

PRVIH
30...

ZAVODA ZA
PROSTORNO
UREĐENJE
PRIMORSKO-
GORANSKE
ŽUPANIJE

NOVI TRENDovi U FUNKCIJI POVEĆANJA KONKURENTNOSTI HRVATSKOG TURIZMA U 21. STOLJEĆU

Ivo BAŠIĆ

Ivo BAŠIĆ, mag. oec.,
savjetnik ministra,
Ministarstvo turizma, Zagreb
ibasic.europa@gmail.com

Sažetak

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u svijetu. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Rad određuje značenje novih trendova u hrvatskom turizmu i razvoja po načelima održivosti. Novi trendovi moraju na temelju intelektualnog kapitala i informacija pretvoriti prirodne preduvjete u konkurentske prednosti temeljene na inovacijama radi multipliciranja profita. „Zeleni hoteli” kao dobri primjeri novih trendova u turizmu predstavljaju priliku kvalitativnog preoblikovanja hrvatske smještajne ponude radi očuvanja okoliša, privlačenja zahtjevnijih turista, produženja turističke sezone i turističke valorizacije cjelokupnog prostora RH.

Ključne riječi: novi trendovi, konkurentnost, „zeleni hoteli”, inovacija, održivi razvoj

I. UVOD

U Hrvatskoj smo u posljednjih desetak godina bili svjedoci brojnim rekonstrukcijama hotela. Nažalost, tijekom obnavljanja hotela naglasak se uglavnom stavljao na ispunjavanje uvjeta za željenu kategoriju hotela, a ne na održivost hotelskih objekata i energetske djelotvornost.

Kako hoteli predstavljaju važan dio sustava turističke ponude svake turističke destinacije, tako istraživanje o razini važnosti utjecaja novih trendova na prepoznatljivost i konkurentsku prednost određenog hotela na tržištu predstavlja vrijedan znanstveni iskorak u razumijevanju ove složene problematike. Kada analiziramo turizam kao cjelinu po pitanju održivosti, dolazimo do zaključka da su upravo hoteli, kao građevine, najzahtjevnija i najteža stvar koju čovjek čini svom okruženju. Za izgradnju i tijekom cjelokupnoga životnog ciklusa hotela potrebne su goleme količine energije. Energija je svuda oko nas i bez energije nema ničega. Za svaku akciju koja se poduzima prilikom iskopa materijala, prijevoza, skladištenja, potrebna je energija. Energija koja se potroši u zgradama čini 41 % ukupne konačne potrošnje energije u Hrvatskoj i u stalnom je porastu.

Predmet ovog rada je utjecaj novih (suvremenih) trendova, a posebno koncepta održivog razvoja na konkurentnost hrvatskog turizma. Temeljna hipoteza rada je da Hrvatska kao tradicionalno orijentirana turistička zemlja mora držati korak s nadolazećim trendovima radi opstanka na turističkom tržištu i povećanja konkurentnosti. Glavni će cilj ovog rada biti teorijska obrada važnosti uvođenja zelenog poslovanja kao novog trenda u turizmu i hotelijerstvu Hrvatske. Preuzimajući ulogu lidera, turizam je preuzeo i značajnu odgovornost u odnosu na prirodno okruženje. Tako je nastao koncept održivog razvoja turizma koji stavlja naglasak na ravnotežu između okoliša, društvenih i ekonomskih aspekata

turizma i potrebu za primjenom načela održivosti u svim segmentima turizma. Primjenom načela održive gradnje u turizmu, moguće je uvelike smanjiti negativne utjecaje na okoliš, poboljšati financijske rezultate životnog ciklusa hotela, poboljšati produktivnost rada zaposlenika, njihovo zdravlje, te zadovoljstvo gostiju.

2. TRENDVI U TURIZMU

Ključna pomoć pri strateškom promišljanju je procjena smjerova razvoja. U tome kontekstu ključnu važnost imaju neke osnovne dugoročne tendencije koje se odražavaju na ukupan obujam i strukturu turističke potražnje (Gredičak, 2009:207)¹. Uočljive aktualne tendencije su: individualizam, svijest i briga o zdravlju, ekološka svijest i konzumerizam.

