

# PRIMJENA EKOLOŠKIH CERTIFIKATA U POSLOVANJU HOTELSKIH PODUZEĆA - PRIMJER HOTELA BERULIA

---

**Mijačika, Dragana**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:361710>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-01**

*Repository / Repozitorij:*

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
EKONOMSKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI RAD**

**PRIMJENA EKOLOŠKIH CERTIFIKATA U  
POSLOVANJU HOTELSKIH PODUZEĆA –  
PRIMJER HOTELA BERULIA**

**Mentor:  
Prof. dr. sc. Lidija Petrić**

**Student:  
Dragana Mijačika**

**Split, srpanj, 2022.**

## SADRŽAJ:

<b>1. UVOD.....</b>	<b>3</b>
1.1. Definicija problema.....	3
1.2. Cilj rada.....	3
1.3. Metode rada.....	3
1.4. Struktura rada.....	4
<b>2. OPĆE SPOZNAJE O EKOLOŠKIM CERTIFIKATIMA.....</b>	<b>4</b>
2.1. Pojmovno određivanje.....	4
2.2. Povijest razvoja ekoloških certifikata.....	6
2.3. Veza ekološkog certificiranja s konceptom održivog razvoja.....	6
<b>3. VRSTE EKOLOŠKIH CERTIFIKATA I NJIHOVA PRIMJENA.....</b>	<b>8</b>
<b>4. EKOLOŠKI CERTIFIKATI U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU.....</b>	<b>10</b>
4.1. Internacionalni ekološki certifikati.....	10
4.2. Lokalni i regionalni ekološki certifikati.....	15
4.3. Ekološki certifikati u Republici Hrvatskoj.....	18
4.4. Koristi od primjene ekoloških certifikata u turističkim subjektima i destinacijama.....	20
<b>5. PRIMJENA EKO CERTIFIKATA NA PRIMJERU HOTELA BERULIA.....</b>	<b>22</b>
5.1. Općenite informacije o hotelu.....	22
5.2. Mjere koje hotel poduzima s ciljem postizanja održivosti.....	24
<b>6. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>29</b>
<b>LITERATURA.....</b>	<b>30</b>
<b>INTERNETSKI IZVORI.....</b>	<b>32</b>
<b>POPIS SLIKA.....</b>	<b>34</b>
<b>SAŽETAK.....</b>	<b>35</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>36</b>

## 1. Uvod

### 1.1. Definicija problema

Turističke djelatnosti ostvaruju velik utjecaj na okoliš i ostavljaju različite negativne posljedice u ekološkom smislu. Razlozi zbog kojih ljudi putuju su različiti. No, postojanje turizma uvelike ovisi o prirodnim resursima. Glavni privlačni faktori receptivnih turističkih destinacija jesu prirodni i kulturni resursi. Turizam iskorištava prirodne resurse i većina vrsta turizma se razvila zahvaljujući reljefnim, vodnim, klimatskim obilježjima nekog prostora, te bogatstvom biljnog i životinjskog svijeta. Bilo kakva degradacija prirodnog prostora ima negativne implikacije na turizam. Ukoliko turistički subjekti ne poduzmu značajne korake po pitanju zaštite okoliša o kojem ovise, dogodit će se da će turizam uništiti sam sebe. Najveći problem proizlazi iz masovnosti turističkih kretanja, čiji se začeci nalaze u periodu nakon Drugog svjetskog rata. Svaki prostor je fizički ograničen, a turističke destinacije primaju ogroman broj ljudi često i puno veći nego što bi bilo poželjno. Sve više se podiže svijest o važnosti održivog poslovanja. Kroz vrijeme razvili su se i brojni ekološki certifikati kao dokaz da se određeni proizvod ili usluga razvija u smjeru održivosti. Također, kao trend na strani potražnje može se uočiti porast važnosti koncepta održivosti prilikom odabira i kupovine proizvoda ili usluga. Zahvaljujući buđenju svijesti o važnosti očuvanja prirode kod proizvođača i kupaca razvijaju se različite ekološke oznake.

Nastavno na prethodno rečeno, problem istraživanja ovog rada jesu ekološki certifikati i njihova primjena u turizmu i ugostiteljstvu. Rad se bavi i konkretnim primjerom primjene eko certifikata u hotelu Berulia.

### 1.2. Cilj rada

Cilj rada je istražiti nastanak i razvoj ekoloških certifikata te detaljno opisati vrste certifikata i njihovu primjenu u turizmu i ugostiteljstvu. Ovaj rad također želi ukazati na važnost i utjecaj primjene ekoloških certifikata na poslovanje hotelskih poduzeća. Kroz rad će ukazati na stanje u Republici Hrvatskoj i kroz primjer na poslovanju hotela Berulia na makarskom primorju dati uvid u praksu poslovanja uz upotrebu certifikata.

### 1.3. Metode rada

Prilikom pisanja završnog rada korištene su sljedeće desk metode istraživanja: metoda deskripcije, metoda komparacije, metode analize i sinteze te dedukcije i indukcije. Za pisanje rada korišteni su sekundarni podaci iz relevantnih stručnih i znanstvenih izvora.

#### 1.4. Struktura rada

Završni rad se sastoji od šest poglavlja. Prvo poglavlje je uvodno. U uvodu se definira problematika koja se istražuje u radu, navodi se svrha pisanja rada, te sve u radu upotrijebljene metode znanstvenog istraživanja. Zadnji dio uvodnog poglavlja donosi opis sadržaja rada.

Drugo poglavlje donosi opće spoznaje o ekološkim certifikatima. U ovom poglavlju definiraju se ekološki certifikati, opisuje se njihov nastanak i razvoj. Također analizira se održivi razvoj i njegova povezanost s ekološkim certifikatima. Sljedeće poglavlje analizira i detaljno opisuje vrste ekoloških certifikata i njihova područja primjene.

Zatim, u poglavlju koje slijedi detaljno se opisuju ekološki certifikati koji se primjenjuju u turizmu i ugostiteljstvu. Obrađuju se globalni, međunarodni te certifikati koje izdaje Republika Hrvatska. Analizira se njihov značaj i primjena, kako u svjetskom turizmu tako i u turizmu Hrvatske. U posljednjem podpoglavlju ovog dijela rada navode se razlozi implementacije ekoloških certifikata, te koristi koje proizlaze iz njihove primjene.

Predzadnje poglavlje donosi konkretan primjer primjene eko certifikata na poslovanju hotela Berulia, s makarskog primorja. Analizira se održivost poslovanja navedenog hotela te se promatra utjecaj primjene certifikata na poslovanje.

Zadnje poglavlje je zaključno. U zaključku se navode glavna razmatranja i najvažniji zaključci iz rada. Iznosi se završna riječ autora nakon koje slijedi popis korištene literature i popis slika.

## **2. Opće spoznaje o ekološkim certifikatima**

### 2.1. Pojmovno određivanje

Autori Bačun, Matešić i Omazić su u Leksikonu održivog razvoja (2012) certifikat definirali kao: „dokument izdan prema pravilima potvrđenog/certifikacijskog sustava

kojim se pruža jamstvo da je jednoznačno utvrđen proizvod, proces ili usluga sukladan s određenom normom ili drugim normativnim aktom.“ Eko certifikati su oznake koje dokazuju da je proizvod ili usluga u skladu s visokim standardima zaštite okoliša. Da bi neki proizvod ili usluga mogao dobiti certifikat mora zadovoljiti propisane kriterije. Honey i Rome (2001) u svom djelu certificiranje definiraju kao: „dobrovoljni postupak tijekom kojeg se procjenjuje, provjerava i dodjeljuje napismeno uvjerenje da objekt, proizvod, proces ili usluga zadovoljava posebne standarde. Onima koji dostižu ili premašuju osnovne standarde, poput nagrade se dodjeljuje prepoznatljivi logotip.“ Posjedovanje ekološkog certifikata čini razliku i pomaže prilikom distinkcije onih koji zaista posluju u skladu s propisanim standardima od onih koji se samo tako predstavljaju. Bien (2015) objašnjava kako ljudi često pojmove ekološki certifikat (Environmental certification) i eko oznaka (Eco label) koriste kao sinonime, no njihovo značenje nije jednako. Ekološki certifikat označava da poduzeće dostiže minimalne postavljene standarde, te ga mogu dobiti sva poduzeća u sektoru ukoliko zadovoljavaju definirane standarde. Dok je s druge strane, eko-oznaka nagrada za one koji ostvaruju značajno bolje performanse od ostalih unutar sektora, te se na takav način ističu. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja Republike Hrvatske navodi kako proizvodi i usluge koji su obilježeni eko-oznakama, kroz čitavo razdoblje svog životnog ciklusa zadovoljavaju visoko postavljene standarde za zaštitu okoliša. Eko-oznake su vrlo prepoznatljivo sredstvo koje se koristi za promicanje politike održive proizvodnje i potrošnje. Cilj eko-oznaka i održive politike je poticati proizvođače na društveno odgovorno poslovanje, te poticati potrošače na primjenu održivih stilova života. Na ovaj način se pridonosi smanjenju negativnog učinka proizvodnje i potrošnje na okoliš, zdravlje, klimu i prirodna dobra.

Kako sve više na globalnoj razini raste svijest o negativnim učincima na okoliš koji su posljedica ljudskih djelatnosti, tako raste svijest i kod dionika u turizmu. Kako ljudi podižu svijest o problemima vezanim uz okoliš, nastoje pozitivno djelovati i ostavljati što manji negativan otisak. Zbog toga se javlja trend na strani potražnje koji podrazumijeva da kupci prije kupovine nekog proizvoda ili usluge obraćaju pažnju na njegov način proizvodnje, korištene materijale, je li proizvod testiran na životinjama, nastoji li poduzeće smanjiti svoje negativne utjecaje na okoliš i slično. Ispunjavanjem zadanih normi i zahvaljujući tome imanjem certifikata poduzeća informiraju okolinu da usklađuju svoje poslovanje s ekološkom regulativom, te da imaju na umu savjesnost kupaca po pitanju ekologije (Johnstone, Labonne, 2009). Certifikati služe kao sredstvo komunikacije.

Njima proizvođači daju do znanja eksternim dionicima da posluju u skladu s prirodom, što može pridonijeti poboljšanju imidža poduzeća. Prema Lavallee i Plouffe (2004) dva su glavna uvjeta, a da bi se mogli zadovoljiti ciljevi ekoloških oznaka i deklaracija; da kupci mogu razlikovati proizvode koji imaju manji štetni utjecaj i da su proizvodi s eko oznakom zaista manje štetni za okoliš.

