

# PRIMJENA EKO STANDARDA ZELENİ KLJUČ U TURISTIČKOJ SMJEŠTAJNOJ INDUSTRIJI NA PRIMJERU TURISTIČKOG PODUZEĆA ILIRIJA D.D. - KAMP PARK SOLINE

---

**Balijski, Petra**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2019**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:128:362889>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-08**



**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU**  
Karlovac University of Applied Sciences

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Karlovac University of Applied  
Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU**

**POSLOVNI ODJEL**

**PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA**

**PETRA BALIJA**

**PRIMJENA EKO STANDARDA *ZELENI KLJUČ* U  
TURISTIČKOJ SMJEŠTAJNOJ INDUSTRIJI NA PRIMJERU  
TURISTIČKOG PODUZEĆA ILIRIJA D.D. KAMP PARK  
SOLINE**

**ZAVRŠNI RAD**

Karlovac, rujan 2019.



**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU**

**POSLOVNI ODJEL**

**PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA**

**PETRA BALIJA**

**PRIMJENA EKO STANDARDA *ZELENI KLJUČ* U  
TURISTIČKOJ SMJEŠTAJNOJ INDUSTRIJI NA PRIMJERU  
TURISTIČKOG PODUZEĆA ILIRIJA D.D. KAMP PARK  
SOLINE**

**ZAVRŠNI RAD**

Mentor : dr.sc. Draženka Birkić, viši predavač

Matični broj indeksa studenta : 0618614018

Karlovac, rujan 2019.

## **ZAHVALA**

Ovom se prilikom želim posebno zahvaliti svojoj mentorici dr.sc. Draženki Birkić na prenesenom znanju tijekom mog studiranja te izdvojenom vremenu, razumijevanju, usmjeravanju i savjetima tijekom pisanja ovog završnog rada. Zahvaljujem se također svojoj obitelji na ukazanom razumijevanju za moje studentske obveze i podršci tijekom razdoblja mog studiranja. Također se zahvaljujem i svojim kolegama što su bili uz mene u svakom trenutku i pružali mi podršku kada mi je god bila potrebna.

Hvala Vam!

## SAŽETAK

Razvojem masovnog turizma do izražaja dolaze posljedice koje turisti i njihove aktivnosti ostavljaju na prirodu i okoliš. Ubrzo se uviđa potreba za razvojem grane turizma koja bi smanjila i usporila zagađenje okoliša. Kroz održivi razvoj turizma nastoje se dati određene smjernice u budućem upravljanju i razvoju turizma koje ne bi trebale imati velike negativne učinke na okolinu. Eko turizam je odličan alat za postizanje ciljeva, a izgradnjom eko smještajnih objekata pokušava se osvijestiti ljude da se i izvan, u svojim domovima, nastave brinuti za okoliš i na taj način se širi svijest o zaštiti okoliša. Eko standard *Zeleni ključ* implementiran je u poslovanje turističkog poduzeća Ilirija d.d. Kamp park Soline, a radi se o programu certificiranja smještajnih kapaciteta sa svrhom povećanja svijesti vlasnika, osoblja i klijenata o potrebi zaštite okoliša i potrebi promicanja održivog razvoja. Svrha ovog programa je razvoj i upravljanje ekološkom markicom za smještajne kapacitete.

**Ključne riječi :** *održivi razvoj turizma, upravljanje, zaštita okoliša, eko standard Zeleni ključ.*

## SUMMARY

With the development of mass tourism, the consequences that tourists and their activities leave on nature and the environment are coming to the fore. Soon there is a need for the development of a tourism branch that would reduce and slow down environmental pollution. Through sustainable tourism development, efforts are being made to provide some guidance in future management and development of tourism that should not have a major negative impact on the environment. Eco tourism is an excellent tool for achieving goals, and building an eco accommodation facilities is trying to awaken people to stay outside, in their homes, to take care of the environment and thereby spread awareness of environmental protection. Eco standard The Green Key is implemented in the business of Ilirija tourist company d.d. The Soline Camping Park is an accommodation capacity certification program aimed at raising the awareness of owners, staff and clients about the need for environmental protection and the need to promote sustainable development. The purpose of this program is to develop and manage an ecological mark for accommodation capacities.

**Keywords :** *sustainable tourism development, management, environmental protection, eco – standard Green Key.*

# SADRŽAJ

<b>1.UVOD .....</b>	<b>1</b>
1.1.Predmet i cilj rada .....	1
1.2.Izvori podataka i metode prikupljanja.....	2
1.3.Sadržaj i struktura rada.....	2
<b>2.UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠ .....</b>	<b>3</b>
2.1.Utjecaj turističke smještajne industrije na okoliš .....	4
2.2.Smještajna industrija kao onečišćivač.....	6
2.3.Prikaz smještajnih kapaciteta Republike Hrvatske s naglaskom na kampove .....	9
<b>3.OPĆENITO O EKO STANDARDIMA U TURISTIČKOJ SMJEŠTAJNOJ INDUSTRIJI .....</b>	<b>13</b>
3.1.Pojmovno određenje eko standarda.....	13
3.2.Prikaz eko standarda na globalnoj razini.....	17
3.2.1.Green globe .....	17
3.2.2.Travelife .....	19
3.2.3.Green Key .....	20
3.2.4.EU Ekolabel .....	21
3.3.Prikaz eko standarda na razini Republike Hrvatske .....	22
3.3.1.Prijatelj okoliša.....	23
3.3.2.Sustainable Hotel.....	24
3.3.3.Eco Domus .....	25
<b>4.EKO STANDARD ZELENI KLJUČ .....</b>	<b>26</b>
4.1.Povijest eko standarda <i>Zeleni ključ</i> .....	27

4.2. Program eko standarda <i>Zeleni ključ</i> .....	28
4.3. Smjernice eko standarda <i>Zeleni ključ</i> za kampove.....	31
<b>5. HOTELSKO PODUZEĆE ILIRIJA d.d. ....</b>	<b>44</b>
5.1. Kamp park Soline .....	46
5.2. Primjena eko standarda <i>Zeleni ključ</i> u poslovanju na primjeru Kamp park Soline .....	50
5.2.1. Primjena eko standarda <i>Zeleni ključ</i> na primjeru upravljanja okolišem .....	50
5.2.2. Primjena eko standarda <i>Zeleni ključ</i> na primjeru educiranja zaposlenika .....	51
5.2.3. Primjena eko standarda <i>Zeleni ključ</i> na primjeru uključenosti gostiju i zajednice .....	52
5.2.4. Primjena eko standarda <i>Zeleni ključ</i> na primjeru očuvanja vode.....	53
5.2.5. Primjena eko standarda <i>Zeleni ključ</i> na primjeru pranja i čišćenja .....	54
5.2.6. Primjena eko standarda <i>Zeleni ključ</i> na primjeru otpada .....	54
5.2.7. Primjena eko standarda <i>Zeleni ključ</i> na primjeru otpadnih voda .....	56
5.2.8. Primjena eko standarda <i>Zeleni ključ</i> na primjeru očuvanja energije.....	57
5.2.9. Tablični prikaz potrošnje energenata u kampu Soline uz primjenu eko standarda <i>Zeleni ključ</i> .....	59
5.2.10. Primjena eko standarda <i>Zeleni ključ</i> na primjeru hrane i pića .....	60
5.2.11. Primjena eko standarda <i>Zeleni ključ</i> na primjeru očuvanja zelenih površina .....	60
5.2.12. Ulaganje u okoliš.....	61
5.3. Nagrade i priznanja .....	62
<b>6. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>64</b>
<b>POPIS LITERATURE.....</b>	<b>65</b>
<b>POPIS ILUSTRACIJA .....</b>	<b>67</b>
<b>POPIS TABLICA .....</b>	<b>68</b>



# 1.UVOD

Prepoznavanje i izbjegavanje negativnih utjecaja na okoliš posebno je značajno kada se radi o turističkim aktivnostima vezanih uz posebno vrijednu prirodnu baštinu. Razvoj turizma uvijek je vezan uz konkretan prostor čija obilježja te antropogeni i društveni resursi imaju određenu privlačnost za turiste i koliko god turizam izgledao prihvatljiv u odnosu na druge djelatnosti, ipak ostavlja sve uočljivije negativne tragove na prostor i na okoliš. Turistički poslovni subjekti, vlasnici certifikata koji svjedoče o implementaciji eko standarda svjedoče da su im ekološka održivost i društvena odgovornost jednako važni kao i vrhunske hotelske usluge i uspješan poslovni rezultat. Suvremena turistička poduzeća u svakodnevnom djelovanju dobrovoljno postavljaju visoke standarde u brizi za okoliš u kojoj su podjednako angažirani vlasnici, posjetitelji i zaposlenici.

Jedna od brojnih eko standarda je međunarodno prepoznatljiv eko standard *Zeleni ključ*. *Zeleni ključ* je vodeći standard izvrsnosti u području ekološke odgovornosti i održivog djelovanja turističkoj industriji. Uz ekološki aspekt koji se odnosi prvenstveno na pozitivan utjecaj djelovanja turističkog poduzeća i smještajnih objekata na okoliš, ovaj program ima za cilj omogućiti poslovnim subjektima ekonomsku dobit kao rezultat smanjene potrošnje te osigurati marketinšku strategiju s ciljem promicanja smještajnih kapaciteta i eko standarda.

Ovim su završnim radom prikazana primjena i pogodnosti eko standarda *Zeleni ključ* na primjeru turističkog poduzeća Ilirija d.d. u Biogradu na Moru, Kamp park Soline u vlasništvu istoimenog turističkog poduzeća, koji je dugi niz godina nositelj spomenutog prestižnog eko standarda *Zeleni ključ*.

## 1.1.Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je primjena eko standarda *Zeleni ključ* u turističkoj smještajnoj industriji na primjeru Kamp park Soline u vlasništvu turističkog poduzeća Ilirija d.d.. Cilj rada je istražiti primjenu eko standarda u turističkoj smještajnoj industriji u svijetu i Republici Hrvatskoj, s posebnim osvrtom na primjenu eko standarda *Zeleni ključ*. Također je cilj ovog rada istražiti ulogu i značaj primjene eko standarda u turističkoj smještajnoj industriji s ciljem smanjenja negativnih utjecaja na okoliš, odnosno prirodu na primjeru turističkog poduzeća Ilirija d.d., u Biogradu na Moru, odnosno Kamp park Soline u vlasništvu istoimenog poduzeća, koji je dugi niz godina nositelj prestižnog eko standarda *Zeleni ključ*.

## **1.2.Izvori podataka i metode prikupljanja**

U svrhu izrade ovog završnog rada korišteni su različiti izvori podataka, od stručnih knjiga do internet stranica područja turizma i menadžmenta. Ovaj rad istražuje, proučava i analizira već postojeće, sekundarne podatke. Korištene su znanstvene metode analize, povijesna metoda, metode klasifikacije, indukcije, dedukcije, deskripcije te desk metoda. Provedeno je istraživanje u Kamp park Soline i intervju sa zaposlenicima zaduženima za implementaciju eko standarda *Zeleni ključ*.

## **1.3.Sadržaj i struktura rada**

Ovaj rad tvori šest međusobno povezanih poglavlja. Rad započinje uvodom raščlanjenim na predmet i cilj rada, izvore podataka i metode prikupljanja te sadržaj i strukturu rada. Druga se cjelina odnosi na utjecaj turizma na okoliš, a treća na eko standarde u ugostiteljstvu. Četvrta cjelina donosi povijest, razvoj, odrednice i primjenu eko standarda *Zeleni ključ*, a peta opće podatke hotelskog poduzeća Ilirija d.d. s posebnim osvrtom na implementaciju eko standarda *Zeleni ključ* u poslovanje Kamp park Soline u vlasništvu hotelskog poduzeća Ilirija d.d. te značaj primjene ovog eko standarda za poslovanje navedenog kampa. Rad završava zaključkom, popisom korištene literature, popisom ilustracija te popisom tablica.

## 2.UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠ

Turizam i okoliš su u neprestanoj interakciji koja je u početku pozitivna, no intenziviranjem razvoja turizma taj odnos po stanje okoliša postaje sve više nepovoljan. Uslijed turističkih aktivnosti, turizma često ima štetan utjecaj na kvantitetu i kvalitetu prirodnih i kulturnih resursa. Pad kvalitete i kvantitete tih resursa ima negativan utjecaj na rast i razvoj turizma.

S obzirom na rast turističkog prometa i značajke pojedine vrste turizma, raste i opterećenje na okoliš. Prostorna i vremenska raspodjela turista, osobito na određenim destinacijama i u najposjećenijim zaštićenim područjima osjetno opterećuje komunalnu infrastrukturu, a samim time i sastavnice okoliša.

Nedvojbeno je da turizam u procesu transformacije prostora i stvaranja specifičnih krajolika izaziva čitav niz veoma pozitivnih ekoloških efekata, među kojima su posebno značajni razvijanje ekološke svijesti, obnavljanje i restauracija mnogih kulturno-povijesnih i etnosocijalnih objekata, pojava i manifestacija. Međutim, turizam isto tako generira i negativne ekološke procese u prostoru, pogotovo u uvjetima masovnog turizma kao što su degradacija i banalizacija prostora, onečišćenje prostora, trošenje prostora, stvaranje povećanih količina otpada, nestanak ili uništenje brojnih biljnih i životinjskih vrsta, estetska degradacija prostora.

Kao najbrže rastuća grana u svijetu i temelj razvoja mnogih zemalja, najizraženija negativna strana turizma odnosi se upravo na njegov pritisak na okoliš. Negativni pritisci mogu nastati od strane turista ili od organizatora u turističkoj djelatnosti. Turizam može koristiti prostor u svrhe u kojima će privući turiste radi prirodnih ljepota zemlje, kulture, kao prostor na kojem se gradi prometni sustav povezivanja ili kao prostor koji je namijenjen izgradnji smještajnih kapaciteta kao što su kuće ili hoteli.

Iz svega navedenog proizlazi kako turistička industrija ima najviše interesa voditi računa o trajnom očuvanju resursa. Korištenjem prostora u turizmu za izgradnju rekreativnih receptivnih kapaciteta, prometne infrastrukture u svrhu privlačenje turista i zadovoljavanja njihovih rekreativnih i kulturnih potreba zapravo je izravan ili neposredan kontakt i djelovanje turizma i turista na promjene u okolišu.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Bilen., M. : *Turizam i okoliš : ekonomsko – geografski pristup izučavanju problematike*, II. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Mikrorad d.o.o., 2011., str. 19

## 2.1. Utjecaj turističke smještajne industrije na okoliš

Turistička industrija priobalnih destinacija poprima sve veće razmjere masovnosti, stoga je izuzetno bitno da se turizam sagleda i regulira u svojoj kompleksnosti jer u protivnom, kao masovna pojava, može izazvati dugoročno negativne posljedice na okoliš. Prema predviđanju UNWTO očekuje se dinamičan rast turizma prema prosječnoj godišnjoj stopi višoj od 4%, čime bi se ono do 2020. godine trebao udvostručiti i dostići 1,6 milijardi turističkih dolazaka.<sup>2</sup>

Turistička industrija ima najviše interesa voditi računa o trajnom očuvanju resursa turističke destinacije odnosno regije. Pri takvim zahvatima u turizmu nužno je voditi računa o temeljnim vrijednostima prostora na čijim se svojstvima i karakteristikama zapravo i temelji razvoj turizma određene turističke destinacije, odnosno regije. S obzirom da priobalno područje Jadranskog mora predstavlja glavni turistički resurs Republike Hrvatske, na tom području odvija se 97% ukupnih turističkih aktivnosti, stoga je vrlo važno kakav će izravan i neizravan kontakt i djelovanje turizma i turista biti na promjene u okolišu.<sup>3</sup>

Navedena područja posebno su ugrožena masovnim turizmom, pretjeranom urbanizacijom i nekontroliranom gradnjom, apartmanizacijom, koja često prati intenzivni razvoj turizma. Prema istraživanju provedenom 2010. godine čak 20% Nijemaca bi pozdravilo jasno isticanje informacija o ponudi koja je u skladu s okolišem u katalozima aranžmana turoperatora ili općim informacijama o smještaju i destinaciji.<sup>4</sup> Prije nego uplate odabrano putovanje 50% Britanaca želi saznati nešto više o lokalnim društvenim pitanjima i okolišu destinacije, a za njih 75% važno je da turoperator uključuje u svoje kataloge aranžmana informacije o tim pitanjima.<sup>5</sup> Prema istom istraživanju 82% Nizozemaca smatra da je integriranje informacija o okolišu u kataloge aranžmana dobra ideja, dok bi njih 73% koristilo ove informacije pri odabiru konkretnog smještaja u destinaciji.<sup>6</sup>

Većina provedenih istraživanja pruža dokaz da postoji rastuća svijest o okolišnim pitanjima na strani potražnje, što je pretočeno u povećani interes za destinacijama koje brinu o okolišnoj dimenziji. Ove i slične studije detektirale su trend prema odgovornoj potrošnji, što znači da turistička poduzeća trebaju ugraditi kriterij održivosti u svoje proizvode i usluge kako bi

---

<sup>2</sup> UNWTO, <https://www.unwto.org/> (pristupljeno 02.07.2019.)

