
SPA & WELLNESS OFFER AS A DETERMINANT OF THE DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL AWARENESS OF MANAGERS IN THE TOURISM SECTOR

Aleksadar Racz

University of Applied Health Sciences, Zagreb, Croatia, aracz@zvu.hr

Dora Smolčić Jurdana

Faculty of Tourism and Hospitality Management, University of Rijeka, Opatija, Croatia, doras@fmtu.hr

Krešimir Rotim

University of Applied Health Sciences, Zagreb, Mlinarska 38, Zagreb, Croatia

Department of Neurosurgery, Sestre milosrdnice University Hospital Center, Zagreb, Croatia

“J. J. Strossmayer” University School of Medicine, Osijek, Croatia, profrotim@gmail.com

Abstract: Starting from the assumption of a two-way relationship between climate change and tourism, as well as the importance of knowing the beliefs and attitudes of managers in entire tourist accommodation sector as key persons in tourism management as decision-makers and key actors in implementation of environmental protection and implementation of development and business policies in the area of sustainable development which is inseparable from climate change impacts, the main objective of the research was to determine whether certain characteristics of accommodation such as business orientation through wellness and SPA services, i.e. sports and fitness offer have any influence on the beliefs and attitudes of managers on climate change issues and the impact of climate change and tourist accommodation. For the purpose of determining the beliefs and attitudes on climate change and the interinfluence of climate change and tourist accommodation, a questionnaire originally designed for this research was used. Out of the total number of questionnaires submitted, 283 questionnaires had been duly completed, representing 26.1% of respondents, including 4.60% of the members of the Management Board or the Supervisory Body, 46.65% of the Directors or Heads of the Facility or members of the Operational Management, 19% quality managers and 33.56% of middle management staff. There are significant differences in the attitude of managers who manage tourist accommodation facilities that have ecological facilities and a SPA/wellness offer, or fitness offer, in relation to managers in tourist accommodation facilities where there is no SPA/wellness offer or fitness content offers in all the statements for which they expressed their attitude in all three components of the attitude, except in the emotional component associated with the sense of fear experienced by the respondents when contemplating climate change, irrespective of the observed characteristic of the accommodation. Consequently, the beliefs and attitudes of managers in the tourist industry are the function of various characteristics of the accommodation facility including SPA/wellness offer.

Keywords: ecological awareness, SPA, Wellness, Climate change

SPA & WELLNESS PONUDA KAO DETERMINANTA RAZVOJA EKOLOŠKE SVIJESTI MENADŽERA U TURISTIČKOM SEKTORU

Aleksadar Racz

Zdravstveno veleučilište, Zagreb, Hrvatska, aracz@zvu.hr

Dora Smolčić Jurdana

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvo, Sveučilište u Rijeci, Opatija, Croatia, doras@fmtu.hr

Krešimir Rotim

Zdravstveno veleučilište, Zagreb, Mlinarska 38, Zagreb, Hrvatska

Klinika za neurokirurgiju, KBC Sestre milosrdnice, Zagreb, Hrvatska

Medicinski fakultet Sveučilište “J. J. Strossmayer”, Osijek, Hrvatska, profrotim@gmail.com

Sažetak: Polazeći od pretpostavke dvosmjernog odnosa između klimatskih promjena i turizma, kao i važnosti poznavanja uvjerenja i stavova menadžera u cjelokupnom turističkom smještajnom sektoru kao ključnih osoba u upravljanju turizmom kao donositelja odluka i ključnih sudionika u provedbi zaštite okoliša i provedbi razvojnih i poslovnih politika na području održivog razvoja koje je neodvojivo od utjecaja klimatskih promjena, glavni cilj istraživanja bio je utvrditi jesu li određene karakteristike smještaja poput poslovne orijentacije prema SPA i wellness ponudi, povezane sa uvjerenjima i stavovima menadžera o pitanjima klimatskih promjena i međutjecaju klimatskih promjena i turističkog smještaja. U svrhu utvrđivanja uvjerenja i stavova o klimatskim promjenama i međutjecaju