## 2.2. Povijest razvoja ekoloških certifikata

Pojava i razvoj certificiranja seže stoljećima u povijest. Prvi primjeri certifikata mogu se pronaći u Francuskoj. Prema Bien (2015) još u 15. stoljeću za proizvodnju sira roquefort mogao se dobiti certifikat, dok su francuska vina prva dobivala certifikat zbog podrijetla i načina proizvodnje kroz 19. stoljeće. Zatim se primjena certifikata proširila i na ostale djelatnosti poput električne i tekstilne industrije. Značajniji razvoj i povećanje broja se dogodilo tijekom 20. stoljeća. Ovi prvi primjeri su uglavnom služili za prepoznavanje unutar industrije, dok je prepoznavanje od strane kupaca bilo nisko. Značajniji poticaj razvoju i primjeni ekoloških certifikata bila je UN-ova konvencija donesena na "Earth Summit-u", održanom 1992. godine u Rio de Janieru. U sklopu summita donesena je Agenda 21 s ciljem povećanja socijalne, te odgovornosti prema okolišu od strane vladinih, profitnih i neprofitnih organizacija. Što se tiče razvoja ekoloških certifikata u području turizma u Francuskoj je pod nazivom Blue Flag 1987. lansiran certifikat kojim se označavaju plaže i marine iznimne kvalitete. Već iduće godine je u Austriji ustanovljena oznaka namijenjena objektima koji pružaju usluge noćenja, te usluge prehrane i pića, pod nazivom Silberdistel. Svjesni mogućih poteškoća u formiranju minimalnih standarda važniji certifikacijski programi su se povezali i odlučili raditi na zajedničkim politikama te zajedničkim minimalnim standardima. Nakon toga osnovan je i GSTC (Global Sustainable Tourism Council), organizacija koja uspostavlja kriterije i upravlja globalnim standardima na području održivog turizma i putovanja.

## 2.3. Veza ekološkog certificiranja s konceptom održivog razvoja

Na razini cijelog svijeta i u svim ljudskim djelatnostima se nastoji pridonijeti održivosti. Održivi razvoj je prema definiciji Hrvatske enciklopedije (2021): „ekonomski razvoj koji u potpunosti uzima u obzir djelovanje ekonomske aktivnosti na okoliš i osniva se na

obnovljivim izvorima dobara.“ UNWTO (2001) definira održivi razvoj kao onaj koji zadovoljava potrebe sadašnjih turista i receptivnih destinacija, a da pri tom ne ugrožava, već poboljšava prilike budućih generacija.

2015. godine Ujedinjeni narodi su donijeli 17 ciljeva održivog razvoja. Svako poduzeće, pa tako i ona koja djeluju u turizmu mogu i trebaju pridonositi ostvarenju ovih 17 ciljeva i njihovih 169 pridruženih ciljeva oko kojih su se usuglasile 193 zemlje. Ciljevi su doneseni na razdoblje od 15 godina, dakle na njihovom ostvarenju se intenzivno radi do 2030. godine. Usmjereni su ka postizanju ekološke, ekonomske i socijalne održivosti. Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WTTC) svjesno je obujma turističkih kretanja na globalnoj razini i kontinuiranog rasta broja putnika i broja putovanja na godišnjoj bazi, koje je prekinuto zbog COVID-19 pandemije, ali ne dugoročno. Zato i WTTC potiče na zajednički rad turističkih dionika prilikom postizanja održivog i inkluzivnog rasta turističkog prometa. WTTC u suradnji s ostalim organizacijama nastoji postići ostvarenje koristi od turizma za poduzeća, ali i prirodu, okoliš i lokalnu zajednicu. Vijeće se bavi gospodarskim i društvenim doprinosom industrije turizma i putovanja na globalnoj razini. Tako potiče inicijative i djeluje na polju klimatskih akcija, smanjenja korištenja jednokratne plastike, suzbijanju trgovine ljudima i ilegalne trgovine divljim životinjama, očuvanja bio raznolikosti, pružanja podrške donositeljima odluka, uključenja i proučavanja utjecaja na lokalnu zajednicu, te sastavljanja izvješća o održivosti.

Razna istraživanja su pokazala da kupci izražavaju zabrinutost za okoliš, te pokazuju pozitivan stav prema održivosti. Međutim, postoji razlika između stavova i stvarnog djelovanja. Čini se kako je problem u tome što kod većine potrošača prevladava pozitivan stav, dok je konkretno djelovanje minimalno. Kako navode Hays i Ozretić-Došen (2014) još je uvijek tek manji dio tržišta spreman platiti više za zelene proizvode i usluge. One kompanije koje ističu svoje zelene prakse mogu se smatrati inovatorima. Potrošačima je važan opipljivi aspekt. Što znači da ekološke oznake i prepoznatljivi certifikati, reciklirana ambalaža, solarni paneli, uređaji koji sami reguliraju potrošnju služe kao dokaz da je poduzeće ekološki orijentirano i poduzima mjere za postizanje održivosti.

Simin, Janjušić i Blažević (2013) u svom radu ističu da je sve važnija marka pod kojom se nešto prodaje nego li sam proizvod. Što znači da će se kupci prilikom odabira proizvoda voditi idejama i stavovima koje zastupa određena marka. Prema tome konzumiranje proizvoda ili usluga s eko oznakom potrošačima ostavlja dojam da žive zdravo i pridonose



zaštiti okoliša. Posjedovanje eko oznake pridonosi jačanju marke na tržištu i postizanju lojalnosti kupaca.

### **3. Vrste ekoloških certifikata i njihova primjena**

Razvojem i primjenom eko oznaka nastoji se povećati kako ponuda ekološki prihvatljivih proizvoda i usluga, tako i potražnja za njima. Neki certifikacijski programi su primjenjivi na sve vrste proizvoda i usluga, neki se odnose na jedan određeni sektor, neki su fokusirani na samo jedan ekološki aspekt, dok neki uzimaju u obzir samo jednu fazu životnog ciklusa proizvoda. Nadalje, brojni certifikacijski programi imaju nekoliko razina ispunjenja ekoloških kriterija, često označenih kao brončana, srebrna, zlatna ili platinasta. Također, mogu se razlikovati javni, privatni i javno-privatni. Javni certifikati su dobrovoljni, temelje se na analizi treće strane i sadržavaju čitav niz kriterija. Privatni su formirani od strane nevladinih organizacija ili industrijskih skupina. Možemo razlikovati i one koji se dodjeljuju na regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini, od kojih su neki primjeri navedeni u nastavku rada. Primarni cilj uvođenja ekološkog označavanja je zaštita okoliša. Primjenom certifikata nastoji se na neki način natjerati proizvođače da obrate više pažnje na utjecaj na okoliš kojeg ostvaruju i da postanu ekološki prihvatljivi. Također se nastoji utjecati i na potrošače prilikom procesa donošenja odluka o kupovini da izaberu proizvode i usluge koji imaju manji štetan učinak na okoliš. Eko oznake služe kao marketinški alat. Potiču razvoj ekološki prihvatljivih inovacija i na neki način natjecanja među konkurentima. Neke oznake se dodjeljuju samo najboljima u njihovom području, pa se može očekivati da će poduzeća u ovom kontekstu nastojati biti što uspješnija.

Svrha označavanja je i podignuti svijest o mogućim negativnim odnosno pozitivnim posljedicama koje sa sobom nose odluke koje donose potrošači prilikom odlučivanja u procesu kupovine. Bitno je da razumiju koliko je njihov izbor zapravo značajan i koliko mogu pridonijeti boljitku. Neki od principa ekološkog označavanja prema Global Ecolabelling Network-u (2004) su navedeni u nastavku. Kako bi program certificiranja bio što učinkovitiji i vjerodostojniji ključno je da bude dobrovoljan. Poanta nije u prisiljavanju organizacija da nešto poduzmu, iako postoje zakonske odredbe koje određuju neke minimume koji se moraju poštovati. Bit je u stvaranju i podizanju svijesti, te postizanju toga da proizvođači i potrošači svojevolumno i rado pridonose zaštiti planeta na kojem žive. Važno načelo za provođenje certificiranja je i usklađenost sa zakonskim odredbama. Prilikom donošenja odluke o kupovini ekološka održivost jedan je od faktora

kojeg kupci uzimaju u obzir. Često su prije sagledavani elementi kao kvaliteta i izvedba. Zato je važno uspostaviti kriterije za kvalitetu i izvedbu kako se ne bi dogodilo da proizvodi ili usluge s istom eko oznakom nisu slični po ovim čimbenicima. Da bi certifikati bili vjerodostojni, njihovi standardi se trebaju temeljiti na znanstvenim načelima. Uspostavljeni kriteriji su ispravni ukoliko su relevantni, dostižni, te mjerljivi odnosno provjerljivi. Organizacije koje upravljaju certifikatima trebale bi biti neovisne i izostavljene od bilo kakvih komercijalnih interesa. Za program je isto tako važno da bude otvoren i dostupan javnosti, važno je da se može konstantno pratiti i mjeriti, te da se uspostavi sustav upravljanja kvalitetom. Fleksibilnost kriterija i standarda se odnosi na njihovo praćenje, periodične preglede i po potrebi ažuriranje u skladu s promjenama. Tržište i tehnologija se vrlo brzo mijenjaju i zahtijevaju konstantno unapređenje. Darnall, Ji i Vazquez-Brust (2012) ističu kako kupci radije izabiru ekološke oznake koje su razvile povjerljivije organizacije poput vladinih i ekoloških nevladinih, nego li one koje sponzoriraju poslovna udruženja. Navode također da se eko oznake među sobom razlikuju u dvije važne dimenzije, a to su tko od tri gore navedene organizacije sponzorira oznaku, te na koji se način oznaka evaluira i potvrđuje.