<sup>3</sup> Državni zavod za statistiku, <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno 02.07.2019.)

<sup>4</sup> Ecotrans 2010., [https://www.ecotrans\\_2010.com/](https://www.ecotrans_2010.com/) (pristupljeno 02.07.2019.)

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Ibid.

zadovoljile ono što potencijalni posjetitelji žele i kako destinacija želi da se turisti odnose prema prirodnim i kulturnim vrednotama iste.

Suvremeno doba karakterizirano užurbanim načinom života, otuđenosti i slično snažno utječe na povratak čovjeka prirodi, želju za komunikacijom i druženjem, te oslobađanje od briga urbanog života. Takvi trendovi u životu suvremenog čovjeka rezultiraju i rastućom potražnjom za kampovima kao oblikom turističkog smještaja, te ističu značaj koji kamping turizam ima u ponudi turističke destinacije.<sup>7</sup>

U skladu sa temom rada, nužno je naglasiti kako se kampovima daje značajna uloga u razvoju hrvatskog turizma. U okviru razvoja turističkog proizvoda *sunce i more* koji je još uvijek dominantan turistički proizvod Republike Hrvatske, a u kojem kampovi imaju važnu ulogu, ističe se potreba razvoja sadržajno bogatije i kvalitetnije turističke ponude smještaja, prema potrebama kupaca. Kampovi privlače sve veći broj turista, a samim time se u mnogo većoj mjeri degradira okoliš. U svrhu razvoj kamping turizma radi se na obogaćivanju kamping ponude, što uključuje pozicioniranje i brandiranje objekata (sadržajno obogaćivanje ponude, podizanje kategorija, uvođenje dodatnih standarda kvalitete usluge).

U razvoju kamping turizma, ali i drugih specifičnih oblika turizma posebno se naglašava potreba implementacije novih tehnologija i eko standarda u zaštiti okoliša. Pri implementaciji novih tehnologija i eko standarda u zaštiti okoliša kod kamping turizma potrebno je uzeti u obzir granicu nosivosti kapaciteta i vrijednost ambijentalnih obilježja prostora kako bi se spriječila daljnja devastacija okoliša i postigao dugoročno održivi turistički razvoj te stvorili uvjeti za kvalitetniju kamping ponudu na principima zelene održivosti.

Potreba kreiranja određenih mjera, usmjerenih prema turistima i povećanju svijesti o učincima koje njihovo neadekvatno i neodgovorno ponašanje može imati na destinaciju u kojoj provode svoj odmor, postaje jedan od prioriteta u planiranju održivog i odgovornog turizma, jer ukoliko sami turisti nisu svjesni potrebe ili proaktivno ne traže veću zastupljenost održivih proizvoda i usluga u ukupnoj turističkoj ponudi, to ne može biti dugoročni interes same turističke industrije. U procesu donošenja odluke o izboru turističke destinacije suvremeni turisti su vrlo zainteresirani za dobivanje detaljnijih informacija o tome kako se ponašati u destinaciji, ali i kakva je ponuda destinacije kada je u pitanju politika očuvanja.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Pirjevec, B. : *Ekonomska obilježja turizma*, Golden marketing, Zagreb, 1998., str. 27

<sup>8</sup> Birkić, D. : *Održivi turistički razvoj priobalne destinacije*, Doktorski rad, Fakultet za turizam i hotelski menadžment, 2016.

## 2.2. Smještajna industrija kao onečišćivač

S obzirom na rast globalnog turističkog prometa i značajke pojedine vrste turizma, raste i opterećenje na okoliš. Prostorna i vremenska raspodjela turista, osobito na određenim destinacijama i u najposjećenijim zaštićenim područjima osjetno opterećuje komunalnu infrastrukturu, a samim time i sastavnice okoliša.<sup>9</sup>

Kao primaran resurs turizma, okoliš za svoj razvoj traži kvalitetan i očuvan prostor u vidu smještajnih kapaciteta te ukoliko se izvodi odgovarajućom tehničkom infrastrukturom, turizam ne mora nužno biti veliki onečišćivač okoliša, ali je neosporno kako postoji negativan utjecaj turizma na okoliš.

Najznačajniji udio otpada od turizma je otpad koji nastaje obavljanjem smještajne i turističko-ugostiteljske djelatnosti od koje najveće količine još uvijek završavaju u miješanom komunalnom otpadu, te je podatke o proizvedenim količinama takvog otpada teško odrediti analizom nabave robe i odvoza otpada. Naime, biootpad od hrane nije toliko vidljiv kao ostale vidljive vrste otpada (boce, staklenke, konzerve i slično) pa se smatra kako količine otpada od hrane nisu značajne.

Međutim, podaci iz 2014. godinu ukazuju na činjenicu kako je udio biootpada u miješanom komunalnom otpadu iznosio oko 30%.<sup>10</sup> Zbog odvijanja ostalih turističkih aktivnosti poput velikih priredba, industrije sportskih potreština, industrije događaja u turizmu, opskrbe u turizmu i slično, u okolišu se izlučuje sve više i više otpada i emisija. Prema procjenama u smještajnoj industriji po danu i gostu nastaje od 1 do 1,2kg otpada, što rezultira tonama otpada. Rješenje ove situacije nalazi se u recikliranju čime bi se postigli standardi kojima bi se otpad smanjio na 0,5 kg po danu/gostu.<sup>11</sup> Poseban problem smeća nastaje zbog smještaja i prehrane gostiju u krajevima gdje ne postoji organizirano zbrinjavanje otpada te se na tim lokacijama godinama skuplja smeće kojeg odbacuje lokano stanovništvo, ali i turisti.

Velike posljedice po okoliš mogu nastati i tamo gdje se otpad ne zbrinjava na odgovarajući način, pa se tako primjerice u nekim destinacijama otpad baca u okoliš, te se na taj način dovodi do nesagledivih posljedica na lokalnu floru i faunu.<sup>12</sup> Stoga je potrebno činiti napore

---

<sup>9</sup> Bilen., M. : *Turizam i okoliš : ekonomsko – geografski pristup izučavanju problematike*, II. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Mikrorad d.o.o., 2011., str. 34

<sup>10</sup> Agencija za zaštitu okoliša i prirodu, <http://www.zastitaokolisa.dashofer.hr/> (pristupljeno 03.07.2019.)

<sup>11</sup> Herceg, N. : *Okoliš i održivi razvoj*, Synopsis, Zagreb, 2013., str. 31

<sup>12</sup> Perić, J., Šverko Grdić, Z. : *Klimatske promjene i turizam*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, Opatija, 2017., str. 63

upravo na sprječavanju nastanka otpada od turizma, u prvom redu otpada od hrane koji je još uvijek miješani komunalni otpad, kao i na njegovom zbrinjavanju i odlaganju u skladu s europskim zakonodavstvom. Jedan od načina smanjenja nastanka otpada od hrane pri obavljanju turističko-ugostiteljske djelatnosti može biti i na primjer uvođenje eko standarda za one objekte koji racionalizacijom poslovanja smanjuju nastanak otpada od hrane te pažljivo razdvajaju otpad.

Može se primjerice uvesti i eko zastavica za one jedinice lokalne samouprave koje otpad nastao na njihovom području ne odlažu na odlagalište prije nego što su sve komponentne otpada u potpunosti razvrstane i upućene na oporabu kada je to moguće, čime se količine otpada kojeg te jedinice lokalne samouprave odlažu uvelike smanjuju. Važno je podizati svijest samih turista, ali i zaposlenika kako o važnosti takvih destinacija za budućnost razvoja turizma te u njihovim očima stvoriti želju da posjete upravo te destinacije.

Nakon emisija uzrokovanih transportom, smještajni kapaciteti su drugi onečišćivači okoliša po značaju iz razloga što su energetske zahtjevan sektor. Energija se koristi u grijanju ili hlađenju, rasvjeti, kuhanju, čišćenju i drugima aktivnostima. Općenito je pravilo što je luksuzniji smještaj to je i veća potrošnja energije, odnosno veće onečišćenje. Smještajni objekti, uglavnom upotrebljavaju električnu energiju kao svoj izvor energije (grijanje/hlađenje, osvjetljenje, hladnjaci, dizala), dok mali udio energije dolazi iz tekućih goriva ili plina. Osim hotelskog smještaja postoje i drugi, alternativni, oblici smještaja.

Tablica 1 prikazuje koliko pojedini smještajni objekt troši energije i emisije po gostu/noć.

Tablica 1. Potrošnja energije i emisije prema tipu smještaja

Vrsta smještaja	Korištenje energije po gostu/noć (MJ-megadžul)	Emisija po gostu/noć (kg CO <sub>2</sub> )
Hoteli	130	20,6
Kampovi	50	7,9
Pansioni	25	4,0
Izvan pansioni smještaj	120	19,0
Turističko naselje	90	14,3
Kuće za odmor	100	15,9
<b>Procijenjeni prosjek</b>	<b>98</b>	<b>15,6</b>

Izvor : *Tourism in the green economy*, Background Report, UNEP, UNWTO, 2012., str. 6

U tablici 1 je vidljivo kako je hotelski smještaj glavni onečišćivač od svih oblika turističkih smještaja. Hoteli su danas prepoznati kao jedini od najvećih potrošača energije i vode te onečišćivači zraka.

Konkretno, u Republici Hrvatskoj problem i dalje predstavljaju brojna turistička mjesta, naročito na obalama i na otocima, koja još uvijek nemaju riješeno osnovno komunalno pitanje. Turizam na obali vezan je uz različite prednosti i nedostatke turističke ekspanzije gdje je posebno istaknuta opasnost od masovnosti turizma, kao i njegova sezonalnost s odgovarajućim posljedicama. Za vrijeme turističke sezone, pojedina mjesta na Jadranu postaju nepodnošljiva za turiste, kao i za domaće stanovništvo te postoji opasnost od prostorne devastacije.

Rješenje navedenog problema može se pronaći u suradnji sektora turističke izgradnje i zaštite prostora. Uvođenje edukacija u kontekst razvoja kontinentalnog turizma te predavanja i promocije održivog turizma potrebno je provoditi na svim razinama društva, kako bi se stanovništvo uključilo u suživot s turistima što je jedan od glavnih ciljeva održivog turizma.

Turistička industrija veoma je zainteresirana za zaštitu globalnog okoliša iz osnovnog razloga što ona ovisi o čistom i kvalitetnom okolišu. Ako svi turistički operatori, veliki i mali ne poduzmu mjere za održavanje i unapređenje kvakoće okoliša budućnost ove aktivnosti je neizvjesna. Trenutačno je tek 1% europskih hotelskih smještajnih kapaciteta ekološki



osviješteno te je u skladu s time u svoje poslovanje uvelo eko-oznake, što je poražavajući podatak.<sup>13</sup>

### 2.3.Prikaz smještajnih kapaciteta Republike Hrvatske s naglaskom na kampove

Republika Hrvatska je zemlja koja je tradicionalno orijentirana prema turizmu. Glavnina turističkog prometa između ostalog ostvaruje se u smještajnim kapacitetima čiji je pregled dan u sljedećoj tablici.

Tablica 2 daje pregled broja smještajnih kapaciteta u Republici Hrvatskoj kroz godine prema broju postelja

Tablica 2. Pregled broja smještajnih kapaciteta Republike Hrvatske kroz godine

Smjštajni kapaciteti po vrstama objekata 1980.-2015. – broj postelja									
	1980.	1985.	1990.	1995.	2000.	2005.	2010.	2015.	2018.
Hoteli i apart hoteli	113.177	127.802	142.917	138.535	126.656	115.776	122.879	135.322	130.576
Turistička naselja	41.715	51.065	58.201	61.389	64.539	61.991	31.891	30.836	37.535
Kampovi	232.960	278.779	291.934	260.764	210.148	217.324	232.134	237.758	235.754
Privatne sobe	196.034	246.995	264.092	125.370	273.833	400.454	428.464	574.428	800.108
Lječilišta	1.045	2.292	2.906	2.638	2.830	2.258	2.574	2.510	1.796
Radnička odmarališta	68.228	76.061	63.319	6.996	11.657	11.124	7.429	2.749	1.978
Odmarališta za djecu	25.742	27.397	19.853	3.321	6.192	4.667	5.934	11.692	17.420
Ostalo	13.099	9.860	12.458	9.568	14.279	95.616	78.673	33.017	40.096
UKUPNO	692.00	820.251	862.680	608.626	710.188	909.210	909.951	1.029.312	1.265.224

Izvor: Ministarstvo turizma, <https://mint.gov.hr/> ( pristupljeno 06.07.2019)

Prema broju postelja kampovi se nalaze na drugom mjestu. Kapacitet hrvatskih kampova gotovo je dvostruko veći nego hotelski kapacitet. No, unatoč tako velikom udjelu kampova u ukupnom smještajnom potencijalu Republike Hrvatske, uspoređujući ih s konkurentnim zemljama Mediterana, hrvatski je kamping kapacitet skroman.

<sup>13</sup> Ljubičić, D. : *Analiza održivog razvoja turističke destinacije*, Naše more, 63 (1), 2016., str. 31

Kamp se definira kao objekt u kojem se gostima pružaju usluge kampiranja (smještaja na uređenom prostoru na otvorenom – na kamp mjestu ili kamp parceli), smještaja u građevinama (u kućicama u kampu, bungalovima i slično), druge ugostiteljske usluge, ostale usluge u funkciji turističke potrošnje te mogućnost bavljenja športom te drugim oblicima rekreacije na prostoru na otvorenom u kampu ili u blizini kampa.

Kampiranje je aktivnost na otvorenom koja se obično odvija u prirodi. To je aktivnost provođenja godišnjeg odmora u šatoru, kamp kućici ili nekoj drugoj privremenoj nastambi. Osobe koje prakticiraju ovaj oblik provođenja godišnjeg odmora nazivaju se *kamperima*. Kamperi uobičajeno napuštaju svoje domove i provode jednu ili više noći u šatorima ili drugim privremenim nastambama, uživajući u prirodi. Iako se smatra jeftinim oblikom smještajne usluge, ovaj oblik smještaja sve više koriste putnici veće platežne moći.<sup>14</sup>

S obzirom na vrstu usluge, kampovi se razvrstavaju na sljedeće vrste:<sup>15</sup>

1. kamp,
2. kamp naselje,
3. kampiralište,

Značaj kamping ponude u turizmu Republike Hrvatske vidljiv je već i samog udjela smještajnih kapaciteta u kampovima u ukupnom broju smještajnih kapaciteta. Kampovi čine jednu četvrtinu smještajnih kapaciteta Republike Hrvatske.<sup>16</sup>

Republika Hrvatska u 2018. godini imala je 340 kampova i prostora za kampiranje, od čega je 216 kampova, 77 kampirališta, 28 kamp odmorišta te 19 prostora za kampiranje izvan kampirališta. Smještajni kapaciteti hrvatskih kampova u 2018. godini ukupno broje 262.391 postelja.<sup>17</sup> Udio kampova u turističkoj ponudi Republike Hrvatske može se uočiti iz njihovoj sudjelovanju u ukupnoj smještajnoj ponudi. Kampovi i prostori za kampiranje ostvarila je 2,9 milijuna dolazaka te 19,3 milijuna noćenja, što je 21,5% od ukupno ostvarenih noćenja.<sup>18</sup> U 2018. godini prosječno je ostvareno 6,8 noćenja po dolasku.<sup>19</sup>

---

<sup>14</sup> Ibid., str. 12

<sup>15</sup> Čl. 5. Pravilnika o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli (NN br. 56/16)

<sup>16</sup> Ibid., str. 15

<sup>17</sup> Državni zavod za statistiku, <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno 06.07.2019.)

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, [www.mint.gov.hr](http://www.mint.gov.hr) (pristupljeno 08.07.2019.)

Najviše dolazaka i noćenja stranih turista u 2018. ostvarili su turisti iz Njemačke, i to 2,8 milijuna dolazaka i 20,0 milijuna noćenja. Slijede noćenja turista iz Slovenije (8,8%), Austrije (8,5%) Poljske (7,3%), Češke (6,2%), Italije (6,0%) te Ujedinjene Kraljevine (5,0%).