Imajući u vidu da prilagodba novim trendovima u turizmu „budućnosti” neće biti nimalo laka s obzirom na sve veću dinamiku promjena, u ovom se poglavlju navode neki od suvremenih i vjerojatnih budućih trendova:

- gospodarski aspekti,
- ekološki aspekti,
- promjene na tržištu ponude,
- promjene na tržištu potražnje,
- ciljni segmenti i pozicioniranje.

Iako turizam kao industrija na globalnoj razini bilježi veliki rast te je potkraj 2012. godine prvi put u povijesti zabilježena milijarda međunarodnih dolazaka turista u jednoj godini (oni koji su putovali izvan zemlje boravišta), europsko tržište još uvijek potresa gospo-

¹ Gredičak, T.: Kulturna baština i gospodarski razvitak Republike Hrvatske (Cultural Heritage and Economic Development of the Republic of Croatia), Ekonomski pregled, Hrvatsko društvo ekonomista, Zagreb Vol. 60, No. 3-4., 2009., str. 196-218.

darska kriza, što utječe i na turistička kretanja. Promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i nove tehnologije uzrokuju nastanak novih tržišta. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Mijenja se sastav turističke populacije u kojoj raste udio starijih osoba.

Gospodarska perspektiva za tradicionalno industrijske zemlje danas uključuje znatno usporeni rast i stagnirajući raspoloživi dohodak po stanovniku. Nedvojbeno je da će na globalnoj razini konkurencija novih destinacija i novih objekata koji se razvijaju i dalje rasti. Turističko tržište pruža priliku hrvatskoj turističko-ugostiteljskoj ponudi ostvarenje konkurentnosti temeljenoj na inovativnim proizvodima i afirmaciji lokalnih vrijednosti u funkciji diversificiranja od univerzalne globalne ponude. Posljedica sve veće svijesti o tome da ljudski rod i prirodni okoliš dijele zajedničku sudbinu, promoviranje je očuvanja prirodnih bogatstava na mnogim razinama. Pitanje odnosa turizma i zaštite prirode postavlja se danas često u proturječnom značenju, no ipak priroda i njezine ljepote spadaju u red osnovnih turističkih vrednota.

Sve veća ekološka svijest javnosti očituje se u tendenciji izbjegavanja onih destinacija koja su već prešla razinu tolerancije, ne samo prema mišljenju stručnjaka, već i s gledišta potrošača.

Stanovnici turističkih područja sve više usvajaju realne strategije za zadržavanje svoje neovisnosti i zaštitu svojeg okoliša. Ekološki održiva strategija primarna je pretpostavka uspjeha čak i najboljih hotela, restorana i drugih turističko-ugostiteljskih objekata. Kada se govori o pružanju usluga smještaja, onda treba kazati da je preispitivanje prioriteta zbog jačanja svijesti o okolišu

već započelo. Sve više modernih (suvremenih) turista spremno je platiti dodatak na cijenu kako bi odsjeli u hotelu koji ne narušava okoliš. Na međunarodnom turističkom tržištu proteklih deset godina stvorila se potpuno nova situacija. Razvoj tehnologije unosi promjene u strukturi tržišta i primjeni marketinga što omogućava proces koncentracije subjekata ponude. Pod pritiskom sve veće konkurencije i borbe za mjesto na tržištu, ponudnici ulaze u vertikalne i horizontalne integracije, što im omogućuje da konkuriraju cijenom i kvalitetom. Internet olakšava usporedivost destinacija i cijena, skraćuje vrijeme potrebno za prikupljanje informacija i omogućuje booking. Standardizacija na različitim razinama odnosa cijena i usluga sve više je prisutna u hotelijerstvu. Konkurentnost na globalnom tržištu kapitalnih investicija u turizmu sve više raste, i kako tok kapitala sve više prelazi na globalnu razinu, tako konkurencija između destinacija na tom polju raste.

Potražnja je raznolika jer su raznolike potrebe njezinih nositelja, s jedne strane, kao i mogućnosti njihovog zadovoljenja, s druge strane. Suvremeni turist želi osjetiti različito od njegovoga svakodnevnog životnog okruženja. Veća očekivanja turista potpomognuta su naprednim telekomunikacijama i medijima, prethodnim osobnim iskustvom, većom obrazovanošću i znanjem. To utječe na brže prenošenje informacija i sve veću moć promocije od usta na usta.

