

ANALIZA PRIMJENE DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA VALAMAR RIVIERE

Prebežac, Dora

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac
University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:791684>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-28**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied
Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVU
POSLOVNI ODJEL
STUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Dora Prebežac

**ANALIZA PRIMJENE DRUŠTVENO
ODGOVORNOG POSLOVANJA VALAMAR RIVIERE**

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Društveno odgovorno poslovanje
Mentor: mr.sc. Ivana Varičak
Matični broj studenta: 0618618051

Karlovac, rujan 2023.

ZAHVALA

Ovom prikom želim prije svega zahvaliti svojoj mentorici mr.sc. Ivani Varičak na ukazanom povjerenju, kao i izdvojenom vremenu za sve moje nejasnoće i pitanja, razumijevanju te slobodi pisanja ovog rada. Nadalje, zahvaljujem svim kolegama koji su mi učinili ovaj studentski život zabavnijim i koji su bili uz mene tijekom cijelog studiranja.

Najviše zahvaljujem svojim roditeljima, bratu, ostalim članovima obitelji i dečku Ivanu koji su mi bili najveća podrška i vjerovali u mene od prvog dana i koji mi nisu dopustili da odustanem iako je bilo i takvih dana!

Hvala Vam!

SAŽETAK

Društveno odgovorno poslovanje može se definirati različitim terminima poput održivi razvoj, korporativna društvena odgovornost, etično poslovanje i sl. Društveno odgovorno poslovanje skraćeno (DOP) predstavlja koncept poslovanja u kojem poduzeća dobrovoljno i bez zakonske prisile nastoje uskladiti svoje poslovanje s potrebama društva u najširem mogućem smislu. Društveno odgovorno poslovanje izuzetno je bitno za rast i razvoj nekog poduzeća ne samo u turizmu nego i u ostalim granama stoga je iznimno važno prepoznati ekonomske i sociokulturne ali i druge promjene.

Valamar Riviera posluje već dugi niz godina, a svoje je ime zapravo dobilo 1910. godine kada je otvoren Hotel Riviera u Poreču. Valamar Riviera nudi bogatu turističku ponudu hotelijerstva, kampinga, Alpine&Ski te vrhunsku gastornomsku ponudu. U nastavku rada bit će pobliže objašnjeni ekonomski aspekt poslovanja, okolišni značaj te društvene teme te će isto biti prikazano i statističkim podacima kako bih se dobio bolji uvod društveno odgovornog poslovanja na primjeru Valamar Riviere.

Ključne riječi: društveno odgovorno poslovanje, održivi razvoj, turizam, društvo, okoliš, Valamar Riviera.

SUMMARY

Socially responsible business can be defined by different terms such as sustainable development, corporate social responsibility, ethical business, etc. Socially responsible business (CSR) is a concept of business in which companies voluntarily and without legal compulsion try to align their business with the needs of society in the broadest possible sense. Socially responsible business is extremely important for the growth and development of a company not only in tourism but also in other branches, therefore it is extremely important to recognize economic and socio-cultural as well as other changes. Valamar Riviera has been operating for many years, and it actually got its name in 1910. when Hotel Riviera was opened in Poreč. Valamar Riviera offers a rich tourist offer of hotels, camping, Alpine&Ski and a top gastronomic offer. In the continuation of the work, the economic aspect of business, the environmental significance and social issues will be explained in more detail, and the same will be shown with statistical data in order to get a better introduction to socially responsible business on the example of Valamar Riviera.

Keywords: socially responsible business, sustainable development, tourism, society, environment, Valamar Riviera.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1.Predmet i cilj rada.....	1
1.2.Izvori podataka i metode prikupljanja	1
1.3.Struktura rada.....	1
2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE	2
2.1.Definicija i koncept društveno odgovornog poslovanja.....	2
2.2.Dimenzije društveno odgovornog poslovanja	4
2.3. Društvena odgovornost i njezina povezanost s korporativnim upravljanjem	6
3. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U HRVATSKOJ	8
3.1.Glavni čimbenici društveno odgovornog poslovanja	8
3.2.Primjeri društveno odgovornog poslovanja za vrijeme koronavirusa	11
3.2.1. Franck	11
3.2.3. Prvo plinarsko društvo (ppd).....	12
3.2.4. Hrvatska pošta (hp).....	12
3.2.5. Zagrebačka banka	12
3.2.6. Janaf.....	12
3.2.7. Kaufland & Lidl Hrvatska.....	13
3.2.8. Valamar.....	13
3.2.9. Ikea.....	13
4.OPĆI PODACI I KLJUČNI SEGMENTI HOTELA VALAMAR	14
4.1.Valamar Collection	15
4.2.Valamar Hotels & Resorts.....	16
4.3.Sunny by Valamar	18
4.4.Places by Valamar.....	19
4.5.Camping Adriatic by Valamar	19
4.6.Valamar i društveno odgovorno poslovanje	22
5.ANALIZA PRIMJENE DRUŠTEVNO ODGOVORNOG POSLOVANJA HOTELA VALAMAR	23
5.1.Ekonomski aspekt poslovanja	23
5.2. Okolišni značaj.....	25
5.2.1. Upravljanje okolišem.....	25
5.2.2. Dostignuti standardi i certifikati na području zaštite okoliša	25
5.2.3. Ulaganje u okoliš	26

5.2.4. Utrošena energija za poslovanje	27
5.2.5. Otpadne vode i otpad	30
5.3. Društvene teme.....	31
5.3.1. Zapošljavanje.....	32
5.3.2. Obuka i obrazovanje	33
5.3.3. Zaštita na radu	34
6. ZAKLJUČAK.....	36
LITERATURA.....	37
POPIS ILUSTRACIJE.....	38

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je provedba društveno odgovornog poslovanja na poduzeće Valamar Riviere. Ciljevi rada su:

- Definirati pojam društvene odgovornosti
- Objasniti vrste i dimenzije društveno odgovornog poslovanja
- Navesti glavne čimbenike društveno odgovornog poslovanja
- Društvena odgovornost i korporativno upravljanje

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Prilikom pisanja ovog rada korišteni su internetski izvori te stručna literatura. U daljnjoj obradi korištene su metode deskripcije, klasifikacije, metoda kompilacije, metoda analize i sinteze, metoda indukcije te statistička metoda.

1.3. Struktura rada

Rad se sastoji od šest poglavlja. Prvo poglavlje sadrži uvod koji se sastoji od predmeta i cilja rada, izvora podataka, metode prikupljanja te strukture rada. U drugom dijelu objašnjene su teorijske značajke poput definicije koncepta DOP-a, njezine dimenzije, društvena odgovornosti i korporativno upravljanje. U trećem poglavlju bit će objašnjeno društveno odgovorno poslovanje u Hrvatskoj, kao i DOP za vrijeme pandemije koronavirusa te njezini glavni čimbenici. Četvrto poglavlje sadrži opće podatke i ključne segmente ponude Valamar Riviere. U petom poglavlju je prikazan statistička analiza i teorijski podatci u ekonomskom, okolišnom i društvenom aspektu. Šesto poglavlje obuhvaća zaključak rada.

2. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE

Društveno odgovorno poslovanje skraćeno (DOP) predstavlja koncept poslovanja u kojem poduzeća dobrovoljno i bez zakonske prisile nastoje uskladiti svoje poslovanje s potrebama društva u najširem mogućem smislu. Stoga se pojam i praksa društvene odgovornosti poduzeća odnose na cjelokupni raspon njegova djelovanja. Što poduzeće proizvodi te na koji način proizvodi, koje resurse upotrebljava, kako kupuje i kako prodaje, kako utječe na okoliš, kako zapošljava, kako se odnosi prema zaposlenicima, na koji ih način osposobljava za rad, kakvi su radni uvjeti, kako ulaže u društvenu zajednicu te poštuje li ljudska i radna prava samo su neka od pitanja koja određuju ukupni utjecaj tog poduzeća na društvo. Društveno odgovorno poslovanje koriste poduzeća koja aktivno sudjeluju u rješavanju ekoloških, društvenih i etičkih problema te se oni kao takvi smatraju društveno odgovornim poduzećima. Isto tako, poduzeća koja su društveno odgovorna moraju zahtijevati prednost svih interesnih skupina – vlasnika, menadžera, zaposlenika, kupaca, dobavljača, države, civilnog društva jer samo na taj način mogu uistinu doprinijeti ostvarenju održivog razvoja.

2.1. Definicija i koncept društveno odgovornog poslovanja

Iako danas postoje mnoge definicije društveno odgovornog poslovanja raznih autora ističe se definicija "oca utemeljitelja" H.R. Bowen –a koji je 1953. rekao je da se društvena odgovornost poslovnih ljudi odnosi se na obveze poslovnih ljudi da slijede one politike, donose one odluke i da poduzimaju one pravce djelovanja koji su poželjni sa stajališta društvenih ciljeva i vrednota.¹ Nadalje, jedan od prvih teoretičara koji je otišao dalje od puke definicije i ponudio cjelovitu tipologiju društvene odgovornosti bio je Sethi (1975). Svoj model trovrstne odgovornosti nazvao je korporativni društveni učinak/izvedba. Sethi je smatrao da korporacija ima tri vrste društvenih obveza koje trebaju usmjeravati njeno ponašanje: a) društvene obveze: poštovati zakonske propise i tržišna ograničenja, b) društvena odgovornost:

¹ Letica, B., Doba odgovornosti, MATE d.o.o., Zagreb 2010., str. 51.

poštovati društvene norme, vrijednosti i očekivanja, c) društvena primječivost: anticipativno i preventivno prilagođavanje društvenim potrebama.² Društvena odgovornost najjednostavnije se može definirati i kao „obveza svih koji posluju da uz cilj maksimiziranja profita maksimiziraju i pozitivan utjecaj svog poslovanja na društvo, a minimiziraju negativni utjecaj.“³ Osim samih autora, postoje još definicije društveno odgovornog poslovanja različitih institucija poput Europske komisije koja korporacijsku društvenu odgovornost definira kao koncept kod kojeg kompanije, na dobrovoljnoj osnovi, brigu o društvenim i okolišnim pitanjima povezuje sa svojim poslovnim operacijama i odnosima sa svojim dionicima.