Prema podacima Ministarstva turizma u 2018. godini u strukturi kategoriziranih hrvatskih kampova dominantno mjesto su imali kampovi s četiri zvjezdice koji u ukupnom broju smještajnih kapaciteta kampova sudjelovali s udjelom od 44,9%, a slijede kampovi s tri zvjezdice s udjelom od 33,8%, te s dvije zvjezdice s udjelom od 20,6%.<sup>20</sup>

Kampovi u Republici Hrvatskoj su uglavnom locirani na moru u pet županija. U ukupnim kamping kapacitetima Republike Hrvatske, promatrano po broju kreveta, najveći udio ima Istarska županija (40%), a slijede Primorsko–goranska županija (29%), Zadarska županija (11,8%), Šibensko–kninska (6,3%) te Splitsko–dalmatinska (6,3%).

Republika Hrvatska ostvaruje tek 3% europskog kamping turizma, što ukazuje na značajan potencijal ovog segmenta turističkog tržišta.<sup>21</sup> Statistika govori o velikoj posjećenosti hrvatskih kampova te je zamjetan trend porasta posjećenosti kampova u Republici Hrvatskoj. Činjenica je kako kamping turizam uvelike pridonosi turističkoj ponudi Republike Hrvatske i ukupnom gospodarskom boljitku, no treba svakako osvijestiti postojanje negativnih posljedica koje kamping turizam ima za okoliš.

Kao glavne razloge za posjet kampovima Republike Hrvatske kampisti navode opuštanje i odmor, prirodne ljepote i zabava i razonoda. Na prvom mjestu po važnosti sadržaja i usluge su plaže i more, a zatim sanitarije i ljubaznost.

Profil gostiju i potrošnja u kamping turizmu Republike Hrvatske u 2018. godini bila je sljedeća.<sup>22</sup>

- prosječna dob gostiju je 47 godina,
- oko 62,7% gostiju ima višu ili visoku stručnu spremu,
- oko 75,9% gostiju ima primanja veća od 1.500 eura,
- prosječna vrijednost kamp opreme je 11.850 eura,
- u strukturi kampova sudjeluje šator (20,5%), kamp kućica (58%), kamper (20,6%) te ostalo (0,9%),

---

<sup>20</sup> Ibid.

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> KUH, <https://www.kuh.strukturaposjecenosti.hr/> (pristupljeno 08.07.2019.)

- prosječan trošak obitelji tijekom kamping odmora je 2.524 eura, dok dnevna potrošnja po članu obitelji (prosječna obitelj 3,6 člana) iznosi 48,5 eura,
- procjenjuje se da su godišnji prihodi sektora (na bazi potrošnje) oko 676 mil. eura.

Temeljni cilj poslovanja kampova i razvoj kamping turizma uz povećanje konkurentnosti i uspješnosti hrvatskog kamping turizma kroz razvoj i transformaciju postojećih kampova te poticajnu regulativu i aktivnost za razvoj novih kampova svakako treba biti održivi razvoj turizma. Održivi turizam je turizam, koji u potpunosti uzima u obzir trenutne i buduće gospodarske, društvene i okolišne učinke, brine se o potrebama posjetitelja, sektora, okoliša i destinacije.<sup>23</sup> Zadaća je održivog turizma da optimalno iskoristi okolišne resurse, koji su ključni elementi cjelokupnog turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i bioraznolikosti.<sup>24</sup>

Iako je danas u društvu sve prisutnija svijest o potrebi očuvanja okoliša i s time povezana sve izraženija želja pojedinaca za aktivnom ulogom u očuvanju prirode i okoliša, za dugoročno održivi razvoj turizma je važno da vlasnici i voditelji kampova osvijeste kako zaštita i briga za okoliš dovode do bolje popunjenosti kampova, odnosno do povećanje turističke potražnje. S obzirom da se trendovi u turizmu mijenjaju i turisti postaju sve više ekološki osviješteni, te biraju smještajne kapacitete po njihovom odnosu prema okolišu, te u tome profitiraju više kapaciteti koji posluju ekološki odgovorno.

Kako je ekološki odgovorno poslovanje u Republici Hrvatskoj još uvijek u svojim začecima, potrebno je informirati i educirati javnost te uključiti javne lokalne i županijske institucije u poticanju poduzetnika na ekološki odgovorno poslovanje. Turistički proizvod svakog kampa temelji na urednom i očuvanom okolišu. Svaki kamp trebao bi imati eko menadžment s ciljem brige o okruženju, upravljanje otpadom, briga o ekologiji, upravljanje potrošnjom vode i upravljanje električnom energijom, te poticanje zaposlenika i gostiju na ekološki odgovorno ponašanje. Ipak, kako na svjetskoj razini tako i na nacionalnoj nedovoljan broj kampova posjeduje ekološke certifikate, što znači da mali broj kampova uistinu ekološki odgovorno posluje u svim segmentima.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Galičić, V., Laškarin, M. : *Principi i praksa turizma i hotelijerstva*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2016., str. 68

<sup>24</sup> Ibid., str. 70

<sup>25</sup> Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. : *Menadžment promjena kamping turizma*, Fakultet ekonomije i turizma Pula, Pula, 2013., str. 53

Negativan utjecaj kamping turizma na okoliš se ogleda kroz određenu devastaciju okoliša već pri samom formiranju kampa, prisutan je i određeni negativan utjecaj od strane kampista, odlaganje otpada na mjesta koja za to nisu predviđena, prekomjerna potrošnja električne energije i vode i slično, stoga je vrlo važno osoblje, ali i goste kampa pravovremeno educirati o važnosti zaštite okoliša, kroz odvajanje otpada ili kroz uključenje u neke ekološke programe kao i kroz mijenjanje određenih navika a sve s ciljem smanjenja negativnog utjecaja samog kampa na okoliš..

### **3.OPĆENITO O EKO STANDARDIMA U TURISTIČKOJ SMJEŠTAJNOJ INDUSTRIJI**

Primjena ekoloških standarda i uspješnost poslovanja u turističkoj smještajnoj djelatnosti su povezani jer standard čine osnovnu usporednu veličinu ili normalu pri ocjenjivanju kadrova, imovine, poslovnog rezultata i uspješnosti poslovanja poduzeća. Standard ima dva svojstva, on definira, odnosno propisuje kvalitetu, ali je istovremeno i mjerilo postizanja propisane kvalitete. Standard i kvaliteta čine jedinstvo, stoga nema kvalitete bez standarda. Standard je prije svega pretpostavka za kvalitetu i mjera razine ostvarene kvalitete. Standard i kvalitetu treba shvatiti kao jedinstven proces koji teče kontinuirano.<sup>26</sup>

#### **3.1.Pojmovno određenje eko standarda**

Eko standardi imaju svrhu informiranja turista o utjecaju proizvoda i usluga na okoliš pod utjecajem turizma. Korijeni eko standardizacije ogledaju se u rastućoj brizi o zaštiti okoliša na svjetskoj razini, ali i u poslovnom sektoru te javnosti. Eko standardi se mogu podijeliti na osnovne i dodatne. Osnovni uključuju zakonom propisane standarde vezane uz hotelijerstvo i ugostiteljstvo i obavezni su za sve poslovne subjekte.<sup>27</sup> Na isti se nadograđuje sustav eko standardima koji se propisuje i čije je kriterije potrebno ispuniti za dobivanje eko-certifikata. Oni obuhvaćaju četiri osnovna područja, a to su potrošnja vode, potrošnja električne energije, odlaganje otpada i otpadne vode. Dodatni eko standardi omogućuju dobivanje posebne međunarodno relevantne eko oznake te njihovim ispunjenjem određeni objekt pokazuje svoju visoku ekološku osviještenost i osjećaj za lokalnu zajednicu i samu destinaciju, šaljući na taj

---

<sup>26</sup> Avelini Holjevac, I.;Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2002.; str. 105.

<sup>27</sup> Muller, H. : Turizam i ekologija, Masmedia, Zagreb, 2004.

način poruku široj javnosti o njihovim nastojanjima da svojim poslovanjem smanjuju negativan utjecaj na zajednicu i okoliš.<sup>28</sup>

Standarde donosi tijelo za standardizaciju sa opće priznatom djelatnošću u standardizaciji na nacionalnom, regionalnom ili međunarodnom nivou čija je osnovna djelatnost priprema, odobravanje i usvajanje standarda koji su dostupni javnosti.<sup>29</sup> Uvođenjem standarda gostu je zagantirano da će dobiti kvalitetu koju je tražio i platio, a samom objektu standardi pojednostavljaju svakodnevni rad.

Pravila i procedure koje su zadane standardima omogućuju radnicima da kad savladaju osnove rada i ophođenja po standardima, ostaje više kvalitetnog vremena da se posvete gostu, njegovim željama i potrebama, te da u komunikacijskom odnosu sa gostom pruže gostoprimstvo i bliskost koju gosti traže jer je zadovoljan gost garancija poslovne uspješnosti hotela i većih prihoda. Standardi također omogućuju racionalnije poslovanje objekata, snižavanje troškova poslovanja i povećanje profitabilnosti, što utječe na mogućnost povećanja materijalne osnove radnika i na veću dividendu vlasnicima.<sup>30</sup> Poslovanje u skladu sa standardima, donosi mnogo prednosti u poslovanju kako bi se osnažio vlastiti položaj na tržištu i povećala razina konkurentnosti. Standard podrazumijeva stupanj dosega najviše kvalitete.

Eko standardi su dobrovoljni instrumenti zaštite okoliša pomoću kojih proizvođači i davatelji usluga pokazuju da poštuju visoke standarde zaštite okoliša tijekom životnog ciklusa proizvoda i pružene usluge. Eko standardi su važni u promicanju međunarodne politike održive proizvodnje i potrošnje kojoj je cilj smanjiti negativan učinak proizvodnje i potrošnje na okoliš, zdravlje, klimu i prirodna dobra te poticati društveno odgovorno poslovanje i održive stilove života.

Eko standardima gostima je zagantirana sigurnosti, kvalitete i održivog poslovanja koje mogu pronaći i osobno doživjeti u takvim objektima. Kada poduzeće posjeduje određeni eko standard to je znak izvrsnosti rada jer se vrši promocija onih koji za zaštitu okoliša rade i više nego što je zakonom propisano. Više su okrenute prema potrošačima nego poslovnom krugu jer se očekuje da će osviješteni potrošači među gomilom proizvoda prepoznati one koji brinu

---

<sup>28</sup> Ibid., str. 89

<sup>29</sup> Ibid., str. 78

<sup>30</sup> Ibid., str. 81

za zaštitu okoliša. Prednosti posjedovanja eko standarda za turističku smještajnu industriju su višestruke :<sup>31</sup>

- pokazuje i dokazuje visoku kvalitetu i brigu o okolišu
- označava smanjenje potrošnje resursa kao što su voda, električna energija i smanjenje količine otpada dovodi (smanjenje troškova poslovanja),
- opredjeljenje za očuvanje okoliša znači zdrav smještaj, zdravu prehranu i zdravo okruženje za goste i zaposlenike, te time direktno utječe na zadovoljstvo istih i doprinosi ispunjenju njihovih očekivanja.

Međunarodna organizacija za standardizaciju je razvila standarde za rješavanje oznaka okoliša s ISO 14000 koji je nastao iz ISO obveze za cilj održivog.<sup>32</sup>

Kao dio šireg koncepta eko upravljanja veliki broj turističkih poduzeća, većinom u sustavu franšizinga, koristi sustav ekoloških standarda ISO 14001. Prepoznat je kao korak prema uvođenju EMASA-a (Eco-Management and Audit Scheme). EMAS je uveden s ciljem da se promovira neprestano poboljšanje poslovanja s ekološkim načelima. EMAS sustav je stroži od ISO 14001 i zahtijeva neprestanu komunikaciju rezultata s poslovnom zajednicom i okruženjem. Turistička smještajna industrija može poduzimati različite mjere u sklopu zaštite okoliša. Te mjere ovise od samog smještajnog objekta, ali se ipak većina mjera odnosi na 6 osnovnih područja:<sup>33</sup>

- Energija,
- Voda,
- Kruti otpad,
- Efluenti i emisije (otpad i tekućem i plinovitom stanju),
- Izbor ugovornih poslovnih partnera,
- Poslovanje

Primjena sustava kvalitete temeljena na ISO standardima ne samo što omogućuje povećanje efikasnosti poslovanja, već samo posjedovanje ISO certifikata znači reklamu za svaki ugostiteljski objekt. Gost koji primjerice vidi kako je određeni kamp uskladio svoj proizvod

---

<sup>31</sup> Petrić, L. : *Upravljanje turističkom destinacijom, načela i praksa*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, 2011., str. 52

<sup>32</sup> Ibid., str. 91

<sup>33</sup> Ibid., str. 122. - 123

ili uslugu sa standardima, ima povjerenja u proizvode i usluge koje mu taj kamp tijekom njegovog boravka nudi. Da bi se dostigla određena razina kvalitete, treba se pridržavati postavljenih eko standarda kao određenog propisa o sadržaju, načinima i svojstvima usluga.<sup>34</sup>

Da bi opstala na tržištu sva poduzeća moraju koristiti međunarodno prepoznatljive standarde zbog poboljšanja sposobnosti upravljanja vlastitim resursima, povećanja produktivnosti, komuniciranja vrijednosti, trženja vlastitih proizvoda i usluga i razvijanja partnerstava sa svim zainteresiranim stranama (potrošačima, dobavljačima, javnim ustanovama, lokalnom zajednicom).<sup>35</sup> Također, moraju spoznati značajnu uloga standardizacije u omogućavanju poslovne ekspanzije poslovnog subjekta, te globalne, regionalne, nacionalne i lokalne koordinacije aktivnosti. Primjena eko standarda u poslovanju postaje još jedan atribut koji mijenja ekonomsku stvarnost i postaje središte djelokruga uspješnih poduzeća.<sup>36</sup>

Jasno propisana pravila ekološkog ponašanja i poslovanja te stalne kontrole pomažu u smanjenju operativnih i energetske troškova, smanjenju emisija i onečišćenja, reduciranju potrošnje vode, reduciranju otpada, i općenito reduciranju negativnih utjecaja na okoliš. Turisti se danas sve češće odlučuju za ekološki održivi turizam, a za takav odmor često su spremni izdvojiti i veće svote novca. Sve navedeno ukazuje upravo na to da novim trendovima, a posebno u turizmu treba pridati posebnu pažnju, posebice u pogledu rasta konkurentnosti.

Važno je razlikovati *certifikati o zaštiti okoliša* i *eko standard*. Certifikati o zaštiti okoliša dodjeljuju se onim tvrtkama ili aktivnostima koje se u potpunosti pridržavaju skupu standarda. Svako poduzeće unutar grane može biti certificirano, ako je su u skladu s propisanim. Eko standard je nagrada koja se daje za posao ili aktivnosti koje imaju znatno bolje rezultate u odnosu na druge u tom području. Temelji se na usporedbi najboljih rezultata, a ne u skladu sa osnovnim normama. Samo najbolji koji ostvaruju uzornu učinkovitost, prema utvrđenim kriterijima, dobivaju eko oznaku.<sup>37</sup> Implementacijom eko standarda u poslovanje doprinosi se boljoj kvaliteti usluge i te se jača pozicija na tržištu te razlikuje turističke smještajne objekte koji ga posjeduju od ostalih koji ga ne posjeduju.

---

<sup>34</sup> Ibid., str. 96

<sup>35</sup> Ibid., str. 104

<sup>36</sup> Ibid., str. 105

<sup>37</sup> Ibid., str. 54



### 3.2.Prikaz eko standarda na globalnoj razini

Turistička branša i organizacije za okoliš dugo vremena su nastojale pronaći oznake za oblike turizma odgovoren prema okolišu. Takozvani znakovi za kvalitetu omiljeni su i rasprostranjeni. Na početku su imali maštovita imena kao zeleni kovčeg, zeleno drvo, srebrni čičak, plavi anđeo ili plava zastavica. Oni bi trebali potvrditi ekološku upitnost pojedinih plaža, hotela, turističkih krajeva ili turoperatora.<sup>38</sup>

Svjetska turistička organizacija, u istraživanju objavljenom 2015. identificirala više od 60 održivih i ekoturističkih programa certificiranja diljem svijeta.<sup>39</sup> Nekoliko programa djeluje širom svijeta, neki su regionalni, a većina je nacionalna ili lokalna. U nastavku rada su navedene neke od najpoznatijih eko standarda.

#### 3.2.1.Green Globe

Standard *Green Globe* temelji se na međunarodno prihvaćenim kriterijima razvijenim tijekom 15 godina programa *Green Globe* (slika 1). *Green Globe* je aktivan u usklađivanju s drugim uspostavljenim programima certificiranja održivosti širom svijeta. Proces usklađivanja pridonosi održavanju temeljnih kriterija i istodobno rješava regionalna pitanja usvajanjem lokalno razvijenih standarda

Slika 1. Logo eko standarda Green Globe



Izvor : Green Globe, <https://greenglobe.com/> (pristupljeno 09.07.2019.)