Prema Međunarodnoj organizaciji za standardizaciju (ISO) postoje tri tipa označavanja ekološke učinkovitosti:

- Tip I - Ekološke oznake – dobrovoljne i temeljene na više kriterija, treća strana dodjeljuje licencu za korištenje ekološke oznake uzimajući u obzir životni ciklus proizvoda. Procjenjuje ekološku učinkovitost unutar pojedine kategorije proizvoda ili usluge. Sve oznake Tipa I se sastoje od dva koraka. Standardizacija je prvi korak i odnosi se na uspostavljanje seta certifikacijskih kriterija, odnosno utvrđivanje minimalnih zahtjeva. U drugom koraku se proizvodima i uslugama koji ispunjavaju uspostavljene kriterije daje pravo korištenja eko oznake.
- Tip II - Samodeklarirajuće tvrdnje – zbog nepostojanja naknade za financiranje i malog broja vladinih regulativa široko rasprostranjene. Ne temelje se na procjeni neovisne treće strane. Ove tvrdnje donose proizvođači, distributeri, uvoznici ili bilo koji drugi subjekti koji imaju korist od ovakve tvrdnje. Samodeklarirajuće tvrdnje se često referiraju na samo jedan dio životnog ciklusa proizvoda i često se koriste termini poput; izrađeno od recikliranog materijala, bio razgradivo, produženi vijek trajanja proizvoda i slično.
- Tip III - Ekološke deklaracije – po unaprijed uspostavljenim kriterijima kvalificirane treće strane proizvodima se dodjeljuju kvantificirani okolišni podaci u okviru dobrovoljnih programa. Primjerice u kratkom izvješću na proizvodu se navode

informacije o njegovim karakteristikama, poput količine otrovnih ili štetnih tvari, te koliki je postotak recikliranih materijala korišten. Ove informacije se mogu koristiti za usporedbu s drugim proizvodima.

2019. godine je Europska komisija objavila da na području zaštite okoliša i održivosti djeluje ukupno 186 certifikata i oznaka. Neki se primjenjuju na globalnoj, neki na kontinentalnoj, regionalnoj ili nacionalnoj razini. U znanstvenom članku *Ecolabelling in tourism: The disconnect between theory and practice* (2019) autori Bučar, Rheenen i Hendija su istraživanjem internetskih stranica otkrili 203 ekološka certifikata u upotrebi. Neki od certifikata se odnose na samo jednu turističku djelatnost, dok se neki primjenjuju na više različitih turističkih djelatnosti. Najveći udio certifikata se odnosi na smještajne objekte, zatim na turističke agencije i turoperatore. Na trećem mjestu po broju su certifikati namijenjeni restoranima, a na četvrtom oni namijenjeni turističkim djelatnostima. Postoji čitav niz certifikata koje izdaju različite organizacije. Da bi proces dodjele certifikata bio vjerodostojan, a certifikati pouzdani, bilo je potrebno uspostaviti konzistentan i transparentan set kriterija. Svjetsko vijeće za održivi turizam (GSTC) osnovano je 2008. godine. Ono se bavi uspostavljanjem standarda na području održivosti turizma i putovanja. Ovi standardi su poznati pod nazivom Globalni kriteriji za održivi turizam. GSTC standardi za održivi turizam se dijele na dva područja. Postoje kriteriji namijenjeni svim tipovima poduzeća koji su povezani s turizmom i kriteriji namijenjeni upravljanju destinacijom. Organizirani su u četiri skupine, a to su održivo upravljanje, socioekonomski utjecaji, kulturni utjecaji i utjecaji na okoliš. Ova organizacija je neutralna, neovisna i neprofitna, a registrirana je u SAD-u. Članovima organizacije mogu postati vlade, putničke tvrtke, hoteli, turoperatori, nevladine organizacije, pojedinci i zajednice.

#### **4. Ekološki certifikati u turizmu i ugostiteljstvu**

##### **4.1. Internacionalni ekološki certifikati**

U nastavku ovog poglavlja predstaviti ću neke od najpoznatijih ekoloških certifikata koji se primjenjuju u djelatnostima na području turizma i ugostiteljstva na globalnoj razini.

Slika 1: Green Globe logo



Izvor: <https://www.greenglobe.com/> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Green Globe - pruža standarde certificiranja za čitav niz turističkih djelatnosti (atrakcije, kongresni centri, golfski tereni, brodovi za kružna putovanja, restorani, spa centri, prijevozne kompanije, tour operatori, hoteli i odmarališta). Standardi uzimaju u obzir okolišne, socijalne, ekonomske i kulturne aspekte turizma promatrajući ih kroz 44 kriterija. S obzirom na ispunjavanje kriterija razlikuju se tri razine; zelena, zlatna i platinasta. Ovaj međunarodni certifikat obuhvaća preko 500 članova u više od 80 zemalja svijeta. Najviša razina koja se može doseći u okviru Green Globe certifikata je platinum članstvo, koje se dodjeljuje članovima koji su registrirani 10 uzastopnih godina i 5 godina imaju status zlatnog člana. Također uz gore navedeno, moguće ga je posjedovati samo ako član ispunjava sve potrebne kriterije unutar Green Globe Standarda za turizam i putovanja. Navedeni standardi se pregledavaju i ažuriraju dva puta godišnje, kako bi se uspješno prilagođavali i mijenjali, te bili u skladu s promjenama. Što se tiče okolišnih aspekata turizma tri su glavna područja djelovanja; očuvanje resursa, smanjenje onečišćenja, te očuvanje bioraznolikosti, ekosustava i krajolika. Jedini objekt u Hrvatskoj koji posjeduje ovaj certifikat je Villa Dubrovnik.

Slika 2: Green Key logo



Izvor: <https://www.greenkey.global/> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Green Key - vodeći standard izvrsnosti u turizmu na polju održivosti i odgovornosti prema okolišu. Razvijen u Danskoj 1994. godine. Posjedovanje ovog certifikata dokazuje da turistički objekti zadovoljavaju stroge kriterije koje propisuje Zaklada za okolišno obrazovanje. Postoji više od sto kriterija koji su podijeljeni u 13 kategorija, a dvije su

glavne grupe; upravljanje okolišem i održivim razvojem, te podizanje svijesti o okolišu i održivosti. Većina kriterija mora biti zastupljena, dok ostali predstavljaju smjernice čiji bi se postotak ispunjenosti trebao povećavati s vremenom. Green Key standard zastupljen je u više od 60 zemalja svijeta i više od 2600 turističkih objekata nosi ovu oznaku. Green Key certifikat namijenjen je sljedećim kategorijama; hoteli i hosteli, kampovi i parkovi za odmor, mali smještajni objekti, atrakcije, restorani i konferencijski centri. Vrijedi godinu dana i mora se obnavljati svake godine. U Hrvatskoj tek 10 objekata posjeduje ovaj certifikat, od kojih se 2 nalaze u Splitu, a to su Radisson Blu Resort i apartmani Salvezani.

Slika 3: EarthCheck logo



## EARTHCHECK

Izvor: <https://earthcheck.org/> [pristupljeno: 11.06.2022.]

EarthCheck – svjetski znanstveni sustav vrednovanja, certifikata i savjetodavnih aktivnosti na području turizma i putovanja. Sastoji se od sustava vrednovanja i certifikata. Vrednovanje podrazumijeva kvantitativnu evaluaciju socijalnog i učinka na okoliš, te stupanj najbolje prakse. Certifikati se dodjeljuju od strane odabrane i nezavisne treće strane, te verificiraju socijalni i učinak na okoliš prema EarthCheck standardima. Ustanovljen je 1987. godine, a danas djeluje u više od 70 zemalja. Potpomaže mnoge poslodavce, zajednice i vlade u nastojanju da osiguraju čiste, sigurne, prosperitetne i zdrave destinacije za turiste. Certificira smještajne objekte s obzirom na potrošnju energije, gospodarenje otpadom, upotrebu zelenih proizvoda i angažman u razvoju lokalne zajednice. Također, unutar sustava se posebnim programom evaluacije vrednuju razna područja upravljanja, poput upravljanja okolišem, rizikom i kvalitetom. U Hrvatskoj niti jedan turistički objekt nije vlasnik EarthCheck certifikata.

Slika 4: Green Tourism logo



Izvor: <https://www.green-tourism.com/pages/home> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Green Tourism - pruža poduzećima i organizacijama savjete o smanjenju potrošnje energije, uštedi vode, učinkovitom i ekološki prihvatljivom odlaganju otpada, etičkoj kupovini, korištenju lokalnih i sezonskih proizvoda, smanjenju dostavnog puta za hranu, promicanju bioraznolikosti, te općenitom usvajanju održivog načina poslovanja. Program Green Tourism certifikata prepoznaje predanost poduzeća koja aktivno rade na poboljšanju održivosti svog poslovanja. Dodjeljuju se brončane, srebrne i zlatne nagrade ovisno o ispunjenju ekoloških, ekonomskih i društvenih obveza. Nitko u Hrvatskoj ne posjeduje ovaj certifikat.

Slika 5: Travelife logo



Izvor: <https://travelifestaybetter.com/> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Travelife – ovaj međunarodni program održivosti smještaja prisutan je u više od 50 zemlja diljem svijeta i broji oko 1,500 članova. Travelife svojim članovima pruža praktične alate i resurse kako bi poboljšali svoje okolišne, socijalne i financijske učinke. Skup od 163 Travelife kriterija ocjenjuje performanse smještajnih objekata na području ljudskih i prava radnika, angažmana u lokalnoj zajednici i utjecaja na okoliš. Travelife pomaže svojim članovima da smanje potrošnju energije i vode, te proizvodnju otpada. Čime se ostvaruju značajne uštede u poslovanju. Certifikat dobiven nakon provedene analize i revizije traje dvije godine.

Slika 6: Biosphere Tourism logo



Izvor: <https://www.biospheretourism.com/en> [pristupljeno: 11.06.2022.]

BiosphereTourism – na načelima održivosti i konstantnog napretka razvija se dobrovoljni i neovisni sustav certificiranja u turizmu. Potiče razvoj neinvazivnog turizma i stvara korist za sami turistički objekt, za planet i društvenu zajednicu. Biosphere dodjeljuje certifikate u različitim poljima turističke djelatnosti. Tako Biosphere certifikat mogu dobiti različiti tipovi smještajnih objekata, muzeji, turistički centri, aktivni i avanturistički oblici turizma, zabavni parkovi i zoološki vrtovi, sportski i wellness sadržaji, restorani, prijevozni sustavi i turistički posrednici. Ovaj certifikat je oblikovan od strane Instituta za održivi turizam. Ovaj institut kroz Biosphere certificiranje nastoji ugraditi u turističko poslovanje 17 ciljeva održivog razvoja, donesenih od strane UN-a. Također, bilo koja turistička destinacija može postati Biosphere destinacija. Danas takvih destinacija ima 30ak i svima im je zajednička posvećenost održivom razvoju. Najveća koncentracija destinacija koje su članice Biosphere zajednice destinacija se nalazi u Španjolskoj i Portugalu.