Iz prethodno navedenih definicija jasno je da pojam društveno odgovornog poslovanja ima veliki broj definicija koje društvenu odgovornost poduzeća opisuju u najširem smislu. Ukratko rečeno, može se zaključiti glavna misao društveno odgovornog poslovanja da društveno odgovorno poslovanje obuhvaća onaj oblik poslovanja u kojemu poduzeće na prvo mjesto stavlja dobrobit zajednice, a da pri tome ne narušava svoj temeljni cilj ostvarenja profita.

Koncept društveno odgovornoga poslovanja predstavlja način poslovanja koji u konačnici pridonosi razvoju poslovnoga sustava, povećanju konkurentnosti, prepoznatljivosti, zadovoljavanju potreba potrošača, kvalitetnijemu upravljanju resursima, motivaciji, ali općenito i dobrobiti društva u cjelini. Prema teoriji o trostrukom (krajnjem) učinku (triple bottom line) koju navodi John Elkington (1994.) taj pojam izražava jednostavnu tezu i teoriju prema kojoj suvremene korporacije nemaju samo obavezu prema dioničarima, već imaju obvezu i prema dionicima i okolišu/prirodi. Mjera uspješnosti nije, dakle, samo dobit (profit) i povećanje vrijednosti, oplodnja kapitala, nego uspješnost ovisi i o druga dva učinka: povećanju blagostanja ljudi i zaštiti prirodne sredine.⁴

Što se tiče društvenog odgovornog poslovanja u turizmu treba promatrati preko ekonomske, društvene i okolišne komponente. Sve organizacije koje obavljaju djelatnosti u turizmu moraju biti svjesne da se njihove odluke i stavovi tiču ljudi, društva i okoliša te moraju voditi računa o vlastitim odlukama i posljedicama koje

² Letica B., Doba odgovornosti, MATE d.o.o., Zagreb 2010., 52.str

³ Krkač J., Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, MATE d.o.o., Zagreb 2007., str. 216-217

⁴ Letica B., Doba odgovornosti, MATE d.o.o., Zagreb 2010., str. 63

imaju na iste. Sektor turizma općenito je teže procijeniti od ostalih sektora, jer se svaka turistička destinacija uveliko razlikuje po kvaliteti pruženih turističkih usluga, što značajno ovisi o različitim čimbenicima. Društveno odgovorna turistička tvrtka analizira korištenje prirodnih i kulturnih resursa, štiti okoliš te se zalaže za očuvanje krajolika, bioraznolikosti i kulturne baštine. S time se potiče racionalno korištenje lokalnih proizvoda i usluga te veća suradnja s lokalnom zajednicom u svrhu poboljšanja kvalitete života lokalnoga stanovništva.

2.2. Dimenzije društveno odgovornog poslovanja

Kada su u pitanju dimenzije društveno odgovornog poslovanja može se reći da su to: ekonomska, pravna, etička te odgovornost dobročinstva/filantropije. U nastavku na slici 1 je prikazana Carrollova piramida iz 1991. koja je dobro primljena u upravama korporacija i među stručnjacima za poslovnu etiku zbog toga što je dovela u pitanje "egalitarizam"⁵ društvene odgovornosti poslovnog sektora. Naime, on je predložio hijerarhiju društvene odgovornosti na sljedeći način.

Prva razina – ekonomska odgovornost. Ekonomska odgovornost je primarna i najvažnija, temeljna, odgovornost korporacije. Prije svega, poslovna organizacija predstavljala je osnovnu ekonomsku jedinicu u društvu. Kao takva, njezina glavna uloga bila je proizvodnja dobara i pružanje usluga koje su potrošači trebali i željeli, uz ostvarenje dobiti. U jednom trenutku ideja o dobiti prerasla je u pojam maksimalnog profita, koji predstavlja trajnu vrijednost poduzeća. Zbog toga je ekonomska odgovornost prva razina društvene odgovornosti u piramidi jer je ona temeljni uvjet za rad i egzistenciju poslovnih subjekata

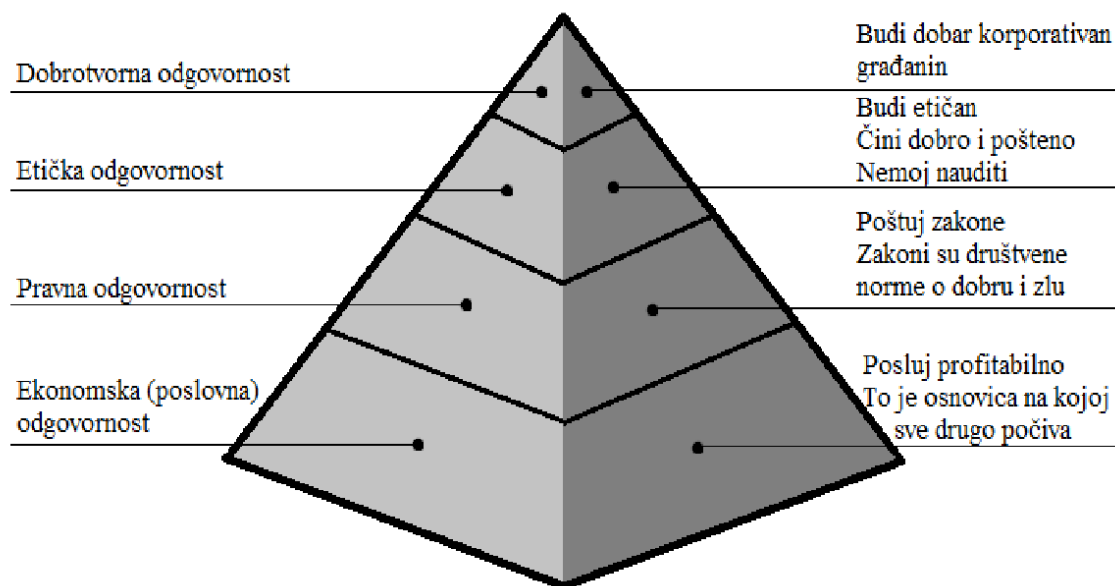
Druga razina – pravna odgovornost. Carroll smatra da svaka korporacija mora biti odgovorna pravna osoba koja poštuje slovo i duh zakona i drugih propisa koji su kodificirani kao pravila ponašanja koja se odnose na tvrtke i/ili građane.

⁵ Egalitarizam (francuski.: égalité iz latinskog: aequalitas „jednakost“) politička je ideologija ili etička teorija, prema kojem svi ljudi trebaju biti tretirani kao jednaki. Naglašava jednakost svih ljudi.

Treća razina – etička odgovornost. Na ovoj razini nije dostatno da je tvrtka profitabilna i da poštuje zakone, već bi trebala biti etična, treba se ponašati u skladu s etičkim normama korporacijske društvene odgovornosti. Poslovno-etički pokret proteklog desetljeća čvrsto je utvrdio etičku odgovornost kao legitimnu DOP komponentu. Iako je prikazana kao treći sloj piramide DOP-a, mora se prepoznati kako je u dinamičnoj “suradnji” s kategorijom pravne odgovornosti, nastojeći ju proširiti postavljajući sve veća očekivanja.

Četvrta razina – odgovornost dobročinstva/filantropije. Carroll je na vrh piramide stavio filantropiju društvenog poslovanja kao obvezu tvrtke da bude dobar “korporativni građanin”, tj. da donacijama i dobročinstvom pridonose ljudi i zajednice u kojoj djeluje. Stoga, filantropija je dobrovoljna od strane poduzeća, vrlo poželjna i cijenjena, ali zapravo manje važna od ostale tri dimenzije društvene odgovornosti.⁶

SLIKA 1. DIMENZIJE DOP-A



Izvor: Letica B., Doba odgovornosti, MATE d.o.o., Zagreb 2010., str. 56

⁶ Letica B., Doba odgovornosti, MATE d.o.o., Zagreb 2010., str. 56

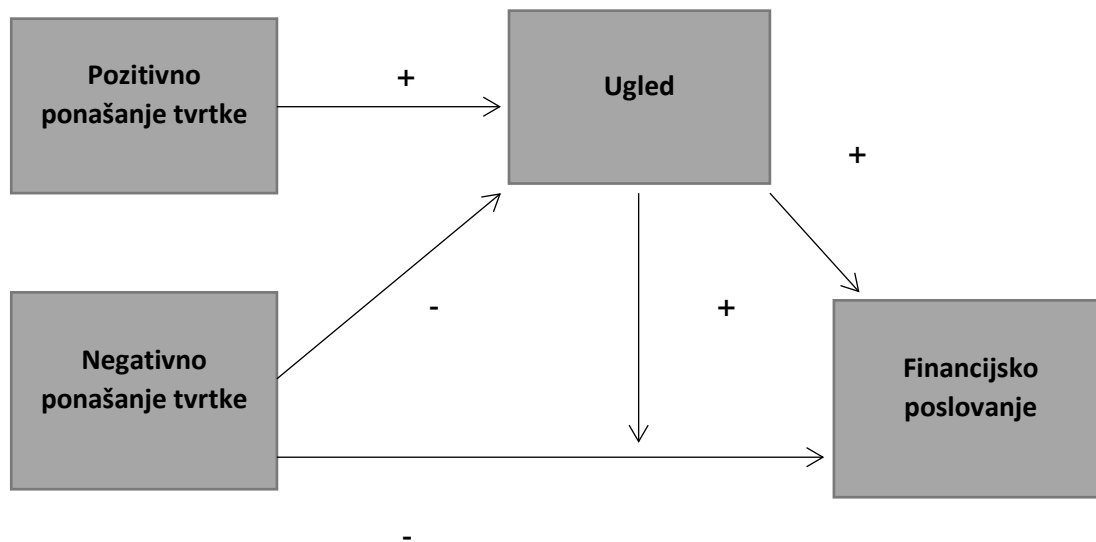
2.3. Društvena odgovornost i njezina povezanost s korporativnim upravljanjem

Koncept korporativnog upravljanja bitan je preduvjet za promicanje društveno odgovornog poslovanja. Korporativno upravljanje zapravo je sustav pravila, zakona i čimbenika koji kontroliraju procese unutar poduzeća. Model korporativnog upravljanja od sredine prošlog stoljeća pa do danas počeo se razvijati iz profitno orijentiranog u društveno odgovorni model, dok je posljednjih godina poprimio formu modela korporativnog zajedništva. Taj model korporativnog zajedništva opisuje poduzeće kao društveno-ekonomski sustav u kojem se stvaranje dobra ostvaruje suradnjom dionika.