*Green Globe (Zeleni Globus)* je certifikacijski program svjetskih putovanja i turističke industrije održivog turizma. *Green Globe* standardi pružaju certifikaciju, osposobljavanje i obrazovanje, te marketinške usluge u 83 zemlje diljem svijeta.<sup>40</sup> Sa sjedištem u Los Angelesu, Kaliforniji te partnerima u Meksiku, Južnoj Americi, Južnoj Africi, Bliskom Istoku, na Karibima i Europi.<sup>41</sup>

<sup>38</sup> Hansruedi Müller, Turizam i okoliš, MASMEDIA. 2004., 182 str.

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> Muller, H. : *Turizam i ekologija*, Masmedia, Zagreb, 2004., str. 180

<sup>41</sup> Ibid., str. 181

Green Globe Standard temelji se na sljedećim međunarodnim standardima i sporazumima :<sup>42</sup>

- međunarodni kriterij održivog turizma,
- međunarodno partnerstvo za održivi turizam (GSTC Partnership),
- osnovni kriterij klasifikacijske mreže održivog turizma Amerike,
- Agenda 21 i načela Održivog razvoja potvrđena od 182 Vlade 1992. godine na UN Konferenciji Ujedinjenih naroda o održivom razvoju koja se održala u Rio de Janeiru,
- ISO 9001 / 14001 / 19011 (ISO - međunarodna organizacija za standardizaciju).

*Green Globe* certifikat je strukturirana provjera održivog razvoja putničkih i turističkih poduzeća i njihovih partnera u opskrbnom lancu. Poduzeća mogu pratiti napredak i dokumentirati postignuća koja dovode njihova poduzeća do certificiranja održivog poslovanja i upravljanju. Sudjelovanje u *Green Globe 21* programu može pružiti različite koristi poduzeću, klijentima i zajednici u cjelini u vidu koristi za poslovanje. Uštede se mogu postići kroz integrirani i sustavni pristup smanjenja potrošnje energije, smanjenja proizvodnje otpada i smanjenje korištenja pitke vode.

Poboljšana je slika poduzeća za zaštitu okoliša u očima dioničara, kupaca, komercijalnih dionika, vlade i zajednice, a time i konkurentnosti. Kroz godišnje izvješće o procjeni uspjeha operacija poduzeće lako može procijeniti ekološku učinkovitost u pogledu potrošnje energije, pitke vode, proizvodnji čvrstog otpada i slično . Korisnici usluga kroz program postaju sve svjesni važnosti čistog okoliša. *Green Globe 21* korisnici mogu svojim klijentima predstaviti načine odmora koji neće uzrokovati veliku štetu planeti.

---

<sup>42</sup> Green Globe, <https://greenglobe.com/> (pristupljeno 09.07.2019.)

### 3.2.2. Travelife

*Travelife* je međunarodna shema certificiranja održivosti hotela i smještaja (slika 2). *Travelife* certifikat pomaže u poboljšanju načina upravljanja okolišnim i društvenim utjecajima kao što su smanjenje potrošnje energije i vode te osiguranje podrške lokalnim ljudima, tvrtkama i kulturi. Sustav i njegovi kriteriji razvijeni su kroz proces konzultacija s više dionika koji uključuje turoperatore, hotelijere, trgovinska udruženja, nevladine organizacije, revizorska poduzeća i akademske zajednice.

Slika 2. Logo eko standarda *Travelife*



Izvor : *Travelife*, <https://travelifecollection.com/home/> (pristupljeno 09.07.2019.)

Kriteriji za certifikaciju *Travelife for Hotels & Accommodations* obuhvaćaju i pitanja poput ljudskih prava, zaštite djece i dobrobiti zaposlenika. Pomažu pri osiguravanju poštene prakse i rade na zaštiti svojih gostiju, zaposlenika i lokalne zajednice u kojoj djeluju.

Dobivanje *Travelife* certifikata nije jednostavno i zahtijeva upravljanje i angažiranje osoblja, ulaganje vremena i novca te može dovesti do potpune transformacije načina dosadašnjeg poslovanja. Svi hoteli i smještaji s certifikatom *Travelife* moraju poduzeti neovisnu reviziju na licu mjesta kako bi dokazali da zadovoljavaju stroge kriterije prije nego što dobiju certifikat *Travelife*. Mnogi hoteli prvi put nisu uspješni i ulažu nekoliko godina truda u poboljšanje održivosti svog poslovanja prije nego što su na razini postizanja certifikacije *Travelife*. Postoje dvije vrste certifikata *Travel gold* i *Award of Excellence*.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> *Travelife*, <https://www.travelife.org>, pristupljeno (09.07.2019.)

### 3.2.3.Green Key

Zeleni ključ je vodeći standard izvrsnosti u području ekološke odgovornosti i održivog djelovanja turističkoj industriji. Ova prestižna eko- oznaka predstavlja predanost tvrtki da se njihovi turistički objekti pridržavaju strogih kriterija koje propisuje „Foundation for Environmental Education“ (FEE). Fokus na informiranju i uključivanju posjetitelja u mjere koje poduzeće poduzima kako bi bilo ekološki prihvatljivije i održivo. Također osigurava se da je osoblje koje djeluje u hotelu dobro informirano i osposobljeno u području ekološki prihvatljivih i održivih praksi.<sup>44</sup>

Slika 3. Logo eko standarda Green Key



Izvor : Green Key, <https://www.greenkey.com/> (pristupljeno 09.07.2019.)

Ustanove koje se dodjeljuju certifikatom Green Key ispunjavaju niz visokih standarda zaštite okoliša. Razvijeni su kriteriji i bilješke za šest kategorija Green Key (hoteli i domovi, kampovi i parkovi za odmor, mali smještajni centri, konferencijski centri, restorani i atrakcije) koji pokrivaju istih 13 područja o čemu će biti više riječi u nastavku ovog rada.

---

<sup>44</sup>Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/zeleni-kljuc/>, pristupljeno ( 09.07.2019.)

### 3.2.4.EU Ekolabel

Kao pomoć u sustavnom radu i certificiranju okolišne održivosti na razini pojedinačnog pružatelja ugostiteljsko-turističkih usluga, razvijena su mjerila za znak zaštite okoliša Europske unije *EU Ecolabel* i to za turističke usluge smještaja i za usluge kampa (slika 4). Radi se o sustavima kriterija i indikatora sličnih onima koje je nedavno razvilo *Globalno vijeće za održivi turizam*.

Slika 4. Logo eko standarda EU Ekolabel



Izvor : EU Ekolabel, [http://www.ec.europa.eu/environment/ecolabel/index\\_en.htm/](http://www.ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm/) (pristupljeno 09.07.2019.)

Osnovana 1992. godine i prepoznata u cijeloj Europi i svijetu, *EU Ecolabel* oznaka je ekološke izvrsnosti koja se dodjeljuje proizvodima i uslugama koji zadovoljavaju visoke ekološke standarde tijekom cijelog životnog ciklusa od vađenja sirovina, proizvodnje, distribucije i odlaganja.<sup>45</sup> Ekološka oznaka EU-a promiče kružno gospodarstvo potičući proizvođače da proizvode manje otpada i CO<sub>2</sub> tijekom proizvodnog procesa.

Kriteriji EU Ecolabel također potiču poduzeća da razviju proizvode koji su trajni, jednostavni za popravak i recikliranje. Kriteriji Ekološke oznake EU-a pružaju stroge smjernice za poduzeća koje žele smanjiti svoj utjecaj na okoliš i jamčiti učinkovitost svojih postupaka zaštite okoliša putem kontrola trećih strana. Mnoga se poduzeća okreću kriterijima *EU Ecolabel* za smjernice o najboljim ekološkim praksama pri razvoju svojih proizvodnih linija.

Veliki broj različitih standarda održivosti doprinio je činjenici da certificiranje *zelenosti* u zadnjih dvadesetak godina nije zaživjelo koliko je moglo, da je postojao manji broj kredibilnih i tržišno prepoznatih sustava. Procjenjuje se da trenutno postoji 80 certifikata zaštite okoliša i održivosti u Europi s oko 15.000 dodijeljenih oznaka/certifikata turističkim operaterima i destinacijama.

---

<sup>45</sup> EU Ekolabel, [http://www.ec.europa.eu/environment/ecolabel/index\\_en.htm/](http://www.ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm/) (pristupljeno 09.07.2019.)

Danas u svijetu postoji veliki broj eko standarda, ali turoperatori, putničke agencije, turisti vjeruju učinkovitim, poznatim i priznatim svjetskim ekološkim markama. Eko standardi na lokalnoj razini to nisu jer nemaju svjetsku prepoznatljivost i vjerodostojnost te se postavlja pitanje da li u tom smislu na nacionalnom nivou bolje implementirati svjetske poznate i priznate ekološke standarde poput *Zelenog Ključa* ili razvijati nacionalne ekonomske standarde za smještajnu industriju poput *Prijatelja okoliša*, *Sustainable Hotel*, *Eco domus* kao što je primjer u Republici Hrvatskoj.

### **3.3.Prikaz eko standarda na razini Republike Hrvatske**

Uvođenje eko standarda odgovor je na trendove i doprinos očuvanju okoliša i održivom razvoju. Ekološka svijest sve je izraženija te će potražnja za ekoturizmom sve više rasti. To znači da će se u turističkim uslugama sve veća pažnja stavlјati na smanjenje štetnog otpada, recikliranje i odgovornost za ekološki svjesno ponašanje turista.

Briga o okolišu s jedne strane donosi smanjivanje troškova energije, a s druge strane važno je naglasiti da eko orijentacija postaje sve važniji faktor pri odabiru destinacije i usluge. Eko standard kvalitete kao dodana vrijednost prepoznata je u hrvatskoj smještajnoj industriji, tako da se u uz međunarodne eko standarde mogu pronaći domaći eko standardi koje će biti pobliže opisani u nastavku rada.

### 3.3.1. Prijatelj okoliša

Ministarstvo zaštite okoliša i prirode je 2011. godine uspostavilo znak okolišne izvrsnosti pod nazivom *Prijatelj okoliša* za hotele i kampove čija su mjerila usklađena s mjerilima za znak zaštite okoliša Europske unije *EU Ecolabel* (slika 5). Eko oznaka *Prijatelj okoliša* je nacionalni znak Republike Hrvatske koji pokazuje da se poštuju visoki standardi zaštite okoliša iznad propisanog zakonskog minimuma.

Znak je usklađen sa europskim znakom za visoki ekološki standard *EU Flower*, te se dodjeljuje, uz sudjelovanje stručnjaka i javnosti prema precizno utvrđenom postupku. Na osnovi ispunjenih mjerila znak se dodjeljuje proizvođačima i pružateljima usluga koji racionalno koriste energiju, koji vode računa o otpadu, korištenju proizvoda koji nisu štetni za okoliš, te poduzimanju aktivnosti u svrhu podizanja ekološke svijesti ne samo svojih zaposlenika, već i svojih gostiju.

Slika 5. Logo eko standarda Prijatelj okoliša



Izvor : Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, <https://www.mzoip.gov.hr/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Glavni cilj je poticanje razvoja novih tehnologija, smanjenje onečišćenja okoliša, racionalnije gospodarenje sirovinama i energijom. Znak se dodjeljuje na rok od tri godine, te se nakon isteka tog roka proizvođač može podnijeti zamolbu za produljenje prava na korištenje znaka *Prijatelj okoliša*.<sup>46</sup>

Eko oznaka *Prijatelj okoliša* dodijeljena je 2011. godine po prvi puta u hrvatskoj povijesti. Hoteli koji su prvi nositelji priznanja su *Hotel Maestral Laguna*, *hotel Istra*, *hotel Sol Garden Istra*, *Valamar Riviera Hotel & Residence Riviera*, *hotel Amfora*, *hotel Borovnik*, *hotel Valamar Lacroma*, *hotel Vicko Vicko*, *hotel Villa Dvor* te *Villa Andrea*.

<sup>46</sup> Prijatelj okoliša, <http://www.svijet-kvalitete.com>, pristupljeno ( 09.07.2019.)

### 3.3.2. Sustainable hotel

Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH) je 2013. godine uz potporu Ministarstva turizma Republike Hrvatske godini razvio ideju i pokrenuo pilot projekt pod nazivom *Zelena poslovanje u hotelijerstvu* s ciljem osmišljavanja i definiranja kriterija za zelene hotele te uvođenja zelenog poslovanja u 20 hotela koji su se pridružili projektu kako bi se podigla konkurentnosti hrvatskog turizma kroz projekt *Zeleni turizam* uz pokroviteljstvo Ministarstva turizma Republike Hrvatske. Cilj projekta je kroz zeleno poslovanje ostvariti sinergiju ekonomske dobiti, socijalne dobrobiti te dobrobiti za okoliš prema definiranim kriterijima. Brojne analize hotela koji su prešli na zeleno poslovanje pokazuju da se u takvim objektima u prosjeku troši 20% manje vode, da su troškovi odvoza smeća 15% niži, a dolazi i do poboljšanja okoliša u kojem se objekti nalaze. Također se podiže i motivacija zaposlenih te stvara bolja komunikacija s gostima, jer osim pojačane brige o zaštiti okoliša oni danas izražavaju i sve viši stupanj socijalne osjetljivosti naspram šire zajednice.

Prvi hoteli, njih 21, dobili su certifikat Udruge poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH) i oznaku *Sustainable Hotel* čime se potvrđuje njihovo zeleno poslovanje te da su zadovoljili sve uvjete za taj certifikat, među kojima su upravljanje održivošću, zaštita okoliša, energetska učinkovitost, educirano osoblje, uštede u potrošnji energije i vode, kontrolirana emisija CO<sub>2</sub> i drugi (slika 6).

Slika 6. Logo eko standarda Sustainable Hotel



Izvor : UPUHH, <https://www.upuhh.hr/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Hoteli kojima je uručen UPUHH-ov *Sustainable Hotel* certifikat podijeljeni su u sljedeće tri kategorije :<sup>47</sup>

- basic kategoriju,
- advanced kategoriju,
- superior kategoriju.

---

<sup>47</sup> Poslovni turizam, <http://www.poslovniturizam.com/vijesti/prvi-hoteli-s-oznakom/> (pristupljeno 10.07.2019.)



Hoteli basic kategorije su *Bluesun hotel Berulia – Hoteli Brela d.d., Esplanade Zagreb Hotel, Hotel Feral – Laguna Novigrad d.d., Hotel Kaštel Motovun, Hotel Kimen – Cresanka d.d., Hotel Padova – Imperial d.d., Hotel Phoenix, Hotel Sport, Hotel Tomislavov dom, Hotel Turist, Palace Hotel Zagreb, Valamar Koralj Romantic Hotel – Riviera Adria d.d.*<sup>48</sup>

Hoteli advanced kategorije su *BEST WESTERN PREMIER Hotel Astoria, Hotel Borovnik, Hotel Well – Terme Tuhelj, Hotel & Casa Valamar Sanfior – Riviera Adria d.d., Hotel International – HUP-Zagreb d.d., Hotel Maestral – Laguna Novigrad d.d.*

Hoteli superior kategorije su *DoubleTree by Hilton Hotel Zagreb, Falkensteiner Hotel & Spa Iadera – Punta Skala d.o.o., Vitality Hotel Punta – Jadranka hoteli d.o.o.*<sup>49</sup>

### **3.3.3. Eco Domus**

Jedan od općih ciljeva za turizam Istarske županije je održivi razvoj turizma u Istri, te razvoj Istre kao kvalitetne turističke destinacije. Na tragu tih ciljeva, a na temeljima *Master plana razvoja turizma Istre 2015. - 2025.*, pokrenut je novi projekt pod nazivom *Eco Domus* (slika 7). Nastavak je to aktivnosti vezanih za diversifikaciju privatnog smještaja u Istarskoj županiji, koje su započete sa projektom *Istra Bike&Bed*.

Slika 7. Logo eko standarda Eco Domus



Izvor : Eco Domus, <https://www.istra.hr/hr/business-information/projekti/eco-domus/> (pristupljeno 10.07.2019.)

*Eco Domus* je namijenjen malim turističkim smještajnim objektima, a cilj mu je poticanje privatnih iznajmljivača na diversifikaciju i podizanje kvalitete smještaja kroz usklađivanje s načelima održivog razvoja i održivog turizma.

---

<sup>48</sup> Ibid.

<sup>49</sup> Ibid.

Osnovne karakteristike *Eco Domus* smještaja su :<sup>50</sup>

- društvena i ekološka odgovornost,
- cjelovita zaštita okoliša i zdravlja,
- korištenje eko certificiranih sredstava za pranje i čišćenje,
- korištenje eko certificiranih toaletnih proizvoda,
- korištenje prirodnih materijala,
- štednja vode,
- štednja energije,
- sortiranje i recikliranje otpada.