klimatskih promjena i turističkog smještaja korišten je upitnik izvorno dizajniran za ovo istraživanje. Od ukupnog broja dostavljenih upitnika prema svim kategoriziranim hotelima u Hrvatskoj, uredno su bila popunjena 283 upitnika, što predstavlja 26,1% od ukupnog broja ispitanika, što je uključivalo odgovore 4,60% članova uprave ili nadzornog tijela, 46,65% direktora ili voditelja objekta ili članova operativni menadžment, 19% menadžera kvalitete i 33,56% srednjeg rukovodećeg osoblja. Istraživanje je pokazalo da postoje značajne razlike u stavu menadžera koji upravljaju turističkim smještajnim objektima koji imaju ekološke sadržaje i SPA / wellness ponudu ili fitness i sportsku ponudu u odnosu na menadžere u turističkim smještajnim objektima u kojima ne postoji SPA / wellness ponuda ili fitness i sportski sadržaj, pri čemu su uočene razlike u sve tri komponente stava, osim u segmentu emocionalne komponente povezane s osjećajem straha koji ispitanici proživljavaju prilikom promišljanja o klimatskim promjena. Uvjerenja i stavovi menadžera u turističkoj industriji dakle u funkciji su različitih karakteristika smještajnog objekta uključujući SPA / wellness ponudu turističkih smještajnih objekata.

Ključne riječi: ekološka svijest, SPA, Wellness, klimatske promjene

1. UVOD

Globalne klimatske promjene, kao i održivi razvoj kroz društveno i ekološki odgovorno poslovanje u turizmu, a posebice sa aspekta istraživanja uvjerenja i stavova o klimatskim promjenama kao objektu stava, aktualno je područje istraživanja diljem svijeta. Međutim, radova koji bi se bavili proučavanjem međuodnosa klime i turizma u Hrvatskoj je vrlo malo i uglavnom su vezani uz istraživanja manje grupe autora (Šverko Grdić & Krstinić Nižić, 2016; Petak, 2016; Mohorović, 2017; Šverko Grdić & Špoljarić, 2018). Nedvojbeno je da je klima „jedan od važnih činitelja razvoja turizma“, a slijedom toga djeluje i na učinke koje turizam ostvaruje (Michailidou, Vlachokostas, & Moussiopoulos, 2016, 10). Već danas klimatske promjene mijenjaju uvjete u kojima djeluju turističke destinacije te značajno utječu na upravljanje turističkim tokovima i imovinom, te na uspješno poslovanje turističkih poduzeća (Perić & Šverko Grdić, 2017). Uvjerenja i stavovi menadžera u smještajnim objektima važni su za implementaciju strategija i planova smanjivanja negativnog utjecaja hotelske industrije i smještajnih kapaciteta na okoliš, uključivo i globalno zatopljenje. Prethodna istraživanja nisu donijela jasne odgovore na pitanja postoje li statistički značajne razlike u stavovima između ispitanika koji su zaposleni kao menadžeri u hotelima sa različitim karakteristikama budući da dio istraživanja povezuje ekološku svijest sa pojedinim karakteristikama objekta poput ponude, veličine, kategorizacije, SPA orijentacije i sl. (Kirk, 1998; Deng, Ryan & Moutinho, 1992; Park, Jeong Kim & McCleary, 2014), dok su druga istraživanja takvu vezu u potpunosti odbacila (Petrić & Pranjić, 2010). Cilj rada bio je utvrditi utječe li poslovna orijentacija prema SPA i wellness segmentima ponude odnosno sportskim i fitness sadržajima ponude turističkog smještajnog objekta na uvjerenja i stavove menadžera prema pitanjima klimatskih promjena i međuutjecaju klimatskih promjena i turističkog smještaja, kao i o klimatskim promjenama kao determinantama oblikovanja turističke ponude.