Inovativna ponuda nudi neobična iskustva, iznenađenja i poticaje, čime turist dobiva atmosfersku ili emocionalnu dodatnu korist (ambijent, doživljaj, zabava, avantura, kontakti s drugim gostima). Raste potražnja za neordinarnim, ekološki čistim područjima, kao odgovor na brzi ritam suvremenoga urbanog načina života. Osobna sigurnost postaje jedna od glavnih kriterija odluke, a sve je veći trend brige za vlastito zdravlje. Tržište se sve više raščlanjuje na podskupine koje su definirane životnim stilom, osobnim sklonostima, potrebama i životnim prilikama.

Nakon što je tržište segmentirano i procijenjene su mogućnosti pojedinih segmenata, turistički subjekti odabiru onaj koji mogu profitabilno i učinkovito opsluživati, tj. odlučuju se za konkretnu ciljnu skupinu. Tome prilagođavaju asortiman, kvalitetu usluga i cijene. Zatim donose odluku o tome koje mjesto žele zauzeti na odabranom segmentu tržišta, odnosno kako pozicionirati svoj proizvod ili uslugu. Naposljetku dolazi definiranje marketinškog spleta za svaku pojedinu ciljnu skupinu. Za suvremene turiste privlačni su kvalitetan smještaj, bogata ponuda, zabava, razni sadržaji, usluge i prijevoz. Nerealno je i neostvarivo orijentirati se na želje svih tržišnih segmenata, što se u mnogim hrvatskim turističkim destinacijama još uvijek pokušava. U skladu s ostavštinom koncepta hrvatskoga masovnog turizma s velikim objektima i organizacijama, danas se turizam još uvijek često identificira s brojem noćenja. Uz sustavni razvoj raznih posebnih oblika turizma, hrvatski turizam može postati jedan od generatora razvoja gospodarstva.

3. ODRŽIVI RAZVOJ I ZELENO POSLOVANJE U TURIZMU

Održivi razvoj je skladan odnos ekologije i gospodarstva, kako bi se prirodno bogatstvo naše planete sačuvalo i za buduće naraštaje. Održivi razvoj predstavlja generalno usmjerenje i težnju da se stvori bolji svijet, balansirajući socijalne čimbenike, ekonomske čimbenike i čimbenike zaštite okoliša.² Prvo znanstveno i ozbiljnije poimanje održivog razvoja prikazano je u tzv. Brundtlandovu izvješčaju. Svjetska komisija za okoliš i razvoj (World Commission on Environment and Development), poznata i kao Brundtlandova ko-

² Smolčić Jurdana, D.: Načela održivog razvoja turizma, Održivi razvoj turizma – problemi i perspektive, Zbornik radova, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija i Zavod za održivi razvoj i prostorno planiranje PGŽ, 2003.

misija (Brundtland Commission) objavila je 1987. godine izvještaj pod nazivom Naša zajednička budućnost (Our Common Future)³ kojim se ukazuje na opasnost za ljude i našu planetu, od politike ekonomskog rasta bez uzimanja u obzir mogućnosti regeneracije planete Zemlje. Održivost u sebi sadrži načelo trajnog opstanka prirodnog resursa, dok razvoj označava koncepciju u sklopu društvene znanosti koja se odnosi na poredak ljudskih resursa. Ako se analiziraju oba pojma zajedno, održivi razvoj se može definirati kao odnos između dinamičkih gospodarskih sustava koje osmišljava čovjek i većih dinamičkih ekoloških sustava koji se sporo mijenjaju i koji moraju biti u ekološkoj ravnoteži.

Ako se analizira definiciju da je održivi razvoj „razvoj koji će zadovoljiti potrebe sadašnjeg naraštaja, a da se pritom ne dovedu u pitanje potrebe budućih naraštaja”, može se uočiti tri važna elementa u koncepciji održivog razvoja:

- koncept razvoja – u sebi uključuje kulturološki, društveni i gospodarski opseg razvoja,
- koncept potreba – pri čemu termine „osnovnih” potreba i „kvaliteta” života je potrebno preispitati i točno definirati,
- koncept budućih naraštaja – povezuje buduće generacije s današnjim razvojem uz pretpostavku razvijene ekološke i moralne svijesti današnjeg stanovništva.