Nositelji *Eco Domusa* su *Villa Baldaši, Villa Milica, Villa Ladonja, Apartman Margerita, Kuća Una, Villa Dubravka, Agroturizam Ograde, Villa Marten, Apartman Oliveto, Villa Dolce Vita, Villa Gašparini, Zatka, Lavarino Royal, CasaMenta i Villa Kabola, Seasons House, Apartman Nik, Mihatovići, Vila Aria, Home & Apartments Sabina, Villa Deep Blue, Villa Benić, Vila Ana i Vila Nina, Villa Gelci, Veli Kus i Villa Moncalvo*.<sup>51</sup>

#### **4.EKO STANDARD ZELENI KLJUČ**

Nadahnuće za eko standard *Zeleni ključ* potječe posebno iz programa *Plave zastave*, koje je postalo i međunarodni uspjeh. Ideja je bila stvoriti sličan koncept sustava turizma za hotele. Inicijalno je inicijativa *Zeleni ključ* naišla na neke scepticizme kao i otpor mnogih ljudi unutar industrije kada su osnovani. Ova prestižna ekološka oznaka predstavlja predanost poduzeću da se njihove turističke ustanove pridržavaju strogih kriterija koje propisuje *Zaklada za odgoj i obrazovanje za okoliš (FEE)*.

*Zeleni ključ* je program nagrađivanja smještajnih kapaciteta sa svrhom povećanja svijesti vlasnika, osoblja i klijenata o potrebi zaštite okoliša i potrebi promicanja održivog razvoja. Svrha ovog programa je razvoj i upravljanje ekološkom markicom za smještajne kapacitete.<sup>52</sup> *Zeleni ključ* je stvoren u zajedničkom pothvatu s ekološkim organizacijama, turističkom industrijom i javnim institucijama na temelju pragmatičnog i pouzdanog danskog modela.

---

<sup>50</sup> Eco Domus, <https://www.istra.hr/hr/business-information/projekti/eco-domus/> (pristupljeno 10.07.2019.)

<sup>51</sup> Ibid.

<sup>52</sup> Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Stvorio je jedinstveni neprofitni eko standard koji je usredotočen na suradnju poduzeća uključenih u tempo, gdje se samo poduzeće opravdava preuzimanjem vodstva.

U ovom trenutku eko standard *Zeleni ključ* proširio se na 57 različitih zemalja i dobio je gotovo 3000 turističkih organizacija.<sup>53</sup> Države koje imaju najviše nositelja eko standarda *Zeleni ključ* su Nizozemska (683 nositelja), Francuska (624), Grčka (338), Belgija (235), Švedska (170), Meksiko (161), Portugal (158), Danska (143) zatim sa nešto manjem brojem slijede Finska, Turska, Maroko, Arapski Emirati, Njemačka, Rusija, Cipar, Norveška, Jordan, Wales, Estonija, Letonija, Italija, Slovenija, Ukrajina, Saudijska Arabija, Austrija, Švicarska, Poljska, Katar, Kina, Tunis, Španjolska, Oman, Litva, Srbija, Japan, Dominikanska Repulika, Češka, Mauritius, Kenija, Rumanjska, Puerto Rico, Kuvajt, Island, Georgia, Engleska, Bahrein, Sjeverna Irska, Etiopija, Sierra Leone, JAR, Mađarska, Libanon, Malta, Curaçao, Luksemburg, Egipat te Republika Hrvatska.

U Republici Hrvatskoj danas postoji 7 nositelja eko standarda *Zeleni ključ*, a to su *kamp Kovačine*, *kamp i odmaralište Zaton*, *kamp Soline*, *hotel Radisson Blu*, *hotel La Meridan Lav u Splitu* te *hotel Dubrovnik Sun Gardens*.<sup>54</sup>

#### **4.1.Povijest eko standarda *Zeleni ključ***

Eko standard *Zeleni ključ* razvio se iz nacionalne inicijative u Danskoj kroz potrebu da postane vodeća svjetska ekološka oznaka za smještaj. Prije 20 godina pojavila se potreba za zaštitom okoliša i nematerijalna i iz poslovne perspektive, osnovni zdrav razum. Drugim riječima, postoji financijsko i socijalno opravdanje koje čini pravu stvar.

*Zeleni ključ* nastao je u vrijeme kada je okolina, unatoč brojnim skepticima, polako dobivala sve značajniju ulogu u političkom okruženju. Razvoj kriterija bio je spor proces, ali iskustva i znanja iz *Plave zastave* već su postojali i bilo je važno prilagoditi kriterije industriji. Jedan od glavnih izazova bio je uključiti dio obuke. Nisu svi smatrali da je relevantno ili realno uključiti ovaj dio u zahtjeve. Neki od izazova bili su brojni narodi i jezici koji se govore među osobljem, a neki od zadataka, kao što je čišćenje, bili su povjereni podugovarateljima. Međutim, dio obuke je na kraju bio uključen i danas je jedno od područja

---

<sup>53</sup> Ibid.

<sup>54</sup> FEE Green Key, <https://www.greenkey.global/green-key-sites/> (pristupljeno 10.07.2019.)

u kojem se eko standard *Zeleni ključ* razlikuje od drugih marki. Kako su postavljeni zahtjevi za hotel tako su u narednim godinama osmišljeni su zahtjevi za kamp, kuće za odmor te restorane.

U nastavku su kronološki navedeni najvažniji datumi vezani za eko standard *Zeleni ključ*.<sup>55</sup>

- 1994. godine – eko standard *Zeleni ključ* pokrenut u Danskoj od strane *HOREST-a* (*Udruga hotela, restorana i turizma u Danskoj*), *Danskog vanjskog vijeća* i *Udruge danskih turističkih rukovoditelja*.
- 1998. godine - *FEE Francuska* je izradila program *Clef Verte* na temelju programa danskog *Zelenog ključa*.
- 2000. godine – *HOREST-a* je izvezla koncept *Zeleni ključ* u Švedsku, Estoniju i Grenland.
- 2002-2003. – eko standard *Zeleni ključ* je službeno odobren kao međunarodni program *Zaklade za odgoj i obrazovanje za okoliš (FEE)*, a program *Zeleni ključ* ponuđen je svim organizacijama članicama *FEE-a* za provedbu.
- 2010. godine – eko standard *Zeleni ključ* postaje prikladan za hotele u međunarodnim hotelskim lancima, dopuštajući *Green Key International* da upravlja hotelima u međunarodnim hotelskim lancima i u zemljama bez operatera *Zelenog ključa*.
- 2014. godine – eko standard *Zeleni ključ* postaje prikladan za sve ustanove kandidate, čime je *Green Key International* upravljao mjestima u zemljama bez nacionalnih operatera *Zelenog ključa*. U većini slučajeva, revizor treće strane je zadužen za revizije.
- 2016. godine - više od 2.500 eko standarda *Zeleni ključ* dodjeljeno je ustanove 53 zemlje.

#### **4.2. Program eko standarda *Zeleni ključ***

*Zeleni ključ* je međunarodni eko standard koji se objektima dodjeljuje kao dokaz da učinkovito i odgovorno iskorištavaju raspoložive resurse, smanjuju svoje negativne učinke na okoliš, educiraju svoje zaposlenike o važnosti društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja, te informiraju goste o ekološkoj orijentaciji i zelenom poslovanju objekta.

---

<sup>55</sup> FEE Green Key, <https://www.greenkey.global/join-fee/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Programom *Zeleni ključ* nastoje se ostvariti sljedeća 4 cilja:<sup>56</sup>

- educirati vlasnika, osoblje, klijente te druge sudionike (dobavljače i slično) o zaštiti okoliša i održivom razvoju,
- smanjiti utjecaj objekta (smještajnog kapaciteta) na okoliš,
- ostvariti ekonomsku dobit kao rezultat smanjenja potrošnje,
- osigurati marketinšku strategiju s ciljem promicanja objekta (smještajnog kapaciteta) i ekološke markice.

Visoke eko norme koje se očekuju od ustanova održavaju se strogom dokumentacijom i čestim revizijama. Nakon postizanja prestižne nagrade *Zeleni Ključ*, ustanove to mogu iskoristiti kako bi pokazale svoj angažman u pitanjima okoliša i održivosti. *Zeleni ključ* dodjeljuje se na razdoblje od godinu dana. Tijekom godine vrši se minimalno jedan inspekcijski obilazak objekta.

Procedura kod dobivanja Zelenog ključa je sljedeća :

- iskazivanje interesa od strane objekta,
- popunjavanje prijavnog obrasca *Zelenog ključa*,
- inspekcijski obilazak,
- odluka *Nacionalnog ocjenjivačkog suda za Zeleni ključ*,
- odluka *Međunarodnog ocjenjivačkog suda za Zeleni ključ*,
- državna svečanost *Zelenog ključa*,
- svečanost isticanja plakete i certifikata te podizanja zastave sa *Zelenim ključem*,
- *Zeleni ključ* se dodjeljuje za razdoblje od 01.01.-31.12. tekuće godine, a kandidature se zaprimaju tijekom studenog i prosinca.

*Zeleni ključ* ima političku strukturu koja određuje ukupni smjer programa i administrativnu strukturu zaduženu za svakodnevno upravljanje programom.<sup>57</sup>

Budući da je program *Zeleni ključ* utemeljen u Danskoj prije nego što je postao program *Zaklade za odgoj i obrazovanje za okoliš (FEE)*, odluku o sveukupnom razvoju programa

---

<sup>56</sup> Ibid.

<sup>57</sup> FEE Green Key, <https://www.greenkey.global/our-structure/> (pristupljeno 10.07.2019.)

određuje *Međunarodni upravni odbor za Zeleni ključ* koji se sastoji od dva člana osnivača iz Danske i dva člana *Zaklade za odgoj i obrazovanje za okoliš (FEE)*.

*Green Key International* zadužen je za :<sup>58</sup>

- sveukupni administrativni razvoj i usklađivanje programa *Zeleni ključ*,
- kontakt s postojećim i novim ustanovama u kojima se provodi *Zeleni ključ* u zemljama bez nacionalnog operatora sa eko standardom *Zeleni ključ*,
- kontakt s postojećim i novim međunarodnim partnerima.

U zemljama s organizacijama članicama FEE-a koje vode *Zeleni ključ*, njihovi nacionalni operateri zaduženi za *Zeleni ključ* su :<sup>59</sup>

- nacionalni administrativni razvoj i usklađivanje programa
- kontakt s postojećim i novim objektima eko standarda *Zeleni ključ* na nacionalnoj razini,
- kontakt s postojećim i novim nacionalnim partnerima.

---

<sup>58</sup> Ibid.

<sup>59</sup> Ibid.

### 4.3. Smjernice eko standarda *Zeleni ključ* za kampove

Kriteriji eko standarda *Zeleni ključ* za kampove primjenjivi su na sve vrste kampova. Kako bi se mogao kandidirati za *Zeleni ključ*, prijavljeni objekt mora biti legalno stečen te poslovati u skladu sa svim primjenjivim propisima i zakonima. Kriteriji su podijeljeni u dvije kategorije, a to su obvezni i preporučeni kriteriji.

U tablici 3 vidljiv je pregled obveznih i preporučenih kriterija za upravljanje okolišem.

Tablica 3. Upravljanje okolišem

<i>1. Upravljanje okolišem</i>	
<b>Obvezni kriteriji</b>	<b>Preporučeni kriteriji</b>
Uprava objekta mora biti uključena u Program i mora imenovati voditelja Zelenog ključa među zaposlenicima.	Objekt će mjeriti emisiju ugljičnog dioksida kroz upotrebu priznatih CO2 mjernih alata.
Objekt mora formulirati strategiju zaštite okoliša.	
Objekt mora sastaviti ciljeve i godišnji plan za kontinuirani napredak.	
Sva dokumentacija vezana uz <i>Zeleni ključ</i> mora se čuvati u spisu i redovito nadopunjavati kako bi bila spremna za inspekciju.	
Voditelj zaštite okoliša mora osigurati godišnju reviziju kriterija Zelenog ključa.	
Objekt mora uspostaviti aktivnu suradnju sa važnim dionicima.	

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Smještajni objekt mora ispuniti sve obavezne kriterije i određeni postotak preporučenih kriterija, koji se povećavaju svake godine.<sup>60</sup>

<sup>60</sup> Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Eko standard punu pažnju posvećuje uključenosti osoblja u provođenju mjera smanjenja negativnog utjecaja kampa na okoliš. Tablica 4 daje pregled obveznih i preporučenih kriterija za uključenost osoblja.

Tablica 4. Uključenost osoblja

<b><i>1. Uključenost osoblja</i></b>	
Obavezni kriteriji	Preporučeni kriteriji
Voditelj mora održavati periodične sastanke sa osobljem kako bi ih obavijestio o postojećim i predstojećim inicijativama za zaštitu okoliša.	
Voditelj zaštite okoliša mora sudjelovati na sastancima sa Upravom za potrebe prezentiranja napredaka u zaštiti okoliša objekta.	
Voditelj zaštite okoliša i drugi članovi osoblja moraju pohađati obuku o zaštiti okoliša i drugim pitanjima održivog razvoja.	
Voditelj zaštite okoliša mora osigurati obaviještenost zaposlenika o aktivnostima zaštite okoliša objekta.	

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Važno je pravovremeno informirati i uključiti svo osoblje u inicijative zaštite okoliša određenog objekta.



Eko standard punu pažnju posvećuje uključenosti osoblja koje mora biti informirano i uključeno u inicijative zaštite okoliša kako bi im omogućilo bolje razumijevanje njihovih radnih uloga. Informacije je važno prenositi gostima. Tablica 5 daje pregled obveznih i preporučenih kriterija za informacije za goste.

Tablica 5. Informacije za goste

<b>1. Informacije za goste</b>	
Obavezni kriteriji	Preporučeni kriteriji
Nagrada Zeleni ključ mora biti izložena na istaknutom mjestu.	Uprava objekta treba dati gostima mogućnost evaluacije hotelskih aktivnosti u zaštiti okoliša
Informativni materijali o Zelenom ključu moraju biti vidljivi i dostupni gostima.	
Objekt mora redovito informirati goste o planovima i aktivnostima u zaštiti okoliša te ih potaknuti na sudjelovanje u istima.	
Informacije o Zelenom ključu i informacije o zaštiti okoliša moraju biti dostupne na web stranici objekta.	
Osoblje na recepciji mora biti spremno informirati goste o Zelenom ključu i trenutnim aktivnostima i planovima usmjerenima prema očuvanju okoliša koje se provode u objektu.	
Osoblje mora pružiti gostima informacije o lokalnom javnom prijevozu i njegovim alternativama.	
Znakovlje o štednji energije i vode mora biti postavljeno na vidljivim mjestima	

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Vrlo je važno da osoblje pravovremeno i iscrpno informira goste vezano uz pitanja o zaštiti okoliša.

Eko standard *Zeleni ključ* punu pažnju posvećuje povećavanju svijeti u potrebi zaštite okoliša kod korisnika usluga poput potrošnje vode. Eko standard punu pažnju posvećuje štednji vode koja mora biti kontrolirana od strane osoblja, ali i gostiju objekta. Tablica 6 daje prikaz obaveznih i preporučenih kriterija vezano za potrošnju vode u objektima.

Tablica 6. Voda

<b>1. Voda</b>	
Obavezni kriteriji	Preporučeni kriteriji
Ukupna potrošnja vode mora se bilježiti najmanje jednom mjesečno.	Novokupljeni strojevi za pranje posuđa i rublja ne smiju biti aparati za kućnu uporabu.
Novokupljeni toaleti ne smiju trošiti više od 6 litara vode pri svakom ispiranju.	Odvojeni vodomjeri postavljaju se na mjesta sa visokim stupnjem potrošnje vode
Osoblje mora redovito provjeravati slavine i toalete, kako ne bi došlo do nepotrebne potrošnje vode.	Otpadne vode se nakon pročišćavanja moraju ponovno koristiti.
Protok vode najmanje 75% tuševa u gostinskim sobama ne smije prelaziti 9 litara po minuti.	Toaleti se trebaju ispirati kišnicom
Protok vode najmanje 75% slavina u gostinskim sobama ne smije prelaziti 8 litara po minuti.	Novi toaleti trebaju imati dvojni sustav ispiranja od 3/6 litara
Pisoari na javnim površinama moraju imati senzore, uređaje za uštedu vode ili biti bez vode.	Bazeni trebaju biti u skladu sa nacionalno odobrenim standardima za kvalitetu vode, zdravlje i sigurnost.
Novokupljeni stroj za pranje posuđa ne smije koristiti više od 3.5 litara po košari.	Bazeni su pokriveni ili imaju neki drugi sustav ograničavanja korištenja vode
Upute za uštedu vode i energije tijekom pranja posuđa moraju biti izložene blizu perilice	Redovite provjere pokazuju da nema propuštanja bazena.
Sve otpadne vode moraju se obrađivati u skladu sa nacionalnom ili lokalnom regulativom.	

