

UTJECAJ INVESTICIJA NA IMPLEMENTACIJU KONCEPTA ODRŽIVOG RAZVOJA U TURIZMU NA PRIMJERU HOTELSKOG PODUZEĆA „ILIRIJA“ d.d. U BIOGRADU NA MORU

Goršić, Martina

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:128:256923>

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

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



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 KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Martina Goršić

UTJECAJ INVESTICIJA NA IMPLEMENTACIJU
KONCEPTA ODRŽIVOG RAZVOJA U TURIZMU NA
PRIMJERU HOTELSKOG PODUZEĆA „ILIRIJA“ d.d. u
Biogradu na Moru

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, rujan 2020.

Martina Goršić

**UTJECAJ INVESTICIJA NA IMPLEMENTACIJU
KONCEPTA ODRŽIVOG RAZVOJA U TURIZMU NA
PRIMJERU HOTELSKOG PODUZEĆA „ILIRIJA“ d.d. u
Biogradu na Moru**

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Turizam i okoliš

Mentorica: dr.sc. Draženka Birkić

Matični broj studenta: 0618616059

Karlovac, rujan 2020.

SAŽETAK

Razvoj turizma može imati negativne učinke na okoliš, gospodarstvo i društvo ukoliko se pravovremeno ne donesu mjere opreza i zaštite okoliša, odnosno ukoliko se ne poštuju načela održivog razvoja. Turizam je kompleksna i radno intenzivna djelatnost koja se vrlo brzo može razviti i dostignuti veliku ekonomsku korist destinaciji u kojoj se provodi. Turizam stvara multiplikativnost koja dovodi do povećanja dohotka na temelju turističke potrošnje turista. Također, u zemljama u kojima je turizam vodeća gospodarska grana, događa se i porast broja zaposlenih te se povećava i razina obrazovanja i edukacije domicilnog stanovništva kako bi se mogli uključiti u proces turističke djelatnosti. Uz pozitivne učinke, također postoje i negativni učinci turizma. Iz aspekta prostora, turizam negativno utječe na okoliš, točnije, uzrokuje saturaciju i trošenje prostora te prirodnih resursa destinacije u kojoj se turizam odvija. Prirodni resursi su temelj turističke ponude i njihovo umanjivanje vrijednosti negativnim utjecajem turizma umanjuje vrijednost čitave destinacije. Domicilno stanovništvo također može imati narušenu kvalitetu života. Sve više turista prati trendove održivog i ekoturizma te odabiru destinaciju koja svoju turističku ponudu bazira na održivom razvoju, ekološkoj osviještenosti i očuvanju okoliša. Ovaj rad će obrazložiti kako je turističko poduzeće Ilirija u Biogradu na Moru riješila problem negativnog turističkog utjecaja na prostor i okoliš, te na koji je način implementirala održivi razvoj u svom poslovanju.

Ključne riječi: *Očuvanje okoliša, održivi razvoj, ekoturizam, održivi turizam*

SUMMARY

The development of tourism can have negative effects on environment, economy and society if the precautionary and environmental measures are not adopted in a timely manner or if the principles of sustainable development are not respected or taken seriously. Tourism is a complex and labour-intensive activity that can develop very quickly and bring great economic benefit to the destination in which it is conducted. Tourism creates multiplicity that leads to an increase in income based on tourist consumption. Also, in countries where tourism is the leading economic branch, there is an increase in the number of employees and the level of education and training of local population so they can be included in the tourist market and business. In addition to the positive effect that tourism has, there are also the negative effects of tourism. Looking from the aspect of place and location, tourism has a negative impact on the environment, more precisely, it causes saturation and depletion of natural resources of the destination in which tourism takes place. Natural resources are the basis of Tourist offer and diminishing their value by the negative impact of tourism diminishes the value of destination itself. The domicile population may also have disrupted quality of life. More and more tourists follow the trends of sustainable and ecotourism and choose destination that bases its tourist offer on sustainable development, ecological awareness and environmental protection. This thesis will explain further how the Tourist company „Ilirija“ in Biograd na Moru has solved the problem of negative tourist impact on environment and how it has implemented sustainable development in its business and management.

Key words: *Environmental protection, sustainable development, ecotourism, sustainable tourism*

SADRŽAJ

| | |
|---|-----------|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Predmet i cilj rada | 1 |
| 1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja podataka | 1 |
| 1.3. Struktura rada..... | 1 |
| 2. TURIZAM I OKOLIŠ..... | 3 |
| 2.1. Utjecaj turizma na okoliš | 3 |
| 2.1. Utjecaj turizma na gospodarstvo..... | 5 |
| 2.2. Utjecaj turizma na sociokulturne interakcije..... | 8 |
| 3. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA..... | 11 |
| 3.1. Pojam i značaj održivog razvoja | 11 |
| 3.1. Načela održivog turizma | 14 |
| 3.1.1. Ekonomska načela..... | 17 |
| 3.1.2. Ekološka načela..... | 18 |
| 3.1.3. Sociokulturna načela | 19 |
| 3.2. Implementacija održivog razvoja u turizam..... | 20 |
| 3.2.1. Zelena tehnologija u turizmu | 23 |
| 3.2.2. Investicije i mehanizmi javne potpore održivog razvoja i energije..... | 26 |
| 3.2.3. „Zeleni“ certifikati u hotelima | 30 |
| 3.2.4. Zeleni turizam u Hrvatskoj | 36 |
| 4. HOTELSKO PODUZEĆE ILIRIJA U BIOGRADU NA MORU | 37 |
| 4.1. Općenito o hotelskom poduzeću Ilirija | 37 |
| 4.1.1. Lokacija i prostor | 37 |
| 4.1.2. Tradicija poslovanja..... | 38 |
| 4.2. Segmenti turističke ponude..... | 39 |
| 4.2.1. Hotelijerstvo..... | 39 |
| 4.2.2. Nautika..... | 40 |
| 4.2.3. Kamping..... | 41 |
| 4.2.3. Destinacijska menadžment kompanija – DMK Ilirija Travel | 42 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2.4. Ugostiteljstvo i ostali sadržaji | 42 |
| 5. INVESTICIJE I ULAGANJA U KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA NA PRIMJERU HOTELSKOG PODUZEĆA ILIRIJE D.D..... | 44 |
| 5.1. Upravljanje okolišem | 44 |
| 5.1.1. Propisi zaštite okoliša..... | 45 |
| 5.1.2. Certifikati i nagrade | 45 |
| 5.1.3. Kamp „Park Soline“..... | 47 |
| 5.1.4. Edukacija zaposlenika i gostiju..... | 48 |
| 5.2. Investicije i ulaganja u koncept održivog razvoja..... | 49 |
| 5.2.1. Gospodarenje energijom | 52 |
| 6. ZAKLJUČAK..... | 59 |
| POPIS LITERATURE | 61 |
| POPIS ILUSTRACIJA..... | 63 |

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Tema ovog završnog rada je „Utjecaj investicija na implementaciju koncepta održivog razvoja u turizmu na primjeru hotelskog poduzeća „Ilirija“ d.d. u Biogradu na Moru“. Završni rad se bavi elaboriranjem negativnih i pozitivnih utjecaja turizma na okoliš uvažavajući okolišni, gospodarski i društveni aspekt poslovanja te pobliže objašnjava pojam i značaj održivog razvoja u turizmu i način implementacije održivog razvoja u poslovanju poduzeća, od propisa i zahtjeva koji su uvjet za zeleno poslovanje do konačnog certificiranja objekata i poslovanja, kako bi u konačnici došlo do održivog ili zelenog poslovanja poduzeća. Hotelsko poduzeće Ilirija d.d. u Biogradu na Moru primjer je poduzeća koji je uvažilo sva tri načela održivog razvoja te svojim dugogodišnjim razvojem i ulaganjem u održivi razvoj rješavaju pitanje zagađenja i onečišćenja okoline u kojoj poduzeće posluje. Rad će pobliže prikazati turističku ponudu poduzeća, prilagodbu poduzeća propisima zaštite okoliša, način na koji edukacija zaposlenika i gostiju pomaže društveno odgovornom poslovanju poduzeća, gospodarenje energijom i zbrinjavanjem otpada, te nadasve, utjecaj financiranja i ulaganja u održivi razvoj. Cilj završnog rada je teorijski objasniti važnost održivog razvoja i njegove implementacije u turističku djelatnost i razvoj destinacija, u ovom slučaju Biograda na Moru.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja podataka

Podaci korišteni u ovom radu, prikupljeni su iz stručne i znanstvene literature, te su korištene internetske stranice koje obrađuju tematiku rada. Prikupljanje sekundarnih podataka je obavljeno metodom istraživanja za stolom, a metode koje su korištenje u ovom radu su metode analize, sinteze, dedukcije, indukcije te metoda deskripcije.

1.3. Struktura rada

Završni rad podjeljen je u šest poglavlja koja sadrže uvod i zaključak. Drugo poglavlje definira pojam i značaj turizma, te kakav utjecaj turizam ostavlja na okoliš, gospodarstvo i sociokulturne interakcije. Treće poglavlje bavi se održivim razvojem turizma, načelima održivog razvoja, certificiranjem objekata i poslovanja, načinima implementacije održivog razvoja u turizam poput zelene tehnologije, te održivim odnosno zelenim turizmom. U

četvrtom poglavlju fokus se stavlja na destinaciju Biograda na Moru te važnost i prednosti njenog geografskog položaja i povezanosti s ostalim obližnjim destinacijama, te se predstavlja hotelsko poduzeće Ilirija d.d. koja svoje poslovanje upravo odvija u toj destinaciji. Peto poglavlje obrađuje društveno odgovorno poslovanje hotelskog poduzeća Ilirija d.d. i način rješavanja pitanja upravljanja okolišem putem prilagodbe objekata održivim standardima i propisima, gospodarenja energijom i otpadnom, te važnost investicija i ulaganja u održivi razvoj, popratno, uz statističke podatke iz 2015., 2016., 2017., te 2018. godine.

2. TURIZAM I OKOLIŠ

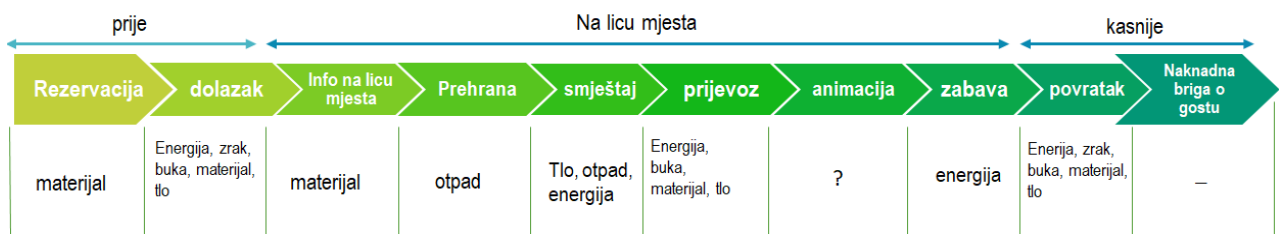
2.1. Utjecaj turizma na okoliš

Neoštećena priroda i netaknuti krajolici su postali središnja sastavnica kvalitativno visoko pozicioniranog turizma. Privlačnost prostora čine prirodni i antropogeni resursi koji su glavni adut privlačenja turista u destinaciju u kojoj se turizam provodi. U današnje vrijeme turisti imaju tendenciju odlaska na turistička putovanja u ona mjesta gdje je priroda netaknuta, a krajolici čisti. Ipak, turizam uvelike mijenja izgled prostora kako bi se prilagodio potrebama turizma, što često dovodi do negativnih utjecaja turizma na prostor.¹

Govoreći o prostoru na koji turizam utječe povezujemo krajolik i tlo. Tlo je dio krajolika, a trošenje tla uvijek označuje utjecanje na krajolik. Prostor je jedan od najvažnijih elemenata turističke ponude i predstavlja prioritet odabira destinacije od strane turista pri putovanju. Također, prostor mora biti atraktivan i kvalitetan kako bi predstavljao turistički kapital. Turistički kapital u obliku turističkog prostora je poseban po tome jer je krhak i nepopravljiv. Upravo ta činjenica dovodi do nastajanja velikih šteta u okolišu, ekoloških problema, saturacije prostora, trošenja zemljišta i ekosustava te nagrđivanje krajolika.²

Prema istraživanju Sveučilišta Uno iz Tokija (2001.) navedene su glavne opasnosti utjecaja turizma na okoliš, a to su onečišćenje okoliša, sječa šuma i sami turizam. Sljedeći shematski prikaz je pojednostavljen, no svejedno treba ozbiljno shvatiti višeslojna onečišćenja okoliša koja mogu proizaći iz procesa turističkog putovanja od same rezervacije putovanja do povratka turista u mjesto prebivališta. Shematski prikaz je pojašnjen putem lanca turističkih usluga.³

Slika 1. Lanac usluga „Doživljaj godišnjeg odmora“



Izvor: Obrada autora prema Müller H., *Turizam i ekologija*, Wien, 2003.

¹ Müller, H.: Turizam i ekologija, MASMEDIA, Zagreb 2004., str 19

² Ibidem, str. 96

³ Ibidem str. 21

Iz shematskog prikaza jasno je vidljivo da svaka faza turističkog putovanja nosi težinu utjecaja turista na okoliš. Dolazak turista zahtjeva trošenje energije, zraka, stvaranje buke, trošenje tla i materijala, dok primjerice animacija u turizmu može podrazumijevati širok spektar aktivnosti koje mogu, ali i ne moraju negativno utjecati na okoliš za njihovo odvijanje. Primjer animacije koja ne utječe štetno na okoliš - animiranje turista kako bi u svrhu održivog turizma organizirali sadnju biljaka (prilagođenih biljnih vrsta za određeno podneblje) za to namijenjeno mjesto koje se nalazi unutar prostora destinacije u kojoj borave. Takav primjer animacije neće samo obogatiti okoliš za koju sadnicu više, već je namijenjena da osvijesti turista, ali i domicilno stanovništvo važnost održavanja i zaštite okoliša koji ih okružuje.

Kada govorimo o prostoru Republike Hrvatske, za primjer možemo uzeti priobalni i otočni dio koji se najčešće povezuje uz pojam turizma. Priobalni dio Hrvatske prožet je prirodnim resursima kao što su razvedena obala, otoci, te antropogeni resursi u obliku kulturno - povijesnih znamenitosti i građevina, raznolikih manifestacija koje doprinose razini atraktivnosti i privlačnosti prostora. Već desetljećima obala Republike Hrvatske biva glavnim žarištem turizma. Povećanje broja ugostiteljskih objekata i masovna izgradnja smještajnih kapaciteta i infrastrukture dovela je do trošenja prostora koja predstavlja neposredan utjecaj turizma na okoliš. Potrebe turista stavljene su u krupni plan, dok potrebe i očuvanje prostora spada tek na drugo mjesto. Turizam se razvija brzim tempom i razvijat će se i u budućnosti, ipak, glavni problem ostaje očuvanje okoliša.

Veliki utjecaj na prilagođavanje prostora turizmu imaju potrebe turista za slobodnim vremenom i rekreacijom. Naime, rekreacijska vrijednost krajolika bazira se na tome da se on po svojoj atraktivnosti uvelike razlikuje od krajolika iz kojih turisti dolaze. Stoga loša arhitektura prilikom izgradnje sportsko – rekreacijskih centara poput golf-terena ili uređenje prostora u kojem će turisti provoditi svoje slobodno vrijeme, automatski dovodi do smanjenja rekreacijske funkcije krajolika. Krajolik se na taj način smatra manje turistički iskoristiv, te se njegova blaga proizvodna funkcija djelomično gubi. U tom slučaju, turisti će moći provoditi vrijeme u integriranoj, kompleksnoj i skupoj ponudi izgrađenih turističkih objekata, dok će ljepota i privlačnost krajolika biti reducirana i manje privlačna. Ovakav ishod se događa ukoliko se na prostor primjenjuju nepromišljena gradnja, loša arhitektura,

nepoštivanje nosivog kapaciteta turizma, te nekorištenje održivog razvoja u turizmu koji štiti od uništenja prostora od strane turizma.⁴

Nosivi kapacitet turizma od izrazito je velike važnosti jer predstavlja maksimalan broj ljudi koji mogu posjetiti turističku destinaciju u isto vrijeme, dok se pritom ne uzrokuju neprihvatljivi poremećaji fizičke, ekonomske i socio-kulturne okoline te neprihvatljivo smanjenje u zadovoljstvu posjetitelja. Dakle, nosivi kapacitet turizma također mora biti uveden u prioritet turističke industrije kako taj broj nebi bio premašen. Nažalost, najpoznatiji i eksponirani primjer narušavanja okoliša prilikom nepoštivanja načela nosivog kapaciteta turizma doživio je Nacionalni Park Plitvička jezera koji je naposljetku morao poduzeti stroge mjere reduciranja posjetitelja i turističkih objekata kako situacija nebi odvela do daljnjeg trošenja okoliša.⁵

Stoga, prilikom turističke izgradnje glavni fokus treba biti na prirodnom resursu oko kojeg se planira daljnja izgradnja kako nebi došlo do saturacije i degradacije prostora. Potrebno je spriječiti uzrok negativnih ekoloških učinaka kao što su onečišćenje zraka, vode, narušavanje kvalitete života domicilnog stanovništva, prenapučenost prostora, plaža, prometnica te uništenje antropogenih resursa koji doprinose kvaliteti turističkog prostora. Ukoliko se problemi ne uvide i ne otklone na vrijeme, cjelokupna izgradnja i ulaganje u prilagođavanje prostora turizmu bilo bi uzaludno, a prostor bi izgubio dio svog identiteta.⁶

2.1. Utjecaj turizma na gospodarstvo

Turizam uz sebe veže pojam turističkog proizvoda i turističku ponudu te resursnu osnovu na kojoj počivaju. Ranije navedeno, turistički resursi su prirodnog i antropogenog podrijetla te čine atraktivnost prostora i naposljetku predstavljaju turističku ponudu i sredstvo razmjene na turističkom tržištu. Turistički proizvod čine destinacijske atrakcije i okruženja, smještaja i usluga, dostupnost same destinacije, imidž destinacije i cijena. Kada govorimo o turističkom tržištu, važno je naglasiti da postoje dvije vrste turističkog tržišta. Radi se o emitivnom turističkom tržištu koje je dio turističkog tržišta na kojem se nalazi veća koncentracija turističke potražnje i receptivnom turističkom tržištu koje je dio turističkog tržišta na kojem je koncentrirana turistička ponuda.⁷

⁴ Müller, H.: Turizam i ekologija, MASMEDIA, Zagreb 2004. str 102

⁵ UNWTO General Assembly: Saturation of tourist destinations, 1981. str 5

⁶ Bilen, M.: Turizam i okoliš, Mikrorad d.o.o., Zagreb 2011., str 23

⁷ Enciklopedija.hr, dostupno na www.enciklopedija.hr/ (5. svibnja, 2020.)