Potrebno je, dakle, pomno paziti da se aktivnostima ne ugroze prirodni resursi pa je stoga danas prijeko potrebno napraviti zaokret u eksploataciji resursa te je potrebno posvetiti veću pažnju učinkovitosti u raspodjeli resursa i preraspodjeli bogatstva. Kako se uvode

³ World Commission on Environment and Development, Our Common Future, United Nations, General Assembly, <http://www.worldinbalance.net/pdf/1987-brundtland.pdf>

nove tehnologije, potrebno je napraviti razliku između rasta i razvoja te odustajati od aktivnosti koje bi mogle ugroziti buduće naraštaje. Također je potrebno uključiti koncepciju održivog razvoja u sve društvene, ekonomske i političke strukture kako bi primjenjivanje načela održivog razvoja moglo saživjeti u svakodnevi.

Turizam u gospodarskom sustavu ima značajnu ulogu. On je složeni gospodarski i društveni sustav.⁴ Turizam stvara nova radna mjesta i u velikoj mjeri sudjeluje u bruto nacionalnom proizvodu te privlači znatna kapitalna ulaganja i izvoz. Preuzimajući ulogu lidera i ostvarujući značajan udjel u globalnom bruto nacionalnom proizvodu i ukupnoj zaposlenosti, turizam je preuzeo, također, i značajnu odgovornost u odnosu na ekonomsko, društveno, kulturno i prirodno okruženje. Tako je nastao koncept održivog razvoja turizma koji stavlja naglasak na ravnotežu između okoliša, društvenih i ekonomskih aspekata turizma, na potrebu za primjenom načela održivosti u svim segmentima turizma⁵, ali i na opće ciljeve kao što je smanjenje siromaštva.

Idealan okvir za usvajanje određenih smjernica, prije svega u odnosu na zaštitu životne sredine, predstavlja AGENDA 21, koju su usvojile vlade 182 države na Konferenciji Ujedinjenih naroda, odnosno na Zemaljskom samitu u Rio de Janeiru 1992. godine. Kao logički nastavak u oblasti turizma, Svjetska turistička organizacija, Svjetski savjet za putovanja i turizam i Zemaljski savjet zajednički su usvojili 1996. godine dokument – Agenda 21 za turističku privredu⁶. Cilj ovoga dokumenta je pomoći organima vlada nadležnima za turizam, nacionalnim turističkim organizacija-

⁴ Blažević, B.: Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2007.

⁵ Smolčić Jurdana, D.: Tržišna uvjetovanost menadžmenta okoliša u turizmu, *Tourisms and hospitality management*, 9/2003.

⁶ http://www.uneptie.org/pc/tourism/policy/agenda_21.htm

ma, poslovnim udruženjima i poduzećima u oblasti turizma ostvariti svoje potencijale radi dostizanja održivog razvoja na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.

Tijekom posljednjih dvadeset godina turizam se u pozitivnom i negativnom značenju razvio u značajnog činitelja u okviru konteksta održivosti. Iz tog razloga, Komisija Ujedinjenih naroda za održivi razvoj (UNCSD) posvetila je posebnu sjednicu temi „Turizam i održivi razvoj” 1999. godine. Na toj je sjednici prihvaćen međunarodni program rada na održivom razvoju turizma i utvrđeni su zadaci i odgovarajuće inicijative za sve sudionike u procesu održivog razvoja turizma. Ovim dokumentima treba priključiti i Opći etički kodeks u turizmu koji su usvojile Generalna skupština Svjetske turističke organizacije 1999. godine i Generalna skupština Ujedinjenih naroda 2000. godine. Iz navedenih dokumenata proizlazi da se pod odgovornim i održivim razvojem turizma podrazumijeva razvoj turizma koji zadovoljava potrebe sadašnjih turista, turističkih destinacija i svih sudionika u turizmu, uz istodobno očuvanje i uvećavanje potencijala za korištenje turističkih resursa u budućnosti, bez ugrožavanja mogućnosti budućih naraštaja da zadovolje vlastite potrebe.⁷ Načela održivosti odnose se na okoliš, ekonomske i sociokulturne aspekte razvoja turizma. Kako bi se jamčila dugoročna održivost razvoja turizma, odgovarajuća ravnoteža mora biti uspostavljena između te tri dimenzije.