Slika 7: Blue Flag logo



Izvor: <https://www.blueflag.global/> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Blue Flag – dobrovoljni certifikat koji se na svjetskoj razini dodjeljuje plažama, marinama i turističkim brodovima koji ispunjavaju stroge ekološke, sigurnosne, obrazovne i kriterije pristupačnosti. Blue Flag program postoji od 1987. godine, a trenutno ovaj certifikat posjeduje 4831 obalni prostor, odnosno brod namijenjen turističkim svrhama, u 50 svjetskih zemalja. Program je upravljan od strane Zaklade za obrazovanje o okolišu, čije je sjedište u Kopenhagenu. Značajan fokus Blue Flag programa je usmjeren na obrazovanje i učenje javnosti o okolišu kako bi se podignula svijest o važnosti očuvanja prirodnog prostora. Osim obrazovanja, program se bavi informiranjem posjetitelja o lokacijama koje posjećuju, redovitim praćenjem lokacija kojima je dodijeljen certifikat, upravljanjem područjem koje je dodijeljeno prikladnoj lokalnoj organizaciji i osiguranjem sigurnosti posjetitelja, osoblja i okoliša.

Plava zastava je izrazito cijenjena i sve većem broju turista važan čimbenik prilikom odabira destinacije. Ovo priznanje se dodjeljuje za samo jednu sezonu. Prema

informacijama sa web stranice lijepa-nasa.hr, 2022. godine je u Republici Hrvatskoj 70 plaža, od kojih se čak 42 nalaze u Istarskoj županiji, te 30 marina nagrađeno plavom zastavom.

#### 4.2. Lokalni i regionalni ekološki certifikati

Lokalni i regionalni ekološki certifikati su oni koji se ne primjenjuju na razini čitavog svijeta, već su namijenjeni isključivo za jednu državu ili pojedinu svjetsku regiju.

Slika 8: EU Ecolabel logo



Izvor: <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/> [pristupljeno: 11.06.2022.]

EU Ecolabel – ovaj certifikat ekološke izvrsnosti se dodjeljuje proizvodima i uslugama koji ispunjavaju visoke ekološke standarde. Njime se označavaju proizvodi koji imaju manji nepovoljan utjecaj na okoliš u odnosu na istovrsne proizvode i usluge. U obzir se uzima čitav životni ciklus proizvoda, od sirovina potrebnih za proizvodnju, sve do zbrinjavanja proizvoda koji više nisu za korištenje. EU Ecolabel radi i na poticanju kružne ekonomije. Potiče proizvodnju dobara koja su dugotrajna, koja se mogu popraviti i reciklirati. Kriteriji služe kao vodič kompanijama koje žele smanjiti svoj utjecaj na okoliš. Certifikat EU Ecolabel postoji od 1992. godine i obuhvaća više od 80 000 proizvoda i usluga u 24 kategorije. Dodjeljuje se proizvodima kao što su različiti proizvodi za čišćenje, odjeća i obuća, elektronički proizvodi, pa sve do objekata namijenjenih turističkom smještaju. Djelovanje ovog programa je utvrđeno od strane Europskog parlamenta i Vijeća. Svakodnevno upravljanje provodi Europska komisija u suradnji s raznim tijelima država članica. Prilikom razvoja kriterija fokus je na onoj fazi u kojoj proizvod ima najveći utjecaj na okoliš, što se razlikuje od proizvoda do proizvoda. Certifikat je namijenjen proizvodima koji se stavljaju na tržište Europske Unije. U prosjeku svake četiri godine kriteriji se revidiraju kako bi bili u skladu s tehnološkim i



tehničkim promjenama. Valamar Riviera Poreč i Toplice Sveti Martin su jedini smještajni objekti u Hrvatskoj s ovim certifikatom.

Slika 9: Bio Hotels logo



Izvor: <https://www.biohotels.info/en/> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Bio Hotels - udruženje koje djeluje u Njemačkoj, Austriji, Italiji, Švicarskoj, Sloveniji i Grčkoj. Hoteli koji posjeduju ovaj certifikat koriste isključivo 100 % organski proizvedenu hranu i piće. Posebnu pažnju pridaju korištenju lokalnih i sezonskih namirnica, te postizanju što kraćeg vremena dostave. Također, upotrebljavaju samo prirodnu kozmetiku i sredstva za čišćenje. Teže upotrebi energije u potpunosti proizvedene na čist način, recikliranju papira, smanjenju upotrebe plastike, te minimalizaciji emisija CO2. Hoteli koji su članovi ovog udruženja ispunjavaju vrlo visoke standarde zaštite okoliša. Godišnji pregledi od strane neovisnih inspekcijskih tijela osiguravaju konstantnost izvedbe.

Slika 10: Fair Trade Tourism logo



Izvor: <https://www.fairtradetourism.org/> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Fair Trade Tourism – djeluje na području južne Afrike, a s ciljem ostvarenja odgovornijeg turizma u socijalnom, kulturnom i okolišnom smislu. Kao zasebna organizacija djeluje od 2004. godine. Ova neprofitna organizacija pruža platformu za umrežavanje, poslovnu podršku i certifikaciju za potporu turističkom sektoru. Ostvaruju partnerstvo s dionicima u cijelom turističkom lancu vrijednosti. Nastoje postići da ljudi i zemlja koji predstavljaju resurs za turizam od njega ostvaruju i korist. Certifikacijski standard Fair Trade Tourism-a je bio među prvima u svijetu službeno priznat od strane GSTC-a. No, zbog financijskih prepreka imaju poteškoća prilikom zadržavanja njihove potpore. Rad ove organizacije se temelji na 6 principa, a to su; da svi dionici dobiju zasluženi udio u dobiti, da svi dionici imaju pravo i mogućnost sudjelovanja u donošenju odluka koje ih se dotiču, poštovanje ljudskih prava, kulture i prirode od strane lokalnog stanovništva i posjetitelja, da pružene

usluge trebaju biti pouzdane i konstantne, transparentnost u poslovanju turističkih poduzeća i težnja da budu održivi.

Slika 11: Eco Tourism Australia logo



Izvor: <https://www.ecotourism.org.au/> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Eco Tourism Australia – neprofitna organizacija koja djeluje na području Australije usmjerena na poticanje ekološki održivog i kulturno odgovornog turizma. Oblikuje certifikacijske programe za turističke proizvode i destinacije. Eco Tourism Australia nudi 5 certifikata. Eco certifikat se dodjeljuje turističkim proizvodima s primarnim fokusom na prirodi. Daje garanciju da proizvod nudi visoko kvalitetno turističko iskustvo temeljno na prirodnim resursima i da je proizvođač posvećen održivim praksama. Razlikuju se tri razine ovog certifikata; turizam u prirodi, eko turizam i napredni eko turizam. Certifikat za klimatske akcije se dodjeljuje poduzećima unutar bilo kojeg sektora turističke industrije, a koji rade na smanjenju emisija ugljika i poduzimaju mjere za rješavanje klimatskih promjena. Ovaj certifikat također ima tri razine; Climate Action poduzeće, Climate Action inovator i Climate Action predvodnik. Certifikat Respecting our Culture potiče turističku industriju da poštuje i jača domorodačku kulturnu baštinu. Turistički subjekti s ovim certifikatom imaju potvrdu da pridonose zaštiti kulturne autentičnosti i integriteta, zaštiti okoliša i da poštuju povezanost domorodačkih stanovnika s prirodom. Certifikat eco destinacije se dodjeljuje regiji ili destinaciji čije je područje jasno definirano. Za to se područje odabire tijelo koje će upravljati programom certificiranja, poput lokalnog vijeća ili lokalne turističke zajednice. Ovaj certifikat se odnosi na održivost življenja čitave zajednice na određenom području, tako da nadilazi turističke sektore. Ima iste tri razine kao i prvi navedeni eco certifikat. Posljednji certifikat kojeg dodjeljuje Eco Tourism Australia organizacije je certifikat za eco vodiče. Ovaj je certifikat namijenjen tour operatorima i upraviteljima zaštićenih područja koji pružaju autentično, ekološki odgovorno i profesionalno iskustvo.

Slika 12: Blue Angel logo



Izvor: <https://www.blauer-engel.de/en> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Blue Angel – ekološki certifikat njemačke vlade, namijenjen proizvodima i uslugama koji su najbolji unutar svoje grupe. Ovaj nezavisni certifikat obuhvaća čitav niz kriterija prilikom evaluacije nekog proizvoda ili usluge. Kriterije razvija Njemačka agencija za okoliš. Blue Angel je oznaka zaštite okoliša tipa I, temeljena na međunarodnoj normi DIN ISO 14024 “Ekološke oznake i deklaracije - ekološko označavanje tipa I”. Ovaj certifikat posjeduje više od 20 000 proizvoda i usluga, a dodjeljuje se širokom rasponu različitih proizvoda. Tako se može primjerice pronaći na proizvodima za čišćenje, proizvodima građevinske industrije ili smještajnim objektima.

#### 4.3. Ekološki certifikati u Republici Hrvatskoj

U posljednjem dijelu četvrtog poglavlja predstavljani su ekološki certifikati koji su razvijeni i primjenjuju se isključivo na području Republike Hrvatske.

Slika 13: Prijatelj okoliša logo



Izvor: <https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug-4925/okolis/eko-oznake/znak-zastite-okolisa-prijatelj-okolisa/1414> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Prijatelj okoliša- znak zaštite okoliša koji se dodjeljuje proizvodima i uslugama koji u usporedbi sa srodnim proizvodima i uslugama imaju manji negativan utjecaj na okoliš. Dakle, ovaj certifikat mogu dobiti samo najbolji, jer su kriteriji na vrlo visokoj razini, tako da im tek 20-30% proizvoda na tržištu može udovoljiti. Certifikat se dodjeljuje na temelju procjene nezavisne treće strane i spada u Tip I eko-oznaka i deklaracija međunarodne norme EN ISO 14024:2000. Cilj programa je smanjiti negativan utjecaj proizvodnje i

potrošnje na okoliš, zdravlje, klimu i prirodne resurse. Ovaj certifikat mogu dobiti samo proizvodi koji se stavljaju na tržište Republike Hrvatske. Promatra se čitav životni ciklus proizvoda i na temelju stručnih i znanstvenih pokazatelja se utvrđuje utjecaj na okoliš. Oznaku Prijatelj okoliša dobiva onaj proizvod koji ostvaruje najmanje opterećenje na okoliš u usporedbi s drugim proizvodima iz iste kategorije. Tri su koraka dodjele. Prvo Ministarstvu treba predati zahtjev, zatim savjetodavno stručno povjerenstvo donosi stručno mišljenje o opravdanosti dodjele znaka, te Ministarstvo donosi odluku na temelju mišljenja Povjerenstva.