2. MATERIJAL I METODE

Istraživanje je bilo provedenom na kompletnoj populaciji svih kategoriziranih smještajnih objekata u Hrvatskoj, iz kojih se povratno prikupilo ukupno 283 uredno ispunjenih anketnih upitnika, tijekom 2019 godine. U istraživanju je bila postavljena hipoteza prema kojoj postoje značajne razlike u uvjerenjima i stavovima o klimatskim promjenama i međuutjecaju klimatskih promjena i turističkog smještaja između menadžera u turističkim smještajnim objektima s različitom orijentacijom objekata prema SPA i wellness, te sportskim i fitness sadržajima, te na taj način orijentacija smještajnih objekata prema SPA i wellness ponudi postaje determinantom oblikovanja ekološke svijesti menadžera u turističkom sektoru. Istraživanje je bilo provedeno anketiranjem korištenjem upitnika u koji su bila uvrštena modificirana pitanja korištena u prethodnim istraživanjima međutim ciljano modificirana i usmjerena s obzirom na obuhvaćenu populaciju - top menadžere u turističkim smještajnim objektima u Hrvatskoj (Bohdanowitz, 2006; Leiserowitz et al., 2015).

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Prilikom analize ponude i sadržaja objekata iz kojih su menadžeri sudjelovali u istraživanju posebna pažnja se obratila na postojanje mogućnosti korištenja bazena, fitness kabineta, SPA i wellness sadržaja u smještajnim objektima. Ukupno je na ovaj segment pitanja odgovorilo svi 283 menadžera koji su slanjem odgovora pristali sudjelovati u istraživanju to 138 (48,76%) menadžera iz objekta u kojima su takvi sadržaji bili dostupni, u odnosu na 145 (51,24%) menadžera u objektima koji SPA i wellness, te razne oblike sportskih ili fitness sadržaja nemaju u ponudi.

Nakon provedene statističke obrade korištenjem Mann Whitney U testa tabelarno u Tabeli 1 su prikazane uočene značajnosti razlike u uvjerenjima i stavovima o klimatskim promjenama i međuutjecaju klimatskih promjena i

turističkog smještaja između menadžera u turističkih smještajnih kapaciteta s različitom orijentacijom objekata prema SPA i wellness sadržajima, te sportskim i fitness sadržajima.

Tabela 1: Prikaz značajnosti razlike u uvjerenjima i stavovima o klimatskim promjenama i međuutjecaju klimatskih promjena i turističkog smještaja između menadžera u turističkih smještajnih kapaciteta s različitom orijentacijom objekata prema SPA i wellness sadržajima, te sportskim i fitness sadržajima dobiven primjenom Mann Whitney U testa

	Mann-Whitney U	Z	P
Klimatske promjene su ozbiljan problem u svijetu	5181,000	-7,363	<0,001
Borbom protiv klimatskih promjena i efikasnijom upotrebom energije može se osnažiti ekonomija i turizam te povećati zapošljavanje	5515,000	-6,780	<0,001
Utjecaj turističkog smještaja na zagađenje okoliša nije zanemariv u usporedbi sa dobrobiti koju turizam donosi lokalnoj zajednici	5782,000	-6,223	<0,001
Klimatske promjene u skoroj budućnosti imat će značajan utjecaj na oblikovanje i razvoj turističke ponude u Hrvatskoj	5491,000	-6,802	<0,001
Globalno zatopljenje uzrokovano je dominantno ljudskim aktivnostima	5233,500	-7,203	<0,001
Globalno zatopljenje nije dominantno uzrokovano aktivnostima vezanim uz prirodne uzroke i varijacije klime i ovisno je o ljudskom djelovanju	6508,500	-5,215	<0,001
Ukupni utjecaj turizma na globalno zatopljenje i klimatske promjene je znatno veći od utjecaja drugih uslužnih djelatnosti	5381,000	-6,829	<0,001
Klimatske promjene i globalno zatopljenje će ugroziti buduće generacije koje dolaze iza nas	7268,500	-4,127	<0,001
Klimatsko zatopljenje se zapravo događa	6138,500	-5,800	<0,001
Turistička djelatnost je velik potrošač energije, značajan korisnik prostora i ostalih resursa	4883,500	-7,593	<0,001
Turistička djelatnost ovisi o očuvanom okolišu kao resursu, ali, paradoksalno, istovremeno negativno utječe na okoliš	4793,500	-7,705	<0,001
Zaštita okoliša u smislu smanjivanja globalnog zatopljenja ključna je za održivi razvoj turizma	4695,500	-7,980	<0,001
Važno je da Vlada na nacionalnoj razini postavi nacionalne ciljeve za povećanje upotrebe obnovljive energije, kao što je energija vjetra ili solarna energija	7587,000	-3,787	<0,001
Primjena načela održivog razvoja u poslovnoj praksi važan je izvor konkurentske prednosti	5112,500	-7,520	<0,001
Znanstvenici imaju jasan odgovor čime je uzrokovano globalno zatopljenje	7010,500	-4,447	<0,001
Važno da Vlada na nacionalnoj razini kontinuirano osigurava materijalne potpore programima poboljšanje energetske učinkovitosti	7850,001	-3,436	0,001
Klimatske promjene već danas značajno definiraju i mijenjanju razvoj turističke ponude u svijetu	5936,500	-6,117	<0,001
Klimatske promjene mogle bi ugroziti mene osobno ili moju obitelj	7427,500	-3,863	<0,001
Klimatske promjene izazivaju nesigurnosti glede uspješnog poslovanja u turizmu	7420,500	-3,858	<0,001
Pojedinac nije nemoćan i bespomoćan u borbi protiv klimatskih promjena	5006,000	-7,374	<0,001