Prema tome, zadaća održivog turizma je:

- optimizirati korištenje prirodnih resursa koji čine ključni element razvoja turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući očuvanju prirodnog naslijeđa;

⁷ Smolčić Jurdana, D.: Tourism development under new conditions – towards sustainable tourism development, ICES 2003.

- poštovati sociokulturnu autentičnost zajednica domaćina, štiti njihovo izgrađeno i suvremeno kulturno naslijeđe i tradicionalne vrijednosti i pridonositi razumijevanju i toleranciji između kultura;
- osigurati održivo dugoročno poslovanje stvarajući društveno-ekonomske koristi koje se pravedno raspodjeljuju na sve interesne grupe, uključujući stabilno zaposlenje, mogućnosti za stjecanje prihoda i socijalno brigu za zajednice domaćina, kao i pridonositi smanjenju siromaštva;
- održivi razvoj turizma zahtjeva sudjelovanje svih relevantnih interesnih grupa, na osnovi prethodne informiranosti, kao i jako političko vodstvo da bi se osiguralo šire sudjelovanje i stvaranje konsenzusa. Dostizanje održivog turizma trajni je proces koji zahtjeva stalno praćenje utjecaja i korištenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera kad god je to potrebno;
- održivi turizam bi također trebao osigurati visoku razinu zadovoljstva turista i osigurati turistima sadržajno iskustvo, povećavajući njihovu svjesnost o pitanjima održivosti i unaprjeđujući među njima praksu održivog turizma.

Navedene smjernice vrlo je teško pratiti ako se uzme u obzir činjenica da su za normalno funkcioniranje današnjih zahtjeva u turizmu potrebne goleme količine energije. Počevši od izgradnje smještajnih objekata, njihovog životnog ciklusa, pa do činjenice da je za turistički promet potrebna vrlo velika količina energije.

Primjena zelenih koncepata u izgradnji i poslovanju dio je Strategije razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine, koju su usvojili Hrvatski sabor i Vlada Republike Hrvatske s ciljem da Hrvatska do te godine postane jedna od 20 najkonkurentnijih država svijeta. Zeleno hotelijerstvo je danas dio zelenog pokreta koji je u mnogim državama unatrag nekoliko godina postao aktualan, za što je možda i najzaslužniji sve rigorozniji

zakonski okvir, ali ipak i sve veća razina ekološke svijesti. Hotelijerski sektor počinje prepoznavati kako se zelenim pristupom mogu, ne samo smanjiti troškovi, unaprijediti poslovanje i povećati profiti, nego i izaći ususret rastućem broju korisnika koji sada traže ekološki održive hotele, uključujući i sve usluge u njima. Tako je na stranom tržištu u porastu broj međunarodnih kompanija kojima je održivost preduvjet suradnje s hotelom i apsolutni kriterij kod izbora mjesta odsjedanja svojih članova.

Misliti zeleno ne ostaje samo na arhitekturi i onom već izgrađenom, nego mora bit srž poslovanja i održavanja hotela. Zelena gradnja se često poistovjećuje s energetsom učinkovitošću što se više ili manje provlači kao uvriježeno shvaćanje u javnosti, no energetska učinkovitost tek je jedan od aspekata koji zelena gradnja treba zadovoljiti. Zelena gradnja je puno širi termin koji uključuje korištenje obnovljivih izvora energije, održive i reciklirane materijale, kvalitetu okoliša, zdravlje i komfor ljudi, ekološko postupanje s otpadom, transport, i brojne druge parametre. Među njima energetska učinkovitost zauzima tek jedno, iako sigurno značajno mjesto, jer se od svih štetnih utjecaja same gradnje na okoliš ovdje radi o potencijalno najvećem ekološkom utjecaju.

Danas u Hrvatskoj ima više od 650 hotela od kojih je tek 10 % izgrađeno u posljednjih pet godina. Prema Hrvatskoj gospodarskoj komori, prosječna starost hrvatskih hotela je više od 40 godina pa očito predstavljaju jako veliki potencijal za rekonstrukciju po načelima zelene gradnje. Dakle, evidentno je da u ovom trenutku u Hrvatskoj najveći potencijal za pomak prema zelenom postoji upravo u postojećem graditeljskom portfelju. Također, iako to još uvijek nije osviješteno u društvu, danas energetska obnova zapravo nije više stvar izbora, već se mora zadovoljiti i zakonom. Nema alternative, zeleno je postalo novi stan-

