pdf, pristup 28.06.2021.

Gržinić J., Floričić T., „Turoperatori i hotelijeri u suvremenom turizmu“, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2015. Dostupno na: https://fet.unipu.hr/images/50016021/Turoperatori_i_hotelijeri_u_suvremenom_turizmu.pdf, pristup 28.06.2021.

c) članak

Čižmar S., „Konkurentnost hotelske industrije Hrvatske“, *Acta turistica*, Vol. 19 No. 2, 2007.

d) Internetski izvori

„HACCP vodič – Praktična provedba načela HACCP sustava za ugostitelje“, Izdanje I, Hrvatska obrtnička komora i Nastavni zavod za javno zdravstvo PGŽ, 2009., dostupno na:

https://www.hok.hr/sites/default/files/page-docs/2019-06/HACCP%20VODIC%20ZA%20UGOSTITELJE_PDF_1_6.pdf, pristup 13.06.2021.

<http://ec.europa.eu/ecat/hotels-campsites/en>

<https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug/uprava-za-klimatske-aktivnosti-1879/eko-oznake/znak-zastite-okolisa-europske-unije-eu-ecolabel/1420>

https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_09_110_2120.html

https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_08_85_1648.html

https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html

<https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/ministar-tomislav-coric-valamarovim-kampovima-svecano-urucio-oznaku-eu-ecolabel/#image-45>

<https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/valamar-dobitnik-prestizne-nagrade-euromoney-real-estate/>

<https://www.hah.hr/arhiva/haccp.php>

<https://www.hgk.hr/eko-oznake/eu-ecolabel>

https://www.hok.hr/sites/default/files/pagedocs/201906/HACCP%20VODIC%20ZA%20UGOSTITELJE_PDF_1_6.pdf

<https://www.holidaycheck.de/partner/en/news/holidaycheck-special-award-2021>

<https://www.hotelforum.org/en/awards/hotel-property-award/>

<https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/dva-hrvatska-hotela-osvojila-prestiznu-holiday-check-special-nagradu>

<https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/godisnje-hrvatske-turisticke-nagrade>

<https://www.hzn.hr/default.aspx?id=43>

<https://www.hzn.hr/default.aspx?id=53>

<https://www.hzn.hr/default.aspx?id=57>

<https://www.iso.org/about-us.html>

<https://www.iso.org/conformity-assessment.html>

<https://www.jadranka.hr/nagrade-i-priznanja>

<https://www.jadranka.hr/upoznajte-nas>

<https://www.luxuryhotelawards.com/>

<https://www.luxuryhotelawards.com/winners/>

<http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=257>

<http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=5680>

<https://www.omh.hr/hr/udruga/eko-hoteli-omh-74/74>

<https://www.optimus-stop.hr/haccp/>

<https://www.poslovniturizam.com/kompanije/hotel-property-award-2020-dodijeljen-hrvatskom-hotelu-grand-park-hotel-rovinj/3415/>

<http://san-rocco.hr/nagrade/>

https://www.travelife.info/index_new.php?menu=certification&lang=hr

https://www.travelife.info/index_new.php?menu=standardsandcriteria&lang=hr

<https://www.upuhh.hr/novosti/item/26-prvi-hoteli-s-oznakom-sustainable-hotel>

<https://www.upuhh.hr/novosti/item/289-predstavljen-certifikat-odrzivi-hoteli-by-upuhh>

<https://www.upuhh.hr/novosti/item/28-dodjela-sustainable-hotel-certificate-by-upuhh>

<https://www.upuhh.hr/novosti/itemlist/tag/Sustainable%20Hotel>

<https://www.valamar.com/hr/hoteli-porec/valamar-riviera-hotel-residence/recenzije-nagrade>

<https://www.zzjzdnz.hr/hr/usluge/haccp>

Popis Slika

Slika 1. Oznaka certifikata Održivi hoteli by UPUHH

Slika 2. Logo eko certifikata Srce sa listom

Slika 3. Oznaka certifikata Travelife

Slika 4. Oznaka Eu Ecolabel

Slika 5. Oznaka nagrade Holiday Check Special Award

Popis Tablica

Tablica 1. Dobitnici nagrada World Luxury Hotel Awards

Tablica 2. Osvojene nagrade San Rocco Heritage Hotel & Gourmet Restauraanta

Tablica 3. Nagrade Valamar Riviere d.d.

Tablica 4. Ispitanici koji su se izjasnili da su im nagrade bitne ili vrlo bitne

Tablica 4. Dob ispitanika

Tablica 5. Spol ispitanika

Tablica 6. Stupanj obrazovanja ispitanika

Tablica 7. Visina mjesečnih prihoda ispitanika

Tablica 8. Godišnji broj putovanja ispitanika

Tablica 9. Koju vrstu smještaja najčešće odabirete

Tablica 10. Razlozi putovanja

Tablica 11. Jeste li upoznati s nagradama i certifikatima u hotelijerstvu

Tablica 12. Koliko su ispitanici upoznati s određenim certifikatima

Tablica 13. Važnost certifikata

Tablica 14. Godišnje hrvatske turističke nagrade

Tablica 15. Nagrade u hotelijerstvu

Tablica 16. Važnost nagrada pri odabiru smještaja

Tablica 17. Ispitanici koji su se izjasnili da su im nagrade bitne ili vrlo bitne

Tablica 18. Razlozi odabira nagrađivanog smještaja

Tablica 19. Komentari/stavovi o nagradama i certifikatima u hotelijerstvu

Sažetak

Hotelijerstvo jedna je od najvažnijih djelatnosti u turizmu, uglavnom pružajući usluge smještaja i ugostiteljstva te druge usluge koje omogućuju odmor, druženje, upoznavanje prirodnih atrakcija i kulturno -povijesnih spomenika itd. S obzirom na sve zahtjevnije potrošače, nove trendove i inovacije i sve veći broj konkurenata na tržištu hotelijeri moraju konstantno unaprjeđivati svoje poslovanje kako bi zadržali konkurentnost. Jedan od načina unaprjeđivanja konkurentnosti i pružanja prepoznatljivosti na tržištu su nagrade i certifikati koji se dodjeljuju u hotelijerstvu. Provedenim istraživanjem ispitani su stavovi, mišljenja i praksa odabira hotelskog smještaja te koliku važnost pri tome imaju nagrade i certifikati koje hotelsko poduzeće posjeduje.

Ključne riječi: hotelijerstvo, suvremeno hotelijerstvo, nagrade, certifikati.

Summary

Hotel management is one of the most important activities in the field of tourism, mainly providing accommodation and catering services and other services that enable rest, socializing, getting to know natural attractions and cultural and historical monuments, etc. Given the increasingly demanding consumers, new trends and innovations and all a number of competitors in the market hoteliers must constantly improve their business in order to remain competitive. One of the ways to improve competitiveness and provide recognition in the market are awards and certificates awarded in the hotel industry. The conducted research examined the attitudes, opinions and practice of choosing hotel accommodation and the importance of awards and certificates that the hotel company has.

Key words: hotel industry, modern hotel industry, awards, certificates.