

Dr. LIDIJA PETRIĆ, docent
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu, Hrvatska
Faculty of Economics, University of Split, Croatia

UDK 640.41:504
Primljeno: 23.10.1999.
Pregledni rad

"EKO - HOTEL" - U PRILOG STRATEGIJI ODRŽIVOG RAZVITKA TURIZMA

Hotel je dom (oikos), pa bi njegovo poslovanje trebalo biti zasnovano na osnovnim principima dobrog gospodarenja svakim domom (kućanstvom), a to su maksimiranje prihoda, tj. koristi i minimiziranje utrošaka. Ovi principi ujedno su i osnovni postulati ekologije kao znanstvenog pristupa i danas već globalnog pokreta za očuvanje okoliša i uspostavljanje koncepta održivog razvitka.

Prema tome, eko-hotel je hotel koji, poslujući po principima "dobrog gospodarenja" ujedno čuva okoliš i podiže njegovu kvalitetu, povećava zadovoljstvo sve zahtjevnijih i ekološki svjesnijih gostiju i ostvaruje značajne uštede u poslovanju, što sve skupa ide u prilog promociji održivog razvitka turizma (ovo su principi tzv. "environmental managementa"). Autorica analizira dosadašnje pokušaje i rezultate postignute u implementiranju ekoloških standarda u poslovanju hotela u inozemstvu i u Hrvatskoj.

Ključne riječi: eko-hotel, environmental management, ekološki standardi.

UVOD

Pojam ekologija vuče korijene od grčke riječi *oikos* - što znači dom, kućanstvo, gospodarstvo i *logos* - riječ, znanost (Seno, 1910). Prema tome, ekologija se doslovno, tj. u najširem smislu riječi može definirati kao vještina, umijeće upravljanja, tj. gospodarenja kućanstvom, domom. Iako se najprije počela upotrebljavati u biologiji kao pojam vezan uz proučavanje staništa biljnih i životinjskih vrsta, s vremenom se počela koristiti i u širem kontekstu, a napose da bi označila racionalno gospodarenje prirodnim okolišem koji predstavlja dom, ne samo za čovjeka, nego i za sva ostala živa bića. Iz pojma ekologija nastao je velik broj izvedenica koje, ovisno o kontekstu upućuju na povezanost i sa izvedenim, ali i sa izvornim značenjem tog pojma. Tako i kovanica "eko - hotel", osim što pojmu hotel daje atribut "zelenog", ujedno upućuje na činjenicu da hotel na svojevrsan način predstavlja dom, kućanstvo (*oikos*), makar i privremen, kako za turiste, tako i za uposlenike. Dakle, budući da je *hotel dom (oikos)*, njegovo poslovanje bi trebalo biti zasnovano na osnovnim principima dobrog gospodarenja svakim domom (kućanstvom), a to su maksimiranje prihoda, tj. koristi i minimiziranje utrošaka. Ovi principi ujedno su i osnovni postulati ekologije kao znanstvenog pristupa i danas već globalnog pokreta za očuvanje okoliša i uspostavljanje koncepta održivog razvitka.

Prema tome, eko-hotel je hotel koji, poslujući po principima "dobrog gospodarenja" čuva okoliš i podiže njegovu kvalitetu, povećava zadovoljstvo sve zahtjevnijih i ekološki svjesnijih gostiju i ostvaruje značajne uštede u poslovanju, što

sve skupa ide u prilog promociji održivog razvitka turizma u njegovu širem okruženju, ali i promociji samoga hotela.

UVOĐENJE I RAZVITAK EKOLOŠKE POLITIKE U HOTELU

U suvremenom svijetu sve je izraženiji pritisak moralnih, etičkih, socijalnih i političkih argumenata za poduzimanje akcija vezanih uz zaštitu okoliša i postizanje održivog razvitka. Međutim, kad se govori o razlozima koji na takvo ponašanje tjeraju predstavnike iz svijeta businessa, onda na prvo mjesto treba staviti manje altruistične razloge, a oni su čisto komercijalne prirode. Uvođenje ekološke politike u hotelima obično je motivirano, s jedne strane korišću od takvog poslovanja, a s druge strane štetama nastalim zbog nespremnosti hotela da u svoju poslovnu politiku uvrsti i ekološke kriterije.

Od koristi koje hotel ostvaruje uvođenjem ekološke politike u svoje poslovanje ističemo sljedeće:

- niži troškovi poslovanja (budući da je viša efikasnost korištenja vlastitih sredstava),
- niži troškovi odlaganja otpadnih materijala (budući da se koriste sredstva i ambalaža koja se može reciklirati i/ili više puta upotrebljavati),
- mogućnost privlačenja novih, ekološki orijentiranih ("zelenih") gostiju,
- sigurnije radno mjesto za uposlenike (smanjenje rizika od oboljenja i povreda),
- podizanje radnog morala uposlenika, jačanje kompetitivnog duha i opredijeljenosti na podizanje kvalitete poslovanja u tzv. eko-hotelu (doživljavanje hotela kao vlastitoga doma - oikos-eko),
- poboljšanje odnosa sa lokalnom zajednicom.