dard i pitanje je samo koliko će projekt biti zelen – da li će ostati utemeljen isključivo na onom nužnom zakonski propisanom, ili će ići korak dalje i na taj način povećati vrijednost svoje investicije, ali i svoju atraktivnost na tržištu, bez obzira o kojoj kategoriji proizvoda se radi. Hrvatska je već godinama, ne samo europsko tržište nego i svjetsko, pa smo u tom kontekstu dio zajednice koja na investicije u hotelskom ili komercijalnom području gleda kao dugoročno isplative. Održivost gradnje svakako pretpostavlja i ekonomsku održivost investicije, no tu smo suočeni s problemom nepostojanja dovoljno stimulansa za ulaganje u obnovljive izvore energije. Veličina investicije koja u startu sigurno premašuje dosadašnju „standardnu” gradnju apsolutno ima smisla u kontekstu neprestanog rasta cijene energenata, ali i kretanja interesa potrošača i obrazovanosti korisnika.

S druge strane, zanimljiva je informacija koja svjedoči o tome da je mlađa populacija ta koja uzima sve više udjela u hotelima, a često upravo oni i traže zeleno. Bitno je istaknuti kako postoje načini održivog razmišljanja koji uključuju djelovanje sada i uštedu novaca sutra, a koji možda i ne zahtijevaju golema financijska ulaganja koja se u ovom trenutku ne mogu podnijeti. Proces prelaska na zeleno ne mora nužno biti kompleksan, niti se dopusti odjednom ako ne postoje odgovarajući uvjeti i potpora za to, pa su i mali koraci na početku bitan čimbenik u podizanju ekološke svijesti. Zelena gradnja je svakako put za postizanje nužno potrebne konkurentnosti među kompeticijom na tržištu koje funkcionira isključivo po tom načelu. Čekanje u konačnosti može voditi samo shvaćanju da nismo dovoljno konkurentni na globalnom tržištu pa je potrebno djelovati odmah dok još nije kasno. Danas se praktički isključivo za zelene projekte pronalazi investiranje, a čak se i u Hrvatskoj događaju promjene koje su dokaz da se stvari mogu mijenjati. Treba težiti jednostavnosti i rješenjima koja će biti lako primjenjiva.

4. „ZELENI HOTEL” (EKO HOTEL), KAO NOVI KONCEPT IZGRADNJE U TURIZMU HRVATSKE

Održiva gradnja je relativno novi pojam u Hrvatskoj. Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva te Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost prepoznali su mogućnosti koje održiva gradnja pruža te se za ovu tematiku pojavljuje sve više interesa. UNDP je pokrenuo program energetske učinkovitosti koji je dobar početak upoznavanja hrvatske šire javnosti s problemom i mogućnostima uštede. Međutim, energetska učinkovitost je velika i važna stavka održive gradnje, ali nije dovoljna za rješavanje problema i opasnosti koje nam prijete ne počnemo li održivo živjeti. Razvijenost sektora za okoliš u Hrvatskoj je slaba, a sposobnost nametanja pravila za okoliš ograničena. Mnoga ekološki osjetljiva područja i velike biološke vrijednosti degradiraju se zbog neodgovarajućeg razvijanja. Utjecaji turizma često su štetni za okoliš i odgovorni turizam bi trebao osigurati promjenu pravila u skladu s potrebama očuvanja okoliša, te uključiti taj problem u županijske i regionalne razvojne planove.

Ministarstvo nadležno za okoliš treba u Hrvatskoj preuzeti vodeću ulogu u razvijanju dijaloga među sektorskim ministarstvima i gradskim agencijama za okoliš, kako bi se ojačali kapaciteti nametanja pravila sektora i razjasnile odgovornosti za okoliš raznih državnih agencija. Zaštita okoliša i metode koje pomažu njezinom očuvanju trebaju se implementirati u planiranje turističkih destinacija, poslovanje hotelskih poduzeća i društvo uopće.