Turizam u Republici Hrvatskoj je od velike važnosti jer zauzima velik udio u bruto domaćem proizvodu. Razvoj turizma je nužan ukoliko se želi postići visoka ekonomska korist od djelatnosti i razvoja gospodarstva pojedine zemlje. Gospodarstvo Republike Hrvatske znatno je patilo tokom šestogodišnje recesije koja je trajala od 2008. godine do 2014. godine. U tom razdoblju realna vrijednost bruto domaćeg proizvoda je bila 12,6% nego u pretkriznoj godini 2008. Tokom 2015. godine gospodarstvo Republike Hrvatske se napokon počelo oporavljati te naposljetku raste. World Travel & Tourism Council je naveo da se očekuje porast turizma za 4,5% u razdoblju od 2005. do 2020. godine.⁸

U posljednjih 19 godina, u razdoblju od 2000. godine do 2018. godine, zabilježen je samo jedan pad broja ostvarenih noćenja u 2009. godini, dok je u svim ostalima zabilježen rast. Hrvatski turizam ima izrazitu sezonalnost zbog najvećeg omjera najposjećenijeg i najmanje posjećenog mjeseca u godini kada se promatraju zemlje Europske Unije. U zemljama Europske Unije, prema podacima Eurostata, u najjačem mjesecu (u 2018. to je kolovoz) se ostvari četiri puta više noćenja nego u najslabijem mjesecu (u 2018. godini to biva veljača), dok se u Republici Hrvatskoj tokom kolovoza ostvari u prosjeku 58 puta više noćenja (u 2018. 55,7 puta) nego u siječnju (u 2018. to je bila veljača). Kretanje bruto domaćeg proizvoda prilikom proteklih godina pratilo je globalne trendove te je dovelo da laganog usporavanja rasta u odnosu na prethodne godine.⁹

U sljedećoj tablici prikazan je iznos bruto domaćeg proizvoda u milijunima eura kroz razdoblje od 2016. do 2018. godine, te prihod od turizma i zaključno - udio turizma u ukupnom bruto domaćem proizvodu Republike Hrvatske.

⁸ Hrvatska Gospodarska Komora: Hrvatsko Gospodarstvo 2016-2018. godine, Hrvatska Gospodarska Komora, Zagreb 2019. Dostupno online (<https://www.hgk.hr/documents/hrvatsko-gospodarstvo-2018-web5de4e54e2e6c2.pdf>) 5.svibnja 2020, str 12

⁹ Ibidem, str 14.

Tablica 1. Prihodi od turizma – razdoblje 2016. – 2019.

| | 2016 | 2017 | 2018 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| BDP (u mil. EUR) | 45.659 | 48.462 | 51.527 |
| Prihodi od turizma (u mil. EUR) | 8.635,0 | 9.492,9 | 10.096,5 |
| Udio turizma u BDP-u (u%) | 18,9 | 19,6 | 19,6 |

Izvor: Obrada autora prema: Turizam u brojkama 2016,2017,2018: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb 2019. dostupno online (www.mint.hr) 5.svibnja 2020.

Jasno je vidljivo da se bruto domaći proizvod kroz razdoblje od 2016. do 2018. godine povećavao te je najviše iznosio 2018. godine kada je dosegao iznos od 51.527 milijuna eura. Udio turizma u bruto domaćem proizvodu bio je isti 2017. i 2018. godine, no ipak, turizam zauzima izrazito velik udio bruto domaćeg proizvoda nasprem ostalih djelatnosti što upućuje da je jedna od vodećih gospodarskih grana u cjelokupnom gospodarstvu Republike Hrvatske.

Turizam ima pozitivan ali i negativan ekonomski utjecaj. U sljedećoj tablici prikazani su pozitivni i negativni ekonomski učinci odnosno ekonomske koristi i štete koje nosi turizam.

Tablica 2. Pozitivni i negativni ekonomski učinci turizma

| Pozitivni ekonomski učinci turizma | Negativni ekonomski učinci turizma |
|--|---|
| - Rast bruto domaćeg proizvoda | - Opterećenje destinacije posjetima (saturacija i degradacija prostora) |
| - Porast turističke potrošnje | - Porast cijena proizvoda i usluga u turizmu |
| - Rast direktnog i indirektnog zapošljavanja | - Rast cijena nekretnina |
| - Rast kapitalnih investicija | - Niska stopa povrata na kapitalna ulaganja |
| - Utjecaj na regionalni razvoj | - Siva ekonomija |
| - Poboljšanje životnog standarda domicilnog stanovništva | - Oportunitetni troškovi |
| - Utjecaj na gospodarski razvoj i rast | - Sezonalnost |
| - Razvoj turističkog proizvoda | - Sezonska aprecijacija |
| - Partnerstva, razmjena tehnologija, znanja i vještina | - Povećanje rashoda po osnovi uvoza proizvoda i usluga |
| | - Gospodarska ovisnost o turizmu |
| | - Problemi zbrinjavanja otpada, otpadnih voda i zagađenje okoliša |

Izvor: Obrada autora prema: Verteš B.: Ekonomski utjecaji turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma, Pula 2017. str 14.

Razvojem turizma znatno se utječe gospodarski razvoj zemlje u kojoj se odvija, poboljšanje kvalitete domicilnog stanovništva te rast bruto domaćeg proizvoda. Važno je obratiti pozornost i na negativnu stranu turizma, naročito na narušavanje kvalitete okoliša te probleme zbrinjavanja otpada i zagađivanja. Hrvatsko gospodarstvo ovisi o turizmu, što predstavlja veliki problem jer je hrvatski turizam sezonalnog karaktera.

2.2. Utjecaj turizma na sociokulturne interakcije

Turističkim putovanjem turist upoznaje destinaciju, kulturu lokalnog stanovništva, društvo i običaje te samim time turist doživljava destinaciju na poseban način. Dapače, kultura i društvo destinacije mogu biti direktan motiv turista zbog kojeg on kreće na putovanje, stoga kultura i tradicija lokalnog stanovništva igra veliku ulogu u kreiranju turističkog proizvoda destinacije. Kulturna baština destinacije, ukoliko je dobro valorizana kao turistički resurs utječe na obogaćivanje turističkog proizvoda i turističke ponude destinacije ukoliko se vodi briga o istovremenom očuvanju baštine.

Identitet koji stvori pojedina destinacija kako bi prodala turistički proizvod može biti pun pogodak u privlačenju i povećanju turističke potražnje ukoliko je identitet destinacije autentičan i originalan. Naravno, postoje slučajevi u kojima je imidž kreiran na posudbi stranih kultura, manifestacija i izmišljenih sadržaja koji nemaju nikakve poveznice s destinacijom. To upućuje na izravnu eksploataciju destinacije u stvaranju ekonomske koristi.¹⁰

Turizam bi naposljetku trebao biti jedinstveni društveni odnos između domaćina i turista u trgovinama, hotelu, restoranu, plaži, rivi i ostalo. Ostvarujući kontakt između turista i domaćina, turist može saznati i pridobiti mnogo više informacija nego koristeći se literaturom, brošurama, vodičima ili internetom koji ne pružaju iskustvo koje turistima pruža domicilno stanovništvo. Svako iskustvo prilikom ostvarenja odnosa turist – domaćin ne mora biti ugodno. Na većinu društvenog odnosa djeluje sam karakter destinacije i mentalitet domicilnog stanovništva. Primjer tome mogu biti velike sredine i gradovi poput Berlina ili Pariza gdje se turisti vješto uklapaju u dinamičnu atmosferu, dok primjerice u manjim ruralnim sredinama poput Rastoka u Slunju ne mogu pružiti isto iskustvo turistima jer postoji velika kulturna razlika između turista i domicilnog stanovništva.¹¹

Odnos turista sa životnom sredinom koju posjećuje naziva se simbiozom jer bi turističke aktivnosti trebale dovesti do bolje kvalitete života domicilnog stanovništva, međutim to nije uvijek tako. Teoretičar Doxey proučavao je problematiku simbioze turizma i domicilnog stanovništva te je osmislio indeks turističke iritacije koji razlikuje pojedine faze, te opisuju odnos domicilnog stanovništva prema turistima. Sljedeća tablica prikazuje odnos lokalne zajednice prema turistima.¹²

¹⁰ Ružić A: Socio-kulturni aspekti turizma događaja, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma dr. Mijo Mirković, Pula 2016. str 7

¹¹ Ibidem str 10

¹² Ibidem str 11

Tablica 3. Doxeyev indeks iritacije

| | Socijalni odnos | Odnos moći |
|--------------------|---|---|
| Euforija | Posjetitelji i investitori su dobrodošli, inicijalne faze razvoja | Postoji malo planiranja i formalne kontrole; veliki je potencijal za kontrolu od strane lokalnih pojedinaca i grupa |
| Apatija | Kontaktira se s posjetiteljima: kontakti između stanovnika i posjetitelja su više formalni (komercijalni) | Planiranje se uglavnom odnosi na marketing; turistička industrija počinje pokazivati interes |
| Smetnje | Dosegnuta točka saturacije: Stanovništvo sumnja u turističku industriju | Planovi se više odnose na povećanje infrastrukture, a manje na limitiranje rasta; počinju se javljati lokalne protestne grupe |
| Antagonizam | Otvoreno pokazivanje iritacije; na posjetitelje se gleda kao na uzročnike problema | Planiranje se nadopunjuje, ali promocije se usmjerava na trošenje reputacije: Borba moći između interesnih skupina može pojačati kompromise |

Izvor: Doxey, G.V. (1975) A causation theory of visitor – resident irritants: Methodology and research inferences. Travelland Tourism Reaserch Associations Six Annual Conference

Iz prikazane tablice možemo uočiti kako se kroz faze mijenja ponašanje domicilnog stanovništva prema turistima koji borave u destinaciji. Od entuzijazma i zajedničkog osjećaja zadovoljstva jer se destinacija razvija, do samog osjećaja nelagode i odbojnosti radi boravka turista i gledanja na turiste kao glavnog uzročnika zagađenja okoliša i problema stvorenih u procesu razvoja i prilagodbe destinacije turizmu. Naposljetku turizam je utjecajan na život domicilnog stanovništva jer se razvija brzo, stoga na taj način utječe i na ritam života domicila. Radi se o promjeni stila života, promjeni okoliša, opterećenja po pitanju zdravlja i zamora te buke stvorene od strane turista, odumiranje materijalne i nematerijalne kulturne baštine koja se troši i nije dovoljno zaštićena da izdrži velike količine posjetitelja.

3. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

3.1. Pojam i značaj održivog razvoja

Koncept *održivog razvoja* seže u 1983. godinu kada je World Commission on Environment and Development predložio upravo taj koncept kao dugoročno rješenje suvremenih ekoloških problema. Tokom godina koncept je bio podložan izmjenama i dopunama kako bi pratio trendove i potrebe sadašnjih generacija, a do danas je ostao univerzalno prihvaćen koncept većine stručnjaka i vlada gotovo svih zemalja svijeta. Bit održivog razvoja leži u uvažavanju potreba i zahtjeva sadašnjice, ali bez uništavanja i smanjivanja kvalitete prirodnih resursa i okoliša koje bi dovele do daljnjeg ugrožavanja zdravlja stanovništva i opstanka živog svijeta. Održivim razvojem se nastoji poticati daljnji razvoj i očuvanje genetskih vrsta, razvijanje ekosustava i regeneriranje biosfere i obnovljivih izvora energije, dok se tlo, voda i zrak štite od negativnih utjecaja čovjeka na okoliš. Također, na taj način se potiče i racionalno raspolaganje i korištenje neobnovljivih izvora energije.¹³

Održivi razvoj ponajviše upućuje da čovjek treba zaštititi prirodne resurse kako ih nebi zauvijek izgubili prilikom prilagođavanja istih potrebama turizma, ali i ostalim gospodarskim granama koje se služe prirodnim resursima kako bi se naposljetku ostvarila ekonomska korist. Primjena koncepta održivog razvoja trebala bi biti srž svake politike razvoja, naročito ekološkog. Održivi razvoj zabranjuje provođenje gospodarskih djelatnosti i aktivnosti koje su podležne narušavanju okoliša i kvalitete života stanovništva.

Održivi razvoj treba nastojati osigurati:

- zadovoljavanje osnovnih ljudskih potreba i istodobni postizanje relativno prihvatljivih standarda za sve ljude na ovoj planeti,
- promjene koje se moraju provoditi na način da se ne dođe ni na lokalnoj, ni regionalnoj globalnoj razini do biološke raznolikosti i regenerativne sposobnosti prirode,
- promjene koje moraju osigurati budućim generacijama slične i bolje standarde življenja od sadašnjih te bolje standardne jednakosti.¹⁴

¹³ Bilen, M., Turizam i okoliš, Mikrorad d.o.o., Zagreb 2016., str 184.

¹⁴ Ibidem, str 186.

Najveći utjecaj koncepta održivog razvoja ostvarila je UN-ova konferencija o zaštiti okoliša i razvitku, održana 1992. godine u Rio de Janeirou. Svi navedeni programi i zaključci konferencije naslovljeni su pod nazivom „Agenda 21“ – program koji će se baviti održivim razvojem u 21. stoljeću. Na konferenciji u Rio de Janeirou sudjelovalo je 178 zemalja. Važne teme koje su bile glavna rasprava na konferenciji su održivi razvoj, biološka raznolikost Zemlje te funkcioniranje klimatskih promjena. Također, u potpisanoj deklaraciji stoji i problem siromaštva, gladi i bolesti koji postaju sve češći problem. Konferencija je naposljetku usvojila dokumente o socijalnoj i ekonomskoj dimenziji razvoja zemlje na području razvoja, stanovništva, siromaštva, zdravlja i strategije razvoja i okoliša, dokument o očuvanju i menadžmentu prirodnih i antropogenih dobara, dokument o ženama, djeci i mladeži, te konvencija o načinu implementacije. Agenda 21 predstavlja program koji je bio shematski prikaz kako bi trebale uvesti strategiju održivog razvoja sve zemlje svijeta.

Desetljeće nakon konferencije u Rio de Janeirou, 2002. godine donešena je Deklaracija o održivom razvoju, također predloženu od strane UN-a pod nazivom World Summit on Sustainable Development u Johannesburgu. Donešenom deklaracijom moglo se naslutiti da je većina zemalja usvojilo koncept održivog razvoja i ozbiljno nastoji sudjelovati u programima predloženim Deklaracijom. Razlika između Deklaracije iz Rio de Janeiroa i ove je bila u općim pitanjima siromaštva i gospodarstva kojim se bavila Deklaracija o zaštiti okoliša donešena u Johannesburgu.¹⁵ U svrhu iskorjenjivanja siromaštva, pomicanja crte nejednakosti te zaštite planete i osiguravanja napretka, UN saziva 69. skupštinu 2015. godine pod nazivom Sustainable Development Goals – SDGs, na kojoj je usvojeno dodatnih 17 Globalnih ciljeva održivog razvoja te 169 podciljeva u dokumentu „Mijenjamo svoj svijet: Agenda za održivi razvoj do 2030. godine“. U međuvremenu, tokom 2013. osnovana je glavna platforma za održivi razvoj – politički forum o održivom razvoju na visokoj razini UN-a (High Level Political Forum – HLPF) koji zamjenjuje Komisiju za održivi razvoj. Danas je održivi razvoj utemeljen na tri temeljne sastavnice – društvo, okoliš i gospodarstvo te ravnoteža između sve tri sastavnice osigurava dugoročni razvoj ljudskog društva u očuvanom okolišu.¹⁶

¹⁵ Ibidem, str 187.

¹⁶ Agenda 2030 i Ciljevi održivog razvoja; Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, RH; dostupno na: www.mzoe.gov.hr (5. svibnja 2020.)

Globalni ciljevi održivog razvoja do 2030. :

- Iskorjenjivanje siromaštva svuda i u svim oblicima
- Iskorjenjivanje gladi, postići sigurnost hrane i poboljšanu ishranu te promovirati održivu poljoprivredu
- Zdravlje i dobrobit – osigurati zdrav život i promovirati blagostanje za ljude svih generacija
- Kvalitetno obrazovanje – osigurati uključivo i kvalitetno obrazovanje te promovirati mogućnost cjeloživotnog učenja
- Rodna ravnopravnost – postići rodnu ravnopravnost i osnažiti sve žene i djevojke
- Pitka voda i higijenski uvjeti – osigurati pristup pitkoj vodi za sve, održivo upravljati vodama te osigurati higijenske uvjete za sve
- Pristupačna i čista energija – osigurati pristup pouzdanoj, održivoj i suvremenoj energiji po pristupačnim cijenama za sve
- Dostojanstven rad i gospodarski rast – promovirati uključiv i održiv gospodarski rast, punu zaposlenost i dostojanstven rad za sve
- Industrija, inovacije i infrastruktura – izgraditi prilagodljivu infrastrukturu, promovirati isključivu i održivu industrijalizaciju i poticati inovativnost
- Smanjenje nejednakosti – smanjiti nejednakost unutar i između država
- Održivi gradovi i održive zajednice – učiniti gradove i naselja isključivim, sigurnim, prilagodljivim i održvim
- Odgovorna potrošnja i proizvodnja – osigurati održive oblike potrošnje i proizvodnje
- Odgovor na klimatske promjene – poduzeti hitne akcije u borbi protiv klimatskih promjena i njihovih posljedica
- Život ispod vode – očuvati i održivi koristiti oceane, mora i morske resurse za održiv razvoj
- Život na kopnu – zaštititi, uspostaviti i promovirati održivo korištenje kopnenih ekosustava, održivo upravljati šumama, suzbiti dezertifikaciju, zaustaviti degradaciju tla te spriječiti uništavanje biološke raznolikosti
- Mir i pravda – snažne institucije – promovirati miroljubiva i uključiva društva za održivi razvoj, osigurati pristup pravdi za sve i izgraditi učinkovite odgovorne i uključive institucije na svim razinama

- Partnerstvo za ciljeve – ojačati načine provedbe te učvrstiti globalno partnerstvo za održivi razvoj¹⁷

U spomenutim globalnim ciljevima održivog razvoja nalazi se izgradnja prilagodljive infrastrukture i održive industrijalizacije te poticanje inovativnosti. Naime, to nebi bilo moguće bez financiranja. Održivi razvoj pruža i potiče razvitak novih tehnologija putem kojih se racionalno upravlja energijom, vodom, zbrinjavanjem otpada i otpadnih voda. Razvijene tehnologije, ali i razvoj novih tehnologija, uključujući tehnologije za korištenje obnovljivih izvora energije ili čišće energetske izvore, mogu se razvijati polako te ih je potrebno iz tog razloga podupirati uz pomoć javnih i privatnih izvora. U taj investicijski proces su uključeni razni investitori i razne vrste kapitala. Razvojem održive i zelene tehnologije reduciraju se troškovi te se pomaže da se one razvijaju još brže. Uz spomenuta partnerstva, najvažnije partnerstvo je partnerstvo javnog i privatnog sektora. Javni sektor ima značajnu ulogu u razvijanju novih tehnologija uvođenjem politika koje pomažu smanjenju emisije dok privatni sektor jednim djelom financira razvoj tehnologija.¹⁸

Nadasve, održivi razvoj otvara mogućnost boljeg i kvalitetnog života stanovnika, informiranje i obrazovanje o načinu implementacije održivog ravoja u svakodnevnicu, štednja energije i vode, poticanje rasta i razvoja gospodarstva, pozitivan utjecaj na klimatske promjene te održivi prostor te zadovoljstvo svih dionika koji sudjeluju u turističkoj djelatnosti.