Premda je društveno odgovorno poslovanje dio strateškog upravljanja, ono je dosad imalo mali utjecaj na strateško upravljanje. Primjerice, Fombrun, Gardberg i Barnett (2000) smatraju da se ulaganja u korporacijsku društvenu odgovornost trebaju tretirati kao i ulaganja tvrtke u istraživanje i razvoj, ili u obrazovanje radnika, koja u perspektivi mogu (i ne moraju!) donijeti nove mogućnosti za rast i razvoj korporacije. Jedan od hipotetski najvećih dobitaka, kojeg tvrtka može ostvariti ulaganjem u korporacijsku društvenu odgovornost, je očuvanje ili porast dobrog poslovnog (proizvodnog, uslužnog) ugleda. Naime, neosporno je da je poslovni ugled često najvažnija "imovina" na temelju koje korporacije privlače investitore, radnike, potrošače i druge dionike. Neosporno je i to da u načelu postoji pozitivna korelacija između reputacije i financijskog uspjeha korporacije, iako postoje i mnoge iznimke: ugledne korporacije s graničnim ili slabim poslovnim rezultatima i kontroverzne i manje ugledne s izvrsnim poslovnim rezultatima. Iako reputacija korporacija i njihovih proizvoda i usluga ne ovisi isključivo, pa ni primarno, o korporacijskoj društvenoj odgovornosti (nju određuju kvaliteta proizvoda, brendovi, marketing, imidž u medijima i javnosti), Klein i Dawar (2004) tvrde da ulaganje u KDO korporacija može smatrati kao neku vrstu osiguranja protiv budućeg negativnog publiciteta i ugroženog imidža. Sličnu logiku zastupaju i Knox i Maklan koji zaključuju kako „povjerenje dionika i društveno odgovorna politika smanjuju rizike koji izviru iz

nesigurnosti na poslu, potencijalnog bojkota potrošača i gubitka ugleda korporacije".⁷ Povezanost korporacijske društvene odgovornosti i financijskog uspjeha na različite se načine vizualizira što prikazuje sljedeća slika.

SLIKA 2. DIMENZIJE KDO-A



Izvor: Letica B., Doba odgovornosti, MATE d.o.o., Zagreb 2010., str. 8

⁷ Letica B., Doba odgovornosti, MATE d.o.o., Zagreb 2010., str. 85 - 86

3. DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE U HRVATSKOJ

Uvođenje društveno odgovorno poslovanje kao novi način rada može se opisati dugotrajnim i zahtjevnim procesom koji zahtijeva neke od promjene u obrazovanju te visoku društvenu svijest zajednice. Proučavajući gospodarsku situaciju na razini Republike Hrvatske u posljednjih nekoliko godina mogu se prijetiti poboljšanja i promjene društva i okoline. Sve je veća briga za okoliš, ljudska i radnaprava, organiziraju se humanitarne akcije i dobročinstva te velika društvena svijest novih generacija općenito što ukazuje na generalno i moguće poboljšanje za budućnost. Sam razvoj društveno odgovornog poslovanja u RH je u prvoj fazi bio temeljen na području zaštite okoliša, što se ponajviše odnosilo na industrijske proizvođače. Nakon toga se interes proširio i na druga područja kao što su briga o lokalnoj zajednici i ljudskim resursima. Zajednica je započela radom 2006. godine, a ciljevi su bili podizanje znanja i svijesti o DOP-u u svim sektorima, promicanje kodeksa poslovne etike te organizacija sustavne edukacije i savjetovanja u svrhu unaprjeđenja i razmjene dobre prakse iz Hrvatske, EU i svijeta.

3.1. Glavni čimbenici društveno odgovornog poslovanja

Kao čimbenike društveno odgovornog poslovanja izdvojila bih kao takva četiri glavna čimbenika, a to su: ⁸

- vlasnička struktura,
- liderska sposobnost,
- veličina poduzeća,
- sektor industrije.
- Vlasnička struktura – poduzeća koja su u potpunom ili većinskom hrvatskom vlasništvu, brinu se više o lokalnoj zajednici i okolišu, kupuju sirovine od lokalnih proizvođača, brinu o zaposlenicima, nastoje zaštititi domaće proizvođače i vrlo često investiraju u lokalnu zajednicu.

⁸ Bagić A., Škrabalo M., Narančić L., Pregled društvene odgovornosti poduzeća, Academy for Educational Development, Zagreb 2006., str: 30

- Liderske sposobnosti – lider (vođa) u hrvatskim poduzećima ima velik i pozitivan utjecaj na medijski prikaz društveno odgovornog poslovanja jedino ako imaju povjerenje zaposlenika. Na temelju toga ostvaruje se bolja komunikacija sa zaposlenicima i mogu se uvoditi različite promjene.
- Veličina poduzeća – u RH najbolji je pokazatelj primjene koncepta društveno odgovornog poslovanja. U velikim poduzećima je najraširenija primjena, dok se mala i srednja poduzeća baziraju na ulaganje u lokalnu zajednicu.
- Sektor industrije – u principu određuje u koju se svrhu se koriste načela društveno odgovornog poslovanja. Na primjer, banka će društveno odgovorno poslovati s ciljem promidžbe, dok se proizvodna poduzeća orijentiraju ekološkoj proizvodnji, upravljanju otpadom, kolektivnom pregovaranju i sl.

Također, prema istraživanju mogu se izdvojiti i 3 područja na kojima je djelovanje društveno odgovornog poslovanja najzastupljenije, a to su: zaštita zdravlja i okoliša, investiranje u lokalnu zajednicu i razvitak ljudskih resursa. Kako bi se proširilo na ostala područja i unaprijedilo cjelokupno poslovanje na području Hrvatske, određeno je 6 ključnih čimbenika kojima bi se to omogućilo a to su: ⁹

1. mediji,
2. vlada,
3. nevladine organizacije
4. stručne organizacije,
5. međusektorske inicijative,
6. poslovna udruženja.

⁹ Bagić A., Škrabalo M., Narančić L., Pregled društvene odgovornosti poduzeća, Academy for Educational Development, Zagreb 2006., str.32

1. mediji – usmjeravanje javnosti na pozitivne učinke društveno odgovornog poslovanja.
2. vlada – donošenje zakona i kontrola provedbe istih, nagrađivanje i financijski poticaji, pokretanje inicijativa i programa koji promiču društveno odgovorno poslovanje.
3. nevladine organizacije – zagovaranje društvenih promjena i razvoj gospodarstva na nacionalnoj i lokalnoj razini.
4. stručne organizacije – educiranje, savjetovanje i širenje informacija važnih za uspješno poslovanje.
5. međusektorske inicijative – platforma za dijalog, promicanje najbolje prakse i transparentnost tržišta.
6. poslovna udruženja – olakšavaju i promiču obavljanje gospodarskih djelatnosti, s ciljem poboljšanja ili povećanja njihovog učinka.

Razlozi za društveno odgovorno poslovanje su gotovo uvijek isti pa tako i na području Hrvatske. Želja za boljim i većom produktivnosti, većom zaradom, uspostavljanjem partnerstva i općenito boljih odnosa s dionicima, boljim ugledom i odnosima s lokalnom zajednicom su dovoljno dobri razlozi za promjene u poslovanju. Isto tako, iznimno važan čimbenik za razvoj poduzetništva i način poslovanja su potrošači. Naime, proučavajući društveno odgovorno poslovanje kako utječe na potrošače može se zaključiti da kvaliteta i karakteristika proizvoda, cijena, dostupnost u najbližem prodajnom mjestu i društvena odgovornost poduzeća su važni čimbenici pri odabiru u kupovini. Na temelju toga, mogu se primijetiti naznake društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskim poduzećima, ulaganje napora i pomaci zbog veće osviještenosti potrošača, posebno novih generacija. Međutim, još uvijek razumijevanje ovakvog načina poslovanja je na niskoj razini. Spoj ovog koncepta rada i koristi za društvo, uveliko utječe na prodaju i povjerenje kupaca. Hrvatski potrošači su više privrženi filantropskoj dimenziji, odnosno zaštiti djece i mladih, životinjskog i biljnog svijeta i smatraju najvažnijom dimenzijom. Zbog toga Vlada Republike Hrvatske i Europska unija sve više potiču mala, srednja i velika poduzeća na društveno odgovorno poslovanje, posebno usmjereno na filantropsku dimenziju.

3.2.Primjeri društveno odgovornog poslovanja za vrijeme koronavirusa

Prema podacima Instituta za društveno odgovorno poslovanje, „U ovoj situaciji jako je teško zamisliti koliko dalekosežne će biti ekonomske posljedice koronavirusa. Shodno tome, težnja stabilnosti poslovanja se trenutno nameće kao prioritet. Štoviše, nekima trenutna situacija otvara nove mogućnosti za daljnji razvoj poslovanja i profit. (...) Vrlo je jasno kako mala i srednja poduzeća nemaju na raspolaganju resurse koje posjeduju velike tvrtke.

Međutim i najmanji doprinos vrijedi. Stoga je u kriznim vremenima ključno napraviti detaljnu analizu čime poduzeća – bez obzira na njihovu veličinu – zaista raspolažu.“¹⁰ Iako je pandemija koronavirusa zahvatila gotovo cijeli svijet i donijela mnogo nezahvalnih i teških situacija, donijela je i nešto pozitivno. Gotovo skoro da je svako poduzeće “doživjelo” teške uvjete za nastavak poslovanja, odvojili su vrijeme i novac kako bi pomogli jedni drugima kao i svojim zaposlenicima. U nastavku ću istaknuti jedne od njih.