Činjenica je, da upravo svojstva i karakteristike resursa zadovoljavaju turističke potrebe i u tom smislu će neki resurs privući i na sebe vezati samo one segmente turističke potražnje koji će na njegovim svojstvima i karakteristikama moći zadovoljiti svoje potrebe. Eko-

turizam u Hrvatskoj je slabo razvijen, čak i u zaštićenim prirodnim lokalitetima, ističe se u vladinoj Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. u kojoj je „zeleno” uvršteno među deset razvojnih načela hrvatskoga turizma. „Zeleni hoteli” energetski su učinkoviti, recikliraju, iskorištavaju obnovljive izvore energije, manje su štetni za okoliš i pogodni su za zdravstveni turizam pa tako, osim što smanjuju troškove poslovanja, mogu poslovati cijele godine i povećati konkurentnost.

Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPU-HH) pokrenula je pilot-projekt „Zeleno poslovanje u hotelijerstvu” u sklopu kojega je u 2014. godini dvadesetak hrvatskih hotela dobilo certifikat Green Hotel („zeleni hotel”). Projekt je vrijedan oko 600 tisuća kuna, od čega je gotovo 50 % sredstava dobiveno od Ministarstva turizma. Hrvatska već ima nekoliko hotela koji posluju ekološki, među kojima se ističe Hotel Split, certificirani objekt energetskog razreda A koji ima vlastitu solarnu elektranu, prikuplja kišnicu, nudi hranu iz domaćeg uzgoja i kontroliranog podrijetla, upotrebljava biorazgradiva sredstva za čišćenje, rasvjetu projektiranu u LED tehnologiji i mnoge druge elemente zelenog turizma. Resort Punta Skala ističe održivost kao jednu od svojih ključnih korporativnih vrijednosti, što uključuje zaštitu okoliša, pročišćavanje otpadnih voda koje se zajedno s kišnicom i vodom iz bazena koriste za ispiranje WC-a i navodnjavanje zelenih površina, smanjenje otpada i optimizaciju potrošnje energije. Morska voda crpi se i koristi ljeti za hlađenje, a zimi za grijanje. Implementacijom održive gradnje u turizam i hotelijerstvo može se uvelike sniziti troškove poslovanja hotela i pridonijeti zaštiti okoliša u Hrvatskoj, a time pridonijeti rastu konkurentnosti hrvatskog turizma.

U Strategiji razvoja turizma do 2020. godine jasno se navodi orijentacija da se dosadašnja dominacija jed-

nog proizvoda („sunce i more”) te sezonalnost poslovanja mora promijeniti ako Hrvatska želi ostati konkurentna. Primarni ciljevi pritom su podizanje kvalitete smještaja, ljudskih potencijala te uvođenje prakse zelenog poslovanja što podrazumijeva sinergiju ekonomske dobiti, brige za okoliš u najširem smislu, te socijalne uključenosti u zajednicu. Iz izvješća hotela diljem svijeta koji su uveli zeleno poslovanje može se vidjeti da je potrošnja vode prosječno smanjena za 20 % i troškovi odvoza smeća za 15 %. Dolazi i do poboljšanja okoliša u kojem se nalaze, motivacije osoblja i komunikacije s gostima koji sve više traže upravo „green” hotele.

„Zeleni hotel” (eko hotel) koristi moderne metode upravljanja hotelom kao i smjernice vodećih svjetskih ekoloških marki koje omogućavaju i certificiranje hotela. Moderna tehnologija, jasno propisana pravila ekološkog ponašanja i poslovanja, te stalne kontrole, pomažu „Zelenom (eko) hotelu” u smanjenju operativnih i energetskih troškova, smanjenju emisija i onečišćenju, reduciranju potrošnje vode, reduciranju otpada, i općenito reduciranju negativnih utjecaja na okoliš. Definitivno se danas turisti sve češće odlučuju za ekološki održivi turizam, a za takav odmor često su spremni izdvojiti i poveće svote novca. Prednost daju društveno odgovornim tvrtkama koje brinu o zaštiti okoliša. Više od 65 % turista prije će odabrati hotel koji provodi „zelenu politiku”, naravno u slučaju kada je cijena ista. Sve ovo ukazuje upravo na to da novim trendovima, a posebno u turizmu treba pridati posebnu pažnju poglavito u smislu rasta konkurentnosti.