Što se tiče šteta koje nastaju zbog nespremnosti hotela na ekološku orijentaciju u svome poslovanju, ističu se:

- gubitak udjela na tržištu zbog lošeg javnog imagea,
- rizici od kazni zbog nepridržavanja zakonskih propisa,
- poteškoće u privlačenju i zadržavanju potencijalnih dioničara,
- veće fluktuacije uposlenika (zbog nepostizanja kolektivnog duha i privrženosti hotelskom poduzeću koje zbog lošeg imagea loše posluje),
- porast troškova poslovanja, a time i loši poslovni rezultati. (IHEI, 1996, str. xix-uvod).

Zbog gore navedenih razloga sve veći broj hotela (kao i poduzeća iz raznih drugih djelatnosti), u svoje svakodnevno poslovanje uvodi osnovna pravila tzv. "environmental managementa", tj. upravljanja u skladu s ekološkim principima, svjesni činjenice da o očuvanim prirodnim resursima direktno ovisi i kvaliteta njihova poslovanja, a u najvećem broju slučajeva i sam njihov opstanak.

Jedan od ključnih elemenata "environmental managementa" u hotelima je upravo implementacija ekološke politike u opću poslovnu politiku hotela. Da bi se ekološka politika sustavno provodila, potrebno je uvesti međunarodne standarde

"environmental management-a", ISO 14000 i EMAS (European Eco-Management and Audit Scheme). Međunarodni standardi ISO 14000 nadopunjavaju seriju standarda ISO 9000 (tzv. standarda upravljanja kvalitetom). Poduzeća čiji upravljački sustav udovoljava kriterijima ISO 9000 neće imati problema niti s uvođenjem standarda ISO 14000, koji daju smjernice za definiranje nekih ekoloških standarda (IHEI, 1996, str. 4-5).

EMAS je još uvijek ograničen pretežno na industriju, ali ga sve veći broj uslužnih organizacija, pa tako i hotela, upotrebljava kao obrazac za kreiranje vlastitih sustava. Niti jedan od navedenih sustava nema fiksno definirane ekološke standarde, budući da isti ovise o velikom broju vanjskih i unutarnjih faktora. Umjesto toga, oni usmjeravaju poduzeća da uspostave vlastite standarde i da ih konstantno usavršavaju.

Uvođenje ekološke kulture u hotel i provođenje uspješne ekološke politike dugotrajan je i spor proces koji zahtijeva akciju na velikom broju područja. Pri tome, ne treba zaboraviti činjenicu da svaki hotel predstavlja gusto isprepletenu mrežu ljudi -uposlenika, gostiju, poslovnih partnera, lokalne zajednice itd. Svi su oni pri tome pod utjecajem poslovne politike samog hotela, a istodobno i sami vrše utjecaj na nju. Stoga treba imati na umu da se mnoge od promjena i mjera vezanih uz uvođenje ekoloških standarda poslovanja u hotel neće moći provoditi bez njihove dobre volje i suradnje.

STANDARDI HOTELSKOG POSLOVANJA U SKLADU S PRINCIPIMA "ENVIRONMENTAL MANAGEMENTA"

Postoji velik broj aktivnosti i mjera koje hotel može poduzeti radi zaštite okoliša i ušteda, tj. smanjenja troškova poslovanja, a da pri tome ne dovede u pitanje postizanje optimalnih standarda komfora za svoje goste. Međutim, i same aktivnosti, kao i način i opseg njihova provođenja razlikuju se od jednog hotela do drugog zbog razlika u:

- načinu poslovanja i vrsti gostiju (u ovisnosti o tome da li se radi o gradskom hotelu specijaliziranom za poslovne ljude, sezonski orijentiranom hotelu, hotelu koji se specijalizira za goste specifičnih prohtjeva ili potreba vezanih uz dob, obrazovanje, interese itd.),
- zakonodavstvu i propisima u državi,
- lokalnim i regionalnim prioritetima vezanim uz zaštitu okruženja,
- startnoj poziciji (budući da neki hoteli već od samog osnutka provode neke od mjera i aktivnosti "environmental managementa", dok drugi tek počinju s uvođenjem istih).

Pa ipak, sasvim je izvjesno da se većina mjera odnosi na 6 osnovnih područja, a to su:

1. energija,
2. kruti otpad,
3. voda,
4. efluenti i emisije (otpad u tekućem i plinovitom stanju),
5. izbor ugovornih poslovnih partnera (snabdjevači, servisne službe itd.),
6. poslovanje (IHA, IHEI, UNEP, 1995, str. 9; UNEP, 1992, str. 5).