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Važno je da svi gosti objekti budu upoznati sa kriterijima te da se svaki pojedini gost objekta pridržava postavljenih kriterija.

Eko standard punu pažnju posvećuje štednji vode, posebice prilikom pranja i čišćenja, a potrošnja vode mora biti strogo kontrolirana od strane osoblja, ali i gostiju objekta. Tablica 7 daje pregled obveznih i preporučenih kriterija za uključenost osoblja.

Tablica 7. Pranje i čišćenje

<i>1. Pranje i čišćenje</i>	
<b>Obvezni kriteriji</b>	<b>Preporučeni kriteriji</b>
Novokupljeni kemijski proizvodi za čišćenje za svakodnevnu upotrebu moraju imati nacionalno ili internacionalno priznatu ekološku markicu ili ne smiju sadržavati spojeve navedene na crnoj listi Zelenog ključa.	Objekt izbjegava mirisne sprejeve i parfeme prilikom pranja i čišćenja.
Dezinfekcijske supstance moraju se koristiti kada su potrebne i u skladu sa propisima o higijeni.	Upute za korištenje perilica rublja, u kojima se navodi da se perilica koristi samo kada je puna, te upute o korištenju ekološki prihvatljivog programa za pranje, trebaju biti istaknute u blizini perilice.
U zemljama EU, novokupljeni papirnati ručnici, maramice i toaletni papir moraju biti napravljeni od izbijeljenog papira koji ne sadrži klor ili moraju posjedovati ekološku markicu.	Objekt koristi ekološki označene deterdžente za stroj za pranje posuđa i rublja
	Krpa od tkanine koristi se za čišćenje kako bi se štedjela voda i deterdženti.

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Preporučljivo je da se koriste uređaji koji su namjenjeni određenom objektu te da se otpadne vode mogu koristiti ponovo koristiti.

Eko standard punu pažnju posvećuje na smanjenje utjecaja na okoliš načinom da se koriste korištenje opasnih kemikalija svede na minimum. Eko standard veliku važnost pridodaje zbrinjavanju otpada tako da se otpad odvaja prema propisima. Tablica 8 daje pregled obveznih i preporučenih kriterija što se tiče za otpad.

Tablica 8. Otpad

<i>1. Otpad</i>	
<b>Obvezni kriteriji</b>	<b>Preporučeni kriteriji</b>
Objekt mora odvojiti otpad prema nacionalnim propisima sa minimalno tri kategorije.	Objekt mora bilježiti ukupnu količinu otpada i načiniti plan za smanjenje količine/ponovno korištenje otpada.
Odvojeni otpad mora biti zasebno tretiran od strane lokalnih ili nacionalnih službi za upravljanje otpadom, privatnih službi ili službi samog objekta	Gosti trebaju imati mogućost razvrstavanja otpada u kategorije kojima onda rukuju objekti za upravljanje otpadom.
Ukoliko komunalna poduzeća ne prikupljaju otpad u objektu ili u blizini objekta, tada uprava objekta mora osigurati siguran prijevoz do najbliže lokacije za obradu otpada.	Objekt treba imati dispنزere za tekući sapun za ruke/šampon.
Upute o odvajanju i zbrinjavanju otpada moraju biti dostupne osoblju i gostima objekta u jednostavnom i razumljivom obliku	Sapuni i šamponi dostupni gostima moraju imati nacionalno ili internacionalno prepoznatljivu eko-oznaku.
Jednokratni pribor za jelo (šalice, tanjuri i pribor) smije se koristiti samo u prostoru oko bazena, teretani, spa centru te prilikom konzumacije "hrane za van".	Ambalaža treba biti izrađena od recikliranog ili biorazgradivog materijala
Opasne kemikalije se moraju odlagati u odvojene kontejnere kako bi se spriječilo propuštanje i zagađivanje okoliša.	Objekt dogovara prikupljanje i zbrinjavanje pakiranja s dobavljačem istih.
Tekući i kruti opasni kemijski otpad mora se oprezno i sigurno prevesti do odobrenog objekta za prijam	Objekt mora koristiti biorazgradive jednokratne čaše, tanjure i pribor za jelo.
Svaki toalet mora imati kantu za smeće.	Objekt od organskog otpada radi kompost.

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Preporučljivo je da se koriste proizvodi označeni ekološkom markicom. Preporučljivo je da se zna količina različitih vrsta otpada kako bi se smanjio utjecaj na okoliš.

Eko standard se brine o potrošnji energenata nužnih za nesmetano funkcioniranje i obavljanje propisanih djelatnosti svakog pojedinog objekta, no nužno je voditi računa o razumnoj potrošnji energenata, o čemu trebaju voditi računa osoblje, ali i gosti objekta. Tablica 9 daje pregled obveznih i preporučljivih kriterija za korištenje energije.

Tablica 9. Energija

<i>1. Energija</i>	
<b>Obvezni kriteriji</b>	<b>Preporučeni kriteriji</b>
Potrošnja energije mora se bilježiti barem jednom mjesečno.	Vanjska rasvjeta treba biti smanjena na minimum i/ili imati senzore za automatsko gašenje.
Kontrolni sustavi uređaja za grijanje i hlađenje upotrebljavaju se u skladu sa godišnjim dobima ili sezonalnošću objekta.	Svi prozori trebaju imati termalnu izolaciju sukladno klimi podneblja u kojem se nalazi objekt.
Najmanje 75% svih žarulja moraju biti štedne žarulje.	Objekt mora osigurati da su svi električni uređaji u gostinskim sobama, kuhinjama, praonicama, itd. energetske učinkoviti
Filtri za masnoću u ispušnim sustavima moraju biti čišćeni barem jednom godišnje.	Najmanje jednom u pet godina se organizira energetska revizija.
Površine izmjenjivača topline ventilacijskog sustava moraju biti redovito čišćene.	Nije dopušteno grijanje pomoću električnih panela ili ostalih oblika izravnog grijanja električnom energijom
Ventilacijski sustavi moraju se kontrolirati barem jednom godišnje	Objekt koristi ekološki potvrđene i/ili obnovljive izvore energije.(
Hladnjaci, zamrzivači, grijači i pećnice moraju biti opremljeni neoštećenim izolacijskim brtvama. Objekt određuje standardnu temperaturu u gostinskim sobama.	Objekt treba imati sustav ključ kartica (key card) kako bi se osiguralo automatsko isključivanje električnih uređaja u slučaju nekorištenja
Postoji pisana procedura vezana za električne uređaje koji se nalaze u praznim sobama.	Klima uređaji i grijanje automatski se isključuju kada su prozori otvoreni.
	Treba biti ugrađen sustav za povrat topline.
	Zgrada objekta treba imati veći stupanj izolacije od nacionalno propisanog minimuma

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Eko standard punu pažnju posvećuje smanjnu utjecja na okoliš smanjnjem energije u kampovima, što podrazumijeva bilježenje potrošnje energije. Preporučljivo je da uređaji kao i sami objekt moraju imati energetske učinkovitost, što znači razumno trošenje energije.

Eko standard punu pažnju pridodaje prehrani gostima koju objekt nudi i pribavlja. Hrana mora biti ekološki označena te mora biti iz organskog uzgoja. Tablica 10 daje pregled obveznih i preporučenih kriterija za hranu i piće.

Tablica 10. Hrana i piće

<b>1. Hrana i piće</b>	
<b>Obvezni kriteriji</b>	<b>Preporučeni kriteriji</b>
Objekt mora kupovati i evidentirati najmanje tri vrste hrane/pića iz organskog uzgoja, ekološki označene ili pravedne trgovine i/ili lokalno proizvedene.	Objekt pruža informacije o organski proizvedenoj, ekološki označenoj, iz pravedne trgovine i/ili lokalno proizvedenoj hrani i piću na jelovnicima.
Udio organske, ekološki označene, iz pravedne trgovine i/ili lokalno proizvede hrane/pića mora rasti svake godine.	Restoran pruža mogućnost uzimanja vegetarijanskog jelovnika.
Objekt preuzima inicijativu kupovine sezonskih proizvoda, manje mesnih proizvoda i izbjegavanja kupovine proizvoda ugroženih riba, morskih plodova ili drugih vrsta.	Gostima se u restoranu i prostorijama za okupljanje nudi voda iz slavine
Objekt mora registrirati razinu otpada od hrane i poduzeti inicijative za njegovo smanjenje.	

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Preporučljivo je da kamp mora biti ekološki osviješten što se tiče hrane u smislu na štednji hrane te ponude hrane prema sezoni rasta.

Eko standard vodi brigu o unutarnjem okolišu što je vođenom procedurama i propisima kojih se treba pridržavati svo osoblje, ali i gosti svakog pojedinog objekta. Tablica 11 daje pregled obaveznih i preporučenih kriterija vezano za unutarnji okoliš.

Tablica 11. Unutranji okoliš

<b>1. Unutarnji okoliš</b>	
<b>Obvezni kriteriji</b>	<b>Preporučeni kriteriji</b>
Restoran mora biti ograničen na nepušače ili barem imati prostor za nepušače.	U slučaju obnavljanja ili nove izgradnje, objekt mora koristiti ekološki prihvatljive proizvode.
Minimalno 75% soba mora biti za nepušače.	
Objekt ima kadrovska pravila o pušenju unutar radnog vremena.	

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Za kontinuirano poboljšanje unutarnjeg okoliša i smanjenja utjecaja na okoliš koriste se ekološki prihvatljivi proizvodi.

Eko standard punu pažnju posvećuje na smanjenju zdravstvenog rizika na način da se mora osigurati prostor za pušače, što djeluje u cilju zaštite okoliša. Tablica 12 daje pregled obaveznih i preporučenih kriterija za korištenje zelenih površina.

Tablica 12. Zelene površine

<i>1. Zelene površine</i>	
<b>Obvezni kriteriji</b>	<b>Preporučeni kriteriji</b>
Kemijski pesticidi i gnojiva ne smiju se koristiti osim ako ne postoji organski ili prirodni prihvatljiv zamjenski proizvod.	Vrtni otpad se kompostira.
Novokupljene kosilice za travu moraju biti ili na električni pogon, koristiti bezolovno gorivo, imati katalizator, posjedovati eko-markicu ili biti ručne kosilice.	Kišnicu ili sive vode treba prikupljati i koristiti za zalijevanje cvijeća i vrtova.
Gustoća naseljenosti objekta mora iznositi manje od 60 obitelji po hektaru.	Pri sadnji novih zelenih površina, koriste se endemske ili domaće vrste.
Minimalno 10% cjelokupne površine mora zauzimati otvoreni prostor.	
Promet motornim vozilima u objektu svodi se na minimum, dok tijekom noći nije dozvoljen.	
Primjenjuju se pametne procedure zalijevanja cvijeća i vrta.	

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Standard punu pažnju posvećuje smanjenu utjecaja na okoliš te opterećenju na okoliš na način da ekološki razumno štedi na uređnju i održavnju okoliša.



Tablica 13 daje pregled obaveznih i preporučenih kriterija za korporativnu društvenu odgovornost.

Tablica 13. Korporativna društvena odgovornost

<i>1. Korporativna društvena odgovornost</i>	
<b>Obvezni kriteriji</b>	<b>Preporučeni kriteriji</b>
Objekt se usklađuje sa internacionalnim, nacionalnim i lokalnim pravom te odredbama društveno odgovornog poslovanja vezano uz okoliš, zdravlje, sigurnost i rad.	Objekt osigurava pristup osobama s posebnim potrebama.
	Objekt je pravičan u zapošljavanju žena i lokalnih manjina
	Objekt aktivno podupire zelene aktivnosti ili inicijative za društveni razvoj zajednice
	Objekt nudi sredstva za male lokalne poduzetnike za razvoj i prodaju održivih proizvoda koji se temelje na prirodi, povijesti i kulturi tog područja.
	Razvijen je kodeks ponašanja za aktivnosti u autohtonim i lokalnim zajednicama
	Ugrožene biljke i životinje, povijesni i arheološki artefakti ne prodaju se, njime se ne trguje niti ih se izlaže, osim ako je zakonom dopušteno.
	Materijal/ potrošni materijal koji se više ne koristi skuplja se i donira u dobrotvorne organizacije.

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Standard punu pažnju posvećuje mogućnosti da objekt osigurava da su rad i djelatnosti u područjima okoliša, zdravlja, sigurnosti i rada usklađeni da lokalnim i nacionalnim pravom i propisima.

Tablica 14 daje pregled obaveznih i preporučenih kriterija za zelene aktivnosti.

Tablica 14. Zelene aktivnosti

<i>1. Zelene aktivnosti</i>	
<b>Obvezni kriteriji</b>	<b>Preporučeni kriteriji</b>
Informacije o obližnjim parkovima, krajolicima i zaštićenim prirodnim područjima moraju biti lako dostupne gostima.	Gosti imaju mogućnost posuditi ili unajmiti bicikle.
Objekt mora pružiti informacije o najbližem mjestu za unajmljivanje ili posudbu bicikala.	Objekt pruža aktivnosti vezane uz podizanje osviještenosti o održivom razvoju, zaštiti okoliša i prirode u i oko prostora.
	Objekt pruža gostima informacije vezane uz obližnje marine, plaže i brodske voditelje nagrađene Plavom zastavom.

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

Kako bi se ojačao profil zaštite okoliša objekta i potaklo goste da se uključe u zelene aktivnost, objekt nudi informacije o zelenim površinama. Informacije uključuju poticanje gostiju da izaberu obližnje aktivnosti na otvorenom ili zelene aktivnosti.

Tablica 15 daje pregled obaveznih i preporučenih kriterija za administraciju.

Tablica 15. Administracija

<i>I. Administracija</i>	
<b>Obvezni kriteriji</b>	<b>Preporučeni kriteriji</b>
Sve prostorije za osoblje moraju ispunjavati iste kriterije kao i one za goste.	Objekt poduzima mjere kojima se smanjuje uporaba papira u uredima, gostinskim sobama i sobama za sastanke.
Uredski materijal i brošure koje objekt proizvodi ili naručuje moraju imati eko-markicu, reciklirati se ili proizvoditi u pogonu koji poštuje očuvanje okoliša.	Objekt obavještava dobavljače i partnere o svojoj predanosti zaštiti okoliša i potiče ih da prate kriterije Zelenog ključa.
Neovisni poslovni subjekti smješteni u prostorima objekta moraju biti informirani o inicijativama za očuvanje okoliša u koje su objekt i Zeleni ključ uključeni	Objekt osigurava da dobavljači imaju eko certifikat,
	Potiče se uporaba ekološki prihvatljivog prijevoza.
	Novokupljena trajna roba treba imati eko-markicu

Izvor : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/wp-content/uploads/2019/01/zeleni-kljuc-za-kampove-smjernice.pdf/> (pristupljeno 10.07.2019.)

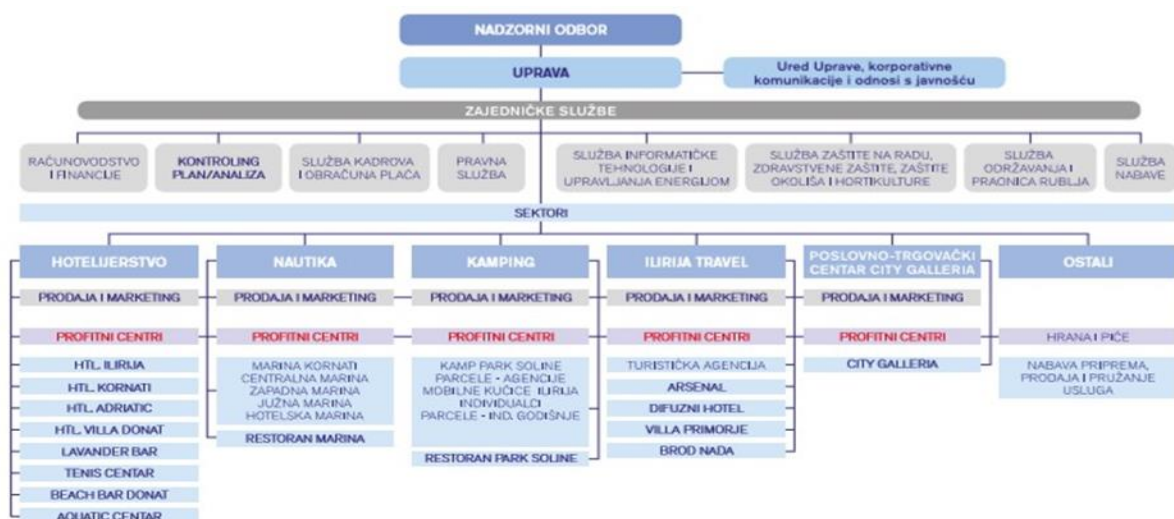
Kako bi objekt održao potpuno ekološki i održivi pristup, sve prostorije za osoblje moraju ispunjavati iste zahtjeve kao i prostorije za goste. Objekt mora biti ekološki osviješten potrošnje i količine energije, te mora dati informacije o inicijativama za očuvanje okoliša u koje su objekt i eko standard *Zeleni ključ* uključeni.