3.1. Načela održivog turizma

Održivi turizam, poznat kao i „zeleni turizam“ je oblik turizma koji brine za učinke čovjeka na okoliš, gospodarstvo i društvo dok pritom brine o zadovoljavanju potreba turista, okoliša i destinacije u kojem se turizam provodi. Masovni turizam je doveo do nesklada i narušavanja procesa u prirodi i društvu. Dobra strana održivog turizma je da se takav turizam može primjeniti u gotovo svim oblicima turizma. Održivi turizam se fokusira na optimalno iskorištavanje prirodnih resursa koji predstavljaju glavni element turističkog razvoja

¹⁷ Sustainable Development Goals – 17 Goals to transform our world; ODRAZ – Održivi razvoj zajednice, Zagreb 2015. dostupno na www.odraz.hr (5. svibnja 2020.)

¹⁸ Perić J., Šverko Grdić Z.: Klimatske promjene i turizam, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2017. str 180

turističke destinacije, dok istovremeno pomaže sačuvati važne ekološke procese i zaštititi prirodnu baštinu i bioraznolikost. Gospodarske aktivnosti koje se provode u turističkoj destinaciji uz održivi turizam bivaju održive i dugoročne te donose gospodarsku i društvenu korist svim dionicima. Održivi turizam pruža mogućnost pravilne raspodjele između dionika, stabilnost zapošljavanja te mogućnost zarade društvenih usluga zajednici, te iskorjenjavanju siromaštva.¹⁹

Dakle, možemo reći da je održivi turizam onaj turizam koji potiče ekološku osvještenost domicilnog stanovništva i turista koji su spremni sudjelovati u očuvanju i zaštiti prirode, okoliša, njenih blagodati i kulturne baštine. Turisti postaju sve više ekološki osvješteniji i traže upravo „zelene“ destinacije koje su uvažile koncept održivog razvoja u svoju turističku ponudu. Održivi razvoj ima zadaću zadovoljiti sve životne potrebe domicila, potrebe turista, očuvanje prirodnih i antropogenih resursa, osigurati dohodak i ekonomsku vrijednost destinacije, očuvati imidž i identitet destinacije i razviti kvalitetan turistički proizvod dok istodobno daje mogućnost turistima da dožive destinaciju na najkvalitetniji način te budu zadovoljni omjerom kvalitete i cijene turističke ponude destinacije. Dapače, od velike važnosti je informiranost o održivom razvoju i održivom turizmu, te sudjelovanje svih dionika, ali i politička potpora pojedine zemlje te, ranije navedeno, financiranje. Održivi turizam je dugoročan, ali i trajan proces koji zahtijeva konstantno proučavanje i praćenje noviteta, istraživanje te implementaciju novih odredbi i mjera. Održivi turizam treba dovesti do obostranog zadovoljstva turista i domicilnog stanovništva, te istovremeno poticati i informirati turiste o održivom razvoju i na koji način oni mogu doprinijeti svojim postupcima kako bi smanjili i konačno otklonili problem onečišćenja okoliša u kojem borave.

Prema UNWTO, održivi turistički razvoj treba moći:

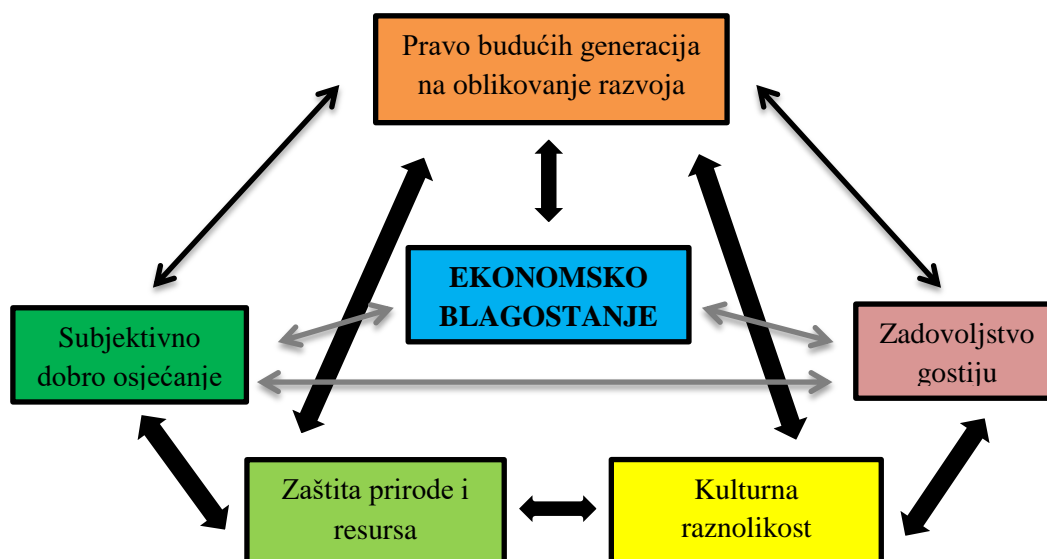
1. optimalno osigurati korištenje resursa iz okoliša koji konstituiraju ključne elemente u razvoju turizma, odražavajući nužne ekološke procese i pomažući u očuvanju prirodne baštine i biološke raznolikosti.

¹⁹ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske: Održivi turizam – Hrvatska, dostupno na www.odrzivi.turizam.hr (6.svibnja 2020.)

2. poštivati društveno – kulturnu autentičnost destinacije, očuvati izgrađeno i životna kulturna nasljeđa i tradicionalne vrijednosti te doprinijeti međukulturalnom razumijevanju i toleranciji.
3. Osigurati gospodarske aktivnosti koje će biti održive i dugoročne, te da donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima uz pravičnu raspodjelu, između ostalog stabilnost zaposlenja, mogućnost zarade društvenih usluga zajednici, pomažući uklanjanju siromaštva.²⁰

Stoga kako bi se ukomponirali svi segmenti održivog turističkog razvoja, sljedeća slika prikazuje „Čarobnu peterokutnu piramidu održivog turističkog razvoja“ :

Slika 2. Čarobna peterokutna piramida održivog turističkog razvoja



Izvor: Obrada autora prema Müller, H.R. Održivi razvoj u turizmu – u potrazi za novom etikom turizma, Bern 1993, str. 13

Načela održivog razvoja temelje se na primjeni ekonomskih, ekoloških i sociokulturnih načela. Postizanje ravnoteže između njih znači osigurati cjelovitu i dugotrajnu održivost kako turizma, tako i turističkih destinacija u cijelosti. To danas nije nimalo jednostavan zadatak. Turizam je gospodarska aktivnost koja zbog svoje izrazite sezonalnosti svoje aktivnosti

²⁰ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske: Održivi turizam – Hrvatska, dostupno na www.odrzivi.turizam.hr (6.svibnja 2020.)

podređuje kratkotrajnim ciljevima u vidu brze zarade i ekstra profita, što je u suprotnosti s istaknutim načelima održivog razvoja, odnosno u suprotnosti je s postizanjem željene ravnoteže između, društvenih, ekonomskih i okolišnih načela održivog turističkog razvoja.²¹

3.1.1. Ekonomska načela

Značaj ekonomije za turizam objašnjava World Travel & Tourism Council (2012.) te naglašavaju turizam doprinosi povećanju bruto domaćeg proizvoda i prihoda, daje mogućnost zapošljavanja, izvoza, ulaganja domaćih i stranih ulagača u projekte vezane za razvoj infrastrukture i ostale investicije koje doprinose razvoju turizma u određenoj destinaciji. Gledajući turizam s ekonomskog načela, turizam ima pozitivan utjecaj na lokalnu ekonomiju tako što otvara mogućnost novih radnih mjesta, doprinosi jačanju gospodarstva te stvara veći dobitak.

Ekonomski rast lokalnih zajednica je jedan od glavnih ciljeva turističkog razvoja. Takav ekonomski rast nebi trebalo shvatiti olako, već je potrebno odrediti ciljeve poslovanja koji zahtjevaju racionalno i održivo planiranje i donošenje odluka kako bi se nadasve došlo do ostvarenja istih ciljeva bez da se ugrožava okoliš i domicilno stanovništvo lokalnih zajednica. Kada se na prvo mjesto odnosno kada je fokus razvitka turizma samo ekonomska dobit, dolazi do masovne eksploatacije prostora i divlje gradnje te prenapučenosti destinacije koja s vremenom gubi na svojoj kvaliteti. Bit i srž turizma nebi trebala biti „brza zarada“ već uzajamno djelovanje sva tri načela kako bi se dugoročno održala ravnoteža između njih.

Turizam, ukoliko je glavna gospodarska grana i žila kucavica određene zemlje, dovodi do zanemarivanja ostalih grana gospodarstva što znači da samim time gospodarstvo zemlje slabi. Takav primjer najčešće možemo pronaći u zemljama koje su nerazvijene ili u razvitku.

Jedan od važnijih pojmova ekonomskog načela održivog turizma je ekonomska održivost. Ekonomska održivost omogućava uspješan razvoj destinacije, a i korištenje i upravljanje resursima dirigitano od strane javne lokalne uprave mora osigurati njihovu očuvanost za buduće naraštaje. Ekonomska održivost također znači optimiziranje stope rasta kojom se može upravljati s potpunim uvažavanjem ograničenja okoliša destinacije. Ekonomska održivost implicira optimiziranje stope rasta i razvoja turizma na razinu kojom se može

²¹ Birkić, D.:op. cit., str. 128

upravljati, uzimajući u obzir ograničenja okoliša u destinaciji.²² Javna lokalna uprava odnosno javni sektor može uvelike pomoći pri postizanju ekonomske održivosti na način da donosi smjernice i odredbe odnosno imati zakonodavnu ulogu koje vode prema održivom razvoju.

Prema UNWTO-u, voditi se ekonomskim načelima u održivom razvoju turizma znači takvo poslovanje koje će omogućiti održive, dugoročne ekonomske aktivnosti, pravedno distribuirane socioekonomske koristi na svim interesnim skupinama, i to:

- stabilnu zaposlenost
- mogućnost za ostvarivanje dohotka i socijalne usluge domaćoj zajednici te
- doprinijeti ublažavanju siromaštva²³

3.1.2. Ekološka načela

Uzajamni odnos okoliša i turizma pri umnoženom promatranju treba staviti u širi kontekst, odnosno treba uzeti u obzir sva uzajamna djelovanja ljudskih aktivnosti i okolne prirode.

Čovjek pojedinac i društvo kao cjelina nalaze se u središtu područja posljedica. Sljedeći elementi prikazuju „krizna žarišta“ uzajamnog djelovanja turizma i okoliša, te se ti elementi grupiraju u tri područja:

- čovjek – kao individualac u društvu, četiri polja aktivnosti - promet, naselje, poljoprivreda i industrija koja predstavljaju polje posljedica
- izvan polja aktivnosti postoje područja odnosno polja utjecaja, elementi okoliša – tlo, krajolik, flora, fauna, voda, zrak i klima
- između polja posljedica i polja utjecaja nalaze se dva ključna faktora – energija i otpad.²⁴

Ovim odnosom objašnjeno je kako čovjek predstavlja pokretač djelovanja i utjecaja na sva područja ekološkog aspekta turizma. Kada je turistička aktivnost veća, povećava se i negativni utjecaj turizma na okoliš. Prema UNWTO-u, problem koji nastaje je

²² Choi, H.C., Sirakaya, E., Sustainability indicators for managing community tourism, Tourism Management, 2006

²³ UNWTO, Tourism Highlights, 2004 Edition; dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284407910> (7. svibnja 2020.)

²⁴ Müller, H.: Turizam i ekologija, MASMEDIA, Zagreb 2004. str 50

„nekontrolirani rast u turizmu koji uzima u obzir kratkoročne, ekonomske ciljeve često rezultira negativnim učincima na štetu okoliša i društva, uništavajući samu osnovu u kojoj počiva i iz koje raste“.²⁵ Turizam i okoliš su uzajamno povezani. Ta poveznica ne mora uvijek biti negativna ukoliko je intenzitet turizma smanjenog djelovanja. Primjerice masovni turizam povećava intenzitet turizma, stoga je i utjecaj na okoliš veći te ima razarajući karakter ukoliko se pravovremeno ne poduzmu mjere koje će spriječiti takav ishod događaja. Kao ranije navedeno, sva tri načela su povezana i čine ravnotežu. Stoga ako se ekološka korist smanji, ujedno se smanjuje ekonomska i sociokulturna korist od turizma.

Negativni učinci turistički neodrživog razvoja najviše se osjećaju na lokalnoj razini te je lokalna zajednica u najboljoj poziciji da djeluje na temelju svojih lokalnih spoznaja. Inicijativa za održivi razvoj turizma i primjenu ekoloških načela nužno treba stići iz lokalnih zajednica. U ovom slučaju, priobalna turistička destinacija koja predstavlja lokalnu zajednicu, može ostvariti ekonomske koristi od turističkog razvoja samo ako unutar zajednice ima ekološke odgovornosti.²⁶

Ukoliko lokalna zajednica, u ovom slučaju priobalna destinacija, želi biti ekonomski i ekološki uspješna, potrebna je valorizacija svih prirodnih resursa i kompletnog prostora destinacije kako bi se uključili svi segmenti u turistički proces koji će dovesti do profita, ali isto tako i održivosti turizma i turističkih aktivnosti. Možemo zaključiti da je od velike važnosti uvrstiti koncept održivog razvoja i ekoloških načela u sve projekte i strateške dokumente koji se namjeravaju provoditi u svrhu napretka destinacije, te u stvaranju konkurene turističke ponude.

3.1.3. Sociokulturna načela

Sociokulturna načela turističke održivosti priobalne destinacije aludiraju na to da priobalne destinacije imaju značajnu ulogu u održivom razvoju turizma. Sociokulturna načela uzrokuju komunikaciju između turista i domaćina, što predstavlja temelj razvoja turizma u destinacijama. Domicilno stanovništvo ima svoje običaje, stil života i tradiciju koje prilikom dolaska turista u destinaciju imaju veliku ulogu u predstavljanju identiteta same destinacije

²⁵ UNWTO, Tourism Highlights, 2004 Edition; dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284406876> (8. svibnja 2020.)

²⁶ Birkić D.:op. cit., str 133

te čine naposljetku turističku ponudu. Nažalost, kultura lokalne zajednice se neizbježno može promijeniti brzim i naglim razvojem turista i postoji mogućnost od gubitka autentičnosti kako bi se zadovoljile potrebe turista ili stvorila iluzija identiteta destinacije.

„Socio-kulturna održivost odnosi se na sposobnost zajednice, bilo lokalne ili nacionalne, da prihvati nove inpute, u slučaju turizma to su turisti, na kraći ili duži period vremena, te da usprkos tome nastavi funkcionirati bez društvene disharmonije do koje mogu dovesti ti inputi. Sociokulturna održivost jamči kompatibilnost razvoja s očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi na koje taj razvoj utječe, te trajno održanje i isticanje identiteta lokalne zajednice“²⁷

Lokalna zajednica treba uvažiti turiste koji borave u, ovom slučaju, priobalnoj destinaciji, jer stvoriti kvalitetnu interakciju između turista i domaćina znači razmjenjivanje različitih kultura koje dolaze u doticaj prilikom komunikacije. Naravno, takva interakcija nebi trebala imati negativne posljedice, već bi trebala obogaćivati turističku ponudu destinacije, te istovremeno informirati turiste o raznolikosti kulture i identitetu područja u kojemu borave tokom svog turističkog putovanja. Od velike je važnosti štititi i održavati kuturnu baštinu domicilnog stanovništva jer ona predstavlja raznolikost, kulturni identitet i važan je faktor u kreiranju konkurentne turističke ponude. Prenositi i čuvati kulturnu baštinu kroz brojne generacije znači održivost kulturnog nasljeđa.

3.2. Implementacija održivog razvoja u turizam

Uvesti održivi razvoj u turizam znači prihvatiti i primjeniti ekonomska, ekološka i socio-kulturna načela održivog razvoja. Održivi razvoj za turizam znači uvesti mjere očuvanja okoliša i kvalitete života domicilnog stanovništva pa tako i turista. Također, uz održivi razvoj u turizmu, napreduje i ekološka tehnologija, osmišljavanje i uvođenje naprava i sredstava za implementiranje održivog razvoja u turizam, odnosno, u ugostiteljske i smještajne objekte, te tehnološki i tehnički postupci zaštite okoliša koji dovode do oživljavanja i popravka oštećenih ekosustava. Važan pojam za održivi razvoj je i ekološko inženjerstvo koje se fokusira da održivi razvoj prati trendove i potrebe turizma, stoga rade na stvaranju takozvane „zelene tehnologije“ koja postaje sve češći pojam današnjice i usko se veže uz turizam.

²⁷ Smolčić Jurdana, D., Prednosti i ograničenja primjene koncepcije održivog razvoja turizma, Doktorska disertacija, Ekonomski fakultet, Zagreb, 2003.

Pojam „zeleni turizam“ predstavlja novi koncept razvoja turizma koji omogućava turistički razvoj i rast u skladu s održivim razvojem te potrebama i mogućnostima područja na kojem se turizam razvija, dok se daje naglasak na očuvanje prirodnih resursa i njihovo održivo korištenje. Prije definicije zelenog turizma, važno je poznavati i razlikovati pojmove održivog turizma i ekoturizma, kako bi se utvrdila razlika među navedenim pojmovima i preciznije definirao obuhvat svakoga od njih. Naime, održivi turizam je odgovor na implikacije razvoja masovnog turizma, te je danas taj pojam sve više u upotrebi. Za primjenu održivog turizma potrebno je uskladiti interese i načela održivog turizma. Kada govorimo o ekoturizmu, govorimo o specifičnom obliku turizma koji djeluje s ciljem očuvanja prirodnog okoliša kroz razvoj turističke djelatnosti. Eko turizam se javlja osamdesetih godina 20. stoljeća najprije u nerazvijenim zemljama i zemljama u razvoju, koje nisu imale dovoljno sredstava za provođenje mjera očuvanja i zaštite okoliša. Eko turizam se tek kasnije počeo razvijati u razvijenim zemljama te postaje oblik turizma koji se razvija u prirodnom okruženju i nastoji smanjiti i otkloniti negativne učinke turističkog razvoja na okruženje. Kroz razvoj eko turizma, nastoji se podići razina svijesti i odgovornosti turista te industrije turizma o djelovanju u skladu s društvenom odgovornošću i održivim razvojem te generiranju financijskih sredstava za zaštitu ugroženih zaštićenih područja za lokalnu zajednicu.²⁸

Održivi turizam, eko turizam i zeleni turizam imaju više od jedne zajedničke stvari. Ne samo da poštuju i primjenjuju načela održivog turizma, već rade na tome da podignu opću svijest o važnosti održivog razvoja i implementiranja zelene tehnologije u turizam kako bi on bio naposljetku održiv i dugoročan.