Energija

Hoteli troše velike količine energije na različitim mjestima i u različitim odjelima i to za grijanje, hlađenje, rasvjetu, kuhanje, pranje i sušenje rublja, za održavanje uređaja, bazena, vozila itd. Brojne studije su pokazale da većina hotela energiju ne koristi racionalno, tj. da se troše znatno veće količine od stvarno potrebnih. Time ne samo da povećavaju troškove i smanjuju efikasnost poslovanja, nego i nepotrebno (direktnom i/ili indirektnom) potrošnjom goriva potrebnih za proizvodnju energije, doprinose globalnom zatopljenju, nastanku kiselih kiša i ostalim problemima zagađenja okoliša.

U tablici 1 su prikazani standardi efikasnosti korištenja energije koji se, prema istraživanjima International Hotels Environment Initiative (IHEI), međunarodne mreže hotelskih kompanija čija svrha je promocija i trajno usavršavanje ekoloških standarda u svjetskoj hotelskoj industriji, smatraju dobrim, odnosno lošim, i to za hotele iz lanaca koji se nalaze u mreži IHEI-a.¹

Tablica 1. Pokazatelji efikasnosti korištenja energije u hotelima

a) u velikim hotelima (više od 150 soba)

POKAZATELJI EFIKASNOSTI KORIŠTENJA ENERGIJE U VELIKIM HOTELIMA (više od 150 soba, sa klima sustavom, praonicom i bazenom, bez vrta)			
KwH/m ² /god.	DOBRO	SREDNJE	LOŠE
EL. ENERGIJA	<165	165-200	200-250
GORIVO, PLIN	<200	200-240	240-300
TOTAL	<365	365-440	440-550

b) u malim i srednje velikim hotelima

POKAZATELJI EFIKASNOSTI KORIŠTENJA ENERGIJE U MALIM I SREDNJE VELIKIM HOTELIMA (sa klima sustavom, ali bez praonice, zatvorenog bazena i bez vrta)			
hotel 4-50 soba KwH/m ² /god.	DOBRO	SREDNJE	LOŠE
EL. ENERGIJA	<60	60-80	80-100
GORIVO, PLIN	<180	180-210	210-240
TOTAL	<240	240-290	290-340
hotel 50-150 soba			
EL. ENERGIJA	<70	70-90	90-120
GORIVO, PLIN	<190	190-230	230-260
TOTAL	<260	260-320	320-380

Izvor: IHEI, Environmental Management for Hotels, second edition, Butterworth & Heinemann, 1996., str. 51

¹ Accor, Forte Plc, Hilton International, Holiday Inn, Inter-Continental Hotels and Resorts, ITT Sheraton, Mandarin Oriental Hotel Group, Marriot Corp., Omni Hotels International, Renaissance Hotels International i Taj Group of Hotels.

Pokazatelje iz tablice 1 ipak treba uzeti s rezervom ukoliko se primjenjuju na hotele van spomenutih grupacija, budući da ni vanjske okolnosti, kao ni standardi samih hotela ne moraju odgovarati onima na temelju kojih je rađeno istraživanje. Međutim, budući da se u studiji radi uglavnom o hotelima koji se nalaze u prestižnim lancima sa visokim standardima poslovanja i uspješnim managementom, dobro bi bilo uzeti ove standarde kao poželjne kriterije efikasnosti, naravno uz određene faktore korekcije kao što su klimatske okolnosti, godišnja stopa zauzetosti hotela, kao i činjenica da li hotel raspolaže zatvorenim bazenom, saunom, praonicom, air-conditioning sustavom i sličnim velikim potrošačima energije.

Svi hotelski lanci, odnosno hoteli iz spomenute mreže (IHEI-a) u većoj ili manjoj mjeri su se uključili u "zelenu kampanju", ostvarivši već značajne uštede u svakodnevnom poslovanju i to naročito na planu smanjivanja potrošnje raznih energenata (koji u pravilu i jesu jedna od najvećih stavki u ukupnim troškovima poslovanja hotela). Prema nekim istraživanjima, većina hotela u prosjeku gubi neracionalnom potrošnjom između 20-30 % energije i vode (Landis & Staefa, 1995, str. 21).

Da bi se racionalizirala potrošnja energije u hotelima i na taj način uštedila značajna sredstva, moguće je provoditi niz mjera, od onih najjednostavnijih koje su usmjerene na štednju i racionalniju potrošnju svih trošila energije, pa do mjera koje iziskuju određena ulaganja kao npr.:

- zamjena starih, dotrajalih postrojenja novim, suvremenim, koja troše znatno manje energije,
- ugradnja tzv. ključ-kartica u sobama (s izlaskom gosta iz sobe, tj. okretanjem ključa ili uporabom magnetske kartice, sva svjetla se automatski gase),
- instaliranje boljih sredstava za kontrolu potrošnje (fotoelektričnih ćelija, termostata, timera itd.),
- ugradnja tzv. "termoizolacijskih" vrata i prozora po sobama i ostalim prostorijama u hotelu,
- zamjena svih sijalica u hotelu fluorescentnim sijalicama koje troše 1/3 od ukupne energije koju koristi obična sijalica
- ugradnja solarnih sustava za zagrijavanje vode i/ili rasvjetu na manjim trošilima itd.