## 5. HOTELSKO PODUZEĆE ILIRIJA d.d.

Ilirija d.d. je javno dioničko društvo registrirano za ugostiteljstvo i turizam sa sjedištem u Biogradu na Moru. Poduzeće djeluje već 62 godine na hrvatskom turističkom tržištu. Poslovanje poduzeća Ilirija d.d. se temelji na principima društveno odgovornog poslovanja kao sastavnog dijela korporativnih vrijednosti poduzeća. Ilirija d.d. ima u 100% vlasništvu dvije podružnice, Ilirija građenje d.o.o i Ilirija nautika d.o.o., no navedene podružnice nisu poslovno aktivne.<sup>61</sup>

Na slici 8 vidljiva je organizacijska struktura poduzeća Ilirija d.d..

Slika 8. Organizacijska struktura poduzeća *Ilirija d.d.*



Izvor : Ilirija d.d., <http://www.ilirija.hr/> (pristupljeno 11.07.2019.)

Vizija poduzeće Ilirija d.d. je trajno osigurati mjesto među tri vodeće turističke kompanije na području Sjeverne Dalmacije i među 15 vodećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj u ključnim segmentima hrvatske turističke ponude (hotelijerstvo, nautika i kamping) te zadržati poziciju nositelja turističkog i gospodarskog razvoja regije, ali i turističke destinacije u kojoj se sjedište Ilirije d.d. nalazi, Biograda na Moru, Zadra i Sv. Filipa i Jakova s razvojem cjelogodišnjeg poslovanja kroz ponudu komplementarnih i selektivnih oblika turističke ponude.<sup>62</sup>

<sup>61</sup> Ilirija d.d., [www.ilirijabiograd.com](http://www.ilirijabiograd.com), ( pristupljeno 19.07.2019.)

<sup>62</sup> Ibid.

Društvo u svom poslovanju obuhvaća sljedeće ključne segmente jadranske mediteranske turističke ponude :

- hotelijerstvo (hoteli : *Ilirija\*\*\*\**, *Kornati\*\*\*\**, *Adriatic\*\*\**, *Villa Donat\*\*\*\*/\*\*\**),
- nautika (*Marina Kornati* i *Hotelska lučica Ilirija-Kornati*),
- kamping (*Kamp Park Soline\*\*\*\**)
- ugostiteljstvo (restoran *Marina Kornati*, restoran *Park Soline*, *Beach bar Donat*, *Lavender lounge bar*),
- destinacijska menadžment kompanija DMK Ilirija Travel (*Arsenal* u Zadru, *Villa Primorje\*\*\*\**, difuzni hotel *Ražnjevića dvori AD 1307\*\*\*\**, event brod *Nada*),
- sportsko-rekreacijski i zabavni centri (*Tenis centar Ilirija* sa 20 tenis terena i *Aquatic centar* sa ugostiteljskim objektima).

Ilirija d.d. se od 1999. godine nalazi se u većinskom vlasništvu Davora Tudorovića.<sup>63</sup>

Ilirija d.d. zapošljava 190 stalnih i preko 230 sezonskih zaposlenika, što je na godišnjoj razini oko 400 zaposlenika.<sup>64</sup> Kompaniju od 2000. godine vodi Goran Ražnjević kao jedini član Uprave sa suradnicima koji su pretežito žitelji Biograda na Moru i njegove okolice što predstavlja jedinstven i uspješan model vođenja turističke kompanije u Republici Hrvatskoj.<sup>65</sup> Poduzeće aktivno sudjeluje u svim relevantnim projektima za turističku industriju u Republici Hrvatskoj koji imaju za cilj promociju i implementaciju društveno odgovornog poslovanja i održivog razvoja i poslovanja u turizmu. U 2014. godini poduzeće je sudjelovalo u projektu *Zeleno poslovanje u hotelijerstvu* u organizaciji *Udruge poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske*, vodeće udruge hrvatskih hotelijera koji ima za cilj smanjenje troškova poslovanja i smanjenje štetnih djelovanja na okoliš te istovremeno uvođenje zelenog poslovanja u hrvatske hotele. U sklopu ovog projekta poduzeću je 2017. godine za ispunjavanja kriterija održivosti u poslovanju kroz osam definiranih i promatranih područja (upravljanje održivošću, nabava, prodaja, marketing i odnosi s javnošću, okoliš, energetska učinkovitost i ljudski potencijali) dodijeljen certifikat *Sustainable hotel (Održivi hotel)*.<sup>66</sup>

Od 2013. godine kompanija je članica *Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj*, nezavisne neprofitne organizacije gospodarskog sektora, koju su osnovali vodeći

---

<sup>63</sup> Ibid.

<sup>64</sup> Ibid.

<sup>65</sup> Ibid.

<sup>66</sup> Ibid.

gospodarstvenici kako bi poticali održivi razvoj u gospodarstvu i zastupali gospodarstvo u održivom razvoju.<sup>67</sup>

Ilirja d.d. nositelj je ukupnog gospodarskog i turističkog razvoja turističke rivijere. U turističkim objektima Ilirija d.d. tijekom 2018. godine ostvareno je ukupno 625.830 noćenja. Ostvarena je dobit u iznosu od 22.386.121,40 kuna.<sup>68</sup>

Na nacionalnoj razini, kamping sektor u 2018. godini bilježi rast noćenja pa je time Kamp park Soline sa ostvarenim rastom noćenja iznad razine cijelog kamping sektora Republike Hrvatske. U 2018.godini u kamping sektoru ostvareno je 42.138 dolazaka te je realizirano 302.845 broja noćenja.

Ilirija d.d. je po financijskim i fizičkim rezultatima poslovanja jedna od 7 najvećih turističkih tvrtka u Dalmaciji. U Zadarskoj županiji jedna je od 3 vodećih turističkih tvrtka i perjanica njenog turističkog razvoja.

Svojom dugoročnom strategijom poslovnog razvoja ILIRIJA d.d. ima za cilj stvoriti: međunarodno konkurentno Društvo; osigurati gradu Biogradu na Moru 1.500.000 milijun noćenja godišnje od čega 750.000 noćenja u vlastitim objektima; zaštita, implementacija i poštivanje ekoloških standarda i dugoročno održiva valorizacija vlastitog turističkog potencijala; razvoj svih segmenata turističke ponude (hotelijerstvo, kamping, nautika te zabavnih, animacijskih, sportskih, kulturnih i izletničkih sadržaja); usvajanje efikasnih i suvremenih trendova na području marketinga, prodaje i komunikacije u pravcu prodaje svojih proizvoda-usluga.<sup>69</sup>

### **5.1.Kamp park Soline**

Kamp park Soline smjestio se u blizini grada Biograda na Moru, uz samu obalu, kategoriziran je sa četiri zvjezdice, a prostire se na 20 ha površine te sadrži ukupno 1.220 smještajnih jedinica ukupnog kapaciteta do 3.660 osoba.<sup>70</sup> Površina od 20 ha obuhvaća atraktivne parcele za smještaj kampera, kamp prikolica i šatora. Kamp gostima nudi ukupno 527 parcela i mobilnih kućica koje se stepenasto pružaju prema obali, a sve parcele imaju priključak za struju i vodu i odvodnju. U uvali Soline gdje dominira gusta borova šuma, pješćana i

---

<sup>67</sup> Ibid.

<sup>68</sup> Ministarstvo financija, [www.mfin.hr](http://www.mfin.hr), (pristupljeno 17.07.2019.)

<sup>69</sup> Ilirija d.d., <https://ilirijabiograd.com>, (pristupljeno 17.07.2019.)

<sup>70</sup> Kamp park Soline, <http://www.campsoline.hr/> (pristupljeno 17.07.2019.)

šljunčana plaža kamp rasplaže sa nizom dodatnih ugostiteljskih i sportsko-rekrativnih sadržaja. Kamp je otvoren od 01.travnja do 31.listopada.

Unutar kampa gostima su u ponudi tri vrste parcela :<sup>71</sup>

- *Parcela Standard Mare* - numerirane parcele veličine 100 m<sup>2</sup>, smještene u borovoj šumi uz more i plažu, djelomično osunčane, priključak za struju.
- *Parcela Comfort* - numerirane parcele veličine 100 m<sup>2</sup>, smještene u borovoj šumi, djelomično osunčane, priključak za struju, vodu i odvod.
- *Parcela Standard* - parcele veličine 80-100 m<sup>2</sup>, smještene u borovoj šumi, priključak za struju.

Gostima kampa na raspolaganju je pet vrsta mobilnih kućica naziva *Tavolara* (32m<sup>2</sup>), *Comfort plus* (32m<sup>2</sup>), *Premium* (32m<sup>2</sup>), *Comfort Family* (32m<sup>2</sup>) i *Tavolara plus* (32m<sup>2</sup>).<sup>72</sup>

Cijena kamp jedinica ovisi o njihovoj opremljenosti, odnosno blizini mora i zoni u kojoj se nalazi, a uključuje :

- 1 auto + šator /1 auto + prikolica /1 autodom/1 motor + šator,
- priključak za struju,
- priključak za vodu i odvod

Unutar kampa gostima su na raspolaganju :<sup>73</sup> moderno uređeni sanitarni prostori (tuševi s toplom vodom, umivaonici s toplom vodom, kabine s umivaonicima, WC i kemijski WC, kupaonice prilagođene osobama s posebnim potrebama); prostor za ručno pranje rublja; prostor za pranje posuđa; prostor za presvlačenje i previjanje beba; prostor za kupanje pasa; mjenjačnica; internet caffè i supermarket.

Novost u ponudi kampa je glamping. Osam šatora za popularni glamping pod zajedničkim nazivom *GlampatCamp*, prilagođen je novim generacijama avanturista. Šatori za glamping veličine 50 m<sup>2</sup> postavljeni su na stupovima od egzotičnog drveta koji su zabijeni u tlo te je na njih postavljena drvena konstrukcija. Glamping šatori su izdržljivi, nepomični, otporni na vjetar. Platno na krovu šatora je dvoslojno, karakteristično za šatore višeg ranga, što znači da ne zadržava toplinu već da zrak neometano struji i da je temperatura u šatoru otprilike jednaka

---

<sup>71</sup> Ibid.

<sup>72</sup> Ibid.

<sup>73</sup> Ibid.

onoj u prirodi. Radi se o luksuznom obliku kampiranja, stoga svi šatori imaju i klimatizacijski uređaj, wi-fi Internet te smart televizor, potpuno opremljenu kuhinju, blagovaonicu s velikim stolom.

Tablica 16. Broj dolazaka i noćenja s obzirom na emitivna tržišta i prosječni dan boravka za razdoblje 01.01. – 31.12. 2018. godine i usporedba sa 2017. godinom u kampu Park Soline

TRŽIŠTE	2018.		2017.		INDEKS 2018./2017.		PROSJEČNI DANI BORAVKA	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	2018.	2017.
Slovenija	10.016	68.615	8.419	63.714	119,04	107,69	6,85	7,57
Češka	7.762	50.256	7.506	57.502	102,21	101,31	7,59	7,66
Njemačka	5.499	42.918	4.893	39.712	112,39	109,56	7,80	8,01
Hrvatska	3.569	25.097	2.554	19.419	139,74	129,24	7,03	7,60
Nizozemska	2.529	20.250	2.492	23.135	93,46	87,58	8,69	9,28

Izvor : Ilirija d.d. godišnji izvještaj o poslovanju za 2018. godinu, <http://www.zse.hr/> (pristupljeno 11.07.2019.)

U strukturi ostvarenih noćenja među pet vodećih emitivnih tržišta nalazi se slovensko tržište sa udjelom od 23% noćenja, češko tržište sa 19%, njemačko tržište sa 14% noćenja, hrvatsko tržište sa 8% i nizozemsko tržište sa 7% noćenja.<sup>74</sup> Sukladno s time ukupni broj dan boravka gostiju iznosi 7,19 dana.<sup>75</sup> Može se uočiti da dolazi do blagog pada broja dana koji se provode u kampu u 2018. G. u odnosu na 2017.godinu. najduže borave nizozemci u 2017.g. proveli su prosječno 9,28 dana a u 2018. 8,69 dana, slijede ih njemci pa hrvati.

<sup>74</sup> Ilirija d.d. godišnji izvještaj o poslovanju za 2018.godinu, <http://www.zse.hr/> (pristupljeno 17.07.2019.)

<sup>75</sup> Ibid.



Tablica 17. prikazuje broj dolazaka, noćenja i broj parcela te prosječne dane boravka po tržišnim segmentima za razdoblje od 01.01.-31.12.2018. godine i usporedba sa 2017. godinom.

Tablica 17. Broj dolazaka, noćenja i broj parcela te prosječni dani boravka po tržišnim segmentima za razdoblje 01.01.-31.12.2018. godine i usporedba sa 2017. godinom

TRŽIŠNI SEGMENT	2018.			2017.			INDEKS 2018./2017.			PROSJEČNI DAN BORAVKA	
	Dolasci	Noćenja	Parcele	Dolasci	Noćenja	Parcele	Dolasci	Noćenja	Parcele	2018.	2017.
Alotman	11.833	90.751	264	11.426	93.706	246	103,56	96,84	107,32	7,67	8,20
Paušal	8.144	59.488	210	5.901	48.442	182	138,01	122,80	115,38	7,30	8,21
Individualci	12.475	80.710	562	11.771	79.121	552	105,98	102,01	101,81	6,47	6,72
Mobilne kućice	9.686	71.896	184	8.296	61.797	150	116,76	116,34	122,67	7,42	7,45
UKUPNO	42.138	302.845	1.220	37.394	283.069	1.130	112,69	106,99	107,96	7,19	7,57

Izvor : Ilirija d.d. godišnji izvještaj o poslovanju za 2018. godinu, <http://www.zse.hr/> (pristupljeno 11.07.2019.)

Iz podataka u tablici vidljivo je da dolazi do povećanja broja dolazaka i noćenja u kampu Park Soline u 2018. u odnosu na 2017.g. Udio noćenja paušalaca iznosi 19% te se povećao sukladno povećanju broja zauzetih paušalnih parcela. Udio noćenja u mobilnim kućicama iznosi 24% sukladno povećanju broja mobilnih kućica.<sup>76</sup> Istovremeno u strukturi noćenja prema tržišnim segmentima prevladavaju agencije sa udjelom od 30% i individualci sa udjelom od 27% noćenja.<sup>77</sup>

Ovakvo poboljšanje ključnih tržišnih pokazatelja rezultat je pažljivo planiranih prodajnih i marketinških aktivnosti, politike cijena prema tržišnim segmentima, većeg broja sklopljenih paušalnih i agencijskih ugovora te povećanja broja mobilnih kućica u kampu ali i odgovornog ponašanja prema okolišu gdje se poduzeće Ilirija d.d. profilira kao tvrtka koja prakticira ekološki osvješteno poslovanje .

<sup>76</sup> Ibid.

<sup>77</sup> Ibid.

## **5.2. Primjena eko standarda *Zeleni ključ* u poslovanju na primjeru Kamp park Soline**

Kamp park Soline je jedan od dva hrvatska kampa dobitnika međunarodnog priznanja *Zeleni ključ*, eko standarda koji se dodjeljuje isključivo smještajnim objektima koji smanjuju svoje negativne učinke na okoliš kroz optimalizaciju potrošnje energenata, sortiranje otpada i educiraju svoje osoblje i goste o svim aspektima zaštite okoliša i održivog razvoja. Ilirijinom kampu „Park Soline“ dodijeljen je ovaj međunarodni certifikat 2013. godine. U nastavku rada prikazana je primjena eko standarda *Zeleni ključ*u kampu „Park Soline“ prema smjernicama za kampove koji nalaže spomenuti eko standard.