Slika 14: Sustainable hotel by UPUHH logo



Izvor: <https://www.total-croatia-news.com/travel/37005-falkensteiner> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Sustainable Hotel – Udruga poduzetnika u hotelijerstvu Hrvatske je 2013. godine predstavila pilot projekt “Zeleno poslovanje u hotelijerstvu”. Inicijativu je podržalo Ministarstvo turizma i u projekt se uključio 21 hotel. Hoteli za koje je evaluacijom utvrđeno da ispunjavaju postavljene kriterije su postali vlasnici certifikata Sustainable Hotels by UPUHH. Pokretanje ovog projekta bilo je u skladu s Strategijom razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine. Uvođenje zelenog poslovanja smještajnih objekata bio je jedan od glavnih ciljeva Strategije. Projekt je organiziran kroz nekoliko faza i radionica kroz koje su hoteli prolazili. Dodijeljene razine održivih certifikata su; basic, advanced i superior. Da bi ostvarili basic razinu hoteli trebaju ispuniti osnovne kriterije i ostvariti minimalni broj bodova za svaku kategoriju. Za advanced razinu, potrebno je osim osnovnih ispuniti i dodatne kriterije, te imati razvijenu svijest i prakse u nekoliko elemenata zelenog poslovanja. Za najvišu superior razinu, treba zadovoljiti sve osnovne i napredne kriterije, te posjedovati dodatne elemente koji dokazuju da svakodnevno provodi zeleno održivo poslovanje. Prema zadnjim podacima iz 2018. godine, 49 hotela je posjedovalo Sustainable Hotel certifikat.

Slika 15: Eco Hotel logo



Izvor: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=257> [pristupljeno: 11.06.2022.]

Eco Hotel – udruga obiteljskih i malih hotela dodjeljuje hrvatsku eko-oznaku za smještaj u turizmu koja prati strukturu europske eko-oznake Eco-flower. Posjedovanje ovog eko certifikata podrazumijeva sljedeće elemente; racionalno korištenje energenata i sredstava za rad, sortiranje, razvrstavanje i selektivno prikupljanje otpada, pripremu jela od lokalnih sastojaka te po tradicionalnim receptima i širenje ekološke svijesti među osobljem, gostima i svima koji dolaze u doticaj s uslugama hotela. Ovu eko-oznaku s logotipom “srce sa listom” nose objekti koji vode najveću brigu o okolišu na svom području.

#### 4.4. Koristi od primjene ekoloških certifikata u turističkim subjektima i destinacijama

Termin ekologija je nastao spajanjem dviju grčkih riječi. Prema Herceg (2013) riječ oikos označava dom, stanište dok logos znači znanost ili znanje. Tako se riječ ekologija upotrebljava za opisivanje upravljanja prirodnim okolišem, a koje je održivo i ostavlja minimalan negativan učinak. Eko-hoteli predstavljaju objekte koji ispravno i racionalno upravljaju okolišem, te čak i podižu njegovu kvalitetu. Kako je glavni motiv otvaranja poduzeća i temeljni cilj poslovanja ostvarenje profita, tako je razlog okretanja ka ekološki održivom djelovanju vrlo često smanjenje troškova. Međutim, osim nižih troškova racionalno upravljanje resursima i zaštita okoliša pridonose i pozitivnom imidžu hotela u javnosti. Niti jedan hotel ne želi biti spominjan u negativnom kontekstu i trpjeti štetu nastalu zbog toga što ne primjenjuje ekološke kriterije i ne udovoljava ekološkim standardima. Uvođenjem ekološke politike u svoje poslovanje hotel između ostalog kako u svom radu navodi Petrić (1999) ostvaruje niže troškove poslovanja, poboljšava odnos s lokalnom zajednicom, smanjuje fluktuacije zaposlenika, te otvara mogućnost zadovoljenja potreba novog tržišnog segmenta. Novi segment ekološki osviještenih gostiju postaje sve značajniji i predstavlja novu priliku za poduzeća. Uvođenje i prihvaćanje ekoloških standarda u poslovanju je proces koji zahtijeva dosta vremena, ali i novca. Da bi se mogla u svakodnevno poslovanje implementirati ekološka politika važno je informirati i obrazovati djelatnike kako bi je prihvatili i primjenjivali. Prema Petrić (2011) šest je

glavnih područja unutar hotelskog poslovanja na koje se odnose mjere upravljanja okolišem, a to su; energija, voda, kruti otpad, efluenti i emisije (otpad u tekućem i plinovitom stanju), izbor poslovnih partnera, te poslovanje.

Neki hoteli ostvaruju veću, a neki manju potrošnju energije i vode. Količina potrebnih resursa ovisi o veličini i kapacitetu hotela. No, za hotelska poduzeća općenito se može reći da su veliki potrošači resursa. Većinom koriste veće količine energije i vode od onih koji su im stvarno potrebni. Na tom polju može se ostvariti značajna ušteda racionalnijim upravljanjem potrošnjom. Potrebno je podizati svijest zaposlenika i posjetitelja o važnosti uštede koja se može ostvariti ukoliko se pazi na potrošnju. Za postizanje značajnijih rezultata nije dovoljno samo podizati svijest, već i ugraditi nove, specijalne uređaje koji su energetske prihvatljiviji i čišći. Hotele karakterizira velik protok ljudi i time stvaranje velikih količina otpada raznih vrsta. Onečišćenju vode i zraka najviše pridonose klima uređaji, te hladnjaci i bojleri, ali i sredstva za čišćenje na bazi kemikalija, pesticidi, herbicidi koji na kraju završe u vodi (Petrić, 2011). Kako bi bolje regulirali količine krutog otpada koje nastaju, hoteli mogu primjenjivati 3R model. 3R označava Reduce, Reuse i Recycle. Ovo pravilo postupanja s otpadom podrazumijeva takav odnos u kojem se za početak treba smanjiti tj. reducirati sva nepotrebna potrošnja. Nadalje, svaki predmet koji se može ponovno iskoristiti treba vratiti u upotrebu ili proslijediti nekom tko će ga ponovno iskoristiti. Zadnja stavka podrazumijeva recikliranje svega što se reciklirati može. Primjenom ovog pravila značajno bi se smanjila količina otpada koja završi u smeću kao u potpunosti neupotrebljiva. Prilikom odabira poslovnih partnera za nabavu hrane i pića, sredstava za čišćenje, higijenskih i kozmetičkih proizvoda, te ostalih potreština hotel treba obratiti pažnju da dobavljači također budu ekološki orijentirani. Primjena svih ovih koncepata trebala bi dovesti do vidljivih poslovnih rezultata. Hotel bi trebao s javnošću i s tržištem komunicirati sve što radi na polju zaštite okoliša, jer se na takav način steče pozitivan imidž. Upravljanjem okolišem kroz ova područja ostvaruju se uštede, a time i veći profit. Također predanost u ovom aspektu pridonosi povećanju odanosti od strane gostiju kojima je važna ekološka orijentiranost. Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO) se bavi razvijanjem i objavljivanjem standarda za sve aktivnosti i gospodarske sektore. Standarde se može razumjeti kao uspostavljanje i primjenjivanje najboljeg načina za nešto napraviti. ISO 14001 podrazumijeva skup kriterija koji se odnose na upravljanje okolišem. Primjena ovih standarda dokazuje da poduzeće aktivno prati, mjeri i poboljšava svoj utjecaj na okoliš. ISO 14001 standardi poduzećima daju jasan okvir za upravljanje okolišem i pružaju pomoć u raznim aspektima

povezanim uz utjecaj na okoliš, a kako bi se smanjio negativan učinak. Hoteli koji su prvi započeli s primjenom ekoloških standarda i politika jesu hoteli koji pripadaju nekom hotelskom lancu. Zbog potrebe za visokim financijskim ulaganjima, lancima hotela je jednostavnije provesti potrebne promjene.

Neke destinacije, a pogotovo one slabije razvijene uvelike ovise o turističkoj industriji. Turiste vrlo često privlače osjetljiva prirodna područja. Intenzivan razvoj turizma se tako očituje i u negativnim posljedicama na destinaciju. Dolazi do onečišćenja zraka, vode, tla, te do degradacije okoliša. Primjena ekoloških standarda i usvajanje programa za zaštitu okoliša pridonose očuvanju prostora i resursa. Cilj je minimalizirati količine proizvedenog otpada, minimalizirati degradaciju prostora i smanjiti prekomjernu uporabu ograničenih resursa. Neke od negativnih ekoloških posljedica koje turizam generira na prostoru destinacije jesu erozija tla, smanjenje bio raznolikosti, ugrožavanje i gubitak prirodnog staništa, povećana opasnost od požara, prekomjerna betonizacija, prometno onečišćenje i slično. Kako bi turistička destinacija bila održiva nužno je da dionici koji u njoj djeluju prihvate takvu orijentaciju. Primjena ekoloških certifikata od strane turističkih dionika doprinosi održivom razvoju turizma na razini destinacije. Ekološki certifikati koji se dodjeljuju turističkim destinacijama odnose se na održivost čitavog turističkog prostora, te označavaju da je prostor u cjelini ekološki prihvatljiv.

## **5. Primjena eko certifikata na primjeru hotela Berulia**

U nastavku rada fokus je na konkretnom primjeru hotela Berulia, s Makarske rivijere.

### **5.1. Općenite informacije o hotelu**

Hotel Berulia smješten je u Brelima, malom turističkom mjestu na Makarskoj rivijeri. Berulia je dio hotelskog lanca Bluesun hotels & resorts kojim upravlja koncern Sunce hoteli d.d. Sunce je jedna od vodećih turističkih grupa u Hrvatskoj s 11 hotela uz obalu na Jadranskom moru, 1 kampom i 1 zakupljenim objektom s 2.973 smještajnih jedinica, vlastitim aerodromom na otoku Braču i drugom turističkom imovinom koja se nalazi u 5 popularnih turističkih destinacija u Hrvatskoj.

Slika 16: Bluesun Hotel Berulia



Izvor: <https://www.bluesunhotels.com/hotel-berulia-brela> [pristupljeno: 12.06.2022.]

Osim toga, u zajedničkom pothvatu s TUI AG, Sunce ima jedan Premium hotel (TUI Blue Jadran) sa 161 smještajnom jedinicom. Bluesun hotels & resorts posluje u Brelima, Bolu, Tučepima, Supetru i Starigradu-Paklenici. Sunce hoteli su od 2004. godine, kada je kompanija osnovana, do 2021. godine bili u vlasništvu Jake Andabaka. No, u prvoj polovici 2021. godine Andabak je prodao gotovo 70 % dionica tvrtki Eagle Hills Zagreb Real Estate za oko 101 milijun eura (760 milijuna kuna).