Zagađivanja okoliša nije neizbježna posljedica razvoja	4783,500	-7,723	<0,001
Promjene u okolišu poput porasta prosječne temperature ili porasta razine mora nisu toliko spore i zbog toga treba biti uznemiren	6038,500	-5,886	<0,001
U proteklih šest mjeseci trudio sam se osobno podržavati i sudjelovati u akcijama usmjerenim smanjivanju klimatskih promjena	5817,500	-6,314	<0,001
Prilikom nabave novog vozila niska potrošnja goriva i ekološki parametri važniji su mi od cijene vozila prilikom donošenja odabira o izboru	5546,500	-6,639	<0,001
Prilikom izgradnje novog ili adaptacije postojećeg objekata važno mi je voditi se konceptom niskoenergetske potrošnje, neovisno što su početna ulaganja veća nego kod klasične gradnje	4774,000	-7,734	<0,001
Prilikom odabira dobavljača energije, ako bi imao mogućnost izbora, odabrao bi onoga tko nudi veći udio energije iz obnovljivih izvora, neovisno o većoj cijeni	5107,500	-7,247	<0,001
Pokušavam smanjiti količinu ambalažnog otpada kupovinom proizvoda s minimalnom ili ambalažom koja se reciklira	4558,000	-8,206	<0,001
Trudim se kupovati lokalne prehrambene proizvode od lokalnih proizvođača iako na tržištu mogu naći i jeftinije proizvode od udaljenijih proizvođača ili uvoza	5113,000	-7,412	<0,001
Prilikom kupnje novog elektroničkog ili kućanskog aparata, npr. bijele tehnike ili elektroničkih uređaja, odabirem ih prvenstveno prema kriterijima energetske učinkovitosti i najpovoljnijeg odabira energetske razreda	4176,500	-8,761	<0,001
Svakodnevno nastojim smanjiti potrošnju vode i energije	6456,500	-5,607	<0,001
Pri pomisli na klimatske promjene osjećam: strah	8781,000	-1,811	0,070
Pri pomisli na klimatske promjene osjećam: ljutnju	4313,000	-8,394	<0,001
Pri pomisli na klimatske promjene ne osjećam: bespomoćnost	6018,500	-5,899	<0,001
Pri pomisli na klimatske promjene ne osjećam: ravnodušnost	7041,500	-4,456	<0,001
Pri pomisli na klimatske promjene osjećam: uznemirenost	7690,001	-3,493	<0,001
Pri pomisli na klimatske promjene osjećam: osobnu krivnju	6122,500	-5,946	<0,001