5. ZAKLJUČAK

Učinkovito strateško planiranje pravi je pristup razvoju turizma pri tome uvažavajući sve elemente razvoja, ekonomske, socijalne, ekološke i kulturne. Samo ta-

kvim pristupom mogu se izbjeći negativni utjecaji i posljedice koje ne djeluju ohrabrujuće na ukupan razvoj sredine neovisno o stupnju njezine razvijenosti. Održivi turizam ide u korak s potrebama današnjih turista, a istodobno štiti i poboljšava prilike za budućnost. Hrvatska je slijedom preuzetih međunarodnih obveza, konvencija i ugovora, posebno vezano za proces pridruživanja EU, prihvatila primjenu načela održivosti, koja su postala njezino strateško opredjeljenje. S toga je za očekivati da će se zeleno poslovanje početi sve više uvoditi u hrvatsku hotelsku građevinsku praksu i da će se stvoriti preduvjeti za implementiranje cjelokupnog procesa životnog ciklusa „Zelenih hotela” (eko hotela).

Na degradaciju okoliša turizam je puno osjetljiviji nego druge gospodarske djelatnosti jer okoliš je njegov primarni resurs. Za svoj razvoj turizam traži prostor koji je kvalitetan i koji nije onečišćen. U razvoju turističke ponude trebat će više koristiti iskustva, rješenja i standarde turistički razvijenih država Europe jer turizam sve manje poznaje granice, a turističko tržište postaje sve više integralno i jedinstveno. To je jedini način da se turistička ponuda Hrvatske približi razvijenim turističkim državama i regijama, i tako omogućiti održavanje konkurentnosti na europskom i svjetskom turističkom tržištu.

LITERATURA

1. Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry
2. Blažević, B. (2007.), Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
3. Blažević, B. (2008.), Uloga obnovljivih izvora energije u regionalnom turističkom razvoju, Zbornik radova skupa Turizam i hotelska industrija 2008, Novi trendovi u turističkom i hotelskom menadžmentu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
4. Bologna, F. (2008.), Manuale della sostenibilità, Edizioni Ambiente, Milano
5. Burr, A. (2008.), *LEED's Big Market Bias*, CoStar Group
6. Črnjar, M. (2002.), Ekonomika i politika zaštite okoliša, Ekonomski fakultet Rijeka i Glosa Rijeka
7. Črnjar, M., Črnjar, K. (2009.), Menadžment održivog razvoja, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Glosa Rijeka
8. EcoLodgical – Green Hotel Design Guide
9. EREC, Renewable Energy Target for Europe 20% by 2020.
10. Green Seal Environmental Standards for Lodging Properties
11. Gredičak, T. (2009.), Kulturna baština i gospodarski razvitak Republike Hrvatske (Cultural Heritage and Economic Development of the Republic of Croatia), Ekonomski pregled, Hrvatsko društvo ekonomista, Zagreb Vol. 60, No. 3-4., str. 196-218.
12. Marković, S., Smolčić Jurdana, D. (2006.), Tourism and Quality of Environment: towards the Sustainable Development, STIQUE 2006, Maribor, Slovenia
13. Perić, J., Dragičević, D. (2006.), Partnerstvo javnog i privatnog sektora, Fintrade & tours, Rijeka
14. Perić, J., Dragičević, D. (2007.), Partnerstvo za klimatske promjene – Poticaj razvoju Hrvatske, Zbornik radova, Ekonomska politika Hrvatske u 2008, Inženjerski biro d. d., Zagreb
15. Peršić, M., Smolčić Jurdana, D. (2006.), Ekološko osvještavanje u turizmu i hotelskoj industriji, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
16. Smolčić Jurdana, D., Marković, S. (2003.), Measurement Methods in Achieving Sustainable Tourism Development, Conference proceedings of International Conferences – Evaluation of Business Environment for Tourist Service, Bratislava, Slovačka
17. Smolčić Jurdana, D. (2003.), Tržišna uvjetovanost menadžmenta okoliša u turizmu, Tourisms and hospitality management, 9.
18. Smolčić Jurdana, D. (2003.), Načela održivog razvoja turizma, Održivi razvoj turizma – problemi i perspektive, Zbornik radova, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija i Zavod za održivi razvoj i prostorno planiranje PGŽ

19. Smolčić Jurdana, D. (2003.), Tourism development under new conditions – towards sustainable tourism development, ICES
20. World Commission on Environment and Development, Our Common Future, United Nations, General Assembly, <http://www.worldinbalance.net/pdf/1987-brundtland.pdf>
21. www.travelandleisure.com/articles/our-20-favorite-green-hotels
22. www.uneptie.org/pc/tourism/policy/agenda_21.htm