Hotel je 2017. godine u potpunost preuređen i okružen vrtom s mediteranskim biljem i borovom šumom. Prostire se na 15 000 m<sup>2</sup>. Posjed hotela je udaljen 10 m od mora, 3 km od najpoznatije plaže Punta Rata, 600 m od centra Brela, 50 km od Splita, 70 km od zračne luke Split i 13 km od Makarske. Punta Rata je jedna od poznatijih plaža u Hrvatskoj. Zahvaljujući čistoći mora proglašena je jednom od deset najljepših plaža na svijetu prema Forbes magazinu. Hotel se sastoji od tri objekta. Glavna zgrada hotela i nova dependansa sadrže 190 soba i imaju pet zvjezdica, dok dependansa Mala Berulia ima četiri zvjezdice i 45 soba, čiji gosti imaju na raspolaganju sve usluge i sadržaje hotela Berulia. Berulia je prvi hotel unutar Bluesun grupacije sa pet zvjezdica. Između glavne zgrade i dependanse Mala Berulia smještena je i villa. Sve sobe opremljene su sa klima uređajem, telefonom, internetom, satelitskom i interaktivnom televizijom, minibarom, kupaonicom, sušilom za kosu, te sefom. Što se tiče ugostiteljske usluge, hotel raspolaže sa tri restorana (hotelski restoran “Arkada”, plažni restoran “Puž” i konoba Posejdon) i dva bara (aperitiv-bar “Blue bar” i Pool bar). Hotel se može pohvaliti s čak tri bazena – elegantnim infinity, velikim relax bazenom i luksuznim swim-up bazenom u koji se ulazi s terase deluxe soba. Od sadržaja ima i vlastiti spa i wellness, te fitness centar. Svojim gostima također nudi zabavne i sportske sadržaje, dvije terase i parking.



Prema posljednjim podacima, za sezonu 2021. godine u hotelu Berulia bilo je zaposleno 52 djelatnika na neodređeno i 95 djelatnika na određeno. Uprava hotela ističe kako im je vrlo važno zadovoljstvo njihovih djelatnika i da su svjesni intenziteta i zahtjevnosti sezonskog posla u najtoplijem dijelu godine. Navode kako čine sve da bi pružili svojim djelatnicima bolje uvjete za rad; sezonskim djelatnicima s mjestom prebivališta izvan Brele osiguravaju smještaj i tri topla obroka dnevno, nude sezonskim zaposlenicima zapošljavanje na mjeru stalnog sezonca, ugovor na neodređeno, stimulaturna primanja i promaknuća, te kroz organizaciju različitih edukacija, treninga i seminara ulažu u profesionalni razvoj i kvalitetu svojih djelatnika. Na razini čitavog Bluesun lanca djeluje i Bluesun akademija. Cilj akademije je trajna edukacija svojih djelatnika, a time i kontinuirano unaprjeđenje kvalitete usluge, te povećanje zadovoljstva gostiju. Ova edukacija priprema djelatnike za poslovnu komunikaciju s gostima, radi na poboljšanju uslužnosti i stručnosti. Nastoji motivirati djelatnike, te stalno razvijati i unaprjeđivati njihove vještine.

Hotel Berulia je višestruko nagrađivan od strane Hrvatske gospodarske komore, Ministarstva turizma, online booking agencija i slično. 2018. godine zauzeo je visoko treće mjesto u konkurenciji Sentido hotela i drugo mjesto u konkurenciji svih hotela Thomas Cooka u istočnoj Europi. Također dobitnik je i sljedećih priznanja kroz godine svog poslovanja;

- Nagrada Neckermann – 100 najpoželjnijih hotela svijeta
- Tripadvisor – Certificate of Excellence Winner (2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.)
- Turistički cvijet – Kvaliteta za Hrvatsku (priznanje za osvojeno 2. mjesto 2014)
- Holiday check Quality Selection – Recommended on Holiday Check (2013, 2014, 2015, 2017, 2018)
- Booking.com Guest Review Awards (2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018.)

Zahvaljujući svom djelovanju po pitanju prirodnog okruženja i potrošnji energenata i vode, te djelovanju u sferi socijalnih pitanja i društveno odgovornog poslovanja hotelu Berulia dodijeljen je Travelife Gold certifikat.

## 5.2. Mjere koje hotel poduzima s ciljem postizanja održivosti

U Izvještaju o održivosti (2021) hotel Berulia navodi kako predano radi na politici održivosti po pitanjima zapošljavanja, ljudskih i prava radnika, te odnosa prema prirodnom okruženju. Hotel konkretno vodi evidenciju i mjeri prosječnu potrošnju i opskrbu vode, plina, goriva i struje. Navode kako su na ovom polju u protekle dvije godine zabilježili trend rasta i kako je jedan od glavnih ciljeva smanjiti energetska potrošnju hotela.

Kako bi smanjili potrošnju vode i učinkovitije upravljali istom, poduzeli su sljedeće mjere:

- politika smanjenja upotrebe vode – aktivna politika potrošnje vode koja se implementira i nadgleda
- korištenje vode – na mjesečnoj bazi mjeri se potrošnja voda
- ublaživači protoka i perlatori – ugrađeni su perlatori u svim sobama
- štedni toaleti – štedne tipke ili druga oprema za uštedu vode instalirani su u toaletima
- kontrola sustava za navodnjavanje
- prigušivanje ventila za određene protoke

Kako bi održivije upravljali energijom, uveli su sljedeće mjere u poslovanje:

- politika štednje energije – tvrtka ima politiku štednje energije koja je implementirana i nadgledana
- potrošnja i izvori energije – mjeri se potrošnja energije za grijanje i struju, različiti periodi se uspoređuju s ciljem reduciranja emisije
- sustav automatskog uključivanja/isključivanja – na lokacijama gdje je izvedivo koristi se sustav automatskog uključivanja/isključivanja
- politika „isključivanja“ opreme – sva oprema se isključuje nakon radnog vremena (ne ostavlja se u standby modu)
- politika gašenja svjetla – na mjestima gdje je moguće, nakon radnog vremena gase se sva svjetla
- niskoenergetska oprema – pri kupnji nove opreme, prednost se daje niskoenergetskoj opremi temeljeno na EU standardima
- učinkoviti način – oprema je namještena na način štednje energije
- pošto su u hotelu sve LED žarulje, namjera dodavanja timer-a za upozorenje djelatnicima na važnost gašenja rasvjete

- postavljanje dodatnih senzora gdje ih nema

Jedan od glavnih ciljeva je također smanjiti potrošnju lož ulja na način da se ostvari veća ušteda tople vode i nabave učinkovitiji izmjenjivači topline.

Svi Bluesun hoteli, pa tako i Berulia nastoje svesti na minimum korištenje opasnih supstanci, te smanjiti onečišćenje i zagađenje. Tako se u restoranima koriste lokalne i svježe namirnice kupljene u obližnjim OPG-ovima, i na taj način se smanjuje kilometražna hrane. Posebna briga se vodi o sredstvima za održavanje inventara koje sadržavaju opasne supstance ili eventualno mogu izazvati onečišćenje. Tako je korištenje potencijalno štetnih i opasnih supstanci svedeno na minimum i zamijenjeno manje štetnim proizvodima, čije je ispravno skladištenje osigurano. U eksterijeru i interijeru se koriste bezolovne i boje na bazi vode. Provode se postupci smanjenja svjetlosnog i zagađenja bukom, te zagađenja vode i kontaminiranja tla. Sve otpadne vode se zbrinjavaju u skladu s nacionalnim propisima.

Gospodarenje otpadom se odvija uz pomoć partnerskih tvrtki koje su ovlaštene za određene tipove otpada. Plan zbrinjavanja otpada je izrađen u suradnji s tvrtkom Zeleni servis d.o.o. Navedena tvrtka se bavi izrađivanjem prostornih planova uređenja, urbanističkih planova, ostalih strateških dokumenata, te je ovlaštena za provedbu strateških procjena utjecaja na okoliš. Hotel na svom prostoru ima izgrađeno reciklažno dvorište, gdje je omogućeno odvajanje otpada prema tipu; miješani komunalni otpad, papir i karton, biorazgradivi kuhinjski otpad, jestivo ulje i masti. Osigurani su i posebni specijalizirani spremnici za građevinski otpad, otpadne boje, lakove, kiseline i lužine, ambalažu onečišćenu opasnim tvarima, metalnu ambalažu, zauljeni kruti i ostali otpad. Hotel Berulia također sudjeluje u lokalnim akcijama čišćenja koje organizira lokalna zajednica. Kako bi pridonio ostvarenju manjeg negativnog učinka na okoliš, hotel je razvio politiku smanjenja krutog otpada i politiku recikliranja, te smanjenja količine otpada za pakiranje. Nastoji se ostvariti minimalno korištenje ne-reciklažnog i ne-biorazgradivog materijala. Kod tinti i tonera za ispis koriste se metode recikliranja i nadopune, a baterije se recikliraju ili prikladno odlažu.

Bluesun hotel Berulia iz Brela je jedan od prvih hotela koji je dobio zeleni certifikat UPUHH-a i oznaku "Sustainable Hotel". Hotel je 2014. godine dobio BASIC razinu ovog certifikata. Certifikat "zeleni hotel" označava da hotel u poslovanju prati svjetske trendove

održivog poslovanja. Proces certificiranja provodi se u nekoliko faza, s revizijama po hotelima i akcijskim planovima u razdoblju od tri do pet mjeseci i analizom postignutih rezultata. Da bi ostvarili ovaj certifikat hoteli su morali zadovoljiti brojne kriterije podijeljene u devet kategorija.

Slika 17: Travelife Gold Certifikat za Bluesun Hotel Berulia



Izvor:

<https://uploads.bluesunhotels.com/21/6138b11f6d436.pdf?ga=2.262490703.274268655.1652531853-169453740.1643718715> [pristupljeno: 30.05.2022.]

Hotel Berulia, kao i ostali hoteli iz lanca Bluesun sastvalja Izvještaj o održivosti. Grupacija Sunce hoteli d.d., u čijem je vlasništvu hotel Berulia objavljuje godišnji financijski izvještaj, međutim nemaju dostupnih podataka o utjecaju primjene eko certifikata na ostvarenje poslovnih rezultata hotela. Godine 2017. bivši vlasnik Jako Andabak je uložio više od 12 milijuna eura u obnovu hotela Berulia. Ova je investicija obuhvaćala obnovu postojećeg objekta, te nadogradnju novih soba i sadržaja.