Kada govorimo o implementaciji održivog razvoja u turizam, najčešći problem s kojim se suočava je strateško planiranje i financiranje koncepta održivog razvoja. Kao prvi korak ka održivom turizmu, potrebno je osmisliti strateški plan, odnosno akcijski plan razvoja zelenog turizma. Akcijski plan zelenog turizma nastao je na temelju Strategije turizma do 2020. godine s ciljem određivanja koraka za razvoj jednog od ključnih turističkih proizvoda u narednim godinama u Republici Hrvatskoj. Prema Strategiji razvoja turizma do 2020. godine, zeleni ili eko turizam je istaknut kao jedan od deset glavnih turističkih proizvoda na kojima se temelji razvoj hrvatskog turizma. Akcijski plan razvoja zelenog turizma obuhvaća podteme

²⁸ Ritoša S., Zeleni turizam, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula 2019. str. 15

zaštite okoliša i turističko vrednovanje prirode, dok je pojam „zeleni turizam“ horizontalna tema, relevantna za sve vrste turizma. U skladu s tim u Akcijskom planu su naglašena dva smjera:

1. Unaprjeđenje okolišne održivosti turizma s ciljem „ozelenjivanja“ postojećih turističkih aktivnosti kako bi se doprinijelo smanjenju pritiska turizma na okoliš.
2. Unaprjeđenje turističkog vrednovanja prirodne baštine s ciljem razvijanja turizma, koji osim što tematizira prirodnu baštinu, doprinosi njezinoj zaštiti.

Akcijski plan se naposljetku odnosi na dugoročno, kontinuirano i sustavno unaprjeđenje okolišne održivosti na razini turističkih destinacija te ugostiteljskih pružatelja usluga, te pozicioniranje Hrvatske kao destinacije koja je predvodnica održivog turizma. Namjera Akcijskog plana je služiti kao dodatni katalizator za korištenje sredstava iz fondova za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost i iz Europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova, te Programa Unije. Jedan od takvih programa Europske uniji za rješavanje strukturnih problema i poticanje hrvatskog rasta i konkurentnosti je Financiranje sredstvima iz kohezijske politike Europske Unije koji doprinosi temeljitoj preobrazbi hrvatskog gospodarstva, a odnosi se, između ostalog, na poticanje razvoja i ulaganja u održivi razvoj. Zadnji Akcijski plan razvoja zelenog turizma je nastao 2016. godine u srpnju kada je predstavljen u suradnji Ministarstva turizma i Instituta za turizam.²⁹

Stoga možemo zaključiti da strateško i dugoročno planiranje implementiranja koncepta održivog razvoja u turizam, zelene tehnologije, te financiranje i poticanje održivog turističkog razvoja od strane fondova i programa može dovesti do uspješne turističke djelatnosti koja će naposljetku osvijestiti i informirati turiste i pružatelje turističkih usluga, te sve ostale sudionike turizma o značajnim utjecajima održivog razvoja na turizam, te pospješiti očuvanje okoliša i oživljavanje ekosustava u kojem se turizam odvija.

²⁹ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Održivi turizam, Održivi turizam – Hrvatska, 2020., dostupno na: www.odrzivi.turizam.hr (13. svibnja 2020.)

3.2.1. Zelena tehnologija u turizmu

Prije elaboriranja zelene tehnologije u turizmu, važno je objasniti pojam ekološkog inženjerstva ili ekoinženjerstva. Ekološko inženjerstvo je grana tehnike koja se bavi zaštitom ljudi od utjecaja faktora štetnih za okoliš, zaštitom okoliša, lokalnog i globalnog od potencijalno štetnih utjecaja različitih čovjekovih aktivnosti i napređenjem kvalitete okoliša zbog zdravlja ljudi. Ekološko inženjerstvo zahtjeva tehničko znanje o zraku, vodi, otpadnoj vodi, čvrstom otpadu i drugim specijalnostima koje razmatraju utjecaje na zdravlje čovjeka. Također, takvo obrazovanje uključuje i odnos prema različitim izvorima prirodnih resursa, njihovom očuvanju, te racionalnom iskorištavanju. Zaštita okoliša je veoma složen proces koji zahtjeva ekoinženjersko obrazovanje koje se bavi problematikom obrade i zbrinjavanja otpada, praćenja emisija u zrak, vodu i tlo te probleme smanjenja onečišćenja i otpada na samom izvoru. Sprečavanje onečišćenja na izvoru se može ostvariti razvojem tehnologija s malo otpada i uvođenjem potpuno novih tehnologija, često nazvano „zelenom tehnologijom“.




30


Primjenom ekološkog inženjerstva, do sada je izumljen i implementiran veliki broj novih zelenih tehnologija koje se primjenjuju u turističkoj djelatnosti. Važno je reći da zelene tehnologije i ekološko inženjerstvo dovodi do velikog napretka u gospodarenju obnovljivim i neobnovljivim izvorima energije. Racionalno raspolaganje i korištenje izvora energije je od velike važnosti jer bez očuvanja i pretvorbe energije, čovjekov život nebi mogao biti moguć.

Sljedeća tablica prikazuje samo neke od tehnoloških inovacija zelene tehnologije koje su poboljšale održivu turističku djelatnost. Tablica predočava odnos problem – rješenje uvođenja zelenih tehnologija u turizam.

³⁰ Sveučilište u Zagrebu, Ekološko inženjerstvo, Fakultet kemijskog inženjerstva i tehnologije, Zagreb 2020., dostupno na: www.fkit.unizg.hr (13. svibnja 2020.)

Tablica 4. Utjecaj zelene tehnologije na turizam, odnos problema i rješenja

| OPIS PROBLEMA | RJEŠENJE | OPIS ZELENE TEHNOLOGIJE |
|---|---|--|
| <p>OTPAD</p> <ul style="list-style-type: none"> - otpad hrane koji se baca u smeće, nesortiranost, prenapučenost otpada u hotelima | <p>Liquid Food Composer</p> <p>Slikovni prikaz:</p>  | <p>Tvrtka Power Knot nalazi rješenje upravljanje ostacima hrane bez negativnog utjecaja na okoliš</p> <ul style="list-style-type: none"> - proizvod je biokoncentrator koji pomaže u dekompostiranju hrane u otpadnu vodu koja otječe u kanalizacijski sustav unutar 24 sata. - Proizvod se upotrebljava komercijalno u hotelima, restoranima itd. |
| <p>NEOBNOVLJIVI IZVORI ENERGIJE</p> <ul style="list-style-type: none"> - operativni troškovi korištenja nadasve struje | <p>SOLARNA ENERGIJA</p> <p>Slikovni prikaz:</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - Solarni paneli koji omogućuju korištenje čistog i jeftinijeg izvora energije, solarno grijanje vode - Solarni paneli pružaju pasivni solarni dizajn koristeći se solarnim fotonaponskim sustavima |
| <p>CESTOVNA MOTORNA VOZILA S UNUTARNJIM IZGARANJEM</p> <ul style="list-style-type: none"> - ispušni plinovi i njihova emisija prilikom izgaranja benzina i dizela onečišćuje okoliš, te destinaciju u | <p>HIBRIDNA I ELEKTRIČNA VOZILA</p> <p>Slikovni prikaz:</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - Koristeći hibridna i električna vozila uvelike doprinosi smanjenju emisije plinova u atmosferu - pretpostavka osvještenosti turista o zelenim automobilima daje mogućnost prilagodbe i investicije destinacije većeg broja punioca za električna |

| | | |
|---|---|--|
| <p>kojoj se turizam provodi</p> | | <p>vozila, te lokalni Rent-a-car koji u svojoj ponudi nadasve nudi upravo električne ili hibridne automobile kako bi turisti bili mobilni u destinaciji bez narušavanja kvalitete okoliša</p> |
| <p>PRENAPUČENOST DESTINACIJA</p> <ul style="list-style-type: none"> - masovni turizam uzrokuje prenapučenost i nepoštivanje optimalnog broja turista u destinacijama - degradacija, saturacija i odumiranje okoliša zbog velike koncentracije turista na jednom mjestu | <p>VIRTUALNE ŠETNJE</p> <p>Slikovni prikaz:</p>  | <ul style="list-style-type: none"> - virtualne stvarnost postaje sve važnija u turizmu jer daje mogućnost otkrivanja destinacije na posve nov i moderniziran način - takva tehnologija omogućava promociju turističke destinacije, pruža realno iskustvo za osobe koje nisu u mogućnosti putovati - nadasve namjenjeno ekološki osjetljivim destinacijama |

Izvor: Obrada autora prema vlastitoj prezentaciji „Uloga zelene tehnologije u kreiranju konkurentnog turističkog proizvoda“, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac 2018.

Primjeri iz tablice samo su neka od najpoznatijih rješenja glavnim problemima s kojima se suočava turizam. Primjerice, virtualne šetnje, koje su postale sve popularnije u modernom dobu turizma, mogle bi se implementirati na domaćem terenu ako za primjer uzmemo Nacionalni Park Plitvička jezera koji trpi već dugi niz godina masovni turizam. Stoga bi

virtualne šetnje bile idealno rješenje za takvu vrstu problema što je zapravo prenapučenost destinacije uzrokovano masovnim turizmom.

3.2.2. Investicije i mehanizmi javne potpore održivog razvoja i energije

Implementiranje održivog razvoja u turizam koristeći se zelenim tehnologijama može biti veoma zamašan i skup pothvat, stoga je potrebno osigurati odgovarajuća financijska sredstva kako bi se uvođenje koncepta moglo i realizirati. Najvažniji i najpoznatiji instrumenti potpore održivom razvoju i obnovljivim izvorima u energetskom sustavu su porezne olakšice i financijske potpore.

Najčešći mehanizam javne potpore održivog razvoja su javni natječaji. Javni natječaji su natječaji za moguće ulagače ili proizvođače električne energije koje objavljuje država u sustavu javnih natječaja i ugovaranja. Ulagачi i proizvođači daju svoje ponude na objavljene natječaje, nastojeći udovoljiti kriterijima uz minimiziranje troškova. Uz ovakav oblik poticanja obnovljivih izvora energije i održivog razvoja, država ima potpuni nadzor nad odabirom razvoja, tehnologije i lokacija obnovljivih izvora. Negativna strana ovakve potpore je sustav natjecanja među ponuđačima stoga je težnja odabrati jeftinije rješenje, koja su uzrok slabijoj kakvoći opreme i jeftinim komponentama upitne kakvoće koje naposljetku dovode do neučinkovitosti. Javni natječaji nisu kontinuirani program stoga je znatno narušena sigurnost ulaganja jer ni na koji način nije definirano unaprijed niti sigurno kada će idući natječaj biti objavljen i kakve će biti njegovi kriteriji. Unatoč tome, ovakav primjer poticanja pokazao se prilično uspješnim u održavanju niskih troškova projekata.³¹

Pojedine države uvode subvencije investicija kojima potiču izgradnju elektrana na obnovljive izvore energije, čineći to u obliku pokrivača, obično 20-50% inicijalnih troškova ili u obliku niskih kamatnih stopa za kredite za izgradnju jedne takve elektrane. Subvencija investicija je prihvatljivo rješenje zbog činjenice da su početna ulaganja u izradu projekata i samu gradnju obnovljivih izvora energije te primjenjivanja koncepta održivog razvoja vrlo visoka. Također, fiskalne mjere kao sredstvo potpore obnovljivim izvorima energije su se pokazale veoma prihvatljive zbog sniženih poreza na električnu energiju, emisije, snižene rate PDV-a i izuzeće od plaćanja poreza. Pojam koji se javlja prilikom financiranja i potpore održivog

³¹ Krstinić Nižić M., Blažević B., Gospodarenje energijom u turizmu, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2017. str 121

razvoja i energije je ekološki porez. Ekološki porez je porez na emisiju štetnih tvari kojim se oporezuje stvaralac onečišćenja. Takve poreze nije odredila samo Vlada već su oni uzrokovani pritiscima zelenih akcija kako bi tvrtke koje generiraju onečišćenja preuzele odgovornost, ali i trošak. Visina poreza odgovara vrijednosti marginalnog vanjskog troška u točki „optimalnog onečišćenja“ za primjerice hotelsko poduzeće. Pravnim i fizičkim osobama koje investiraju u opremu i tehnologiju za zaštitu okoliša, odobravaju se, ranije spomenute, porezne olakšice.³²

Velika potpora financiranju održivog razvoja je Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost osnovan 2003. godine Zakonom o Fondu za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, a na temelju Zakona o energiji i Zakona o zaštiti okoliša. Fond djeluje operativno od 2004. godine kao izvanproračunski fond sa statusom pravne osobe s javnim ovlastima, dok osnivačka prava i dužnosti u ime Republike Hrvatske obavlja Vlada Republike Hrvatske. Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost je prvi i jedini fond za financiranje projekata, programa i mjera zaštite okoliša, energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije u Republici Hrvatskoj. Osnovna djelatnost Fonda je financiranje prireme i provedbe razvoja projekata zaštite okoliša i energetske učinkovitosti. Korisnici Fonda su jedinice lokalne samouprave i regionalne samouprave, trgovačka društva, obrtnici i fizičke osobe, te nevladine udruge i neprofitne organizacije. Odabir korisnika sredstava Fonda se vrši putem javnih natječaja koji se raspisuje najmanje jednom godišnje te se objavljuje u Narodnim novinama i na web stranicama.³³

Dodjela sredstava Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost može biti (prema Šćulac Domac, 2009):

- Zajam – 0% kamatna stopa, rok 7 godina (početak 2 godine, otplata 5 godina), do 1,7 milijuna kuna
- Subvencija kamate – umanjenje ugovorne kamatne stope za 2%, do 1,7 milijuna kuna (bespovratno)
- Financijska pomoć – u pravilu samo za jedinice lokalne i regionalne samouprave, najviše do 1,7 milijuna kuna (bespovratno)

³² Ibidem, str 131

³³ Ibidem, str 138

- Donacija - izrada studija i/ili za neprofitne ustanove i organizacije, do 200 tisuća kuna (bespovratno)³⁴

Uz mogućnosti potpore financiranja unutar Republike Hrvatske, također postoji mogućnost financiranja iz programa i fondova Europske Unije. Sredstva iz EU fondova koja se koriste u svrhu zaštite okoliša i energetske obnove vežu se uz različite vrste programa, dok njima upravljaju različita tijela. Preko 76% proračuna EU-a je upravljano od strane zemalja članica, što uključuje strukturne fondove (za financiranje regionalne politike, socijalnih programa, edukaciju, poljoprivredu i slično). Strategije na regionalnoj i lokalnoj razini utvrđuju, uz ciljeve koji proizlaze iz strategije Europa 2020.³⁵ i vlastite posebne ciljeve, te mjere i akcije koje je potrebno poduzeti za njihovo neposredno ostvarenje. Osnovu za korištenje fondova EU-a su temeljni programski dokumenti (Partnerski sporazum i Operativni programi). Prema odluci Vlade Republike Hrvatske o Operativnim programima za financijsko razdoblje Europske Unije 2014.-2020., utvrđena su tri Operativna programa, a to su: iz područja konkurentnosti i kohezije, iz područja učinkovitih ljudskih resursa, te iz područja tehničke pomoći. Programi EU-a za razdoblje 2014.-2020. su:

- ESI – Europski strukturni i investicijski fondovi koje Hrvatska ima na raspolaganju od siječnja 2014. godine, imaju za cilj doprinijeti održivom rastu, povećati zaposlenost, povećati konkurentnost te općenito, omogućiti konvergenciju manje razvijenih članica Zajedničkog strateškog okvira (CSF)
- HORIZON 2020 / OBZOR 2020. – okvirni program EU-a za istraživanje i inovacije, bavi se praćenjem najsuvremenijih tehnologija, opremom i pronalaženjem novih tehnologija koje se bave održivim razvojem
- COSME – program za konkurentnost malih i srednjih poduzeća, obuhvaća aktivnosti poput donošenja i provođenja politika na području poduzetništva, te aktivnosti promicanja poduzetništva, cilj je povećati konkurentnost europskih tvrtki, smanjiti nezaposlenost, stvoriti poticajnu poduzetničku okolinu i razvoj poduzetništva

³⁴ Ibidem, str 139

³⁵ Strategija Europa 2020. – Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast, dostupno na: <https://strukturnifondovi.hr/wp-content/uploads/2017/03/Strategija-EUROPA-2020.-hr.pdf> (15. svibnja 2020.)

- LIFE + je novi program EU koji objedinjuje dva potprograma od kojih je jedan za zaštitu okoliša, a drugi klimatske promjene. Program je katalizator za promicanje integracije i implementacije okolišnih i klimatskih ciljeva u druge politike i prakse država članica Unije.³⁶

Spomenuti programi i fondovi su potpora članicama Europske unije koji nadasve potiču implementiranje održivog razvoja i kontrolu nad budućim razvojem. Da bi programi i fondovi dali pozitivne rezultate, potrebno je djelovati timski, slijedeći strateške odrednice pri razvoju u cilju ostvarivanja bolje zaposlenosti, rasta produktivnosti i ostvarivanje društvene kohezije. Republici Hrvatskoj EU sredstva su dostupna kroz bespovratna sredstva, javne ugovore te posebne kreditne linije financijskih institucija EU. Svrha je pružiti potporu neprofitnim i nekomercijalnim projektima koji se provode za dobrobit zajednice u različitim sektorima.³⁷

Uz javne natječaje, porezne olakšice, do subvencija i fiskalnih mjera te Fondova EU, postoje i ostali načini financiranja obnovljivih izvora energije i održivog razvoja. Ostali načini financiranja nisu ništa manje značajni pri potpori održivom razvoju i obnovljivim izvorima energije. Temelje se na sredstvima Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HBOR). To je razvojna i izvozna banka Republike Hrvatske kojoj je osnovna zadaća poticanje razvitka hrvatskog gospodarstva. HBOR omogućuje poveznicu između poduzetničkih ideja i njihovih ostvarenja s ciljem osnaživanja konkurentnosti hrvatskog gospodarstva kreditiranjem, osiguranjem izvoza od političkih i komercijalnih rizika, izdavanjem garancija te poslovnim savjetovanjem. Možemo posebno izdvojiti Program kreditiranja projekata kandidata za IPARD Mjeru 302, koji se odnosi na sektor obnovljivih izvora energije.³⁸

Možemo zaključiti da iza održivog razvoja stoji široki spektar fondova i načina financiranja te potpore tog koncepta. Evidentno je da poticanje održivog razvoja nije cilj samo Europske unije, već utječe odredbama, ali i društvenom odgovornošću na strategiju razvoja i programe Republike Hrvatske. Implementiranje održivog razvoja u turizam, ali i u samo gospodarstvo, uz financijsku potporu olakšava proces.