3.2.1. Franck

“Franck je za brojne institucije osigurao donacije u kavi, čaju, kao i aparatima za samoposluživanje s kavom i čajem u vrijednosti većoj od 300.000 kuna, kako bi pomogao i olakšao rad svima onima koji su danonoćno angažirani u borbi protiv pandemije i posljedica potresa u Zagrebu i okolici. Također, Franckovi djelatnici, koji svakodnevno osiguravaju normalnu opskrbu tržišta u Hrvatskoj i regiji, organizirali su i izravnu dostavu donacija Nastavnom zavodu za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, Kliničkom bolničkom centru Sestre milosrdnice te Hrvatskoj udruzi medicinskih sestara.”¹⁰

¹⁰ Institut za društveno odgovorno poslovanje, <https://idop.hr/primjeri-drustveno-odgovornog-poslovanja-hrvatskih-poduzeca-u-vrijeme-koronavirusa/> (08.06.2022.)

3.2.3. Prvo plinarsko društvo (ppd)

“PPD koji djeluje unutar grupacije Energia naturalis (ENNA), doniralo je KBC-u Zagreb sedam respiratora koliko ih je u ovom trenutku bilo moguće pronaći na tržištu. Nakon donacije respiratora KBC-u Zagreb, Prvo plinarsko društvo je Ravnateljstvu civilne zaštite Republike Hrvatske doniralo 20 dostavnih vozila i kombija, koja se inače koriste za prijevoz nemoćnih osoba, medicinske te humanitarne opreme i hrane.”¹⁰

3.2.4. Hrvatska pošta (hp)

“Hrvatska pošta donirala je respirator vrijedan 200.000 kuna Kliničkoj bolnici “Sveti Duh“. Uz respirator se nabavlja i sav pribor potreban za kliničku upotrebu. Svjesna svoje važne uloge u zajednici, Hrvatska pošta je osim donacije Kliničkoj bolnici “Sveti Duh“ svoje kapacitete stavila na raspolaganje Hrvatskom crvenom križu i Hrvatskom Caritasu.”¹⁰

3.2.5. Zagrebačka banka

“Zagrebačka banka je donirala 1,3 milijuna kuna bolnicama za pomoć u podmirenju medicinskih troškova, nabavi medicinske opreme te saniranju štete nastale potresom. Dvije donacije od 500 tisuća kuna upućene su Kliničkoj bolnici Merkur i Kliničkoj bolnici Dubrava, koja će biti pripremljena za primanje pacijenata s težim oblicima zaraze korona virusom. Iznos od 300 000 kuna doniran je Klinici za dječje bolesti Zagreb.”¹⁰

3.2.6. Janaf

“JANAF d.d. donirao je bolnicama pet respiratora, Kliničkom bolničkom centru Sestre milosrdnice Zagreb jedan uređaj za dezinfekciju prostora, Općoj bolnici „Dr. Ivo Pedišić“ iz Siska zaštitne maske te preko 250.000,00 kuna na račune akcija “Zajedno za Zagreb” i “Hrvatska protiv koronavirusa”. Također, Uprava Društva

zajedno sa rukovodećim kadrom donirala je cjelokupne plaće za mjesec ožujak u korist Vladinih akcija “Zajedno za Zagreb” i “Hrvatska protiv koronavirusa”. Akciji su se pridružili i radnici doniravši svoje uskrsnice čime je ukupno uplaćeno preko 250.000,00 kuna na račune akcija.”¹⁰

3.2.7. Kaufland & Lidl Hrvatska

“Trgovački lanci Kaufland Hrvatska i Lidl Hrvatska objavili su da su zajednički donirali ukupno milijun kuna hrvatskim bolnicama uslijed dvije velike katastrofe – KB Dubravi i Klinici za infektivne bolesti Dr. Fran Mihaljević isplaćeno po 250 tisuća kuna, dok je KBC Split, KBC Osijek, KBC Rijeka, OB Varaždin, OB Pula isplaćeno po 100 tisuća kuna.”¹⁰

3.2.8. Valamar

“S ciljem očuvanja radnih mjesta i kontinuiteta poslovanja u uvjetima u kojima je turistički promet u potpunosti obustavljen, Valamar je donio odluku o pokretanju programa „PAUZA, RESTART“ koji će se primjenjivati počevši od 1. travnja u trajanju od minimalno 30 do 90 dana. Program „PAUZA, RESTART“ obuhvatit će sve 2,800 djelatnika Valamara što znači da u Valamaru neće biti otpuštanja.”¹⁰

3.2.9. Ikea

“IKEA Hrvatska jamči očuvanje svih radnih mjesta i 100% prihoda za svih 611 zaposlenika tijekom ovog perioda krize COVID-19. IKEA Retail i IKEA Centres pojačali su svoje napore za pomoć hitnim slučajevima, izdvojivši više od 1,5 milijuna kuna donacija u proizvodima za zdravstveni sustav i podršku najugroženijima u Hrvatskoj. U partnerstvu s Crvenim križem i vladinim institucijama pružaju pomoć za pacijente koji boluju od COVID-19, medicinske radnike i članove ranjivih zajednica, što uključuje donacije madraca, tekstila, hrane i drugih proizvoda.”¹⁰

4.OPĆI PODACI I KLJUČNI SEGMENTI HOTELA VALAMAR

Iako hotel Valamar posluje već dugi niz godina, svoje ime je zapravo dobilo 1910. godine kada je otvoren Hotel Riviera u Poreču u kojem je i sjedište. Danas, Valamar Riviera upravlja imovinom koja se proteže na 607 hektara, što podrazumijeva i 38 kilometara obalnog područja od čega je 313 ha pod koncesijom, a 294 ha u vlasništvu. Valamar Riviera posluje u poznatim destinacijama kao što su Poreč, Rabac, otok Rab, otok Krk, Hvar, Makarska i Dubrovnik.¹¹ Također, razvoj tvrtke obilježilo je nekoliko razdoblja, uvjetovanih društvenim i političkim promjenama, razvojem turizma te stalnim prilagođavanjem strategije poslovanja vodećim svjetskim trendovima u hotelijerstvu. Valja naglasiti 2018. godinu kada je Valamar proglašen najboljim poslodavcem u turizmu te je jedina turistička kompanija među top 20 poslodavaca u Hrvatskoj, isto tako 2020. godine osvojena je velika nagrada Indeksa društveno odgovornog poslovanja. Tijekom godina Valamar je razvio organizacijsku strukturu koja je jednako bitna kao i ostale te stekao znanja koja mu omogućuju da uspješno razvija turističke proizvode i učinkovito upravlja svojom imovinom. Valamar Riviera prva je turistička kompanija u Hrvatskoj koja je integrirala održivi razvoj u upravljanju poslovanje i razvoju te objavila strategiju održivosti i ESG ciljeve do 2025. godine. Strategija obuhvaća 12 ključnih ciljeva u području okoliša (E), društva (S) i upravljanja (G) koje Valamar planira ostvariti kroz 6 strateških ciljeva do 2025.¹²

¹¹ Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/468031/integrirano-godisnje-izvjesce-i-odrzivo-poslovanje-2022.pdf> (08.06.2023.)

¹² Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/468031/integrirano-godisnje-izvjesce-i-odrzivo-poslovanje-2022.pdf> (08.06.2023.)

SLIKA 3. DESTINACIJE U KOJIMA POSLUJE VALAMAR RIVIERA



Izvor: Tromjesečni izvještaj, <https://valamar-riviera.com/media/463370/tromjesec-ni-izvjes-taj-za-2q-2022-konsolidirani-pdf.pdf>

Glavna vrijednost Valamarovih brendova je da svaki pruža neku vrstu posebnosti koji ga čine jedinstvenim. Valamarov koncept ALL You Can Holiday nudi odmore za sve vrste turizma, od obiteljskog do luksuznog pa sve do odmora u prirodi. Također, Valamar je partner sa turističkim destinacijama kako bi svojim gostima približio povijest, događanja i lokalne specijalitete. Valamar nije zaboravio niti na najzahtjevnije goste te je kreirao posebne programe kao što su Maro concept za obitelj, V level dizajnirani luksuzan odmor, restoran Miramare i mnogo drugih programa.

4.1.Valamar Collection

Valamar Collection nudi tri hotela i dva resorta koji su smješteni na samoj obali Jadranskog mora te ukupno čine 1.261 smještajnu jedinicu. Destinacije na kojima djeluju su Dubrovnik, Otok Rab, Poreč i Rabac. Svaki od njih svojim gostima nudi vrhunsku mogućnost odmora. Valamar Collection i resorti nude također i posebne programe a neki od njih su:

- Maro Family i dječje igraonice,
- V level,
- V sport ponuda,
- Stay Fit program za aktivni odmor.
- V Level uključuje premium doživljaj dolaska, usluge kao što su privatni concierge, gourmet doručak s biranim specijalitetima, rezervirane ležaljke na plaži i bazenu te mnoge druge usluge.

SLIKA 4. VALAMAR COLLECTION

Valamar Collection	lokacija	br. jed.
Marea Valamar Collection Suites	Poreč	108
Imperial Valamar Collection Hotel	Otok Rab	136
Dubrovnik President Valamar Collection Hotel	Dubrovnik	292
Isabella Valamar Collection Island Resort	Poreč	334
Girandella Valamar Collection Resort	Rabac	391

Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/> (06.06.2023.)

4.2.Valamar Hotels & Resorts

Valamar Hotels & Resorts pružaju velik izbor hotela i ljetovališta za sve vrste odmora. Često je najbolji izbor zbog svoje tematike i najšireg izbora hotela. Lokacije na kojima upravlja su: Poreč, Rabac, Otok Krk, Otok Rab, Makarska, Dubrovnik, Otok Hvar te Austrija. Prema tablici vidimo da ukupno ima 3.682 smještajne jedinice.

Valamarov brend Hotels & Resorts nudi posebnosti kao što su:

- Maro Family Holiday – predviđen je za obitelji s djecom zbog raznih sadržaja poput bazena, plaže, igraonice za djecu, kina, kazališta, niz sportskih aktivnosti, radionica te zabave za mađe,

- Designet for Adults – namijenjen za miran odmor, koji nudi 100% privatnost uz ponude kao što su opuštajući tretmani i rekreativni sadržaj,
- Old Town Holiday & Green Holiday – nude jedinstven odmor obogaćen povijesti određene destinacije, kulute i baštine obogaćen prekrasnom prirodom,
- Alpine Holiday – kreiran za Valamar Obertauern hotel koji se nalazi u Austriji, a svojim gostima pruža usluge poput skijanja & snowboarding- a na skijaškim stazama. Također, gostima se nude lokalni specijaliteti i razni opuštajući tretmani poput saune i jacuzzi-a.