Svaka od ovih mjera donosi rezultate koji su najočitiji u smanjenim troškovima poslovanja različitih hotelskih odjela i službi, a time i hotela u cjelini. Kao ilustracija mogu poslužiti sljedeći primjeri; u hotelima Taj Group Corp. u Tajlandu su prešli na upotrebu bojane posteljine umjesto bijele, što im je omogućilo pranje rublja na 60°C umjesto 90°C, čime se vrše značajne uštede energije; lanac Inter - Continental hotela uvođenjem posebnih mjerila za potrošnju energije i vode u 75% svojih hotela uštedio je za 3 godine oko 5 mil \$; u Velikoj Britaniji Ramada hoteli štede energiju upotrebom rasvjetnih tijela sa malom potrošnjom čime mjesečno prosječno štede oko 300 funti po hotelu itd. (IHEI, 1996, str. 73-77).

Kruti otpad

Odlaganje krutog otpada je jedan od najvećih ekoloških problema, pogotovo ako se radi o biološki nerazgradivim ili veoma teško razgradivim materijalima. Većina hotela raspolaže velikim količinama krutog otpada, boca, limenki, kuhinjskog otpada, starog namještaja, opreme i potencijalno opasnih materijala kao što su azbest, limenke s bojom itd. Mjere kojima se u ovoj domeni mogu vršiti uštede odnose se u prvom redu na racionalniju upotrebu. U tom kontekstu velik broj hotela provodi tzv. "3R" kampanju - **Re-use** (ponovna upotreba ili prenamjena), **Recycle** (recikliranje), **Reduce** (reduciranje, tj. smanjenje upotrebe) (Auckland Regional Council for Environment, 1995, str. 1-12). Od niza mjera kojima se provodi "3R" kampanja u hotelima, vrijedno je istaknuti npr. korištenje tzv. re-fill ambalaže (za ponovno punjenje kozmetičkih preparata, sredstava za čišćenje i sl.), zatim upotreba platnenih vreća za prljavu posteljinu umjesto plastičnih, čime se smanjuju količine plastičnog, biološki nerazgradivog otpada, kupovina potrebnih proizvoda na veliko, kako bi se smanjila količina ambalaže za pakiranje, recikliranje papira (ako sam hotel ne može vršiti reciklažu, onda prodaja ili ustupanje takvih proizvoda poduzećima koja se bave recikliranjem), prodaja ili darivanje starog namještaja i opreme humanitarnim institucijama, proizvodnja komposta od namirnica organskog porijekla iz kuhinje, što može poslužiti kao organsko gnojivo za vrtove oko hotela itd. Što se tiče azbestnih instalacija i izolacije, ukoliko je stara i prijeti ispuštanjem azbestne prašine, potrebno ju je ukloniti iz hotela, a ako je u dobrom stanju neophodno ju je stalno nadgledati i ukoliko je moguće, potrebno je izvršiti tzv. "inkapsulaciju", tj. svojevrsno "začahurivanje" kako ne bi došlo do otpuštanja azbestnih vlakana u okoliš.

Voda

Hoteli u pravilu troše goleme količine vode, od 60-220 m³ po sobi u godini dana. Stoga bi se racionalnijom upotrebom vode moglo osigurati dobre uštede. U tablici 2 su prikazani standardi upotrebe vode u hotelima iz ranije spomenutih grupacija.

Tablica 2. Kriteriji efikasnosti korištenja vode u hotelima

EFIKASNOST KORIŠTENJA VODE U HOTELIMA			
m ³ /krevetu/godini	DOBRO	SREDNJE	LOŠE
4-50 kreveta hoteli	<120	120-140	>140
50+ kreveta hoteli	<160	160-185	>185

Izvor: IHA, IHEI, UNEP, Environmental Action Pack for Hotels, 1995., str. 40.

Standarde prezentirane u tablici 2 također treba uzeti s rezervom, budući da za njihovu implementaciju vrijede ista ograničenja kao i u slučaju standarda potrošnje električne energije.

Da bi potrošnja vode u hotelima bila racionalnija, tj. da bi se približila standardima navedenim u tablici 2, nužno je provoditi neke od mjera racionalizacije kao npr.:

- ugradnju uređaja za smanjenje protoka vode na tuševima i slavinama po sobama (tzv. aeratora),
- ugradnju toaleta koji štede vodu,
- instaliranje vodomjera na ključnim trošilima,
- upotrebu zadnje vode od ispiranja rublja za polijevanje vrtova ili u WC-ima,
- sakupljanje kišnice za zalijevanje,
- uključivanje gostiju u mjere štednje molbom da posteljinu mijenjaju npr. svakih 2-3 dana, a ne svakodnevno, da ručnike nastoje koristiti više puta itd., čime bi se smanjila potrošnja vode potrebne za pranje.

Kao primjer racionaliziranja potrošnje vode jednostavnim, jeftinim zahvatima može poslužiti npr. londonski hotel Hilton koji je, samo stavljanjem opeke u toaletne vodokotliče po hotelskim sobama u prosjeku uštedio 1,34 l vode po svakom ispiranju. Hongkonški hotel Nikko je u razdoblju između 1995. i 1996. godine, ugradnjom sustava za kontrolu potrošnje vode i uređaja za smanjenje protoka vode na tuševima i slavinama uštedio oko 1.688 US\$ na mjesec (IHEI, 1996, str. 73-77).