Renovacijom je ovaj hotel postao prvi Bluesun hotel s 5 zvjezdica. Prema recenzijama na stranici Booking.com hotel ima ocjenu 9,0 - izvanredan. Pregledom recenzija može se uočiti kako gosti često među pozitivnim karakteristikama navode lokaciju i hotelski okoliš. Hotel je izvrsno uklopljen u prirodno mediteransko podneblje, te u potpunosti okružen dalmatinskim stablima i biljkama. Posjetitelji hvale hotelski okoliš i čistoću plaže tik ispred hotela. Također često pozitivno komentiraju i hranu te hotelske restorane koji se opskrbljuju iz lokalnih OPG-ova. Na stranici Booking.com je jasno istaknuto da je hotel Berulia objekt u programu 'Održiva putovanja', što znači da poduzima značajne korake u smjeru održivosti. Istaknuto je kako se ulažu naponi da bi se smanjile količine otpadne hrane, da se ne koriste jednokratni plastični proizvodi, da se radi na uštedi vode. Upotrebom LED žarulja, dvostruko ostakljenim prozorima, upravljanjem strujom putem kartice ili senzora pokreta radi se na uštedi energije. Također dostupna je i postaja za punjenje električnih automobila, nudi se najam bicikala, dio prihoda se ulaže u lokalnu zajednicu i potiče se lokalna kultura, umjetnost, te tradicija. Isticanje svih navedenih aktivnosti koje se provode s ciljem postizanja ekološki prihvatljivijih putovanja zasigurno privlači veći broj turista, podiže kvalitetu usluge i boravka što doprinosi boljim recenzijama, te pruža osnovu i za određivanje više cijene i postizanje većih prihoda.

## 6. Zaključak

Ekološki certifikati označavaju proizvode i usluge koji doprinose zaštiti okoliša i pridonose boljitku u tom području. Njihov razvoj je pozitivan zbog toga što se njihovom primjenom ističu oni koji ostvaruju rezultate na području zaštite i poboljšanja okoliša. Certifikacijski programi su dobrovoljni i predstavljaju doprinos iznad minimalne razine koju zahtjeva zakon. Uz pomoć certifikata proizvođači mogu s tržištem komunicirati o svom djelovanju po pitanju zaštite okoliša. Zahvaljujući uspostavljanju i izjednačavanju standarda na globalnoj razini, ekološki certifikati postaju vjerodostojniji i povjerljiviji. Postoje različite vrste certifikata za razna područja ljudske djelatnosti. Razvijaju se na globalnoj, međunarodnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Često imaju više razina ispunjenja. Da bi određeno poduzeće, proizvod ili usluga imalo pravo nositi logo nekog certifikacijskog programa mora udovoljiti određenim postavljenim kriterijima. Na takav način se ostvaruje utjecaj na proizvođače i potiče poslovanje u skladu s prirodom. Također, na tržištu se pojavljuje i novi segment kupaca čije potrebe i očekivanja treba ispuniti. To su oni kupci koji obraćaju pažnju na ekološke karakteristike proizvoda i usluga koje namjeravaju kupiti. Turizam kao globalna pojava donosi brojne pozitivne, ali i negativne posljedice. Učinci koje turizam ostvaruje obično se dijele u tri područja; ekološki, ekonomski i društveno-socijalni. Pojmovi održivosti i održivog razvoja sve se češće upotrebljavaju. Kako raste znanje o održivosti, tako raste i svijest kod proizvođača i potrošača. Hotelska poduzeća su veliki potrošači resursa, te stvaraju velike količine različitog otpada. Iako je tranzicija ka ozelenjavanju poslovanja započela, ostalo je još dosta prostora za napredak. Sve više turističkih subjekata i aktivnosti radi na implementaciji certifikacijskih programa. Razlozi za to jesu promjene i trendovi na strani potražnje vezani uz rast ekološke svijesti, na dugi rok sniženje troškova, te izgradnja pozitivnog imidža u javnosti. Na navedenom primjeru hotela Berulia s makarskog primorja mogu se uočiti koraci koji se poduzimaju s ciljem doprinosa zaštiti okoliša. Svi hoteli grupacije Bluesun, pa tako i hotel Berulia sastavljaju izvještaj o održivosti. Zadnji dostupan izvještaj je iz svibnja 2021. godine. Zahvaljujući mjerama koje se poduzimaju hotel Berulia je dobitnik Travelife Gold certifikata i basic kategorije certifikata Sustainable hotels by UPUHH. Potrebna su daljnja i dublja istraživanja na području konkretnog utjecaja kojeg ostvaruje primjena ekoloških certifikata u poslovanju hotelskih poduzeća. Posebice prostora za istraživanje ima prilikom pronalaženja jasne poveznice između imanja ekološkog certifikata i utjecaja tog certifikata na poslovne rezultate hotelskog poduzeća. Za kraj se može zaključiti kako su se certifikati značajnije razvili i

brojčano povećali kroz posljednja dva desetljeća, te kako se broj proizvoda i usluga koji nose neku ekološku oznaku povećava.

## LITERATURA:

1. Bačun, D., Matešić, M. i Omazić, M.A. (2012) *Leksikon održivog razvoja*. Zagreb: Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj. Dostupno na: [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/581489.leksikon\\_odrzivog\\_razvoja.pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/581489.leksikon_odrzivog_razvoja.pdf) (Pristupljeno: 20. lipnja 2022.)
2. Bien, A. (2015) 'A SIMPLE USER'S GUIDE TO CERTIFICATION FOR SUSTAINABLE TOURISM AND ECOTOURISM', *Center for Ecotourism and Sustainable Development*. Dostupno na: [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/A%20Simple%20User's%20Guide%20to%200Certification%20for%20Sustainable%20Tourism%20and%20Ecotourism%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/A%20Simple%20User's%20Guide%20to%200Certification%20for%20Sustainable%20Tourism%20and%20Ecotourism%20(1).pdf) (Pristupljeno: 15. lipnja 2022.)
3. Bučar, K., Van Rheenen, D. i Hendija, Z. (2019) 'Ecolabelling in tourism: The disconnect between theory and practice', *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 67(4), str. 365-374. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/335262> (Pristupljeno: 15. lipnja 2022.)
4. Darnall, N., Hyunjung, J. i Vázquez-Brust, D.A. (2018) 'Third-Party Certification, Sponsorship, and Consumers' Ecolabel Use', *Journal of Business Ethics*, 150(4), str. 953–969. Dostupno na: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-016-3138-2> (Pristupljeno: 15. lipnja 2022.)
5. GLOBAL ECOLABELLING NETWORK (GEN) (2004) *INTRODUCTION TO ECOLABELLING*. Dostupno na: <https://globalecolabelling.net/assets/Uploads/intro-to-ecolabelling.pdf> (Pristupljeno: 20. lipnja 2022.)
6. Hays, D. i Ozretić-Došen, Đ. (2014) 'Greening hotels - building green values into hotel services', *Tourism and hospitality management*, 20(1), str. 85-102.. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/182854> (Pristupljeno: 20. lipnja 2022.)
7. Herceg, N. (2013) *Okoliš i održivi razvoj*. Zagreb: Synopsis d.o.o.
8. Honey, M. i Rome, A. (2001) *Protecting paradise: certification programs for sustainable tourism and ecotourism*. Institute for Policy Studies . Dostupno na:

- [http://vidasilvestre.org.uy/wp-content/uploads/2012/08/Protecting-Paradise\\_Certification-Programs-for-Sustainable-Tourism-and-Ecotourism\\_Institute-for-Policy-Studies.pdf](http://vidasilvestre.org.uy/wp-content/uploads/2012/08/Protecting-Paradise_Certification-Programs-for-Sustainable-Tourism-and-Ecotourism_Institute-for-Policy-Studies.pdf) (Pristupljeno: 20. lipnja 2022.)
9. Johnstone, N. i Labonne, J. (2009) 'Why do manufacturing facilities introduce environmental management systems? Improving and/or signaling performance', *Ecological Economics*, 68(3), str. 719–730. Dostupno na: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2008.06.003> (Pristupljeno: 20. lipnja 2022.)
  10. Koncul, N. (2007) 'ENVIRONMENTAL ISSUES AND TOURISM', *Ekonomika misao i praksa*, 16(2), str. 157–165. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/33523> (Pristupljeno: 20. lipnja 2022.)
  11. Lavallée, S. i Plouffe, S. (2004) 'The ecolabel and sustainable development', *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 9(6), str. 349–354. Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/BF02979076>. (Pristupljeno: 20. lipnja 2022.)
  12. Milioti, C., Fouteris, A., Didaskalou, E. i Georgakellos, D. (2018) 'Eco-Certification as a Tool of Sustainable Tourism: A Preliminary Approach', *International Journal of Science and Research*, 9(4), str. 1410–1415. Dostupno na: [https://www.researchgate.net/publication/345149801\\_Eco-Certification\\_as\\_a\\_Tool\\_of\\_Sustainable\\_Tourism\\_A\\_Preliminary\\_Approach](https://www.researchgate.net/publication/345149801_Eco-Certification_as_a_Tool_of_Sustainable_Tourism_A_Preliminary_Approach) (Pristupljeno: 21. lipnja 2022.)
  13. Petrić, L. (1999) "“EKO - HOTEL” - U PRILOG STRATEGIJI ODRŽIVOG RAZVITKA TURIZMA', *Tourism and hospitality management*, 5(1–2), str. 107–118. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/268266> (Pristupljeno: 20. lipnja 2022.)
  14. Petrić, L. (2011) *Upravljanje turističkom destinacijom: načela i praksa*. Split: Ekonomski fakultet.
  15. Petrić, L. i Pranić, L.J. (2009) 'Croatian hoteliers' attitudes towards environmental management', in *Proceedings of the 8th International Conference Challenges of Europe: Financial Crisis and Climate Change*. Dostupno na: [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/449966.Petric\\_Pranic\\_2010.pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/449966.Petric_Pranic_2010.pdf) (Pristupljeno: 21. lipnja 2022.)
  16. Pičuljan, M., Težak Damijanić, A. i Luk, N. (2021) 'KORIŠTENJE EKOLOŠKOG CERTIFICIRANJA KAO ALATA POTICANJA ODRŽIVOG RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE – ANALIZA MREŽNIH STRANICA DIONIKA U TURIZMU JADRANSKE HRVATSKE', *Ekonomika misao i*



- praksa*, 30(2), str. 609–628. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/387854> (Pristupljeno: 20. lipnja 2022.)
17. Simin, M., Janjušić, D. i Blažević, Z. (2013) 'EKOLOŠKO OBILJEŽAVANJE KAO KRITERIJ ZA REGISTRACIJU I ZAŠTITU ROBNE MARKE', *Praktični menadžment : stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 4(2). Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/175435> (Pristupljeno: 20. lipnja 2022.)
18. Syrjäläinen, O. (2013) *Ecolabelling the Hotel Industry: The Nordic Ecolabel*. Tampere University of Applied Sciences. Dostupno na: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/55982/Syrjalainen\\_Oana.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/55982/Syrjalainen_Oana.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (Pristupljeno: 21. lipnja 2022.)