SLIKA 5. VALAMAR HOTELS&RESORTS

Valamar Hotels & Resorts	lokacija	br. jed.
Valamar Riviera Hotel & Residence	Poreč	132
Valamar Tamaris Resort	Poreč	507
Valamar Parentino Hotel	Poreč	329
Valamar Bellevue Resort	Rabac	372
Valamar Diamant Hotel & Residence	Poreč	372
Valamar Pinia Hotel	Poreč	170
Valamar Sanfior Hotel & Casa	Rabac	242
Valamar Atrium Baška Residence & Villa Adria	Otok Krk	92
Valamar Carolina Hotel & Villas	Otok Rab	176
Valamar Padova Hotel	Otok Rab	175
Valamar Meteor Hotel	Makarska	268
Valamar Argosy Hotel	Dubrovnik	308
Valamar Lacroma Dubrovnik Hotel	Dubrovnik	401
Valamar Obertauern Hotel	Austrija	82
Valamar Amicor Green Resort	Otok Hvar	56

Izvor: Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/> (06.06.2023.)

4.3.Sunny by Valamar

Sunny by Valamar čini slogan "The most affordable summer holiday" što u prijevodu znači da nudi jednostavno ljetovanje po najpovoljnijim cijenama u cijelom Valamar portfelju. Djeluje na izvrsnim lokacijama poput Poreča, Otoka Raba, Makarske, Otoka Hvara, Dubrovnika, Otoka Krka te Rabca te ukupne čine 3.946 smještajnih jedinica te je uz Valamar Hotels & Resorts jedan od najvećih izbora za goste. Sunny by Valamar nudi vrhunsku uslugu i jednostavnost odmora na plaži. Sunny plus program s potpisom gostima daje povlastice, tako da gosti hotela mogu uživati na bazenskoj terasi Sunny Pool, zabavljati se u zoni Chill & Play ili iskoristiti priliku uživanja u mediteranskim okusima Valamarovog restorana. Isto tako, Sunny by Valamar nudi dodatni sadržaj kao što su digitalna knjižnica i Valfresco vitrine dostupne 24/7 koja nudi raznovrsnu ponudu jela.

SLIKA 6. SUNNY BY VALAMAR

Sunny by Valamar	lokacija	br. jed.
Lanterna Sunny Resort by Valamar	Poreč	606
San Marino Sunny Resort by Valamar	Otok Rab	457
Rivijera Sunny Hotel by Valamar	Makarska	258
Arkada Sunny Hotel by Valamar	Otok Hvar	251
Tirena Sunny Resort by Valamar	Dubrovnik	208
Club Dubrovnik Sunny Hotel	Dubrovnik	338
Eva Sunny Hotel & Residence	Otok Rab	284
Crystal Sunny Hotel by Valamar	Poreč	223
Rubin Sunny Hotel by Valamar	Poreč	254
Allegro Sunny Hotel & Residence by Valamar	Rabac	180
Miramar Sunny Hotel & Residence by Valamar	Rabac	178
Corinthia Baška Sunny Hotel by Valamar	Otok Krk	431
Zvonimir Sunny Hotel by Valamar	Otok Krk	85
Koralj Sunny Hotel by Valamar	Otok Krk	194

Izvor: Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/> (06.06.2023.)

4.4.Places by Valamar

Places by Valmar je novi koncept hotela koji posluje od 2021. godine na Otoku Hvar te od 2022. u Makarskoj te čine 369 smještajnih jedinica. Prvi kao takav otvoren je u starom gradu Faros na otoku Hvaru gdje je prije bio smješten hotel Lavanda koji je 2020. godine postao dio Brenda Sunny by Valamar. Zapravo je i od tud potaknuta ideja o uvođenju Valamarovog novog lifestyle brenda Places. Otok Hvar je izabran da bi svojim gostima omogućio upoznavanje lokalnog i mediteranskog načina života. Također, Hvar ima bogatu povijest, tradiciju, kulturne i prirodne spomenike pa je i zbog tog razloga baš tamo smješten. Valamar posebno vodi brigu o poštivanju okoliša te želi spojiti ugodno s korisnim. Places by Valamar nudi upoznavanje autentičnog lokalnog načina života i održivosti s ekološki odgovornim značajkama i punim poštovanjem prema destinaciji. Naglasak je dakle na zdravom načinu života, upoznavanje bogate kulture, tradicionalne gastronomije te potpuno poštivanje okoliša.

SLIKA 7. PLACES BY VALAMAR

[PLACES] by Valamar	lokacija	br. jed.
Hvar [PLACESHOTEL] by Valamar	Otok Hvar	179
Dalmacija [PLACESHOTEL] by Valamar	Makarska	190

Izvor: Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/> (06.06.2023.)

4.5.Camping Adriatic by Valamar

Camping Adriatic by Valamar dijeli se na 3 brenda, a to su:

- Premium Camping Resorts,
- Camping Resorts,
- Sunny Camping.

Svima njima zajedničko je upravo to što gostima pružaju odmor i mogućnost kampiranja u netaknutoj prirodi, a s druge strane nalaze se u blizini gradova s bogatom povijesti, kulturom i baštinom. U svim kampovima, hotelima i ljetovalištima pokrenut je program V – HEATLY & SAFETY. Radi se o programu zdravstvenih, sigurnosnih i ekoliških standard te unapređenja protokola čišćenja kojima je cilj osnažiti učinkovite standard higijene koje Valamar primjenjuje u svim svojim objektima. Uveden je 2020. godine a program obuhvaća 4 ključna područja:

- V – care quarantine pruža organizaciju svih potrebnih zdravstvenih usluga za vrijeme boravka u jednom od Valamarovih kampova, hotela i ljetovališta,
- V – Health & Safety CleanSpace podrazumjeva pojačane mjere čišćenja smještajnih jedinica kao i zajedničkih prostora u skladu s preporukama zdravstvene organizacije WHO ECDC,
- V – Health & Safety Food osigurava maksimalnu sigurnost i zdravstvenu ispravnost hrane i pica u restoranima i barovima,
- V – Health & Safety Management odnosi se na upravljanje sa sigurnošću gostiju uz posebne standard vezano za sigurnost svih dodatnih sadržaja poput dječjih igrališta, bazena, plaža i dr.

SLIKA 8. CAMPING ADRIATIC BY VALAMAR

Camping Adriatic by Valamar - Resorts	lokacija	br. jed.
Orsera Camping Resort by Valamar	Poreč	592
Solaris Camping Resort by Valamar	Poreč	1.824
Marina Camping Resort by Valamar	Rabac	329
Baška Beach Camping Resort by Valamar	Otok Krk	593
Bunculuka Camping Resort by Valamar	Otok Krk	408
San Marino Camping Resort by Valamar	Otok Rab	810
Camping Adriatic by Valamar - Sunny	lokacija	br. jed.
Brioni Sunny Camping by Valamar	Pula	740
Tunarica Sunny Camping by Valamar	Rabac	160
Škrila Sunny Camping by Valamar	Otok Krk	342
Solitudo Sunny Camping by Valamar	Dubrovnik	418
Camping Adriatic by Valamar - Premium Resorts	lokacija	br. jed.
Istra Premium Camping Resort by Valamar	Poreč	928
Lanterna Premium Camping Resort by Valamar	Poreč	2.959
Krk Premium Camping Resort by Valamar	Otok Krk	500
Ježevac Premium Camping Resort by Valamar	Otok Krk	632
Padova Premium Camping Resort by Valamar	Otok Rab	416
Ukupno KAMPING LJETOVALIŠTA	11.651	52,8%

Izvor: Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/> (08.06.2023.)

SLIKA 9. HEALTH & SAFETY



Izvor: Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/468031/integrirano-godisnje-izvjesce-i-odrzivo-poslovanje-2022.pdf> (09.06.2023.)

4.6. Valamar i društveno odgovorno poslovanje

Valamar je u 2022. godini uložio 62 milijuna kuna u društveno odgovorno poslovanje odnosno 3,7% prihoda. U 2020. godini uloženo je 23 milijuna kuna, a razlog tome je kriza uzrokovana COVID-19 epidemijom, dok je 2019. Uloženo 129 milijuna, što ukupno čini 5,8% svojih prihoda. U okviru svojih programa Valamar podržava različite događaje, projekte te inicijative u destinacijama u kojima posluje. Konstantno ulaže kako u svoj napredak tako i u napredak svojih zaposlenika, razvoj destinacije, ulaganje u lokalnu zajednicu, brigu i maksimalno održavanje okoliša primjenjivanjem visokih standarda. Valamar je u svojem poslovanju fokusiran na smanjenje potrošnje goriva, osobito loživog ulja, smanjenje potrošnje pitke vode, smanjenje potrošnje električne energije, smanjivanje i pravilno zbrinjavanje otpada, očuvanje i racionalno korištenje resursa kao i primjenu radnih prava i brigu o svojim zaposlenicima te osiguravanje radne okoline. Valamar Riviera kontinuirano, već godinama, prelazi na ekološki prihvatljivije izvore energije čime se razmjerno smanjuje i ugljični otisak.