Efluenti i emisije (otpad u tekućem i plinovitom stanju)

Glavni izvori zagađenja tekućim i plinovitim otpadom u hotelima su: klima uređaji i hladnjaci (u kojima se nalaze, za ozonski omotač opasni plinovi klorofluorokarboni-CFC i haloklorofluorokarboni-HCFC), bojleri na fosilna goriva, ispušni plinovi iz vozila, izlijevanje kemijskih sredstava za čišćenje i pranje, te pesticida i herbicida u more ili rijeke, izbacivanje neobrađenih fekalija u more ili rijeke, mirisi iz kuhinja ili praonica itd. U najvećem broju zemalja odlaganje ovakvih otpada se strogo zakonski regulira i nepoštivanje propisa za sobom povlači kaznu, ali i gubitak reputacije i ugleda među gostima. Ukoliko u zemlji i ne postoji stroga zakonska regulativa vezana uz ovo područje, sami hoteli mogu poduzeti niz mjera kojima bi sačuvali ugled hotela koji poštuje zdravlje svojih gostiju, ali i svoga šireg okruženja. U nizu mjera ističu se u prvom redu one koje zahtijevaju minimalne troškove, a to su npr.:

- uvođenje kontrolne (monitoring) službe zadužene za praćenje korištenja i odlaganja opasnih kemikalija i ostalih tekućih i plinovitih materijala,
- kontrola uređaja i strojeva koji rade na opasne plinove,
- zamjena pesticida, herbicida i sredstava za čišćenje neškodljivim sredstvima iz kućne radinosti (Troyer, 1992., str. 38-40), a ukoliko je to nemoguće, ograničiti njihovu upotrebu te uz pomoć lokalnih vlasti i nadležnih službi pravilno odlagati i uklanjati ostatke takvih sredstava.

Osim mjera kontrole nužno je provoditi i niz zahvata koji zahtijevaju znatnija investicijska ulaganja kao npr.:

- ugradnja uređaja za obradu (čišćenje) vode za ponovnu potrebu u određene svrhe, kao i otpadnih, kanalizacijskih izljeva,
- ugradnja opreme za otkrivanje curenja tekućine iz tankova za gorivo,
- zamjena hladnjaka i ostalih uređaja koji koriste štetne plinove novima, koji će koristiti za ozonski omotač neškodljive plinove itd.

Izbor ugovornih poslovnih partnera (snabdjevači, servisne službe itd.)

Manje istican, ali ne i manje značajan skup mjera usmjerenih na dobivanje statusa "eko-hotela", odnosi se na poslovanje hotela sa svojim ugovornim partnerima i dostavljačima. Naime, u svakodnevnom poslovanju hotel se susreće sa nizom poslovnih partnera od kojih nabavlja razne robe i usluge. Da bi dobio i zadržao epitet "zelenog", hotel mora surađivati sa jednako orijentiranim poslovnim partnerima. Drugim riječima, poželjno je da kupuje biorazgradiva sredstva za pranje, higijenu i kozmetiku, organska gnojiva za vrtove i biljke, svježu, po mogućnosti organski uzgojenu hranu, ambalažu koja se može koristiti u više navrata, uređaje sa malom potrošnjom energije itd. Dakle, odabir poslovnih partnera koji su u mogućnosti nuditi ovakvu robu treba biti jedan od osnovnih zadataka environmental managementa svakog hotela. S druge strane, ekološki orijentiran hotel može, putem poslovnih veza i suradnje uključiti u svoju "ekološku misiju" velik broj, do tada pasivnih partnera.

Poslovanje

Sve prethodno navedene aktivnosti i mjere usmjerene na uvođenje ekoloških standarda poslovanja u hotelu trebale bi u određenom vremenu dovesti do konkretnih poslovnih rezultata mjerenih u prvom redu većim uštedama, tj. smanjenim troškovima poslovanja, a time i do većih profita, zatim do povećane lojalnosti gostiju, naročito ukoliko je hotel smješten u području iznimnih prirodnih ljepota koje posjećuju ekološki svjesni ljubitelji prirode i konačno, do novih poslovnih mogućnosti, a to je u prvom redu suradnja sa agencijama i tour operatorima čija je poslovna politika ekološki orijentirana. Da bi hotel uživao plodove svoje ekološki orijentirane poslovne politike, nužno je da o tome na odgovarajući način obavijesti svoje poslovne partnere, u prvom redu agencije, a posredstvom njih i potencijalne goste. To će na najlakši način učiniti korištenjem raznih promocijskih sredstava (pisanih materijala, osobne prodaje, sajmovi itd.) ali i direktnim uključivanjem u razne ekološke akcije i programe u svome okruženju, radi stjecanja prepoznatljivog "zelenog" image-a. Tu je posebno nužno naglasiti inicijativu koju eko-hotel može predvoditi u području ekološkog obrazovanja hotelsko-ugostiteljskih kadrova kako bi lakše provodio svoju ekološki orijentiranu poslovnu politiku i praksu, ali i doprinio implementiranju ekološke svijesti u vlastitom, pa i širem okruženju.