Dobiveni rezultati potvrdili su da postoje značajne razlike u stavovima menadžera koji upravljaju turističkim smještajnim objektima koji imaju ekološke sadržaje i SPA i wellness ponudu, te ponudu fitness sadržaja u odnosu na menadžere u turističkim smještajnim objektima u kojima nema SPA i wellness ponude kao ni ponude fitness sadržaja i to po svim tvrdnji o kojima su izrazili svoj stav, u sve tri komponente stava, osim u komponenti vezanoj uz izražen osjećaj straha koji se kod ispitanika javlja pri pomisli na klimatske promjene. Nadalje, prilikom analize uočenih razlika u stavovima po pojedinim sastavnicama stava – njegovoj kognitivnoj, spoznajnoj komponenti, zatim emocionalnoj, afektivnoj komponenti, te bihevioralnoj, konativnoj, ponašajnoj komponenti uočljive su statističke značajne razlike u stavovima menadžera s obzirom na ponudu objekta, a što je prikazano Tabelama 2-4.

Tabela 2: Kognitivna komponenta stava

	Kognitivna komponenta									
	N	SV	SD	Minimum	Maksimum	Percentil 25	Median	Percentil 75	P	
Ponuda mogućnosti korištenja bazena, fitness kabineta, SPA i wellness sadržaja slično	145	56,99	19,23	22,73	95,45	39,39	56,06	72,73		
	138	74,96	10,78	19,70	93,18	69,70	76,52	81,82	<0,001	

Tabela 3: Afektivna komponenta stava

		Afektivna komponenta									P
		N	SV	SD	Minimum	Maksimum	Percentil 25	Median	Percentil 75		
Ponuda i mogućnost korištenja bazena, fitness kabineta, SPA i wellness sadržaja i slično	Ne	145	44,35	21,58	8,33	86,11	22,22	50,00	61,11	<0,001	
	Da	138	63,47	12,65	27,78	86,11	58,33	66,67	72,22		

Tabela 4: Konativna komponenta stava

		Konativna komponenta									P
		N	SV	SD	Minimum	Maksimum	Percentil 25	Median	Percentil 75		
5 zvjezdica		21	87,40	12,08	56,25	100,00	81,25	87,50	100,00	<0,001	
Ponuda i mogućnost korištenja bazena, fitness kabineta, SPA i wellness sadržaja i slično	Ne	145	64,21	17,94	33,33	100,00	50,00	62,50	79,17		
	Da	138	83,35	13,01	33,33	100,00	77,08	85,42	91,67		

4. DISKUSIJA

Razlike u kognitivnoj, spoznajnoj komponenti stava pokazuju da su ekološki svjesniji menadžeri zaposleni u turističkim smještajnim objektima koji su orijentirani prema wellness, SPA i sportskim sadržajima što je vidljivo iz Tabele 2, a što se može povezati sa znanjima stečenim kroz dodatne edukacije vezane uz razvoj wellness i SPA ponude, kao i s obzirom na cjelokupno usmjerenje objekata koji svoju ponudu grade ili obogaćuju wellness i SPA sadržajima koji se vežu uz ekologiju, zdrave stilove života, usklađenost s prirodom i slično.

Razlike uočene u afektivnoj, emocionalnoj komponenti stava vezane uz dokazanu statistički značajnu razliku između stavova menadžera zaposlenih u turističkim smještajnim objektima koji su usmjereni prema wellness i SPA ponudi, te ponudi sportskih i fitness sadržaja u odnosu na one koji rade u turističkim smještajnim objektima koji nemaju takve sadržaje u ponudi što je vidljivo iz Tabele 3, pri čemu su ekološki svjesniji menadžeri zaposleni u turističkim smještajnim objektima koji su orijentirani prema wellness i sportskim sadržajima moguće se mogu povezati sa emocionalnim stavom koji se veže uz razvoj SPA i wellness ponudu kao i s obzirom na cjelokupno usmjerenje objekata koji svoju ponudu grade ili obogaćuju sadržajima koji se vežu uz ljubav prema ekologiju, poštovanje prirode, harmoniju duha, tijela i okoliša, mir i usklađenost s prirodom i slično.