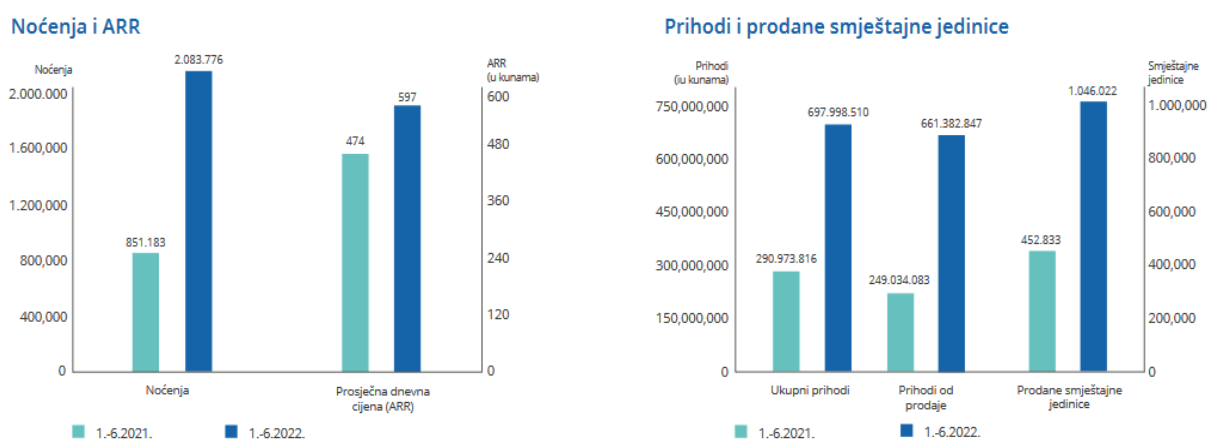
5. ANALIZA PRIMJENE DRUŠTEVNO ODGOVORNOG POSLOVANJA HOTELA VALAMAR

U ovom djelu biti će objašnjeni i strateški prikazani podaci iz Godišnjeg izvješća za 2022. godinu. Valamar Riviera kao svoje glavne segmente poslovanja ubraja ekonomske, okolišne i društvene teme.

5.1. Ekonomski aspekt poslovanja

Kada govorimo o ekonomskom aspektu poslovanja nekog poduzeća tada govorimo o njegovim pozitivnim učincima na okolinu u kojoj djeluje. Ekonomskim aspektima poduzeća upravljaj se na način da se na godišnjoj razini odobrava poslovni plan na razini tvrtke a vezan je za svaki sektor pojedinačno te koji je izrađen nastavno na temeljne financijske ciljeve kompanije za narednu poslovnu godinu.

SLIKA 10. NOĆENJA I PRIHODI



Izvor: Tromjesečni plan 2022., <https://valamar-riviera.com/media/463370/tromjesečni-izvjes-taj-za-2q-2022-konsolidirani-pdf.pdf> (09.06.2023.)

SLIKA 11. FINANCIJSKI POKAZATELJI

KLJUČNI FINANCIJSKI POKAZATELJI ¹			
	1.-6. 2021.	1.-6. 2022.	2022./2021.
Ukupni prihodi	290.973.816	697.998.510	139,9%
Poslovni prihodi	266.400.722	677.487.378	154,3%
Prihodi od prodaje	249.034.083	661.382.847	165,6%
Prihodi pansiona (smještaj i hrana i piće pansiona) ²	199.685.650	532.591.379	166,7%
Operativni troškovi ³	233.216.702	637.746.410	173,5%
EBITDA ⁴	25.900.160	34.816.117	34,4%
Rezultat izvanrednog poslovanja i jednokratnih stavaka ⁵	6.257.893	5.963.971	-4,7%
Prilagođena EBITDA ⁶	19.642.267	28.852.146	46,9%
EBIT	-224.627.278	-210.712.801	-6,2%
Prilagođeni EBIT ⁶	-230.885.171	-216.676.772	-6,2%
EBT	-235.880.714	-230.342.099	-2,3%
	31.12.2021.	30.6.2022.	2022./2021.
Neto dug ⁷	1.973.103.640	1.884.272.201	-4,5%
Novac i novčani ekvivalenti	1.115.257.824	924.528.030	-17,1%
Tržišna kapitalizacija ⁸	4.158.908.886	4.196.717.149	0,9%
EV ⁹	7.175.077.019	7.096.365.935	-1,1%
KLJUČNI OPERATIVNI POKAZATELJI ¹⁰			
	1.-6. 2021.	1.-6. 2022.	2022./2021.
Broj smještajnih jedinica (kapacitet)	21.328	21.305	-0,1%
Broj postelja	58.617	58.696	0,1%
Broj prodanih smještajnih jedinica	452.833	1.046.022	131,0%
Broj noćenja	851.183	2.083.776	144,8%
ARR ¹¹ (u kunama)	474	597	25,9%

Izvor: Tromjesečni izvještaj, <https://valamar-riviera.com/media/463370/tromjesec-ni-izvjes-taj-za-2q-2022-konsolidirani-pdf.pdf> (09.06.2023.)

Iz navedenih statističkih prikaza možemo zaključiti da je nakon pandemije koronavirusa Valamar Riviera nadmašila više poslovne prihode, dok su noćenja bila nešto manja. Nadalje, u 2022. godini Valamar je otvorio sve hotele i kampove te je u prvih šest mjeseci ostvarila 2,1 milijun noćenja ili 145% više nego u 2021. godini, a samo 3% manje u odnosu na isti period u 2019. godini. Rast poslovnih prihoda u prvom tromjeseću 2022. godine najvećim je dijelom rezultat porasta prosječnih cijena koje su 8% više u odnosu na 2019. i 26% više u odnosu na 2021. što je rezultiralo poslovnih prihodom od 677,5 milijuna kuna približno jednakim kao i 2019. Najbolji rezultati zabilježeni su u investiranim objektima premium segmenta, posebice u dijelu kampova.¹³

¹³ Tromjesečni izvještaj Valamar, <https://valamar-riviera.com/media/463370/tromjesec-ni-izvjes-taj-za-2q-2022-konsolidirani-pdf.pdf> (09.06.2023.)

5.2. Okolišni značaj

U ovom poglavlju bit će prikazani i objašnjeni dostignuti standardi, ulaganje u okoliš, analiza upravljanja okolišem, trošenu energiju i vodu te otpadne vode i otpad.

5.2.1. Upravljanje okolišem

Kao vodeća turistička tvrtka u Hrvatskoj, Valamar Riviera ima posebnu odgovornost primjenjivati visoke standarde u zaštiti okoliša koji je ključni resurs u turizmu. Odgovornost prema okolišu jedan je od glavnih karakteristika održivosti koje je Valamar Riviera ugradila i u svoju Politiku kvalitete i održivog poslovanja te strateške ciljeve. Valamar je u svojem poslovanju fokusiran na smanjenje potrošnje fosilnih goriva, osobito loživog ulja, smanjenje potrošnje pitke vode, smanjenje potrošnje električne energije te edukaciju i osposobljavanje zaposlenika u svezi zaštite okoliša. Valamar kontinuirano, već godinama prelazi na ekološki prihvatljivije izvore energije čime razmjerno smanjuje i ugljični otisak.

5.2.2. Dostignuti standardi i certifikati na području zaštite okoliša

Valamar Riviera zadovoljava najviše standard kvalitete, sigurnosti i zdravlja što potvrđuju standardi i certifikati:¹⁴

- HACCP (Sustav upravljanja sigurnošću hrane)
- ISO 14001 (Sustav upravljanja ekološkim aspektima)
- ISO 50001 (Sustav upravljanja energijom)
- ISO 45001 (Sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnošću pri radu)
- Oznaka kvalitete "Q" Ministarstva turizma RH
- Plava zastava - FEE (Foundation for Environmental Education)

¹⁴ Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/468031/integrirano-godisnje-izvjesce-i-odrzivo-poslovanje-2022.pdf> (09.06.2023.)

- Sustainable Hotels
- Travelife Gold Award
- EU Ecolabel

Također, Valamar broji i druge nagrade i priznanja:

- Moj posao – najbolji poslodavac u turizmu i deveti na listi najpoželjnijih hrvatskih kompanija
- World Travel Award
- World Luxury Hotel Award
- Najbolji odnosi s investitorima – 3.mjesto, Poslovni dnevnik i Zagrebačka burza
- Green Prix – Nacionalna nagrada za zaštitu okoliša, kategorija Dekarboniziraj zajednicu
- Financial Times – klimatski lider, među 50 takvih kompanija u Europi

5.2.3. Ulaganje u okoliš

Kao vodeća turistička tvrtka u Hrvatskoj, Valamar Riviera ima posebnu odgovornost sustavno primjenjivati visoke standarde kada je u pitanju okoliš, odnosno očuvanje okoliša. Odgovornost prema okolišu ujedno je i jedan od stupova održivosti koje je Valamar ugradila u svoju Politiku kvalitete i održivog poslovanja te ESG ciljeve. Valamar je postavio ciljeve koje do 2025. želi postići a to je svakako smanjivanje emisija stakleničkih plinova koji postaje sve važnije gostima, jer mnogi žele smanjiti i kompenzirati svoj ugljični otisak boravka u hotelima ili kampovima. Shodno tome, cilj je dakle postati ugljično neutralnim, smanjenje stakleničkih plinova iz kupljenih dobara i usluga, kapitalnih dobara, aktivnosti povezanih gorivom kao što su poslovna putovanja i prijevoz zaposlenika.

SLIKA 12. EMISIJA STAKLENIČKIH PLINOVA

KRETANJE EMISIJA STAKLENIČKIH PLINOVA IZ OPSEGA 1 I 2, OD 2015. DO 2022., ZA GRUPU VALAMAR (VALAMAR RIVIERA I IMPERIAL RIVIERA)

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Ukupno CO ₂ e (t)	25.491	11.113	10.888	12.024	7.782	3.092	4.505	9.926
% smanjenja emisija u odnosu na referentnu 2015.		56,4 %	57,3 %	52,8 %	69,5 %	87,9 %	82,3 %	61,06 %
CO ₂ e (kg) / noćenje	4,41	1,84	1,70	1,83	1,15	1,36	0,90	1,46
% smanjenja emisija po zauzetju u odnosu na 2015.		58,4 %	61,4 %	58,4 %	74,3 %	71,3 %	79,2 %	66,8 %
CO ₂ e (kg) / zauzeta smještajna jedinica	10,1	4,2	3,9	4,2	2,6	2,9	2,1	3,4
% smanjenja emisija po zauzetoj smještajnoj jedinici u odnosu na 2015.		58,4 %	61,4 %	58,6 %	73,9 %	69,0 %	79,6 %	66,7 %

Izvor: Integrirano godišnje izvješće , <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/451418/integrirano-godis-nje-izvjes-c-e-i-odrz-ivo-poslovanje-za-2021.pdf> (09.06.2023.)