PROVOĐENJE POLITIKE STIMULACIJE EKOLOŠKIH INICIJATIVA U HOTELIMA

Iz dostupne literature je lako uočiti da su pioniri u uvođenju standarda ekološkog poslovanja, tj. "environmental managementa" uglavnom hoteli iz sastava velikih hotelskih lanaca. Razlog tome je činjenica da, osim najjednostavnijih mjera racionalizacije, većina aktivnosti ipak zahtijeva znatna početna ulaganja, čiji je povrat, doduše, relativno brz, ali ih nisu u stanju provesti hoteli koji posluju bez sigurne i stabilne financijske i upravljačke podrške. Tim više što u većini država ekološka politika do sada uglavnom poznaje kazne za nepridržavanje određenih standarda i propisa, a ne i nagrade za samostalne ekološke inicijative. Dakle, princip "mrkve i batine" se na državnoj razini iscrpljuje uglavnom dobivanjem "batina", tj. kazni za veće ekološke izgrede. Rijetki su slučajevi da država izravnim subvencijama pomaže same hotele u njihovu nastojanju da uvedu ekološke standarde u svoje poslovanje. Ističe se primjer kanadske federalne vlade koja, sredinom 90-tih godina, redovitom godišnjom subvencijom u iznosu od 4% po ostvarenoj zaradi po hotelu, pomaže hotelima, članovima Kanadskog hotelskog udruženja u njihovu nastojanju da razvijaju ponudu koja će biti "prijateljska okruženju" ("environmentally friendly"). Ta suradnja se odvija posredstvom vladine Agencije za zaštitu okoliša koja hotelskom udruženju, između ostaloga pomaže razviti i ekološke kriterije poslovanja u hotelima - članovima i pri tome osigurava 50% sredstava potrebnih za implementaciju programa (IHRA, UNEP, 1995, str. 46).

Iako se ekološke inicijative mogu provoditi u svakom pojedinačnom hotelu, odnosno samostalnom hotelskom poduzeću², sasvim je izvjesno da je to mnogo lakše izvesti ukoliko postoje financijske, organizacijske i savjetodavne olakšice i pomoći. Premda se izvjestan (ali mali) broj država direktno angažira u takvim programima, kao što je gore spomenuti slučaj Kanade ili npr. Tanzanije i Toga, gdje se problemi vezani uz turizam i zaštitu okoliša rješavaju u zajedničkom ministarstvu, ipak se ekološki programi u turizmu, a napose u hotelijerstvu, provode uglavnom putem raznih strukovnih integracija, u prvom redu uz pomoć nacionalnih hotelskih udruženja. Ona se pak udružuju u Međunarodno hotelsko udruženje (IHA) te u razne druge "zelene" organizacije (strukovne ili nestrukovne) i ekološke inicijative.³

Tako je npr. Mađarsko hotelsko udruženje jedan od pionira u implementaciji tzv. "Ekološkog paketa mjera za hotele" koji su uveli IHA, UNEP i IHEI, a i udruženja brojnih drugih zemalja su prihvatila ovaj program i obavezuju svoje članice da ga se pridržavaju. Osim mogućnosti korištenja ovog praktičnog, lako dostupnog paketa

² Tako npr. od hrvatskih hotela ističe se primjer hotela Arenaturist-Pula koji je npr. uveo trotarifna mjerila i uređaje za kompenzaciju jalove energije, te čip kartice za smanjenje potrošnje energije, zatim hotel Kvarner-Opatija koji je ugradio kondenzatore i limitatore potrošnje energije, te tzv. štedljive žarulje; hotel Esplanade-Zagreb je uveo kompjutorski sustav za kontrolu potrošnje električne energije itd.; prema: *Ferenčak V., Katana E., Malbašić I.; Između štednje i ugođaja, UT, br. 3/1999, str. 39-43*

³ Primjerice, već spomenuti IHEI - International Hotel Environment Initiative, udruženje koje okuplja poznate hotelske lance i pomaže im pri uvođenju ekoloških standarda poslovanja, GEMI - Global Environment Management Initiative, centar za promociju ekoloških standarda i environmental managementa u poduzećima širom svijeta, WEC - World Environment Centre, centar koji služi kao most za razmjenu informacija i ekspertiza između industrije i vlada, te brojne druge organizacije i udruženja koja se bave ovim problemima.

ekoloških mjera u hotelskom poslovanju, hoteli širom svijeta su upućeni i na članstvo u tzv. "Green Globe" programu, koji je razvio World Travel & Tourism Council, a koji okuplja sva turistička poduzeća. Članstvom u ovom programu, hoteli, kao i ostala turistička poduzeća stječu pravo na specijalističku pomoć, obuku kadrova, promociju, i što je posebno značajno, dobivaju pravo na korištenje prepoznatljivog logo znaka kojim se označava njihov ekološki angažman u svakodnevnom poslovanju.