³⁶ Krstinić Nižić M., Blažević B., Gospodarenje energijom u turizmu, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2017. , str 142

³⁷ Ibidem, str 145

³⁸ Ibidem, str 146

3.2.3. „Zeleni“ certifikati u hotelima

Zeleno poslovanje, naročito u turizmu, obuhvaća ekonomsku dobit, brigu za okoliš te brigu o ljudima. U hotelijerstvu, gosti postaju sve svjesniji dodane vrijednosti koja se nudi u očuvanju okoliša, primjeni mjera energetske učinkovitosti te društvenoj odgovornosti. Stoga, jedno od dodatnih zadataka promicanja i poticanja na održivi razvoj, te povećanja konkuretnosti u turizmu su certifikati. Točnije, zeleni ili eko certifikati. Eko certificiranje postavlja standarde i pomaže odvojiti poduzeća sa zelenim načinom poslovanja od onih koji koncept održivog razvoja nisu implementirali u njihovo poslovanje. Certificiranje možemo predočiti kao još jedan motiv hotelijera da poboljšaju svoje poslovanje, naročito ekonomski, ekološki i društveni segment održivog turizma.

Udruga malih obiteljskih hotela Hrvatske je izdvojila koristi eko certificiranja hotela, a to su:

- Dokaz o visokoj kvaliteti i brizi o okolišu
- Smanjenje potrošnje resursa kao što su voda, električna energija i smanjenje količine otpada
- Smanjenje troškova
- Opređeljenje za očuvanja okoliša koje znači zdrav smještaj, zdravu prehanu i zdravo okruženje za goste i zaposlenike, direktno utjecanje na zadovoljstvo i ispunjenje očekivanja turista
- Bolja kvaliteta usluge i jačanje pozicije na tržištu, razlikovanje od ostalih hotela koji ne posjeduju certifikate³⁹

Praksa u hotelijerstvu pokazuje da je se sve više hotelijera opredjeljuje za zeleno poslovanje. Također, turistička potrošnja u isto vrijeme očekuje od hotelijera da primjenjuju zeleno poslovanje u njihovim hotelima. Kada govorimo o konkuretnosti, odluka potrošača za odabirom ekološko prihvatljivog hotela može dovesti do toga da ostale hotele ostavi bez rezervacija ukoliko ne primjenjuju održivo poslovanje bez rezervacija. Međunarodna organizacija za standardizaciju definira ISO 14000 (ISO 14000 FAMILY, Environmental Management) kao skupinu normi koje se odnose na sustave zaštita okoliša. Norme od ISO 14000 do ISO 14009 uključuju sustave upravljanja okolišem i zaštite okoliša. Certificira se

³⁹ Ekohoteli OMH, Small & Friendly hotels of Croatia, dostupno na: www.omh.hr, (15. svibnja 2020.)

samo norma ISO 14001, dok su ostale norme vodič za sustav upravljanja okolišem.⁴⁰ Gotovo svi certifikati vode brigu o energetskej učinkovitosti, zbrinjavanju i očuvanju vode, zbrinjavanje otpada, kontrola i smanjenje emisije plinova, racionalno korištenje prirodnih resursa te očuvanju prirodnog okoliša i kvalitete života putem edukacije i programa za osoblje i klijente.⁴¹ U nastavku su navedeni neki od eko certifikata koji se dodjeljuju hotelima kao dokaz društvenog i odgovornog poslovanja.

Prijatelj okoliša

Certifikat koji dodjeljuje Ministarstvo zaštite okoliša i energetike od 2018. godine pod nazivom „Prijatelj okoliša“ turističkim subjektima koji zadovoljavaju kriterije smanjenja negativnog utjecaja na okoliš, smanjenje količine otpada, smanjenje neracionalnog trošenja i upravljanja energijom, poticanje korištenja obnovljivih i prirodnih izvora energije i dobara koji su manje štetni za okoliš, poticanje informiranja i edukacije o okolišu i poticanje zaštite okoliša i odgovorno društveno poslovanje i djelovanje. Postupak dodjele znaka „Prijatelj okoliša“, sadržaj mjerila za pojedine skupine proizvoda, opis i postupak razvoja mjerila te način revizije mjerila, uvjeti za uporabu pobliže uređuje Pravilnik o znaku zaštite okoliša „Prijatelj okoliša“. Postupak dodjele znaka „Prijatelj okoliša“ je jednostavniji u novom programu eko-označavanja te je usklađen s postupkom dodjele znaka zaštite okoliša Europske unije – EU Ecolabel.

Slika 3. Prijatelj okoliša



Izvor: Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, dostupno na: www.mzoe.gov.hr (15.svibnja 2020.)

⁴⁰ International Organisation for Standardization, dostupno na www.iso.org (15.svibnja 2020.)

⁴¹ International Organisation for Standardization, dostupno na www.iso.org (15.svibnja 2020.)

EU Ecolabel

Certifikat pod nazivom EU Ecolabel je službena eko-oznaka Europske unije koja je pokrenuta od strane Europske komisije 1992. godine. EU Ecolabel označuje znanost zaštite okoliša, te se dodjeljuje proizvodima i uslugama koji ispunjavaju visoke ekološke standardne tijekom njihovog životnog ciklusa. EU Ecolabel promovira i kružno gospodarstvo potičući proizvođače da stvaraju manje otpada i emisije ugljikovog dioksida tijekom proizvodnog procesa. Kriteriji EU za ekološku oznaku također potiču tvrtke na razvoj trajnih proizvoda koji se lako popravljaju i recikliraju. EU Ecolabel se dodjeljuje i pružateljima usluga turističkog smještaja.⁴²Oznaka EU Ecolabel dokazuje hotelijerima da su njihove usluge zadovoljavajuće prema visokim standardima zaštite okoliša, dok kod potrošača to svara sigurnost i dokaz kvalitete zelenog poslovanja. Ministarstvo zaštite okoliša i energetike navodi da je krajnji cilj ove eko-oznake smanjiti negativan utjecaj potrošnje i proizvodnje na okoliš, zdravlje, klimu, na potrošnju resursa i energije te potaknuti odgovorno ponašanje prema okolišu.⁴³

Slika 4. EU Ecolabel



Izvor: Eu Ecolabel, dostupno na: www.ecolabel.eu (15. svibnja, 2020.)

TRAVELIFE

Travelife predstavlja vodeću inicijativu za osposobljavanje, upravljanje i certificiranje turističkih tvrtki koje su posvećene održivom razvoju. Sustav za hotele podržava smještajne kapacitete sa znanjem i instrumentima koji poboljšavaju održivost i zeleno poslovanje. Postizanjem Travelife društvenih i okolišnih standarda, postiže se korist u uštedi troškova i povećava se stopa konkurentnosti putem marketinga poslovanja uz posjedovanje Travelife certifikata za smještaj. Travelife nudi dva odvojena, ali međusobno povezana sustava

⁴² EU Ecolabel, dostupno na www.ecolabel.eu (15. svibnja 2020.)

⁴³ Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, dostupno na: www.mzoe.gov.hr (15. svibnja 2020.)

održivosti, najmenjena turističkim tvrtkama i smještaju. Da bi hotel dobio certifikat Travelife, mora ispuniti određene kriterije, a potom dobiva nagradu TravelExperience, nagradu za plaketu i pravo na korištenje certifikacijskog znaka Travelife kojim se mogu koristiti kako bi povećali konkurentnost te istovremeno dokazati klijentima i potrošačima svoj standard hotela koji podržava održivo poslovanje. ECEAT-Projects rukovodi sustavom Održivosti Travelife za Turoperatore i Turističke agencije pružajući online osposobljivanje i praktične alate za planiranje održivosti, rukovođenje i izvještavanje. Nakon usklađivanja sa standardima za turoperatore i turističke agencije, turistička tvrtka može dobiti „Travelife Partner“ ili „Travelife Certified“ status. Travelife je naposljetku neprofitna organizacija koja pomaže poboljšati svojim članovima ekološki, ekonomski i socijalni aspekt poslovanja u održivom turizmu.⁴⁴

Slika 5. Travelife



Izvor: Travelife, dostupno na: www.travelife.org (15. svibnja, 2020.)

GREENKEY – zeleni ključ

Zeleni ključ odnosno Greenkey je program certificiranja smještajnih kapaciteta sa svrhom povećanja svijesti hotelijera i turističkih djelatnika te sudionika u turizmu o potrebi zaštite okoliša i potrebi promicanja održivog razvoja. Svrha ovog programa je razvoj i upravljanje ekološkom markicom za smještajne kapacitete. Greenkey program je nastao 1994. godine u Danskoj kao vlasništvo udruge HORESTA, a 2003. godine Generalna skupština Zaklade za odgoj i obrazovanje izglasala je Greenkey kao peti program Zaklade. Zeleni ključ također usmjerava poslovanje turističkih objekata pri ostvarivanju UN-ovih 17 ciljeva održivog razvoja. Glavni ciljevi Zelenog ključa su:

- Educirati vlasnika, osoblje, klijente, te druge sudionike (dobavljače i dr.) o zaštiti okoliša i održivom razvoju
- Smanjiti utjecaj objekta (smještajnog kapaciteta) na okoliš
- Ostvariti ekonomsku dobit kao rezultat smanjenja potrošnje

⁴⁴ Travelife, dostupno na: www.travelife.org (15. svibnja 2020.)

- Osigurati marketinšku strategiju s ciljem promicanja objekta (smještajnog kapaciteta) i ekološke markice⁴⁵

Kriteriji za dodjelu certifikata Zeleni ključ su podjeljeni u dvije kategorije:

- Imperativni – mora ih ispunjavati svaki hotel Zelenog ključa
Preporučeni – dio bodovnog sustava
- Smještajni kapaciteti (objekti) moraju zadovoljiti određeni postotak preporučenih kriterija, ovisno o tome koliko godina su nagrađeni Zelenim ključem (ne odnosi se na prvu godinu provedbe programa).

Slika 6. Greenkey/Zeleni ključ



Izvor: Zeleni ključ, dostupno na: www.greenkey.global (15. svibnja 2020.)

Zeleni ključ se dodjeljuje na razdoblje od jedne godine, te se tijekom godine vrši najmanje jedan inspeksijski obilazak objekta. Procedura kod dobivanja Zelenog ključa uključuje iskazivanje interesa od strane objekta, popunjavanje prijavnog obrasca Zelenog ključa, inspeksijski obilazak, odluku Nacionalnog ocjenjivačkog suda za Zeleni ključ, odluka Međunarodnog ocjenjivačkog suda za Zeleni ključ, Državna svečanost Zelenog ključa, svečanost isticanja plakete i certifikata i podizanja zastave sa Zelenim ključem. Zeleni ključ se dodjeljuje za razdoblje od 01.01. do 31.12. tekuće godine, a kandidature su tijekom studenog i prosinca.

⁴⁵ Zeleni ključ, Udruga Lijepa Naša Zagreb, dostupno na: www.lijepa-nasa.hr (15. svibnja 2020.)

Sustainable Hotel Certificate – pilot projekt Zeleno poslovanje u hotelijerstvu – UPUHH

Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske pokrenula je pilot projekt tokom 2013. godine pod nazivom „Zeleno poslovanje u hotelijerstvu“, nedugo zatim i dodjela „Sustainable Hotel Certificate“ certifikata, oba projekta su bila prihvaćena od strane Ministarstva turizma Republike Hrvatske. Hrvatska je usvojila strategiju turizma do 2020. godine s jasnom orijentacijom da se dosadašnja praksa jednog proizvoda („sunce i more“) te sezonalnost poslovanja mora promijeniti ukoliko Hrvatska želi ostati konkurentna. Stoga su primarni ciljevi ovog pilot projekta dizanje kvalitete smještaja, rad na podizanju kvalitete ljudskih potencijala te uvođenje praksi zelenog poslovanja. Zeleno poslovanje podrazumijeva sinergiju ekonomske dobiti, brige za okoliš u najširem smislu te socijalne uključenosti u zajednicu. Pilot projekt „Zeleno poslovanje u hotelijerstvu“ bio je pokrenut s ciljem osmišljavanja i definiranja kriterija za zelene hotele te uvođenja zelenog poslovanja u 20 hotela koji su se pridružili projekti kako bi se podigla konkurentnost hrvatskog turizma.⁴⁶

Cerifikat „Sustainable Hotel“ predstavlja promicanje i usvajanje koncepta zelenog poslovanja u hotelijerstvu, naročito članovi UPUHH-a, kojih je 80% u ukupnom hotelijerstvu Hrvatske. U projekt se u startu uključio 21 hotel. U projektu je također planirano da se njemu pridruže i ostale strukovne udruge, poput kampinga, nautičkog turizma i drugih segmenata turističke ponude. Kriteriji za Sustainable Hotel certifikat uključuju devet skupina: upravljanje održivošću, nabava, prodaja, marketing i PR, okoliš, energetska učinkovitost, ljudski potencijali i tehnička služba. Svake 3 godine hoteli moraju biti provjereni inspekcijom kako bi mogli obnoviti certifikat. Danas Hrvatska broji oko 50 hotela koji su zadovoljili kriterije za 3 kategorije certifikata: BASIC, ADVANCED, SUPERIOR.

⁴⁶ Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske, dostupno na: www.upuhh.hr (15.svibnja 2020.)

Slika 7. Sustainable Hotel certifikat



Izvor: Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske, dostupno na: www.upuhh.hr(15. svibnja 2020.)

Prema UPUHH-u, razine „Sustainable Hotel“ certifikata su opisane u nastavku:

- BASIC – ispunjeni osnovni uvjeti i kriteriji, postignut minimalni broj bodova za svaku kategoriju
- ADVANCED – razvijenija svijest hotelskog poduzeća i prakse nekoliko elemenata zelenog poslovanja, kao primjerice energetski učinkovita zgrada, briga o okolišu i slično. Potrebno ispuniti sve osnovne kriterije uz dodatne kriterije razvijene za ADVANCED kategoriju
- SUPERIOR – hotelsko poduzeće zadovoljava sve osnovne i napredne kriterije uz dodatne elemente koji ukazuju da hotel svakodnevno prakticira i živi zelenim održivim poslovanjem.⁴⁷

3.2.4. Zeleni turizam u Hrvatskoj

Pratiti trendove, oslušivati potrebe i želje turističkih potrošača nije jednostavan posao. Hrvatska se u turizmu pokazala kao izvrstan kompetitor i natjecatelj na međunarodnom turističkom tržištu. Ne samo zbog brojnih prirodnih bogatstava i resursa, već i zbog zelene prakse koju provodi putem brojnih strategija razvoja i projekata. Već spomenuti plan razvoja održivog turizma u Republici Hrvatskoj je Akcijski plan razvoja zelenog turizma. Plan obuhvaća mnoge vitalne točke poslovanja i djelatnosti turizma. Održivi turizam je veliki izazov, ali je dugoročan i održiv način očuvanja okoliša za buduće generacije. Zeleni turizam u Hrvatskoj ima veliki potencijal zbog relativno netaknute i očuvane prirode i kulturne baštine. Zeleni turizam je ujedno i prilika za veću raznolikost i bogatiju turističku ponudu uz društveno odgovorno poslovanje.

⁴⁷ Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske, dostupno na www.upuhh.hr (15. svibnja 2020.)

4. HOTELSKO PODUZEĆE ILIRIJA U BIOGRADU NA MORU

4.1. Općenito o hotelskom poduzeću Ilirija

4.1.1. Lokacija i prostor

Sjedište hotelskog poduzeća Ilirija, često nazivano i *Ilirija Resort*, nalazi se u Zadarskoj županiji u Biogradu na moru. Kada govorimo o lokaciji Zadarske županije, ona ima izrazito značajno mjesto jer prometno povezuje sjever i jug Hrvatske u cestovnom i željezničkom prometu, što omogućava veću koncentraciju turističkog prometa tokom sezone, ali i izvan sezone. Povoljan geografski položaj, blaga klima, razvedenost obale i otoka, područje Zadarske županije je izuzetno pogodno za razvoj turizma. Biograd na Moru, ujedno grad i luka, nalazi se svega 28 km udaljen od Zadra, najvećeg grada Zadarske županije. Biograd je lokalni trgovački i prometni centar, s dobrim vezama prema svojem zaleđu, okolnim obalnim naseljima i gradićima te otokom Pašmanom. Kroz Biograd prolazi magistralna jadranska cesta, a nekih 15 km sjeverno je čvor Benkovac na autocesti Zagreb – Split. Biograd je također i centar rivijere koja obuhvaća Sv. Petar na Moru, Turanj, Sveti Filip i Jakov, Biograd, Pakoštane i Drage.⁴⁸ Veoma povoljan položaj u Biogradu na Moru Hotelskom poduzeću Ilirija omogućilo je dugogodišnju tradiciju poslovanja upravo na tom području.

Slika 8. *Hotel Ilirija, Ilirija Resort*



Izvor: Ilirija Resort, dostupno na www.ilirijabiograd.com (15.svibnja 2020.)

⁴⁸ Županijska komora Zadar, dostupno na www.hgk.hr (15.svibnja 2020.)