U 2022. godini Valamar Riviera je povećala emisije stakleničkih plinova za 0,6 kg po noćenju u odnosu na 2021. godinu. Do povećanja je došlo zato što je u 2022. nabavljeno 20 posto električne energije podrijetlom iz neobnovljivih izvora, što je bilo uvjetovano energetsom krizom koja je pogodila EU. Drugi razlog je porast potrošnje plina zbog povećanog obima posla.

5.2.4. Utrošena energija za poslovanje

Energija je jedan od glavnih sirovina za utjecaj bilo koje kompanije. Kao energija troše se:

- Električna energija
- Loživo ulje
- Plin (naftni i zemni)

SLIKA 13. POTROŠNJA ENERGENATA

POTROŠNJA ENERGENATA 2022.*

	Potrošnja u mjernoj jedinici	kWh	GWh	kWh / noćenje	kWh / zauzeta smještajna jedinica
Električna energija	81.650.515	81.650.515	81,65	12,04	27,62
Loživo ulje	144.863	1.448.625	1,45	0,21	0,49
Gorivo za vozila	420.098	4.200.975	4,2	0,62	1,42
Prirodni plin	10.590.659	10.590.659	10,59	1,56	3,58
UNP	947.099	12.122.871	12,12	1,79	4,1
UKUPNO		110.013.645	110,01	16,23	37,21

Izvor: Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/468031/integrirano-godisnje-izvjesce-i-odrzivo-poslovanje-2022.pdf>, (10.06.2023.)

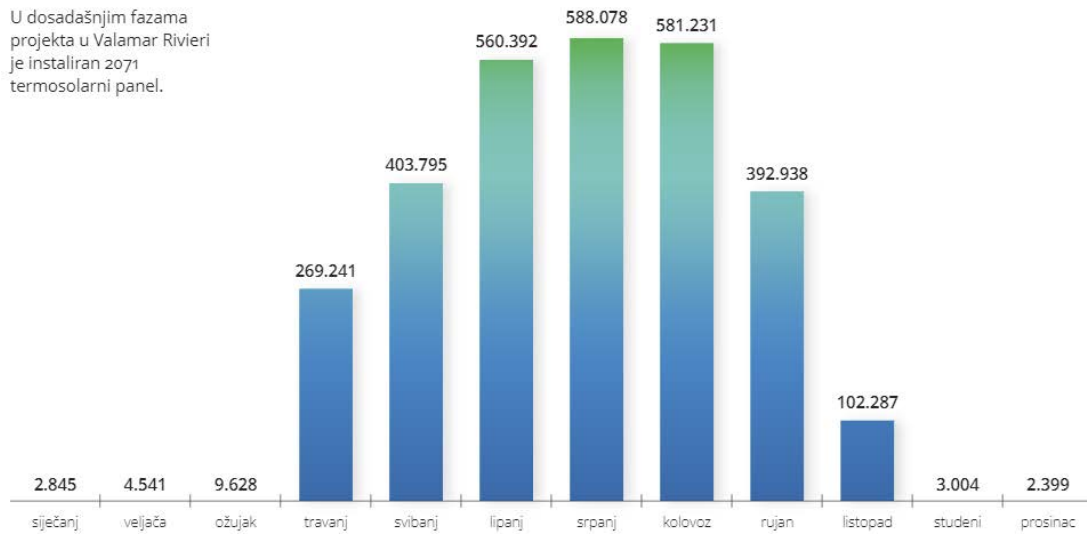
SLIKA 14. ENERGETSKI INTENZITET

ENERGETSKI INTENZITET PRIKAZAN PO STAVKAMA 2016. - 2022.**

kWh	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Električna energija	63.888.056	68.658.141	76.218.734	82.941.062	38.310.651	63.018.762	81.650.515
Loživo ulje	14.744.254	12.878.905	14.070.590	7.900.513	1.698.225	2.059.338	1.448.625
Goriva za vozila	2.365.896	3.010.647	3.136.522	3.271.894	2.091.246	3.228.286	4.200.975
Prirodni plin	10.408.564	12.713.001	12.247.836	11.632.414	4.876.617	7.765.367	10.590.659
UNP	4.570.454	6.004.339	8.763.417	12.574.161	4.934.425	5.673.474	12.122.871
UKUPNO	95.977.224	103.265.033	114.437.099	118.320.044	51.911.164	81.745.226	110.013.645

Izvor: Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/451418/integrirano-godis-nje-izvjes-c-e-i-odrz-ivo-poslovanje-za-2021.pdf> (10.06.2023.)

SLIKA 15. UKUPNA POTROŠNJA ENERGIJE



Izvor: Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/451418/integrirano-godis-nje-izvjes-c-e-i-odrz-ivo-poslovanje-za-2021.pdf> (10.06.2023.)

Iz navedenih tablica možemo zaključiti da je predhodnih godina ukupna potrošnja energije varirala što ovisi o broju noćenja te o samoj dolaznosti gostiju te da je značajni pad potrošnje energije u 2020. i 2021. godine zbog uzrokovane pandemije koronavirusa. Isto tako, iz grafikona možemo vidjeti da je najveća potrošnja u samome vrhu sezone (srpanj, kolovoz) te predsezoni (svibanj, lipanj). U 2019. godini je u projekte energetske učinkovitosti poduzeće uložilo 17,2 milijuna kuna.¹⁴

5.2.5. Otpadne vode i otpad

U 2022. potrošeno je ukupno 1.624.537 m³ vode. Od toga je za potrebe navodnjavanja reciklirano 0 m³. Od ukupne količine vode, podzemnim vodama dopremljeno 28.488 m³ dok je 1.596.049 m³ dopremljeno lokalnim ili drugim vodovodima. Nadalje, ovisno o lokaciji sve otpadne vode se prije svog ispuštanja obrađuju na mehanički način, a njihove parametre dva do četiri puta godišnje ispituju ovlašteni laboratoriji. U javni sustav ispušteno je 1.397.102 m³ otpadne vode, 82.498 m³ ispušteno je u more dok je 11.786 m³ ispušteno u teren. Prema tablici možemo zaključiti da je potrošnja vode pala s obzirom na predhodnu godinu.

SLIKA 16. RECIKLIRANJE VODE

RECIKLIRANJE VODE 2022.*				
	2019.	2020.	2021.	2022.
Ukupna potrošnja vode (m ³)	1.826.616	792.079	1.192.140	1.624.537
Potrošnja vode / zauzeta smještajna jedinica (l)	0,62	0,74	0,57	0,55
Količina reciklirane vode za potrebe navodnjavanja (m ³)	7.696	7.847	0	0
Praonica Poreč (m ³)	28.582	13.958	21.396	23.471
Iskorištene reciklirane vode (od ukupne potrošnje)	1,99 %	2,75 %	1,79 %	1,27 %
PODZEMNE VODE I VODE LOKALNIH ILI DRUGIH VODOVODA				
Podzemni vodovodi (m ³)	25.764	16.758	28.891	28.488
Lokalni vodovodi ili drugi vodovodi (m ³)	1.800.852	775.321	1.163.250	1.596.049
ISPUŠTANJE VODE PREMA ODREDIŠTU				
Javni sustav odvodnje (m ³)	1.570.889	681.188	1.025.241	1.397.102
More (m ³)	85.492	62.672	66.604	82.498
Ispust u teren (m ³)	8.441	8.342	8.782	11.786

Izvor: Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/468031/integrirano-godisnje-izvjesce-i-odrzivo-poslovanje-2022.pdf> (10.06.2023.)

SLIKA 17. UKUPNA TEŽINA OTPADA

UKUPNA TEŽINA OPASNOG, NEOPASNOG I MIJEŠANOG KOMUNALNOG OTPADA* (t)							
	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
NEOPASNI OTPAD							
Papir i karton	459	598	672	668	290	537	544
Staklo	211	285	312	319	117	277	350
Plastika	160	255	286	285	110	156	220
Drvo	478	469	42	45	8	17	84
Biorazgradivi otpad	625	1.533	1.759	2.527	819	1.960	2.315
Otpadna jestiva ulja	20	32	28	21	5	18	25
Otpad iz odvajача ulja i masti	712	758	691	480	287	217	277
Metali	35	14	12	7	29	43	36
Glomazni otpad	139	306	102	246	242	732	506
Ostali neopasni otpad	45	6	13	6	2	6	7
UKUPNO	2.884	4.256	3.917	4.599	1.909	3.963	4.364
OPASNI OTPAD							
Azbest	-	22	-	-	-	8	1
Električni i elektronički otpad	7	6	18	7	4	3	2
Onečišćena ambalaža	5	9	9	6	1	4	7
Ostali opasni otpad	8	2	14	11	1	1	3
UKUPNO	20	39	41	24	6	16	13
Biotpad kompostiran na mjestu nastanka							80
Otpad odvojen za recikliranje			3.958	4.622	1.915	3.979	4.457
Udio odvojenog otpada			44,04 %	47,53 %	48,72 %	46,39 %	46,34 %
Miješani komunalni otpad	4.292	5.117	5.029	5.102	2.016	4.598	5.161
UKUPNO PROIZVEDENI OTPAD	7.195	9.412	8.987	9.725	3.931	8.577	9.618

Izvor: Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/468031/integrirano-godisnje-izvjesce-i-odrzivo-poslovanje-2022.pdf> (10.06.2023.)

Ukupna količina otpada iznosila je 9.618 tona što je za 60% više od 2020. godine kada je ukupna količina otpada iznosila 3.927 tona , a razlog tome je što je u navedenoj godini došlo do pandemije koronavirusa pa i samim time manji broj gostiju, poboljšanjem situacije vidimo da su količine otpada ponovo pri rastu.

5.3. Društvene teme

U ovom djelu bit će opisane društvene teme vezane za zapošljavanje, obuku, obrazovanje te zaštite na radu.