Od hotelskih poduzeća u Hrvatskoj, važno je istaknuti da kriterije "environmental managementa" (i to ne u cijelosti) uvode isključivo hoteli iz stranih lanaca, kao npr. Inter Continental i Sheraton. Od domaćih hotela već su istaknuti neki sporadični pokušaji da se mjerama racionalizacije potrošnje, i to pretežno električne energije, ostvare uštede. O sustavnom provođenju ekološke politike u hrvatskim hotelima nema ni govora. Što se tiče zakonskih propisa, bez obzira na njihovu brojnost i raznolikost, niti jedan ne tretira zasebno problematiku korištenja resursa u turizmu, odnosno hotelijerstvu, već se ta veza, kao i za ostale djelatnosti, definira kroz niz ekoloških i sektorskih zakona. Ekološkim zakonima je uređena problematika korištenja pojedinih dijelova okoliša, kao što je voda, tlo, more i dr., a tipični su zakoni iz ove skupine npr. Zakon o zaštiti prirode, Zakon o vodama, Zakon o zaštiti zraka od zagađenja, Zakon o zaštiti od buke, Zakon o postupanju sa otpadnim tvarima, Zakon o zaštiti spomenika kulture te Zakon o proglašenju nacionalnih parkova. Sektorskim zakonima, za razliku od ekoloških koji su upućeni na općenito, regulirana je problematika tretiranja konkretnih prirodnih resursa u pojedinim sektorima, npr. Zakon o šumama, Zakon o zaštiti poljoprivrednog zemljišta, Zakon o ribarstvu i lovu itd. Sasvim je izvjesno da se turizam (a time i hotelijerstvo), koji svoje poslovanje temelji prvenstveno na najrazličitijim prirodnim (i kulturnim) resursima mora pridržavati osnovnih načela zaštite deklariranih u svakom od spomenutih zakona, a napose Zakona o zaštiti okoliša (NN br. 82/1994). Prema ovom zakonu (čl. 50. i 51) svi pravni subjekti (pa tako i hoteli), dužni su odgovarati za štetu nastalu onečišćenjem ukoliko su je uzrokovali svojim djelovanjem ili propustom. U hotelu to može biti npr. izlivanje nafte, mazuta, fekalija u vode, curenje plina u atmosferu, rasipanje azbestne prašine itd. U takvom slučaju hotel ne samo da podmiruje vlastitu štetu, nego i sve troškove nastale poduzimanjem mjera za otklanjanje onečišćenja.

Što se tiče mjera stimulacije provođenja ekoloških inicijativa i općenito ekološke politike u poduzećima (time i u hotelima), Zakon predviđa mogućnost da se posebnim zakonskim propisima odrede olakšice i oslobađanja od plaćanja poreza, carina i drugih javnih prihoda za korištenje proizvodnih postupaka, proizvodnju i promet proizvoda čiji je utjecaj na stanje okoliša povoljniji od utjecaja srodnih proizvodnih postupaka (npr. korištenje alternativnih izvora energije, te opreme i uređaja koji doprinose zaštiti okoliša) (čl. 46.), odnosno za proizvođače koji organiziraju povrat upotrijebljenih i neupotrebljenih uređaja, naprava ili njihovih dijelova, proizvoda ili njihove ambalaže ili na drugi način smanje negativne učinke na okoliš (čl. 47). Prema dosadašnjim saznanjima, ovakve zakonske mjere do sada nisu provedene, što samo ide u prilog činjenici da, usprkos dobro razrađenoj zakonskoj osnovici, ekološka politika u Hrvatskoj još nije postala sastavnim dijelom ekonomske politike, niti svakodnevnog življenja. A sasvim je izvjesno da bez sustavnog provođenja ekološke politike i stimuliranja onih poduzeća i hotela koji se pridržavaju njenih osnovnih načela, održivi razvitak ostaje tek aktualna politička floskula.

UMJESTO ZAKLJUČKA

Održivi razvitak danas više ne predstavlja teoretsku konstrukciju kojom se barata u akademskim krugovima, već je postao nužnost, cilj kojem treba težiti kako bi čovjek, a s njim i cjelokupno okruženje opstalo (IUCN, 1996, str. 18-19). Da bi se taj cilj ostvario, neophodno je da ekološki standardi postanu standardi svakodnevnog življenja, razmišljanja i ponašanja svakog pojedinca, institucije i poduzeća. U tom smislu posebno treba istaknuti hotelska poduzeća koja, na izvjestan način predstavljaju čovjekovu prvu i osnovnu sponu sa okruženjem (destinacijom) u koju je došao kao turist. Ekološki pozitivno ozračje u hotelu svakako je podsticaj i samom turistu da se u tom smislu ponaša, ne samo unutar hotela, već i u širem okruženju, ali i samoj destinaciji da vodi više računa o provođenju mjera ekološke politike. Ma koliko se činila malom i beznačajnom, svaka mjera racionalizacije, štednje i aktivnog odnosa prema resursima od strane hotelskog osoblja i gostiju, predstavlja značajan prilog, ne samo strategiji usmjerenoj ka poboljšanju poslovanja hotelskog poduzeća, već i strategiji postizanja održivog razvitka u širem okruženju. Uostalom, ovakav pristup je već odavno definiran izrazom "Misli globalno, djeluj lokalno!"