## INTERNETSKI IZVORI:

1. ★★★★★ bluesun hotel berulia, breła, hrvatska, Booking.com [Internet]. Dostupno na: <https://www.booking.com/hotel/hr/bluesun-berulia.hr.html> (Pristupljeno: 7. srpnja 2022.)
2. Bahunek, I. (2015) 'ZELENI ODRŽIVI HOTELI I TOPLICE BY UPUHH'. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA\\_2018\\_c-dokumenti/9\\_Zeleni%20odrzivi%20hoteli%20i%20toplice.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/9_Zeleni%20odrzivi%20hoteli%20i%20toplice.pdf) (Pristupljeno: 2. lipnja 2022.)
3. Become a certified accommodation, GSTC [Internet]. Dostupno na: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/become-a-certified-accommodation/> (Pristupljeno: 2. lipnja 2022.)
4. BIO HOTELS – certified organic hotels, BIO HOTELS [Internet]. Dostupno na: <https://www.biohotels.info/en/> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
5. Biosphere responsible tourism, Biosphere Responsible Tourism [Internet]. Dostupno na: <https://www.biospheretourism.com/en> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
6. Blue flag, Blue Flag [Internet]. Dostupno na: <https://www.blueflag.global> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
7. bluesun, hotels, & resorts (2021) IZVJEŠTAJ O ODRŽIVOSTI. Breła. Dostupno na:

- [https://uploads.bluesunhotels.com/21/618d237146fac.pdf?\\_ga=2.15523124.346894784.1657379468-169453740.1643718715](https://uploads.bluesunhotels.com/21/618d237146fac.pdf?_ga=2.15523124.346894784.1657379468-169453740.1643718715) (Pristupljeno: 30. svibnja 2022.)
8. bluesunhotels.com [Internet]. Dostupno na: <https://www.bluesunhotels.com/> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  9. bluesunhotels.com/content/travelife [Internet]. Dostupno na: <https://www.bluesunhotels.com/content/travelife> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  10. Earthcheck [Internet]. Dostupno na: <https://earthcheck.org/> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  11. Eu ecolabel - home [Internet]. Dostupno na: [https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home_en) (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  12. Fair trade tourism - fair trade tourism, [Internet]. Dostupno na: <https://www.fairtradetourism.org> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  13. Green globe. Green Globe [Internet]. Dostupno na: <https://www.greenglobe.com> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  14. Green key, Green Key [Internet]. Dostupno na: <https://www.greenkey.global> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  15. Iso - international organization for standardization (no date) ISO. Dostupno na: <https://www.iso.org/home.html> (Pristupljeno: 15. lipnja 2022.)
  16. Poslovni.hr (2016) 'Jako Andabak obnavlja hotel Berulia' Dostupno na: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/jako-andabak-obnavlja-hotel-berulia-319164> (Pristupljeno: 17. lipnja 2022.)
  17. Lider Media (2021) 'POZNAT JE IZNOS - Jako Andabak prodao je 70 posto Sunce hotela za 760 milijuna kuna!' Dostupno na: <https://lidermedia.hr/poslovnascena/hrvatska/poznat-je-iznos-jako-andabak-prodao-je-70-posto-sunce-hotela-za-760-milijuna-kuna-135970> (Pristupljeno: 17. lipnja 2022.)
  18. 'Međunarodna Plava zastava za plaže i marine – Udruga Lijepa naša' [Internet]. Dostupno na: <https://www.lijepa-nasa.hr/plava-zastava/> (Pristupljeno: 7. srpnja 2022.)
  19. Obiteljski i mali hoteli - Eco hotel Croatia | OMH [Internet]. Dostupno na: <https://www.omh.hr/hr/eko-hoteli-omh-29/29> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  20. Održivi razvoj | hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje (2021). Leksikografski zavod Miroslava Krleže. Dostupno na:

- <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44778> (Pristupljeno: 2. lipnja 2022.)
21. Održivi turizam Hrvatska - Naslovna [Internet]. Dostupno na: <http://odrzivi.turizam.hr/default.aspx> (Pristupljeno: 30. svibnja 2022.)
  22. Promoting sustainable business tourism | green tourism - green tourism [Interent]. Dostupno na: <https://www.green-tourism.com/pages/home> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  23. Reduce, reuse, recycle - knowledge bank - solar schools [Internet]. Dostupno na: <https://www.solarschools.net/knowledge-bank/sustainability/reduce-reuse-recycle> (Pristupljeno: 2. lipnja 2022.)
  24. Sustainable development | UNWTO [Internet]. Dostupno na: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  25. Sustainable growth | wttc initiatives | world travel & tourism council(Wttc) [Internet]. Dostupno na: <https://wtcc.org/Initiatives/Sustainable-Growth> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  26. Sustainable tourism, Eco Tourism Australia [Internet]. Dostupno na: <https://www.ecotourism.org.au/> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  27. The 17 goals | sustainable development [Internet]. Dostupno na: <https://sdgs.un.org/goals> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  28. The german ecolabel, Blue Angel [Internet]. Dostupno na: <https://www.blauer-engel.de/en> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.)
  29. U Hrvatskoj trenutno postoji 41 zeleni hotel! (2015) Energetski certifikati - Energetsko certificiranje. Dostupno na: <https://www.energetskocertificiranje.com.hr/u-hrvatskoj-trenutno-postoji-41-zeleni-hotel/> (Pristupljeno: 8. lipnja 2022.)
  30. Wincer, C. Travelife, accommodation sustainability certification, Travelife for Accommodation [Internet]. Dostupno na: <https://travelifestaybetter.com/> (Pristupljeno: 8. lipnja 2022.)
  31. Znak zaštite okoliša - Prijatelj okoliša (2022) mingor.gov.hr. Dostupno na: <https://mingor.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug-4925/okolis/eko-oznake/znak-zastite-okolisa-prijatelj-okolisa/1414> (Pristupljeno: 11. lipnja 2022.).

## POPIS SLIKA

Slika 1: Green Globe logo.....	10
--------------------------------	----

Slika 2: Green Key logo.....	11
Slika 3: EarthCheck logo.....	12
Slika 4: Green Tourism logo.....	12
Slika 5: Travelife logo.....	13
Slika 6: Biosphere Toursim logo.....	13
Slika 7: Blue Flag logo.....	14
Slika 8: EU Ecolabel logo.....	15
Slika 9: Bio Hotels logo.....	16
Slika 10: Fair Trade Tourism logo.....	16
Slika 11: Eco Tourism Australia logo.....	17
Slika 12: Blue Angel logo.....	17
Slika 13: Prijatelj okoliša logo.....	18
Slika 14: Sustainable hotel by UPUHH logo.....	19
Slika 15: Eco Hotel logo.....	19
Slika 16: Bluesun Hotel Berulia.....	22
Slika 17: Travelife Gold Certifikat za Bluesun Hotel Berulia.....	27

## SAŽETAK

Problem kojim se bavi ovaj završni rad jesu ekološki certifikati. Rad se osvrće na ekološke certifikate općenito, zatim se navode primjeri ekoloških certifikata u turizmu i ugostiteljstvu. Glavni fokus rada je na primjeni ekoloških certifikata u poslovanju hotelskih poduzeća. Zbog utjecaja kojeg ljudske djelatnosti ostavljaju na klimu i okoliš, postaje sve izraženija potreba za zaštitom planeta na kojem živimo i pri tom smanjenja odnosno minimalizacije negativnih učinaka. Između ostalih i hotelska poduzeća implementiraju u svoje poslovanje ekološke programe, te zahvaljujući ispunjenju ekoloških kriterija zavjeđuju ekološke certifikate koji su dokaz njihovog poslovanja u skladu s prirodom. Želja za posjedovanjem ekološkog certifikata i time želja za izdvajanjem te stjecanjem konkurentne prednosti potiče hotelska poduzeća na poduzimanje različitih mjera koje pridonose zaštiti okoliša i minimalizaciji negativnih učinaka njihovog poslovanja. Primjena mjera koje su ujedno i uvjet za ostvarenje certifikata ostvaruje učinke na poslovanje hotelskih poduzeća prije svega u vidu smanjenja troškova na dugoročno, ali i u vidu osvajanja novog tržišnog segmenta te stvaranja pozitivnog imidža u javnosti. Cilj rada je detaljno objasniti i analizirati ekološke

certifikate, a pogotovo one koji se primjenjuju na području turizma i ugostiteljstva. Cilj je također na konkretnom primjeru hotela pokazati mjere koje se poduzimaju u svrhu održivog poslovanja, te uočiti kako se radom na području održivosti, nakon evaluacije od strane certifikacijskog udruženja dobije priznanje za uloženi trud.

Ključne riječi: ekološki certifikati, održivost, eko oznake, certifikacijski programi

## **SUMMARY**

The problem dealt with in the paper is ecological certificates. First, ecological certificates in general are referred to and then examples of ecological certificates in tourism and hospitality are stated. The paper focuses on the application of ecological certificates in the business activities of hotel companies. Due to the impact that human activities have on the climate and the environment, the need to protect the planet we live on and to reduce or minimize negative effects is becoming more and more evident. Among others, hotel companies implement ecological programs in their operations as well, and as a result of the fulfillment of ecological criteria, they have been awarded with ecological certificates, which are a proof of performing their business operations in harmony with nature. The desire to hold ecological certificates and thus the desire to distinguish themselves from others and acquire competitive advantage encourages hotel companies to undertake various measures that contribute to environmental protection and minimizing the negative effects of their business. The application of measures, which at the same time represent a condition for obtaining the certificate, achieves effects on the operations of hotel companies primarily in the form of cost reduction in the long term as well as in the form of conquering a new market segment and creating a positive image in the public. The aim of the paper is to explain and analyze ecological certificates in detail, especially those applied in the field of tourism and hospitality. Furthermore, the goal is also to present the measures taken in order to run sustainable business on the specific example of a hotel and to detect how these efforts made in the area of sustainability are evaluated and recognized by the certification association.

Keywords: ecological certificates, sustainability, eco labels, certification programs