5.3.1..Zapošljavanje

Već je ranije spomenuto da je Valamar u 2022. godini rangiran među Top 10 najpoželjnijih poslodavaca u Hrvatskoj, te je već 5 godina zaredom najbolji poslodavac u turističkoj industriji prema neovisnom istraživanju koje je proveo portal Moj posao. Zapošljavanje i zadržavanje lokanih i domaćih zaposlenika te pružanje mogućnosti za njihov osobni rast i razvoj osobito su važni za osnaženje zaposlenika stoga je Valamar među ključnim inicijativama do 2025. godine istaknuo veće plaće od nacionalnog prosjeka industrije, brigu o sezoncima (studentima, učenicima, praktikantima), ulaganja u edukacije i treninge kao i poboljšanje uvjeta rada i zadržavanje domaćih zaposlenika. Također, promicanje raznolikosti te sustavnu brigu o zdravlju i sigurnosti. Valamar zapošljava sve kategorije zaposlenika, bez ikakve diskriminacije prema spolu i dobi. Neizostavno za nadodati je da Valamar zapošljava zaposlenike s invaliditetom te osim direktnog zapošljavanja surađuje s integrativnim radionicama od kojih kupuje proizvode te na taj način potiče uključivanje pojedinca s invaliditetom na tržište rada u skladu s njihovim mogućnostima.

SLIKA 18. ZAPOSLENICI

UDIO DOMAĆIH DOMICILNIH TE POSTOTAK POVRATNIKA U 2022. GODINI
(VALAMAR GRUPA)

	Povrat sezonskih djelatnika	Domaći zaposlenici	Domicilni stanovnici
Dubrovnik	114 %	54 %	85 %
Krk	48 %	59 %	86 %
Poreč	54 %	59 %	89 %
Rabac	62 %	60 %	83 %
Rab	47 %	67 %	88 %
Makarska	75 %	85 %	97 %
Baška	49 %	41 %	85 %
Ukupno	60 %	61 %	87 %

SLIKA 19. UDIO DOMICILNIH RADNIKA

UKUPAN BROJ ZAPOSLENIH PREMA VRSTI UGOVORA O RADU I SPOLU
(VALAMAR GRUPA)

	Ukupno	Ž	M
Rad na određeno	317	179	138
Sezonac	2.852	1.584	1.268
Stalni sezonac	746	427	319
Stalni radni odnos	2.416	1.225	1.191
UKUPNO	6.331	3.415	2.916

Izvor: Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/468031/integrirano-godisnje-izvjesce-i-odrzivo-poslovanje-2022.pdf> (10.06.2023.)

Iz navedenih tablica može se zaključiti da Valamar ima 2.416 stalno zaposlenih. Osim zapošljavanja na neodređeno, Valamar osigurava stabilnost i kontinuitet cjelogodišnjih primanja kroz mjeru aktivne politike zapošljavanja "Stalni sezonac" i program "Valmar +3" koji se provodi još od 2016. godine. Valamar +3 znači da su uvjeti maksimalno izjednačeni s uvjetima stalno zaposlenih. Brojka tri u nazivu označava sigurnost tijekom tri sezone, a radnicima omogućava devet mjeseci rada godišnje i brojne druge pogodnosti. Tijekom trogodišnjeg razdoblja ugovora stalni sezonac ima kontinuirani radni staž kao i prednost pri zapošljavanju u stalni radni odnos.

5.3.2. Obuka i obrazovanje

Razvoj i edukacija zaposlenika glavne su komponente upravljanja ljudskim potencijalima, što je preduvjet za osiguranje visoke kvalitete usluge u turizmu. Preko svoje platforme "Valamar Excellence" omogućili su u potpunosti svojim zaposlenicima mogućnost razvoja i rasta. Program se dijeli na dva dijela¹⁵:

¹⁵ Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/468031/integrirano-godisnje-izvjesce-i-odrzivo-poslovanje-2022.pdf> (10.06.2023.)

- Valamar edukacije – specijalistički program koji se sastoji od dva potprograma “V-Executive” i “V-Proffesional”
- Valamar treninzi – individualni rad s mentorom i stručno usavršavanje putem programa kao što su “V- Akademija”, “V-Lead”, “V- Intern” te “V-Star”

Osim edukacije u digitalnom obliku postoje i one uživo. Osigurani su edukativni sadržaji, tečajevi stranih jezika, škole barmena, tečajeva za sommelier, edukacije iz područja hrane i pića te upotrebe novih tehnologija. Uloženo je 5.437.465 kuna godišnje u različite edukacijske programe tijekom 2022., održano je ukupno 139.652 sata edukacije (rast od 240% u odnosu na 2021.) te 32,2 sata edukacije po zaposleniku.

5.3.3.Zaštita na radu

Valamar Riviera ima formiran Odbor zaštite na radu, koji čine stručnjaci zaštite na radu, područni doktori medicine rada, povjerenici radnika ili njihovi koordinatori i voditelji sektora. Odbor redovito održava sjednice te su povjerenici radnika također uključeni u donošenje i razmatranje određenih odluka, odnosno davanja mišljenja na pojedine stvari. Radnici se redovito upućuju na zdravstvene preglede, kao i na osposobljavanje radnika za početno gašenje požara i evakuaciju. Služba zaštite na radu te stručne osobe za područje zaštite od požara organiziraju i nadziru ispitivanja¹⁵:

- Elektroinstalacija
- Ispitivanje sustava zaštite od munja
- Ispitivanje ranog okoliša (osvijetljenost, buka, mikroklima)
- Ispitivanje radne opreme (strojevi, uređaji, instalacije, objekti)
- Ispitivanje sustava za dojavu i gašenje požara

SLIKA 20. BROJ OZLIJEĐENIH RADNIKA



Izvor: Integrirano godišnje izvješće, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/468031/integrirano-godisnje-izvjesce-i-odrzivo-poslovanje-2022.pdf> (10.06.2023.)

Relativno je mali broj ozlijeđenih te su ozljede većinom bile porezotine, ogrebotine, padovi i prometne nezgode prilikom dolaska i odlaska s

6. ZAKLJUČAK

Svrha ovog rada bilo je prije svega objasniti što je to društveno odgovorno poslovanje te koliko je njegova funkcija zapravo važna u poslovanju i ostvarivanju pozitivnog rezultata. Društveno odgovorno poslovanje predstavlja koncept poslovanja u kojem poduzeća dobrovoljno i bez zakonske prisile nastoje uskladiti poslovanje s potrebama društva, a koriste ga poduzeća koja aktivno sudjeluju u rješavanju ekoloških, društvenih i etičkih problema te se oni kao takvi smatraju društveno odgovornim poduzećima.

Valamar Riviera strategiju društveno odgovornog poslovanja koristi još od 2015.godine a njezin uspjeh, briga o okolišu, zaposlenicima rezultiralo se i osvojenom glavnom nagradom Index DOP-a kao i mnogim drugim nagradama i certifikatima. Iako ovakva vrsta izvještavanja nije obavezna, niti u potpunosti prihvaćena odnosno zakonski regulirana zbog većih očekivanja sve više poduzeća počelo ju je uvoditi. Organizacija Business for Social Responsibility smatra da tvrtke koje preuzimaju etičke, društvene i ekološke odgovornosti imaju "sve bolji pristup kapitalu koji im u protivnom možda ne bi bio dostupan".

Primjer Valamara gotovo može uzeti svako poduzeće jer pokazuje da bez zajedničkog djelovanja nema društveno odgovornog poslovanja, što pokazuje i statistika da se nalazi u top 10 poželjnih poduzeća u Hrvatskoj. Valamar osim vlastitog ekonomskog profita, ulaže i brine o okolišu, lokalnoj zajednici tj. stanovništvu i zaposlenicima te u isto i ulaže što govore statistički podatci koji se nalaze u godišnjem izvješću. Valamar ne brine samo o vlastitom ekonomskom profitu nego i o svojim zaposlenicima provođenjem nizom programa, projekata, edukacija, nagrada i raznim beneficijama. Također, brine o okolišu i cjelokupnoj lokalnoj zajednici.

Kao zaključak na temelju provedene istrage stoji da je Valamar Riviera odličan primjer društveno odgovornog poduzeća koji će i dalje provoditi inicijative koje imaju za cilj značajno smanjiti ugljični otisak, doprinijeti odgovornom razvoju destinacija kao i podržati održivi razvoj turizma u Hrvatskoj.

LITERATURA

KNJIGE

Bagić A., Škrabalo M., Narančić L., Pregled društvene odgovornosti poduzeća, Academy for Educational Development, Zagreb 2006.

Krkač J., Uvod u poslovnu etiku i korporacijsku društvenu odgovornost, MATE d.o.o., Zagreb 2007.

Letica B., Doba odgovornosti, MATE d.o.o., Zagreb 2010.

INTERNETSKE STRANICE

Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/portfelj/> (06.06.2023.)

Institut za društveno odgovorno poslovanje, <https://idop.hr/primjeri-drustveno-odgovornog-poslovanja-hrvatskih-poduzeca-u-vrijeme-koronavirusa/> (08.06.2023.)

Integrirano godišnje izvješće za 2022.godinu, <https://valamar-riviera.com/pdfjs/viewer.html?file=/media/468031/integrirano-godisnje-izvjesce-i-odrzivo-poslovanje-2022.pdf> (08.06.2023.)

Tromjesečni izvještaj Valamar, <https://valamar-riviera.com/media/463370/tromjesecni-izvjes-taj-za-2q-2022-konsolidirani-pdf.pdf> (09.06.2023.)

POPIS ILUSTRACIJE

<i>Slika 1. Dimenzije dop-a</i>	5
<i>Slika 2. Dimenzije kdo-a</i>	7
<i>Slika 3. Destinacije u kojima posluje valamar riviera</i>	15
<i>Slika 4. Valamar collection</i>	16
<i>Slika 5. Valamar hotels&resorts</i>	17
<i>Slika 6. Sunny by valamar</i>	18
<i>Slika 7. Places by valamar</i>	19
<i>Slika 8. Camping adriatic by valamar</i>	21
<i>Slika 9. Health & safety</i>	22
<i>Slika 10. Noćenja i prihodi</i>	23
<i>Slika 11. Financijski pokazatelji</i>	24
<i>Slika 12. Emisija stakleničkih plinova</i>	27
<i>Slika 13. Potrošnja energenata</i>	28
<i>Slika 14. Energetski intenzitet</i>	28
<i>Slika 15. Ukupna potrošnja energije</i>	29
<i>Slika 16. Recikliranje vode</i>	30
<i>Slika 17. Ukupna težina otpada</i>	31
<i>Slika 18. Zaposlenici</i>	32
<i>Slika 19. Udio domicilnih radnika</i>	33
<i>Slika 21. Broj ozlijeđenih radnika</i>	35