Konačno, i u konativnoj, ponašajnoj komponenti stava dokazana je statistički značajna razlika u stavovima menadžera zaposlenih u turističkim smještajnim objektima koji su usmjereni prema wellness i SPA ponudi, te ponudi sportskih i fitness sadržaja u odnosu na stavove onih menadžera koji rade u turističkim smještajnim objektima koji nemaju takve sadržaje u ponudi što je vidljivo iz Tabele 4., pri čemu su ekološki svjesniji menadžeri zaposleni u turističkim smještajnim objektima koji su orijentirani prema wellness i sportskim sadržajima što se dijelom može povezati sa filozofskim i ekološkim podlogama koje stoje u podlozi i temeljima SPA i wellness životne filozofije.

5. ZAKLJUČAK

Ovim segmentom šireg istraživanja potvrđena je postavljena hipoteza i opravdan cilj istraživanja te je dokazano postojanje značajnih razlika u stavovima menadžera koji upravljaju turističkim smještajnim objektima koji imaju ekološke sadržaje i SPA i wellness ponudu, te ponudu fitness sadržaja u odnosu na menadžere u turističkim smještajnim objektima u kojima nema SPA i wellness ponude kao i ponude fitness sadržaja i to po svim tvrdnjama o kojima su izrazili svoj stav, u sve tri komponente stava, osim u emocionalnoj komponenti vezanoj uz osjećaj straha koji se kod ispitanika javlja pri pomisli na klimatske promjene, neovisno o promatranom obilježju smještajnog objekta a razlozi takvih razlika vezani su uz implementaciju filozofije koja leži u pozadini SPA i Wellness

orijentacije koja se u pravilu veže uz smještajne objekte više kategorije, najčešće sa implementiranim politikama zaštite okoliša i upravljanja kvalitetom, te ulaganjima u izobrazbu svih razina upravljačkih kadrova.

LITERATURA

- Bohdanowicz, P. (2005). European hoteliers' environmental attitudes: Greening the business. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 46(2), 188-204.
- Deng, S. L., Ryan, C., & Moutinho, L. (1992). Canadian hoteliers and their attitudes towards environmental issues. *International Journal of Hospitality Management*, 11(3), 225-237.
- Kirk, D. (1995). Environmental management in hotels. *International journal of contemporary hospitality management*, 7(6), 3-8.
- Leiserowitz, A., Maibach, E., Roser-Renouf, C., Feinberg, G., & Rosenthal, S. (2015). Climate change in the American mind: March, 2015. *Yale University and George Mason University, New Haven, CT: Yale Project on Climate Change Communication*.
- Michailidou, A. V., Vlachokostas, C., & Moussiopoulos, N. (2016). Interactions between climate change and the tourism sector: Multiple-criteria decision analysis to assess mitigation and adaptation options in tourism areas. *Tourism Management*, 55, 1-12.
- Mohorović, M. (2017). *Utjecaj klime na odvijanje turizma na prostoru Istarske županije* (Doctoral dissertation, University of Rijeka. Faculty of Tourism and Hospitality Management).
- Park, J., Jeong Kim, H., & McCleary, K. W. (2014). The impact of top management's environmental attitudes on hotel companies' environmental management. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(1), 95-115.
- Perić, J., & Grdić, Z. Š. (2017). Climate change and tourism. *Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu*.
- Petak, I. (2016). *Klimatske promjene i njihov utjecaj na turizam Republike Hrvatske* (Doctoral dissertation, University of Rijeka. Faculty of Tourism and Hospitality Management).
- Petrić, L., & Pranić, L. (2010). Ekološka svijest u hrvatskoj smještajnoj industriji. *Acta turistica nova*, 4(1), 5-21.
- Šverko Grdić, Z., & Krstinić Nižić, M. (2016). Development of tourist demand in correlation with climate change in the Republic of Croatia. *Ekonomski pregled*, 67(1), 27-44.
- Šverko Grdić, Z., & Špoljarić, T. (2018). Utjecaj klimatskih promjena na turističke tijekove–primjer Republike Hrvatske. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 6(1), 51-66.