4.1.2. Tradicija poslovanja

Hotelsko poduzeće Ilirija osnovano je 1957. godine sa sjedištem u Biogradu na Moru. Poduzeće već preko 59 godina djeluje na hrvatskom turističkom tržištu i jedna je od rijetkih turističkih tvrtki nositeljica razvoja hrvatskog turizma. Danas je poduzeće Ilirija po financijskim i fizičkim rezultatima zauzela mjesto među 15 vodećih turističkih kompanija na Jadranu, koje predstavljaju okosnicu razvoja hrvatskog turizma, dok je u Dalmaciji jedna od 7 najvećih turističkih poduzeća. Poduzeće Ilirija je javno dioničko društvo te svoje poslovanje predstavlja transparentno kako bi partneri, klijenti i turistički potrošači imali bolji uvid u načela poslovanja poduzeća. Poduzeće u svom poslovanju također provodi i Kodeks etike u poslovanju usvojen pri Hrvatskoj gospodarskoj komori iz 2005. godine. Ilirija d.d. je od 2013. članica Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR), nezavisne neprofitne organizacije gospodarskog sektora, koju su osnovali vodeći gospodarstvenici da bi poticali održivi razvoj u gospodarstvu i zastupali gospodarstvo u održivom razvoju. Poduzeće Ilirija je privatizirano krajem 1999. godine i nalazi se u većinskom vlaništvu g. Davora Tudorovića. Formalno-pravni većinski vlasnik je „Arsenal Holdings“ d.o.o. iz Zadra u većinskom vlaništvu g. Davora Tudorovića sa udjelom od 65,13% u temeljnom kapitalu poduzeća Ilirije, dok sam g. Davor Tudorović raspolaže udjelom od 4,36% temeljnog kapitala, jednakom 190.597 dionica što čini udio od 69,49% u temeljnom kapitalu poduzeća. Poslovi u Hrvatskoj poduzeća Ilirija obavlja u ime g. Davora Tudorovića njegov sin g. David Tudorović. Drugi dioničar po veličini udjela je „Alianz ZB“ d.o.o. društvo za upravljanje obveznim mirovinskim fondovima s udjelom od 10% u temeljnom kapitalu poduzeća i ostali manjinski dioničari s udjelom od 20,51% u temeljnom kapitalu. Poduzeće je kroz zadnje desetljeće izvršilo reviziju pretvorbe i privatizacije te dokapitalizacije, to je pomoglo okrenuti novu stranicu tržišnog, financijskog i burzovnog poslovanja za poduzeće te razvojnu korporativnu filozofiju. Brendovi društva u poslovanju Hotelskog poduzeća Ilirija su slijedeći: Ilirija Resort, Marina Kornati, Camping park Soline, Ilirija Travel, City Galleria, Arsenal Zadar, Event Ship Nada, Villa Primorje, Ražnjevića Dvori, Tenis Centar Ilirija, Aquatic Center, Salvia Spa, Lavender Bar, Restaurant Marina, Park Soline, Donat Beach Bar. Kod zapošljavanja, poduzeće zapošljava 180 stalnih i preko 220 sezonskih zaposlenika. Poduzeće Ilirija u sezoni osigurava posao za preko 800 zaposlenika. Misija poduzeća Ilirija je trajno osigurati mjesto među 3 vodeće turističke tvrtke na području sjeverne Dalmacije i među 15 vodećih turističkih kompanija u Hrvatskoj, biti i ostati nositelj turističkog razvoja Zadarske regije i destinacije. Dugoročna strategija poslovnog razvoja tvrtke na prvo mjesto

stavlja razvoj grada Biograda kao gospodarskog, kulturnog i turističkog središta biogradske regije koji ima sve preduvjete da se u potpunosti razvije u moderan turistički centar. Polazeći od Biograda na Moru kao svog destinacijskog središta naglasak je stavljen na pružanje istinskog doživljaja Dalmacije i Mediterana te njihovog prirodnog kulturnog i povijesnog bogatstva prateći trendove i implementiranjem održivog razvoja tokom poslovanja poduzeća.

49

4.2. Segmenti turističke ponude

Poduzeće Ilirija svoje poslovanje temelji na pružanju usluga korištenjem svojih kapaciteta (hotelskih, nautičkih, kamping) pružajući istovremeno dodatne sadržaje i usluge čime je stvoren visoko kvalitetan integriran i komplementaran turistički proizvod na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu.

4.2.1. Hotelijerstvo

Najveći dio svojeg poslovanja poduzeće Ilirija temelji na hotelijerstvu. Kapacitet hotelskog sektora sačinjava 443 smještajne jedinice (uključujući hotelske sobe i apartmane) s ukupno 922 ležajeva koji su pozicionirani u Biogradu na Moru (Ilirija****, Kornati****, Adriatic***), te u Sv. Filipu i Jakovu (hotel Villa Donat***/****). Hoteli su smješteni uz samu obalu mora, nedaleko od gradske jezgre i plaže koja posjeduje Plavu zastavu. Zahvaljujući idealnoj poziciji i infrastrukturi, hoteli poduzeća su namjenjeni odmorišnom i kongresnom turizmu. Hoteli sadrže dvorane koje su tehnički i tehnološki opremljene za konferencije, seminare, prezentacije, radionice i slično.⁵⁰

Ilirija Resort – Hotel & Villas krovni je naziv za hotele poduzeća Ilirija. Sačinjava se od slijedećih hotela:

- Hotel Ilirija, ujedno najveći hotel Ilirija Resorta, kategoriziran je sa četiri zvjezdice, ima kapacitet od 165 soba i 338 kreveta, restoran s 200 sjedećih mjesta, terasa s 70 i aperitiv bar sa 50 mjesta. Hotel je smješten uz samu obalu mora, tik

⁴⁹ Hotelsko poduzeće Ilirija, dostupno na: www.ilirijabiograd.hr (15. svibnja 2020.)

⁵⁰ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

uz staru gradsku jezgru, a okružen je prirodom, morem i borovom šumom uz brojne sadržaje.

- Hotel Kornati, kategoriziran s četiri zvjezdice, ima kapacitet od 106 soba i 230 ležajeva, restoran kapaciteta 220 osoba, terasa od 50 i bar od 40 sjedećih mjesta. Svojim dizajnom i atmosferom veže se uz Nacionalni Park Kornati. Hotel Kornati dobro je povezan s Lukom nautičkog turizma Hotelskom lučicom Ilirija – Kornati koja je smještena u strogom centru Biograda, a odmah do samog hotela nalazi se i plaža.
- Hotel Adriatic, kategoriziran s tri zvjezdice, broji kapacitet od 100 soba i 210 ležajeva, restoran kapaciteta 230 mjesta, terasa s 300 i bar kapaciteta 110 osoba. Hotel je smješten u borovoj šumi, gotovo na samoj plaži, a odmah pokraj hotela je Aquatic Centar.
- Hotel Villa Donat, kategoriziran s četiri uz kategorizaciju od tri zvjezdice koje se odnose na depadans, nalazi se u Sv. Filipu i Jakovu i sastoji se od Ville sa 16 modernih soba. Ukupni kapacitet hotela iznosi 72 sobe i 144 kreveta, restoran s 120, terasa za 50, aperitiv bar s 20 mjesta i otvoreni bazen. Hotel je smješten nedaleko od glavne plaže i centra mjesta.⁵¹

4.2.2. Nautika

Hotelsko poduzeće Ilirija je počelo razvijati nautiku 1976. godine kada je zaključilo Ugovor o nabavci – kupnji 40 jedrilica proizvođača ELAN iz Slovenije, odnosno 1977. godine, kada je započela izgradnja prve nautičke marine u Hrvatskoj (Hotelske lučice Kornati) sa 100 vezova i organizacijom prve vlastite charter flote na Jadranu sa preko 40 plovila za potrebe nautičara što postavlja Hotelsko poduzeće Iliriju kao začetnika nautičkog turizma na Jadranu. Danas nautički sektor poduzeća čine Marina Kornati i Hotelska lučica Kornati, u kojima se raspolaze 805 vezova na moru i kopnu. U jednom danu imaju mogućnost prihvaćanja i do 2000 nautičara, a po broju vezova, modernoj tehničkoj opremljenosti i visokoj kvaliteti, te čistoći i urednosti (dodjela Plave zastave), jedna je od tri vodeće hrvatske marine koju godišnje posjećuje i do 60 000 nautičara.⁵²

⁵¹ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

⁵² Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

Marina Kornati dobitnica je brojnih priznanja od kojih je najznačajnije ono u akciji „XVI. Turistički cvijet – kvaliteta za Hrvatsku 2012.“, u organizaciji Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske radiotelevizije, kao najboljoj marini u kategoriji preko 450 vezova. U 2013. godini također osvaja isto priznanje u konkurenciji najvećih marina, dok je u 2014. i 2015. godini osvojila 2. mjesto u kategoriji „Najbolja velika marina“. 2017. godina – 3. mjesto u akciji „XXI. Turistički cvijet – Kvaliteta za Hrvatsku“, te 2018. dobiva dva priznanja, posebno priznanje Nautičke patrole Jutarnjeg lista za najveći napredak u turističkoj sezoni 2018. i za izniman doprinos razvoju hrvatskog nautičkog turizma, te u akciji „XXII. Turistički cvijet – Kvaliteta za Hrvatsku“ gdje osvaja 3. mjesto u kategoriji Velika marina. Zadnje priznanje dobiva u 2019. godini kada je osvojila 2. mjesto u akciji „Turistički cvijet – Kvaliteta za Hrvatsku“. ⁵³

4.2.3. Kamping

Kamp „Park Soline“, kategoriziran je sa četiri zvjezdice i smješten je u Biogradu na Moru unutar granica naseljenog mjesta, ali kao izdvojena prostorno – urbanistička i ekonomska cjelina u jugoistočnom dijelu grada Biograda na Moru, neposredno uz glavne plaže u obalnoj dužini od cca 1,5 km od čega je ispred samog kampa položena plaža od 450 metara. Kamp „Park Soline“ proteže se za 20,00 Ha površine, sadrži

1 220 smještajnih jedinica ukupnog kapaciteta od 3 660 osoba. Smješten je u izuzetno prirodnom okruženju pretežito visoke borove šume koja omogućuje 90%-tnu zasjenjenost kampa. Uz poštivanje principa održivosti i zaštite okoliša, te prirodnih resursa i osobitosti područja uz korištenje autohtonih biljnih vrsta, kamp je hortikulturno uređen do razine arboretuma, što je u hrvatskim razmjerima izuzetan i rijedak primjer stvaranja dodane vrijednosti turističkog kamping proizvoda. Uz obogaćenu ponudu restorana, novosagrađenu šetnicu koja se proteže duž cijelog kampa i plažu koja vodi do samog centra Biograda na Moru, kamp „Park Soline“ je idealan za obiteljski odmorišni turizam. Razni animacijski programi, sportske aktivnosti i rekreacijske staze također su u ponudi kampa. Kamp „Park Soline“ je najveći i jedini visokokvalitetni kamp s četiri zvjezdice u Biogradu na Moru, koji čini 77% ukupnih smještajnih kamping kapaciteta i postavlja najviše standarde opremanja i hortikulturnog uređenja u destinaciji. Kamp je najvrijedniji dio ponude poduzeća, stoga

⁵³ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

izravno utječe na imidž destinacije i njeno pozicioniranje na domaćem i inozemnom turističkom tržištu. Od 2000. godine do kraja poslovne godine 2019. godine, vrijednost investicijskih ulaganja iznosila je cca 200 000 000 kuna.⁵⁴

4.2.3. Destinacijska menadžment kompanija – DMK Ilirija Travel

Destinacijska menadžment kompanija opd nazivom „Ilirija Travel“ razvojem novih usluga i sadržaja, je stvorila visokokvalitetan, integriran i komplementaran turistički proizvod koji je nastao kao reakcija na potrebe suvremene turističke potražnje, a istovremeno uvjetovane tehnološkim, društvenim, tržišnim čimbenicima i trendovima sve zahtjevnijeg turističkog tržišta. Među značajnijim okosnicama nuđenja i provedbe posebnih programa i proizvoda je i poslovanje u vlastitim dodatnim kapacitetima kao što su: Event plovilo „Nada“ koje uz brojne seminare, kongrese, gala prijeme i skupove pruža i ugostiteljsku uslugu na plovilu, Arsenal Zadar predstavlja spomenik nulte kategorije koji je multimedijalni centar smješten u Zadru, Ražnjevića Dvori A.D. 1307. koji je difuzni višenamjensku funkcionalni objekt u naselju Polača i Villa Primorje koja predstavlja tipičnu tradicionalnu dalmatinsku kamenu vlastelinsku kuću s gospodarskom zgradom uz ponude izleta, sportske programe, MICE i slično.⁵⁵

4.2.4. Ugostiteljstvo i ostali sadržaji

Uz brojne navedene hotele, poduzeće Ilirija posjeduje i ugostiteljske objekte poput restorana „Marina Kornati“ (u sklopu Marine Kornati), Restoran „Park Soline“ (nalazi se u kampu „Park Soline“), Beach bar „Donat“ (u zgradi-magazinu smještenom u kulturno – povijesnoj cjelini naselja Sv. Filip i Jakov) i Lavender lounge bar (u sklopu hotela Adriatic). Od ostalih sadržaja, tu je manifestacija Međunarodnog nautičkog sajma u Republici Hrvatskoj i najveći nautički sajam u jugoistočnoj Europi koji se održava na vodi, okuplja ključne predstavnike nautičke industrije i turizma. Biograd Boat Show je također dio sadržaja te se od 2004. godine organizira kao jesenski nautički sajam što je pridonijelo poboljšanju nautičke ponude i

⁵⁴ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

⁵⁵ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

produženju turističke sezone. Govoreći o sportskim sadržajima, „Tenis centar Ilirija“ u svojoj ponudi nudi višenamjenske teniske terene ali i igrališta s ugostiteljskim objektom.⁵⁶

Navodeći sve objekte kojima posluje i upravlja Hotelsko poduzeće Ilirija, možemo uvidjeti da zaista imaju široku paletu turističke ponude. Za svaki dio turističke ponude, bilo je potrebno dugoročno planiranje projekta, velike svote ulaganja financijskih sredstva, te osmisliti poslovanje koje će biti održivo i ekološki prihvatljivo.

⁵⁶ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

5. INVESTICIJE I ULAGANJA U KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA NA PRIMJERU HOTELSKOG PODUZEĆA ILIRIJE D.D.

Za održivi razvoj potrebna je korporativna odgovornost koja predstavlja imperativ suvremenog poslovanja, također je ključan za dugoročni uspjeh kompanija, ali i kontinuiranu isporuku vrijednosti klijentima i društvu. Kompanije koje su uvrstile održivi razvoj u svoje poslovanje, posluju u skladu s univerzalnim načelima etičnosti, ekonomske i društvene odgovornosti, te s načelima zaštite okoliša. Koncept održivog razvoja je značajan, realan i nezaobilazan fenomen suvremenog doba. Ključni aspekti primjene održivog razvoja kojima hotelsko poduzeće Ilirija posvećuje osobitu pozornost u svom poslovanju usmjerenost na ekonomsku održivost, uključenost DOP-a i OR-a u poslovnu strategiju, odgovorne politike i prakse u radnoj okolini, odgovorne politike i prakse upravljanja okolišem, društveno odgovorno poslovanje u tržišnim odnosima te društveno odgovorni odnosi sa zajednicom. Sve to nebi bilo moguće ukoliko se istovremeno ne uvažava strategija očuvanja ljudskih prava i razvoja ljudskih potencijala, strategija angažiranja i pomoći zajednici te zelene strategije (fokus na očuvanje i zaštitu okoliša). Korporativna strategija hotelskog poduzeća Ilirije svoje uporište nalazi u temeljnim principima društveno odgovornog poslovanja kroz primjenu održivog razvoja, koji su dio dugoročne poslovne strategije tvrtke.⁵⁷

5.1. Upravljanje okolišem

Hotelsko poduzeće Ilirija veliku pažnju posvećuje očuvanju okoliša, zaštiti okoliša, očuvanju bioraznolikosti, onemogućavanju zagađenja i smanjenju štetnih utjecaja na okoliš, te smatra da je to njihova obveza prema okolišu s obzirom da bez očuvanog okoliša kao temeljnog resursa hrvatskog turizma, nebi bilo opstojnosti hrvatskog turizma, a time i opstojnosti Ilirije kao ekonomske zajednice. U poduzeću Ilirija zaštita okoliša podrazumijeva racionalno gospodarenje svim resursima vezanim za okoliš i težnju dostizanja ciljeva iz zaštite okoliša koji će osigurati smanjenje negativnih efekata djelatnosti na okolinu, prirodna dobra i kulturnu baštinu kako bi na taj način okoliš mogao biti sačuvan za buduće naraštaje. Unutar poduzeća imenovan je voditelj Zaštite okolišta te predstavnik Uprave za zaštitu okoliša.

⁵⁷ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

Voditelj zaštite okoliša izrađuje planove na godišnjoj razini i aktivnosti sa utvrđenim ciljevima na razini cijelog poslovnog sustava, ali i svakog sektora pojedinačno uvažavajući njihove posebnosti i operativnu prirodu poslovne aktivnosti. Hotelsko poduzeće Ilirija ima jasno definiranu politiku upravljanja okolišem kao temeljni dokument u kojem su definirani ciljevi iz područja zaštite okoliša i koja se provodi sustavno, odgovorno i održivo. Implementacija politike zaštite okoliša omogućuje da se s jedne strane optimano smanjuje negativan utjecaj turističke djelatnosti na okoliš i prirodu, a s druge strane da se kvalitetno, odgovorno i održivo upravlja okolišem i prirodnim resursima.⁵⁸

5.1.1. Propisi zaštite okoliša

Društveno odgovorno poslovanje hotelskog poduzeća Ilirije provodi se uvažavanjem i usklađivanjem sa zakonskim propisima sustava upravljanja okolišem prema međunarodnoj normi ISO 14001. Također, objekti poduzeća su certificirani pod istom međunarodnom normom ISO 14001 čiji je sastavni dio i politika upravljanja okolišem. Zakonska regulativa je pod stalnim praćenjem unutar kompanije što osigurava prilagodbe i reakcije novim zahtjevima. Uz zakonske zahtjeve, svoje poslovanje poduzeće poboljšava praćenjem kriterija i ekoloških standarda koje implementiraju iako oni nisu zakonska obveza. Prilagodba propisima zaštite okoliša, hotelsko poduzeće Ilirija potiče održivi turistički razvoj koji poduzeću pomaže pri daljnjem razvitku i rastu poslovanja, te visokoj konkurenciji na turističkom tržištu.⁵⁹

5.1.2. Certifikati i nagrade

Spomenuti međunarodni standard za upravljanje okolišem – ISO 14001, omogućava poduzeću Ilirija očuvanje i stalno poboljšanje odnosa s okolišem, te smanjivanje potencijalno negativnih utjecaja poslovnih aktivnosti vezanih za okoliš. Uz ekološke standarde, poduzeće Ilirije je u 2013. godini nastavila s ulaganjem u podizanje kvalitete unaprjeđenja vlastitih

⁵⁸ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

⁵⁹ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

poslovnih procesa uspostavljanjem i certificiranjem sustava upravljanja kvalitetom prema normi ISO 9001:2008.⁶⁰

Najistaknutiji certifikati i dostignuti standardi na području zaštite okoliša u poslovanju hotelskog poduzeća Ilirija su:

- **Zeleni ključ** koji predstavlja program certificiranja smještajnih kapaciteta sa svrhom povećanja svijesti vlasnika, osoblja i klijenata o potrebi zaštite okoliša i potrebi zaštite okoliša i potrebi promicanja održivog razvoja. Zeleni ključ se dodjeljuje smještajnim objektima koji smanjuju negativne učinke na okoliš kroz optimalizaciju potrošnje energenata, gospodarenje otpadom, educiranje gostiju i zaposlenika o najznačajnijim aspektima održivog razvoja i zaštite okoliša. Hotelsko poduzeće Ilirija u svojem portfelju poslovanja ima kamp „Park Soline“ kojemu je dodjeljen ovaj međunarodni certifikat 2013. godine kada je bio samo jedan od dva kampa u Hrvatskoj koji su zadovoljili sve kriterije za dodjelu marke Zelenog ključa.
- **ECOCAMPING** međunarodni certifikat dodijeljen je 2015. godine kampu „Park Soline“ nakon uspješnog provedenog audita. Članstvom u Ecocamping mreži, koju čini preko 240 kampova iz sedam europskih zemalja, poduzeće Ilirija nastoji i dalje promovirati ekologiju, održivi razvoj, društveno odgovorno poslovanje s posebnim naglaskom na efikasno upravljanje energijom (voda i struja), razdvajanje i recikliranje otpada, očuvanje prirode i biološke raznolikosti.
- **Plava zastava** je dodijeljena Marini Kornati. Plava zastava je međunarodni ekološki program zaštite okoliša mora i priobalja, čiji je prvenstveni cilj održivo upravljanje i gospodarenje morem i obalnim pojasom. Plava zastava je danas u svijetu najpriznatiji model ekološkog odgoja i obrazovanja i obavještanja javnosti, kada je u pitanju briga za more i obalni pojas, a posebno kada je u pitanju briga za obalne prostore koji trpe najjači pritisak, a to su upravo plaže i marine. Marina Kornati nositelj je Plave zastave od 2004. godine.⁶¹

⁶⁰ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

⁶¹ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

Od ostalih priznanja i nagrada, hotelsko poduzeće Ilirija može se ponositi nagradama poput Indeks DOP 2011. i 2012. godine, International Property Award priznanje uručeno City Galleria Zadar u kategoriji Best Retail Development, priznanje kampu „Park Soline“ Croatia's Best Campsite za 2017. godinu, Marini Kornati priznanje „21.Turistički cvijet – kvaliteta za Hrvatsku“ itd. ⁶²

Koncept održivog razvoja obuhvaća veliki pothvat, predanost i kontinuirani rad kako bi se koncept mogao uvrstiti dugoročno u poslovanje poduzeća, u ovom slučaju hotelskog poduzeća Ilirija. Koncept održivog razvoja zahtjeva predanost neprekidnom razmišljanju kako poboljšati poslovanje kroz primjenu načela održivog razvoja i otklanjanju negativnih učinaka turizma na okoliš kroz korporativnu strategiju hotelskog poduzeća, certificiranjem turističkih objekata, te pridržavanjem propisa zaštite okoliša.