LITERATURA

1. Auckland Regional Centre Environment (1995); Environmental Hotels of Auckland
2. Ferenčak, V., Katana, E., Malbašić, I. (1999); Između štednje i ugodaja, UT, br. 3/1999
3. IHA, IHEI, UNEP (1995); Environmental Action Pack for Hotels
4. IHEI (1996); Environmental Management for Hotels, the Industry Guide to Best Practice, second ed., Butterworth & Heinemann, London
5. IHRA, UNEP, (1995); Environmental Good Practice in Hotels, case studies from the International Hotel & Restaurant Association Environmental Award
6. IUCN-The World Conservation Union (1996); Tourism, Ecotourism and Protected Areas, Gland Switzerland, Cambridge UK & Commission of European Communities
7. Landis & Staefa (1995); Hotels - The Technical Management- Needs and Solutions
8. Seno, S. (1910); Grčko- hrvatski rječnik (za škole), Zagreb
9. Troyer, W. (1992); 12 koraka koji će pomoći pri stvaranju ekološki prijateljskog okoliša za naše goste, za nas i za našu budućnost, Canadian Pacific Hotels & Resorts
10. UNEP (1992), Tourism and Environment, Facts and Figures, UNEP Industry and Environment, July -December 1992, Vol. 15, No.3-4
11. Zakon o zaštiti okoliša, Narodne novine, br. 82/1994.

Summary

"ECO - HOTEL" - TOWARDS SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY OF TOURISM

The term "eco" originates from the Greek word "oikos" and means "home, household", and the fact is that hotel is a kind of home (at least for a certain period of time) for both tourists and employees. However, being a certain kind of home (oikos), hotel has to follow the basic principles of good housekeeping and those are the principles based on maximising benefits and minimising costs. These principles are at the same time the main principles of the ecology as a scientific approach and as a global movement aimed at preserving our environment and implementing so called "sustainable development" concept.

Accordingly, eco-hotel is a hotel that, acting according to the principles of "good housekeeping" keeps the environment clean and improves its quality, rises up the level of satisfaction of more sophisticated and ecologically more conscious guests and reduces costs, which, all together helps promoting the concept of tourism sustainable development. These are the principles of so called "environmental management".

The main objective of this paper is aimed at analysis of the results that have been achieved so far in implementing different ecological standards in hotels abroad and in the Republic of Croatia. Attention will also be paid to some examples of how these efforts have been supported by the state through the measures of the economic policy.

Key words: eco-hotel, environmental management, ecological standards.

Zusammenfassung

ÖKO-HOTEL Zum Beitrag der Strategie von "Sustainable Development" im Tourismus

Der Begriff "öko" stammt aus dem griechischen Wort "oikos" und bedeutet Heim, Haushalt, Wirtschaft. Ein Hotel ist also im gewissen Sinne ein Heim, wenn schon zeitweilig, sowohl für eine grosse Anzahl von Besuchern-Touristen als auch für dessen Inhaber und Beschäftigte. Da das Hotel ein Heim ist, sollte seine Geschäftsführung auf Grundprinzipien eines guten Management von jedem Heim (Haushalt) beruhen, d.h. maximale Einnahmen gegenüber minimalen Ausgaben erreichen. Diese Prinzipien bilden gleichzeitig die Grundpostulate der Ökologie, sowohl die Form eines wirtschaftlichen Zugangs als auch die heute bereits globale Umweltschutzbewegung und Herstellung vom Konzept eines "Sustainable Development".

Demnach, das Öko-Hotel ist ein Hotel, in dem die Geschäftsführung nach den Prinzipien des guten Management erfolgt, wobei gleichzeitig der Umweltschutz beachtet wird, wodurch dessen Qualität erhöht wird, wobei immer wieder äusserst anspruchsvolle und umweltbewusste Gäste mehr zufriedener werden, wodurch wesentliche Ersparnisse bei der Geschäftsführung verwirklicht werden, was alles in allem dem Beitrag zur Förderung von "sustainable development" im Tourismus dient. Das sind die Prinzipien von dem sogenannten "environmental management".

In dieser Arbeit werden bisherige Versuche und Ergebnisse, erzielt durch die Implementierung der Ökostandarde in der Hoteltätigkeit sowohl im Ausland als auch in Kroatien analysiert, wobei man versucht, Antwort auf die Frage zu geben, welche Bemühungen einzelne Länder durch die Maßnahmen der Wirtschaftspolitik unterstützen...

Schlüsselwörter: Öko-Hotel, environmental management, Ökostandard.