5.1.3. Kamp „Park Soline“

Kamp „Park Soline“ je primjer kampa koji u svoje vrijednosti i poslovnu filozofiju implementira načela održivog razvoja i društveno odgovornog poslovanja, te značajne napore i aktivnosti ulaganja u prilagodbu i implementaciju standarda, procedura i propisa u aspektima zaštite okoliša (zaštita mora, obale, voda, zraka, tla) i gospodarenja otpadom.

Slika 9. *Kamp „Park Soline“*



Izvor: Kamp „Park Soline“, dostupno na www.campsoline.com (21.svibnja 2020.)

Kao i ranije spomenuti, kamp „Park Soline“ ima veliku ulogu u turističkom poslovanju hotelskog poduzeća Ilirija. Kamp je kategoriziran sa četiri zvjezdice, smješten u Biogradu na Moru. Kamp „Park Soline“ svoju posebnost izražava uvažavanjem i primjenjivanjem

⁶² Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

ekoloških standarada te mnogim priznanjima i certifikatima. Jedno od najvažnijih certifikata koji je dodjeljen kampu „Park Soline“ je Zeleni ključ, dodijeljen 2013. godine, zatim ISO 14001 međunarodna norma 2014. godine i certifikat Ecocamping dodijeljen 2015. Kamp je dobio priznanje Croatia's Best Campsite koji dodjeljuje Kamping udruženje Hrvatske, vodeće kamping udruženje u Hrvatskoj koje okuplja preko 500 hrvatskih kampova, a najkvalitetnije hrvatske kampove koji se ističu kvalitetom usluge, sadržaja i ponude, ostvarenim rezultatima i brigom za okoliš. Kamp potom dobiva priznanje Najkamp Adria 2015. godine za drugo mjesto u kategoriji Najbolji veliki kamp Dalmacije, priznanje vodećeg slovenskog kamping portala Autokamp.si koji promovira kamping turizam. To priznanje je posebno značajno jer ga dodjeljuju sami gosti koji su boravili u hrvatskim kampovima, ocjenjujući ih kroz elemente – parcela, uređenost, sanitarni čvorovi, sportski i ostali sadržaji te vrijednost za novac (value for money). Uz ekološke standarde, hotelsko poduzeće Ilirija u 2013. godini nastavlja s ulaganjem u podizanje kvalitete unaprjeđenja vlastitih poslovnih procesa uspostavljanjem i certificiranjem sustava upravljanja kvalitetom prema normi ISO 9001:2008.⁶³

5.1.4. Edukacija zaposlenika i gostiju

Zbog brige za okoliš i prirodu, tokom godine, poduzeće Ilirija educira ne samo svoje zaposlenike, već goste i članove zajednice. Tijekom operativnih procesa, educiraju se djelatnici, individualno ili grupno. Djelatnici se educiraju o održivosti i njihovom pridonosenju zaštiti okoliša i kroz svoj rad uče o pravilnom rukovanju kemikalijama, štednji energije i resursa ili pravilnom razvrstavanju otpada i otpadnih voda. Ukoliko se ukaže potreba, djelatnici se šalju i na pohađanje vanjskih tečajeva, seminara i složenijih školovanja o određenom aspektu. Također, značajne edukacije su usmjerene i prema gostima te članovima zajednice hotelskog poduzeća Ilirija. Najmlađi gosti najviše uče o zaštitu okoliša kroz radionice koje obrađuju razne ekološke teme. U suradnji s animatorima, obilježavaju se ekološki značajni datumi koji uče najmlađe o pojmovima bitnim za zaštitu okoliša i očuvanje prirode. Hotelsko poduzeće Ilirija drži do toga da su zaposlenici ambasadori kompanije koji u konačnici donose uspjeh poslovanja, stoga su ujedno i najveća vrijednost kompanije. Ulaganje u edukaciju zaposlenika vrlo je važno pri poslovnom uspjehu jer putem edukacije

⁶³ Zadarski internet portal, dostupno na ezadar.net.hr (21. svibnja 2020.)

povećava se motivacija zaposlenika, unaprjeđenje novih znanja i vještina te je uslijed tome 2016. godine osnovana Akademija poslovne izvornosti ILIRIJA EDUKA.⁶⁴

5.2. Investicije i ulaganja u koncept održivog razvoja

Investicije i ulaganja u održivi turistički razvoj, odnosno u napore za smanjenje negativnih utjecaja turizma na okoliš i kvalitetu življenja domicilnog stanovništva velik je pothvat za svako poduzeće koje se odluči ići u smjeru ka održivom razvoju. Stoga, ulaganje i investiranje u koncept održivog razvoja nije stran pojam hotelskom poduzeću Ilirija koje nastoji putem investicija poboljšati i obogatiti svoju turističku ponudu, dok istovremeno usvaja načela održivog razvoja kako nebi narušili okolišu i prirodi koja okružuje objekte i lokaciju poduzeća. Primjer dobre prakse investiranja u koncept održivog razvoja hotelskog poduzeća Ilirija d.d. dovelo je do značajnih promjena u načinu poslovanja poduzeća, te predstavljaju ciljeve koji omogućuju uspostavu održivog razvoja.

Primjeri dobre prakse implementacije koncepta održivog razvoja turizma u hotelskom poduzeću Ilirija d.d. su:

- Investiranje u zatvoreni bazen, korisne površine cca 500m², zajedno s pratećim sadržajima koji umjesto uobičajenog, kemijskog tretmana bazenskih voda kemikalijama među kojima prednjače spojevi klora, primjena UV zračenja u obliku UV lampi. Takva tehnologija je osigurala visoku dezinfekcijsku učinkovitost dok istovremeno nema toksično djelovanje, a postepeno smanjuje i količinu do tada korištenih kemikalija u poslovanju poduzeća
- Investicija u plinifikaciju sva tri hotela u destinaciji Biograd na Moru pod krovom hotelskog poduzeća Ilirije d.d.
- Investicija u osposobljavanje korištenja električne energije iz obnovljivih izvora energije ZelEn
- Investicija u štedne perlatore kako bi se smanjila potrošnja pitke vode (Kamp „Park Soline“ i hoteli poduzeća)

⁶⁴ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (21. svibnja 2020.)

- Investiranje u hortikulturalni segment ponude i hortikulturalno oblikovanje prostora – zasađeno je 34.919 sadnica u razdoblju od 2015. godine do 2018. godine kako bi se potaknulo očuvanje i održavanje flore na zelenim površinama poduzeća, naročito u kampu „Park Soline“
- Investicija u mehaničko – fizikalne separatore koji djeluju kako bi uklonili nečistoću i ostale štetne tvari iz vode

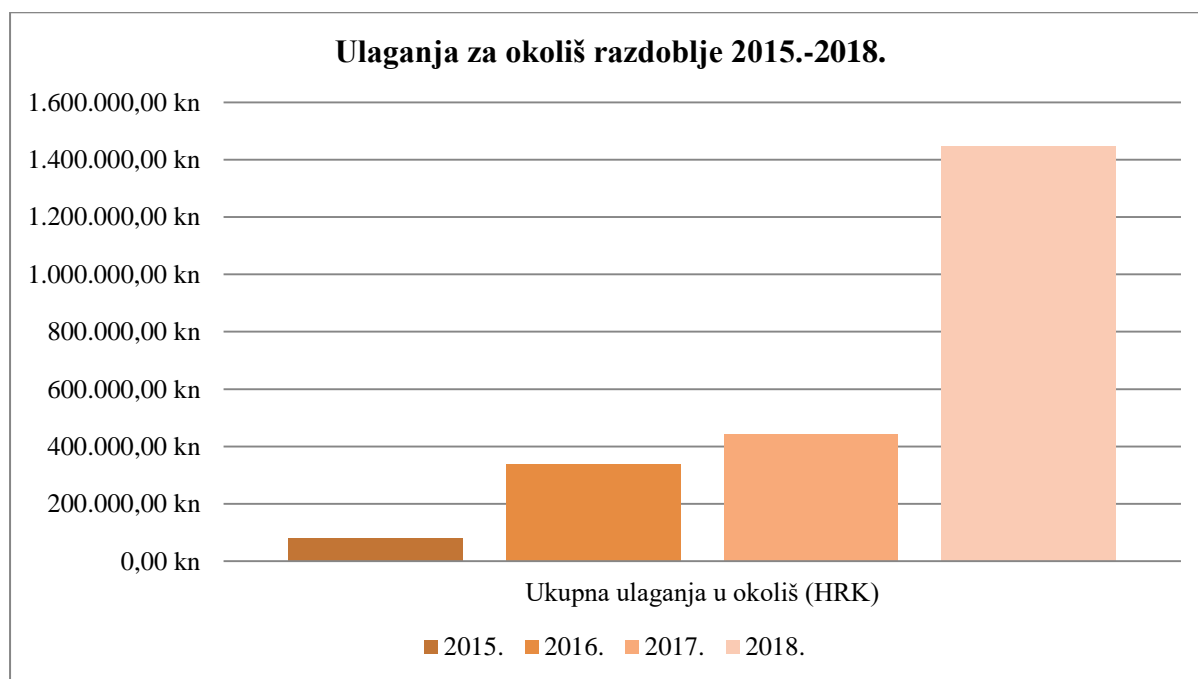
Uz ove primjere, poduzeće je uvelo dnevnu i mjesečnu kontrolu pojedinih objekata i cjelokupne kompanije, te je postavilo godišnje ciljeve optimalnog korištenja energije. Nadasve, korištenje i gospodarenje obnovljivim izvorima energije, strateško opredjeljenje kompanije prelaska na prirodni plin kao glavni energent, energetska učinkovitost prilikom nabave novih uređaja i edukacija zaposlenika i gostiju je približilo poduzeće održivom razvoju i njegovoj implementaciji u poduzeće. Investicije su za poduzeće bile od velike važnosti, ne samo radi dostizanja visokog stupa kompetentnosti s obzirom na konkurenciju, već zbog zelenog načina poslovanja i smanjenja negativnih utjecaja na turizam, a sve u svrhu pružanja zaposlenicima, gostima i okolišu - dugoročnu održivost. U sljedećoj tablici prikazane su sva ulaganja u okoliš od strane hotelskog poduzeća Ilirija za razdoblje od 2015. do 2018. godine.

Tablica 5. Ulaganja u okoliš

| Ulaganja u okoliš (HRK) | 2015. | 2016. | 2017. | 2018. |
|--|------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| Ekološki certifikati | 74 629,60 | 103 380,52 | 105 178,44 | / |
| Tehnička poboljšanja (zamjena postojećih separatora, štedni perlatori, prelazak na zemni plin) | 4 488,00 | 40 500,00 | 255 960,00 | / |
| Vanjske kante i kontejneri za otpad (zamjena dostajalih) | 916,00 | 192 351,25 | 79 909,00 | / |
| UKUPNO | 80 033,60 | 336 231,77 | 441 047,44 | 1 445 109,00 |

Izvor: obrada autora prema *Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju 2016,2017,2018(2019)*, dostupno na www.ilirijabiograd.com (23.svibnja 2020.)

Grafikon 1. Ulaganja za okoliš, razdoblje 2015.-2018.



Izvor: obrada autora prema Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju 2016,2017,2018(2019), dostupno na www.ilirijabiograd.com (23.svibnja 2020.)

Iz tablice i grafičkog prikaza jasno je vidljivo da je poduzeće tokom razdoblja od 2015. do 2018. godine imalo linearni trend rasta ulaganja u održivi razvoj i okoliš u svom poslovanju. u **2015.** godini investirano je ukupno 80 033,60 kuna, od toga se najviše uložilo u ekološke certifikate koji su iznosili 74 629,60 kuna.

Zatim tokom **2016.** godine poduzeće je imalo sumu od 336 231,77 ukupnih ulaganja u okoliš, gdje je najveći iznos ulaganja bio za zamjenu dostajalih kontejnera za otpad kako bi se adekvatno zbrinuo otpad bez dodatnih zagađenja – iznos od 192 351,25 kuna. Također, investicije su se odnosile i na dostizanje međunarodnih standarda na području zaštite okoliša, ugradnju štednih perlatora u sektoru hotelijerstva, edukaciju i tehnička unaprjeđenja.

Tokom **2017.** godine, ulaganja i investicije u okoliš se znatno povećavaju u području ulaganja u tehnička poboljšanja kao što su zamjena postojećih separatora, ulaganje u štedne perlatore i prelazak na zemni plin u objektima, te iznos za ta ulaganja je iznosio 255 960,00 kuna. Poduzeće posebno ističe ulaganje u rekonstrukciju kotlovnice hotela Kornati i prelazak na zemni plin kao glavni energent.

Za **2018.** godinu nema konačnog presjeka investicija u razdoblju izrade završnog rada, ali je dostupna informacija o ukupnom ulaganju u okoliš gdje suma iznosi zamašnih 1 445 109,00 kuna. Tokom 2018. godine, investicije su se najviše odnosile na rekonstrukciju kotlovnica u

hotelima Ilirija i Adriatic, te zamjenu svih instalacija na novim kondenzacijskim kotlovima. Prelazak sa tekućeg goriva kao energenta na prirodni plin omogućilo je grijanje tople vode, prostora hotela i bazena što ga čini ekološki prihvatljivim energentom. Također, kuhinje oba hotela su sa UNP-a prešle na prirodni plin.⁶⁵

Kontinuirana investicijska ulaganja u ponudu, unaprjeđenje usluge, ponude i sadržaja na razini cijelog poduzeća su potrebna kako bi se ispunili zahtjevi i želje klijenata, dok se istovremeno nastoji osigurati konkurentna pozicija na turističkom tržištu, te kvalitetan i prepoznatljiv turistički proizvod.

5.2.1. Gospodarenje energijom

Od energenata se u objektima kompanije troše električna energija, loživo ulje, ukapljeni naftni plin, propan-butan i prirodni plin odnosno zemni plin. Prelaskom na prirodni plin u objektima gdje je još uvijek u uporabi loživo ulje, pokušava se smanjiti ukupna emisija štetnih plinova u kojima prednjači ugljikov dioksid. Tokom izvještajnog razdoblja prilagodbe poduzeća održivom razvoju u 2017. godini, prelazak na prirodni plin kao energent ostvario se u tri hotela u Biogradu na Moru poduzeća Ilirija. Zemni plin je za okoliš najprihvatljivije gorovio. Njegovim sagorijevanjem nastaju znatno manje količine ugljičnog dioksida u usporedbi s ostalim fosilnim gorivima. Na taj način se daje doprinos smanjenju klimatskih negativnih utjecaja. Praćenjem ukupne potrošnje izrađuju se unutar sustava upravljanje okolišem godišnji ciljevi smanjenja ili racionalizacije energenata/resursa iz kojih proizlaze planirane investicije ili aktivnosti koje će doprinijeti provedbi ciljeva. Na kraju Biogradu na Moru potpuno su zamjenjene kotlovnice i popratna infrastruktura koja je do sada bila namjenjena ekološki lošijem izboru energenata, lož ulju.

⁶⁵ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (23. svibnja 2020.)

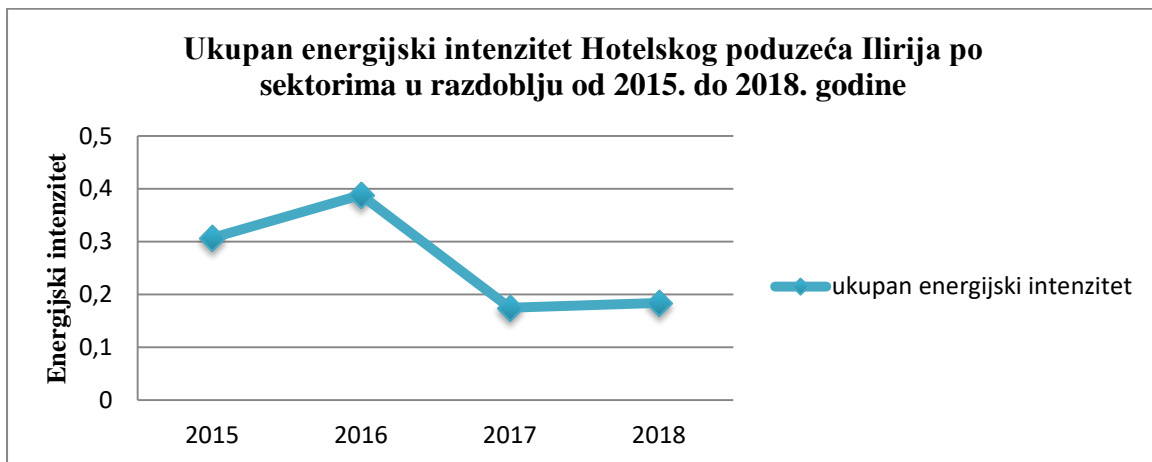
Tablica 6. Ukupna potrošnja ukapljenog naftnog plina (UNP) po sektorima u razdoblju od 2015. godine do 2018. godine

| Godina | 2015. | | 2016. | | 2017. | | 2018. | |
|--|----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|----------------|-----------------------|
| Ukupna potrošnja plina UNP po sektorima | GJ | Energetski intenzitet | GJ | Energetski intenzitet | GJ | Energijski intenzitet | GJ | Energijski intenzitet |
| Hotelijerstvo | 681.62 | 0.005 | 814.9 | 0.006 | 422.1 | 0.003 | 296.1 | 0.002 |
| Kamping | 531.45 | 0.002 | 568.31 | 0.002 | 590.08 | 0.002 | 657.36 | 0.002 |
| Nautika | 248.63 | 0.3 | 312.75 | 0.38 | 137.52 | 0.17 | 148.005 | 0.18 |
| Ukupno (hotelijerstvo + kamping + nautika) | 1461.70 | 0.307 | 1695,96 | 0,388 | 1149,70 | 0,175 | 1101,47 | 0,184 |

Izvor: Obrada autora prema Godišnjem izvještaju o društveno odgovornom poslovanju 2016,2017,2018(2019), dostupno na www.ilirijabiograd.com (20. kolovoz, 2020.)

Prethodna tablica prikazuje smanjenje ukupne potrošnje ukapljenog naftnog plina (UNP) kroz razdoblje od 2015. do 2018. godine koje je uslijedilo nakon uvođenja zemnog plina u sektoru hotelijerstva i nautike. Najveći pad energijskog intenziteta može se vidjeti u 2017. godini kada je energijski intenzitet u sektoru hotelijerstva pao za 50% sa 0,006 na 0,003, te nastavlja pad i iduće 2018. godine, dok u nautičkom sektoru taj pad se očituje za 44,74%, točnije pad sa energetskeg intenziteta od 0,38 u 2016. godini na 0,17 u 2017. godini, dok se u 2018. događa neosjetan porast od tek 0,01.

Grafikon 2. Ukupan energijski intenzitet Hotelskog poduzeća Ilirija (UNP) po sektorima u razdoblju od 2015. godine do 2018. godine



Izvor: Obrada autora prema Godišnjem izvještaju o društveno odgovornom poslovanju 2016,2017,2018(2019), dostupno na www.ilirijabiograd.com (20. kolovoz, 2020.)

U prethodnom grafikonu jasnije je prikazana linija rasta i smanjenja ukupnog energetskog intenziteta u poslovanju hotelskog poduzeća Ilirija koji uključuje sektore hotelijerstva, kampinga, te nautike. U 2016. godini znatno se vidi razlika u usporedbi s ostalim godinama jer je tada energijski intenzitet iznosio najveću brojku razdoblju od 2015. do 2018. godine, te nakon 2016. godine on izrazito pada radi uvođenja zemnog plina koji je omogućio smanjenje energijskog intenziteta.

Ovom investicijom poduzeće se ponovno orijentira očuvanju okoliša kroz manje ispuštanja ugljikovog dioksida kod sagorijevanja zemnog plina, zbog čega se ovaj energent i smatra najčišćim fosilnim gorivom. Svakodnevne investicije, zamjene dijelova, održavanje te edukacija zaposlenika unutar sustava upravljanja okolišem, usmjerena su osvještenju i ekološkom načinu razmišljanja. Trenutno poduzeće radi na tome da se postepeno zamjenjuju postojeća rasvjetna tijela led žaruljama. Zbog povećanog opsega poslovanja, smještanih kapaciteta, novih sadržaja i unaprjeđenja infrastrukture te razvoja cijelogodišnjeg poslovanja i ranijeg otvaranja objekata, poduzeće je imalo povećanu potrošnju energenata kroz razdoblje 2015. do 2018. godine.⁶⁶ godine ocjenjuje se realizacija postavljenih ciljeva i postavljaju se

⁶⁶ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (23. svibnja 2020.)

novi. Ovakav način upravljanja implementiran je u spomenuti sustav upravljanja okolišem prema normi ISO 14001, dok poduzeće za sada nema sustav upravljanja energijom i standardne operativne procedure za isti. Značajne investicije prelaska na čistiji energent – zemni plin, obilježile su poslovanje poduzeća za 2018. godinu.

Električna energija

Električna energija koja se troši u objektima hotelskog poduzeća Ilirija je iz obnovljivih izvora što se može potvrditi iz HEP-ovog certifikata Zelene energije – ZelEn. Kao društveno odgovoran poslovni sustav, poduzeće Ilirija je dio ZelEn projekta od njegovog samog početka. Sudjelovanjem u tom projektu, ujedno se smanjuju efekti turističke djelatnosti na okoliš i prirodu dok se istovremeno kvalitetno, odgovorno i održivo upravlja prirodom i okolišem u okruženju poduzeća. Sljedeća tablica prikazuje ukupnu potrošnju električne energije unutar poduzeća Ilirija po sektorima za razdoblje 2015.-2018.

Tablica 7. Ukupna potrošnja električne energije po sektorima, razdoblje 2015.-2018.

| Godina | 2015. | 2016. | 2017. | 2018. |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Ukupna potrošnja el. energije po sektorima | GJ | GJ | GJ | GJ |
| Hotelijerstvo | 7352,59 | 7387,71 | 7805,8 | 8338,13 |
| Kamping | 2328,58 | 2217,07 | 2681,11 | 2906,59 |
| Nautika | 2848,92 | 2779,2 | 2945,22 | 2906,59 |
| Ostalo | 1190,07 | 1078,69 | 7206,11 | 7956,64 |
| UKUPNO | 21933,97 | 22277,77 | 29469,65 | 30974,16 |

Izvor: obrada autora prema *Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju 2016,2017,2018(2019)* (23.svibnja 2020.)

Hotelsko poduzeće Ilirija d.d. ostvaruje najveću potrošnju električne energije kroz razdoblje 2015. do 2018. Uspoređujući podatke, najviši skok potrošnje dogodio se između 2016. i 2017. godine kada je ukupna potrošnja električne energije porasla za 7191,88 GJ, dok 2018. godine potrošnja raste za 1504,51 GJ.

Stalna opredjeljenost za zaštitu okoliša i održivo korištenje prirodnih resursa te svođenje onečišćenja na najmanju moguću mjeru odrednice su politike kvalitete i okoliša kompanije

koje su u 2018. godini rezultirale nastavkom investicijskih ulaganja u korištenje čistijih energenata odnosno u daljnji proces plinifikacije. U navedenom razdoblju pored izvršena je kompletna rekonstrukcija kotlovnica hotela Ilirija i hotela Adriatic čime su uz hotel Kornati, koji je prešao na zemni plin u 2017. godini, sva tri hotela u destinaciji Biograd na Moru plinificirana.⁶⁷

Voda

Pitka voda jedan je od najbitnijih resursa koji se svakodnevno koristi. Neophodan je element, a korištenje vode direktno utječe na okolišne i ekonomske pokazatelje. Svi kapaciteti se opskrbljuju pitkom vodom iz lokalnih vodovoda. Od 2013. godine poduzeće Ilirija koristi vodu iz vlastite bušotine kako bi opskrbila vlastiti kamp za navodnjavanje hortikulturalnih odnosno zelenih površina sustavom „kap na kap“. Bušotina posjeduje važeći vodopravni akt s definiranom količinom vode koja se smije crpiti. Potrošnja vode prati se mjerenjem odnosno očitavanjem utrošenih količina vode direktno, na vodomjerima o čemu se vode interni zapisi. Na mjesečnoj bazi se vodi detaljna analiza potrošnje vode na temelju ovjerenih faktura opskrbljivača, koja omogućuje usporedbe s istim razdobljima proteklih godina.⁶⁸ Slijedeća tablica prikazuje podatke ukupne potrošnje vode po svim sektorima za razdoblje od 2015. do 2018. godine.

Tablica 8. Potrošnja vode po sektorima razdoblje 2015. – 2018.

| Ukupna potrošnja vode (m ³) | 2015. | 2016. | 2017. | 2018. |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Hotelijerstvo | 38 298 | 36 099 | 44 521 | 76 179 |
| Kamping | 45 805 | 47 951 | 54 364 | 50 253 |
| Nautika | 34 808 | 30 740 | 26 101 | 30 857 |
| Ostalo | 6 908 | 8 255 | 16 795 | 18 321 |
| UKUPNO | 125 819 | 123 045 | 141 781 | 175 610 |

⁶⁷ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (23. svibnja 2020.)

⁶⁸ Hotelsko poduzeće Ilirija, Ilirija Resort Hotels & Villas, dostupno na: www.ilirijabiograd.com (23. svibnja 2020.)

Izvor: obrada autora prema *Godišnjem izvještaju o društveno odgovornom poslovanju 2016,2017,2018(2019)* dostupno na: www.ilirijabiograd.com (23.svibnja 2020.)

Potrošnja vode ima trend rasta, te nastavlja rasti i u 2018. godini uslijed povećanja opsega poslovanja, izgradnje dodatnih sadržaja odnosno unutarnjeg bazena u sektoru hotelijerstva, unutar kojeg je ostvarena najveća potrošnja vode i povećanje smještajnih kapaciteta.

Otpadne vode i zbrinjavanje otpada

Otpadne vode i zbrinjavanje otpada je jedna od najčešćih tema održivog razvoja i utjecaja turizma na okoliš. U hotelskom poduzeću Ilirija otpadne vode prolaze vrstu preobrade odnosno pročišćavanja prije ispuštanja u gradsku kanalizaciju kako nebi naštetila okolišu. Primjerice tehnološka otpadna voda nastala na pralištu brodova u Marini Kornati prolazi kroz fizikalno – kemijski pročištač prije ispusta koji se redovito održava, dok se kakvoća vode provjerava putem ovlaštenog laboratorija onoliko učestalo koliko to vodopravna dozvola propisuje. Također, važno je naglasiti da Marina Kornati ima certifikat Plave zastave već petnaestu godinu za redom zbog svoje čistoće i kvalitete, te izuzetnih napora za ispunjavanje svih kriterija za dodjelu certifikata Plave zastave poput propisanih fizičkih i kemijskih parametara, očuvanje ekosustava, sprječavanje industrijskih i kanalizacijskih ispusta u marinu itd. Ukratko, Plava zastava se dodjeljuje za izrazitu brigu i očuvanje obalnog pojasa, odnosno plaže i marine. Ugostiteljski kapaciteti hotela, kampa i marine imaju instalirane mehaničko – fizikalne, separatore jestivih ulja i masti koje redovito kontroliraju interne službe održavanja i vanjske ovlaštene tvrtke. Otpad nastao tijekom bilo kakve preobrade ispuštenih otpadnih voda zbrinjavaju ovlaštene tvrtke o čemu se vode zapisi u Službi zaštite okoliša. Ispuštene vode se ne recikliraju, odnosno ne vraćaju na bilo koji način u sustav ponovnog korištenja. Kamp „Park Soline“ jedan je od rijetkih kampova u Hrvatskoj koji ispušta svoje otpadne vode kroz kontrolna okna u sustav javne odvodnje kojim iste odlaze u gradski uređaj za krajnje pročišćivanje.⁶⁹

Unutar sustava upravljanja okolišem, također se velika pažnja posvećuje svjesnom upravljanju proizvedenim otpadom u svim objektima. Svakih nekoliko mjeseci, zbog dinamike posla se revidira lista proizvedenih vrsta otpada te se po potrebi zbrinjava i novi

⁶⁹ Hotelsko poduzeće Ilirija, *Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju 2018.*, dostupno na www.ilirijabiograd.com (23.svibnja 2020.)

otpad. Poduzeće vrši provjere sakupljača da li su ovlašteni odvoziti određenu vrstu otpada, odnosno imaju li potrebne dozvole, te se provjerava urednost vozila, opreme, ažurnosti i ostale propisane zahtjeve od strane poduzeća. Komunalni otpad, glomazni otpad, staklo, papir, plastika, metal ili drugi otpad, zbrinjava lokalno komunalno poduzeće na način da otpad samo preuzimaju i izvoze iz objekata poduzeća. Na ovaj način riješeno je pitanje svjesnog gospodarenja otpadnim vodama i otpadom.⁷⁰

⁷⁰ Hotelsko poduzeće Ilirija, Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju 2018., dostupno na www.ilirijabiograd.com (23.svibnja 2020.)

6. ZAKLJUČAK

Proces implementacije održivog razvoja u poslovanje poduzeća je veoma kompleksan pothvat za svako poduzeće koje se odluči za društveno odgovorno poslovanje kako bi smanjilo štetan utjecaj na okoliš u kojem poduzeće posluje, te ostvarilo dugoročno poslovanje koje nebi sputavalo i degradiralo okoliš, nego pomoglo očuvanju i rastu istog. Prva stavka osvještenju poduzeća ka održivom razvoju je prihvatiti i opravdavati kroz poslovanje ekonomska, ekološka i sociokulturna načela održivog razvoja.

Ilirija d.d. u Biogradu na moru izuzetan je primjer uspješnog hotelskog poduzeća koji se godinama prilagođava i razvija u smjeru održivog razvoja turizma. Ilirija d.d. je jedno od vodećih turističkih kompanija u Hrvatskoj koji svoju turističku ponudu gradi na hotelijerstvu, nautici, kampu te destinacijskoj menadžment kompaniji. Lokacija hotelskog poduzeća je kompetentna geografskim položajem i dobrom povezanošću s obližnjim destinacijama koja daje prednost turističkom poslovanju poduzeća, dapače, prirodni resursi također doprinose pozamašnom dijelu turističke ponude poduzeća. Poduzeće je osvješteno da svojim poslovnim aktivnostima utječu na okoliš stoga je zaštita okoliša i očuvanje bioraznolikosti i onemogućavanja zagađivanja okoliša njihova dugoročna obveza u poslovanju.

Poduzeće je dostignulo visoke kriterije i ekološke standarde, što opravdavaju dostignutim certifikatima na području zaštite okoliša poput norme ISO 14001, Zelenog ključa koji nosi kamp „Park Soline“, okosnicu poslovanja poduzeća, Ecocamping, te je u sustavu međunarodnog ekološkog programa zaštite okoliša mora i priobalja i posjeduje certifikat Plave zastave koja je dodjeljena Marini Kornati. Poduzeće, uz dostignute certifikate, investira i ulaže u svoje zaposlenike kako bi dobili potrebnu edukaciju i osvještenost o važnosti zelenog poslovanja, te na taj način prenosili znanje i ukazali na problematiku gostima i članovima zajednice poduzeća. Ulaganjem u okoliš poduzeće dostiže ciljeve održivog razvoja, investicijama u ekološke certifikate, tehnička poboljšanja te gospodarstvom energijom i otpadom. Govoreći o ulaganjima i investicijama, u poslovanje svog poduzeća, Ilirija d.d. je u razdoblju od 2015. godine do 2018. godine izdvojila zamašnih 2 302 421,81 kuna u implementiranje održivog razvoja. Ulaganja u poslovanje poduzeća pokazala su pozitivne poslovne rezultate poput smanjenja energetske intenziteta, štetnog utjecaja na okoliš, osvještenja lokalnog stanovništva i turista, te osigurali konkurentno mjesto na

turističkom tržištu. Poduzeće posluje veoma transparentno, stoga ne oklijeva prikazati dinamično poslovanje poduzeća kao ekološki osvještenog kroz smanjenje potrošnje električne energije i vode nakon ulaganja u nove zelene tehnologije koje su implementirane u poslovanje.

U budućem poslovanju hotelskog poduzeća Ilirija d.d. u Biogradu na Moru, može se pretpostaviti trend rasta investicija i ulaganja u održivi razvoj. S obzirom na dugogodišnju tradiciju poslovanja, očuvanju vlastitog integriteta poduzeća i prilagođavanju istog održivom razvoju kako bi postali jedno od vodećih turističkih poduzeća u Hrvatskoj, Ilirija neće uskoro posustati u daljnjem razvoju i rastu poduzeća.

POPIS LITERATURE

1. Alfier D.: Zaštita prirode u razvijanju turizma, NEBO d.o.o., Zagreb 2010.
2. Bilen, M.: Turizam i okoliš, Mikrorad d.o.o., Zagreb 2011.
3. Birkić, D.; Održivi turistički razvoj priobalne destinacije, doktorska disertacija, Opatija, Fakultet na menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2016.
4. Choi, H.C., Sirakaya, E., Sustainability indicators for managing community tourism, Tourism Management, 2006.
5. Krstinić Nižić, M., Blažević B.: Gospodarenje energijom u turizmu, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2007.
6. Müller H., Održivi razvoj u turizmu – u potrazi za novom etikom turizma, Bern, 1993.
7. Müller H., Turizam i ekologija, MASMEDIA, Zagreb 2004.
8. Perić J., Šverko Grdić, Z.: Klimatske promjene i turizam, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2017.
9. Pirović S.: Zeleni turizam, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr . Mijo Mirković“, Pula 2019.
10. Ritoša S., Zeleni turizam, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr.Mijo Mirković“, Pula 2019.
11. Ružić, A.: Socio-kulturni aspekti turizma događaja, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula 2016.
12. Smolčić Jurdana D.: Prednosti i ograničenja primjene koncepcije održivog razvoja turizma, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet Zagreb, 2003.

13. Strategija Europa 2020. – Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast
14. Sustainable Development Goals - 17 Goals to transform our world; ODRAZ – Održivi razvoj zajednice, Zagreb 2015.
15. Tišma S., Maleković S.: Zaštita okoliša i regionalni razvoj – iskustva i perspektive, Institut za međunarodne odnose – IMO, Zagreb 2009.
16. Turizam u brojkama 2016.,2017.,2018., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Zagreb 2019.
17. UNWTO General Assembly: Saturation of tourist destinations, 1981.
18. UNWTO Tourism Highlights, 2004. Edition
19. Verteš B.: Ekonomski utjecaj turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula 2017.

POPIS ILUSTRACIJA

Popis tablica

| | |
|---|----|
| 1. Prihodi od turizma – razdoblje 2016. – 2019. | 7 |
| 2. Pozitivni i negativni ekonomski učinci turizma | 8 |
| 3. Doxeyev indeks iritacije | 10 |
| 4. Utjecaj zelene tehnologije na turizam, odnos problema i rješenja | 25 |
| 5. Ulaganja u okoliš | 50 |
| 6. Smanjenje ukupne potrošnje ukapljenog naftnog plina (UNP) po sektorima u razdoblju od 2015. godine do 2018. godine | 53 |
| 7. Ukupna potrošnja električne energije po sektorima, razdoblje 2015.-2018. | 55 |
| 8. Potrošnja vode po sektorima razdoblje 2015. – 2018. | 56 |

Popis grafikona

| | |
|---|----|
| 1. Ulaganja za okoliš, razdoblje 2015.-2018. | 51 |
| 2. Ukupan energijski intenzitet Hotelskog poduzeća Ilirija (UNP) po sektorima u razdoblju od 2015. godine do 2018. godine | 54 |

Popis slika

| | |
|---|----|
| 1. Slika 1. Lanac usluga „Doživljaj godišnjeg odmora“ | 3 |
| 2. Slika 2. Čarobna peterokutna piramida održivog turističkog razvoja | 16 |
| 3. Slika 3. Prijatelj okoliša | 31 |
| 4. Slika 4. EU Ecolabel | 32 |
| 5. Slika 5. Travelife | 33 |
| 6. Slika 6. Greenkey/Zeleni ključ | 34 |
| 7. Slika 7. Sustainable Hotel certifikat | 36 |
| 8. Slika 8. Hotel Ilirija, Ilirija Resort | 37 |
| 9. Slika 9. Kamp „Park Soline“ | 47 |