### **5.2.1. Primjena eko standarda *Zeleni ključ* na primjeru upravljanja okoliša**

Kao odgovorni poslovni sustav svijestan da poslovnim aktivnosti se utječe na okoliš stoga je očuvanje i zaštita okoliša, očuvanje bioraznolikosti, onemogućavanje zagađivanja odnosno svođenje na najmanju moguću mjeru i smanjenje štetnih utjecaja na okoliš obveza tvrtke obzirom da bez očuvanog okoliša, kao temeljnog resursa kampa Park Soline, nema niti opostojnosti isatoga, a posljedičnom time i opostojnosti Ilirije kao ekonomske zajednice. Slijedom navedenog okolišne teme (energija, voda, otpadne vode i otpad i pridržavanje propisa zaštite okoliša) su materijalne obzirom na njihov učinak na ekonomske, okolišne i društvene utjecaje kompanije. U Iliriji, pa tako i u kampu Soline zaštita okoliša podrazumijeva racionalno gospodarenje svim resursima vezanim za okoliš i težnju dostizanja ciljeva iz zaštite okoliša koji će osigurati smanjenje negativnih efekata djelatnosti na okolinu, prirodna dobra i kulturnu baštinu.<sup>78</sup> Samo tako okoliš može biti očuvan za buduće generacije. Slijedom navedenog unutar kompanije imenovan je voditelj Zaštite okoliša koji je za svoj rad odgovoran Upravi. Pored voditelja Zaštite okoliša unutar kompanije i imenovan je predstavnik Uprave za zaštitu okoliša. Voditelj zaštite okoliša na godišnjoj razini izrađuje planove i aktivnosti sa utvrđenim ciljevima na razini cijelog poslovnog sustava, ali i svakog sektora pojedinačno uvažavajući njihove posebnosti i operativnu prirodu poslovne aktivnosti. Društvo ima jasno definiranu politiku upravljanja okolišem kao temeljni dokument u kojem su definirani ciljevi iz područja zaštite okoliša i koja se provodi sustavno, odgovorno i održivo. Implementacija politike zaštite okoliša omogućila je da s jedne strane optimalno se smanjuje negativni utjecaji turističke djelatnosti na okoliš i prirodu, a s druge strane da se kvalitetno, odgovorno i održivo upravlja okolišem i prirodnim resursima. Objekti su

---

<sup>78</sup> Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju Ilirije d.d., <https://ilirijabiograd.com/>, (pristupljeno 25.07.2019.)

certificirani prema zahtjevima međunarodne norme ISO 14001 čiji je sastavni dio i politika upravljanja okolišem. U njoj su jasno pretočene vizije i ciljevi zaštite okoliša kompanije. Zaštita okoliša od onečišćenje shvaćena je kao kompleksna djelatnost čiji procesi zahtjevaju pomnu pripremu, kontrolu, stručan izbor tehnologija, i niz trenutnih i dugoročno planiranih aktivnosti da bi se rezultat u ovom području detektirao, a zatim i mjerio. Zbog predodjeljenosti ka održivom razvoju zakonska regulativa ovog područja je pod stalnim praćenjem unutar kompanije što osigurava rane prilagodbe i reakcije novim zahtjevima. Uz zakonske zahtjeve tvrtka se poboljšava prateći kriterije i ekološke standarde koji se implementiraju iako nisu zakonska obveza poput implementacije kriterija i smjernica Zeleni ključ.<sup>79</sup>

### **5.2.2. Primjena eko standarda *Zeleni Ključ* na primjeru educiranja zaposlenika**

Polazeći od toga da je briga za okoliš ujedno i briga za budućnost redovito tijekom godine se educiraju (I) zaposlenici, (II) gosti i (III) članove zajednice.

Budući da su zaposlenici ključ uspjeha kompanije, uvažavajući promjene koje se događaju na tržištu rada i same specifičnosti turističke industrije u Hrvatskoj, Društvo veliku pažnju usmjerava na (I) upravljanje, (II) planiranje i (III) razvoj kadrova omogućavajući zaposlenicima osobni i profesionalni razvoj. Tijekom operativnih procesa, educiraju se djelatnici, individualno ili grupno, o održivosti i njihovom pridonosenju zaštiti okoliša, i već se kroz rad uče pravilnom rukovanju kemikalijama, štednji energije i resursa ili pravilnom razvrstavanju otpada. Ukoliko se ukaže potreba, djelatnici se šalju i na pohađanje vanjskih tečajeva, seminara ili složenijih školovanja o određenom aspektu.

Razvoj ljudskih potencijala, kao strateško opredjeljenje, Društva slijedom čega je i u 2018. godini nastavljena edukacija na Akademiji poslovne izvrsnosti – ILIRIJA EDUKA visokog i srednjeg menadžmenta u odjelima prodaje i marketinga i hrane i pića. Pored edukacije na vlastitoj akademiji Društvo je omogućilo i dodatne edukacije (vanjske i in-house) zaposlenicima drugih odjela i korporativnih službi, u okviru kojih se uvijek vodilo računa i o povećanju ekološke osviještenosti istih. Obzirom da je razvoj ljudskih potencijala strateško opredjeljenje Društva, kompanija od svog osnutka do danas nije imala niti jedan radni spor.

---

<sup>79</sup> Ibid.

### 5.2.3. Primjena eko standarda *Zeleni ključ* na primjeru uključenost gostiju i zajednice

Značajne su edukacijske aktivnostim usmjerene prema gostima. Najmlađi gosti su najviše kroz dječje radionice uključeni i educirani o raznim ekološkim temama. U suradnji sa animatorima obilježene su ekološki značajne datume učeći najmlađe o pojmovima bitnim za zaštitu okoliša i očuvanje prirode razvijajući im ekološku svijest.

Obilježavanje 22. međunarodne Noći šišmiša organizirano je u kampu „Park Soline“ na kojima je u nizu edukativnih, interaktivnih radionica i predavanja sudjelovalo preko 30-tak djece različitih uzrasta kroz koje su se upoznala i informirala o jednim letećih sisavcima, njihovim vrstama i staništima kroz interaktivne radionice i igre s temom šišmiša, interaktivno predavanje, nagradna tombole i šišmišji disk.

Ilirija je u suradnji sa Udrugom za održivi razvoj Hrvatske (UZOR Hrvatske), inicijalnog začetnika projekta „Zajedno za djecu i planet Zemlju“, poduprla njihov projekt kroz odgoj i obrazovanje djece vrtićke dobi u lokalnoj zajednici, Dječji vrtić „Cvit“ iz Sv. Filip i Jakova i Dječji vrtić „Biograd“, o važnosti očuvanja i zaštiti prirode i okoliša kroz sudjelovanje u projektu „Prepoznavanje i razvrstavanje otpada“. Projekt se zasnivao na prepoznavanju i razvrstavanju otpada uz pomoć dječjeg priručnika za održivi razvoj „Prepoznavanje i razvrstavanje otpada“ i dodatnu edukaciju zaposlenika Ilirije zaduženih za zaštitu okoliša i gospodarenje koji su djeci na način primjeren njihovoj dobi objasnili važnost razvrstavanja otpada i njegovog recikliranja. U sklopu ovog projekta vrtićima se doniralo određeni broj primjeraka priručnika „Prepoznavanje i razvrstavanje otpada“ i set kartonskih ekokutija s dječjim likovima za odvajanje neopasnog otpada uz pomoć kojih su izgradili održive sustave za odvojeno sakupljanje otpada.<sup>80</sup>

Posebna pozornost i aktivnosti usmjerava se prema zajednici u kojoj živimo, podupirući projekte, aktivnosti i događaje od šireg interesa bilo da je Društvo inicijator, pokretač i organizator tih projekata, ili da se aktivna podrška zajednici. Posebno se izdvaja Sporazum o financiranju uređenja sportskog igrališta sa Općinom Sv. Filip i Jakov temeljem kojeg je Društvo financiralo uređenje postojećeg sportskog igrališta u Sv. Filip i Jakovu, koje se nalazi neposredno uz centru mjesta, u ukupnom iznosu od 307.770,00 kuna, čime je mjesto Sv. Filip i Jakov dobila uređeno i opremljeno sportsko igralište. Također, Društvo je dalo podršku kroz sustav korporativne filantropije, donacije i sponzorstva, razne humanitarne, kulturne,

---

<sup>80</sup> Ibid.

sportske, zdravstvene i obrazovne svrhe aktivnosti brojnih udruga i organizacija, sportskih klubova te odgojnih, obrazovnih i zdravstvenih ustanova.

Na sljedećoj slici prikazana je dječja radionica koj se održava u kamp Park Soline

Slika 9. Dječja radionica



Izvor: Ilirija d.d., [www.campsoline.com/fotogalerija](http://www.campsoline.com/fotogalerija) ( pristupljeno 30.07.2019.)

#### **5.2.4. Primjena eko standarda *Zeleni ključ* na primjeru očuvanja vode**

Kapaciteti kampa se opskrbljuju pitkom vodom iz lokalnog vodovoda što ujedno označuje i djelovanja na lokalnoj odnosno regionalnoj razini, a za navodnjavanje hortikulturalnih, zelenih površina u kampu se od 2013. godine sustavom *kap na kap* koristi voda iz vlastite bušotine koja je legalizirana i posjeduje važeći vodopravni akt odnosno dozvolu sa definiranom količinom crpljanja vode na godišnjoj razini. Svake godine iscrpi se samo dozvoljena količina što je u kampu ključno zbog održavanja stotine posađenih biljnih *autohtonih vrsta* koje ondje doprinose jedinstvenom ugođaju parka. Zapis i redovni izvještaj nadležnim institucijama podnosi se u obliku očevidnika, četiri puta godišnje o iscrpljenim količinama vode iz bušotine.

Društvo tijekom ljetne sezone, na vlastiti trošak, ispituje iscrpljenu vodu na određene parametre, primjerice kloride, čime se indirektno prati efekt crpljenja na kvalitetu vode kojom se zalijevaju biljke. Time se omogućuje da se usklade sa svojevrsnim prirodnim ciklusom stanja vode koja je prijeko potrebna. Sukladno rezultatima reguliraju se dnevne količine zahvaćanja vode iz bušotine kroz smanjenje radnih sati crpki.

Također je ugrađena UV tehnologiju za dezinfekciju bazenske vode čime se smanjuje količina uobičajenih bakterija i kemikalija koje se nalaze u vodi koja se koristi za sanitarije te

piće u sklopu kampa i spomenutih hotela te u bazenima poduzeća Ilirija d.d. Također se smanjuje i upotreba klora za dezinfekciju koji nakon toga završava u okolišu.

Potrošnja vode prati se mjerenjem odnosno očitavanjem utrošenih količina vode direktno, na vodomjerima o čemu se vode interni zapisi. Na mjesečnoj bazi se tablično vodi potrošnja vode na temelju ovjerenih faktura opskrbljivača, koja omogućuje usporedbe sa istim razdobljima proteklih godina. Sljedeća tablica nam daje pregled potrošnje vode u kamp Park Soline.

Tablica 18 Omjer utrošene pitke vode po broju noćenja u kampu u razdoblju od 2015.-2017.

Kamp	2015.			2016.			2017.		
	m3	Noćenja	m3 Noćenja	m3	Noćenja	m3 Noćenja	m3	Noćenja	m3 Noćenja
Park Soline	45805	260579	0,18	47951	258110	0,18	54364	283069	0,19

Izvor: Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju Ilirije d.d., www.ilirijabiograd.com, (pristupljeno 30.07.2019.)

S obzirom na tablicu možemo zaključiti da je porast broja noćenja rezultiralo je neznatnim rastom potrošnje vode koja je izražena u m3. Službe održavanja preventivno kontroliraju interne vodoopskrbne instalacije i sudjeluju aktivno u smanjenju potrošnje pitke vode. Tako je u cilju smanjenja potrošnje pitke vode u kampu „Park Soline“ na svim zajedničkim sanitarnim čvorovima služba održavanja i domaćinstva postavila štedne perlatoe na slavine i tuševe i to na ukupno 700 slavina/tuševa u cijelom kampu. Naime, štedni perlator su nastavci koji pomaže pri štednji vode tako da miješaju mlaz vode na slavini/tušu sa zrakom, a da se pri tome ne narušava kvaliteta odnosno komfor korištenja vode.

#### **5.2.5. Primjena eko standarda *Zeleni ključ* na primjeru pranja i čišćenja**

Što se tiče pranja i čišćenja postoji ekološka oznaka sredstva za čišćenje sa smanjenim štetnim utjecajem na okoliš, a dobavljač sredstva za čišćenje posjeduje certifikate kojima se garantira da u proizvodnji ne koristi zabranjene supstance. Najveći dobavljač sredstva za pranje, čišćenje i dezinfekciju je Saponija.

#### **5.2.6. Primjena eko standarda *Zeleni ključ* na primjeru otpada**

Politikom zaštite okoliša donešenom unutar sustava upravljanja okolišem, velika se pažnja posvećuje savjesnom gospodarenju otpadom u svim objektima. Kako smjernice Zelenog ključa nalažu otpad u kampu razvrstan je u 3 kategorije koji se sastoji od opasnog, neopasnog

i miješanog komunalnog otpada. Tokom godina ukupna količina otpada raste. Svake godine se revidira lista svih proizvedenih vrsta otpada te se po potrebi zbrinjava i neka nova vrsta otpada. Na lokacijama se u potpunosti vodi sva propisana dokumentacija o nastanku i tijeku proizvedenog otpada propisana Zakonom o održivom gospodarenju otpadom i pripadajućim pravilnicima. Putem ovlaštenih tvrtki, otpad se zbrinjava na propisani način. Uvijek se provjerava jesu li sakupljači ovlašteni odvoziti određenu vrstu otpada, odnosno imaju li potrebne dozvole, i kada dolaze na lokacije objekta provjerava im se urednost vozila, opreme, ažurnost i sl. Komunalni otpad, glomazni otpad, staklo, papir, plastiku, metal ili po potrebi neki drugi otpad za koji su ovlašteni, zbrinjava lokalno komunalno poduzeće na način da otpad samo preuzimaju i odvoze iz objekata, što se potvrđuje ovjerenim pratećim listom. Za sve ostale vrste otpada, neopasni ili opasni, vrijedi isto, ovisno o tvrtki s kojom se posluje. Sve tvrtke koje odvoze i dalje postupaju s otpadom su lokalne, odnosno regionalne, sa sjedištima ili poslovnica u istoj ili susjednoj županiji. Zasad se ne prati krajnji način obrade ili utjecaj proizvedenih količina otpada s kojim postupaju ovlašteni skupljači, te predajom i preuzimanjem otpada od strane za to ovlaštenih tvrtki je ujedno i prestaje odgovornost tvrtke što je ujedno i krajnja granica utjecaja odnosno materijalne teme.<sup>81</sup>

Sljedeća tablica nam daje pregled vrste otpada unutar organizacije.

Tablica 19. Vrste otpada

Godina	2015.	2016.	2017.
Ostvarena noćenja u kampu	260 579	258 110	283 069
Ostvarena noćenja u hotelima	130 643	131 424	138 788
Opasni otpad /t/god)	38,6	27,47	29,928
Neopasni otpad /t/god)	65,431	50,225	149,801
Mješani komunalni otpad (t/god)	427,55	453,75	503,4
Ukupno (t/god)	531,581	531,45	683,13

Izvor: Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju Ilirije d.d., www.ilirijabiograd.com,

(pristupljeno 30.07.2019.)

Kako nalažu smjernice *Zelenog ključa* objekt mora imati 3 kategorije pa i tako je unutar organizacije otpad je podijeljen u tri kategorije. S obzirom da je nemoguće razdijeliti količine otpada koje nastaju u kampu, a koje u ostatku poduzeća prikazane su ukupne količine otpada

<sup>81</sup> Ibid.

u tablici 19. i dalje razvrstane po vrstama. U sljedećoj tablici prikazan je otpad koji je pripada kategoriji opasnog i neopasnog otpada pojedinačno.

Tablica 20. Ukupne količine vrste otpada (u tonama) u svim segmentima poslovanja za 2017.godinu koje su predane ovlaštenim sakupljačima. Količine su dobivene vaganjem.

Otpad	Količina u tonama (t)	Otpad	Količina u tonama (t)
<b>Opasni</b>		<b>Neopasni</b>	
Otpadni tiskarski toneri koji sadrže opasne tvari	0,245	Papir/karton	12,85
Neklorirana hidraulična ulja na bazi minerala	0,05	Plastika (plastična ambalaža)	3,13
Fluorescentne cijevi i ostali otpad koji sadrži živu	0,026	Metal (metalna ambalaža)	0,47
Ostala motorna, strojna i maziva ulja	18,75	Staklo (staklena ambalaža)	0,3
Muljevi iz separatora ulje/voda	2,2	Mješavine betona, cigle, crijepa/pločica i keramike	20
Zauljena voda iz separatora ulje/voda	3,4	Zemlja i kamenje	49
Ambalaža koja sadrži ostatke opasnih tvari ili je onečišćena opasnim tvarima	2,016	Glomazni otpad	55
Apsorbensi, filterarski materijali, tkanine za brisanje i zaštitna odjeća, onečišćeni opasnim tvarima	1,191	Mješavine masti i ulja iz separatora ulje/voda, koje sadrže samo jestivo uljei masnoće	3,17
Filtri za ulje	1,998	Jestiva ulja i masti	2,585
Odbačena električna i elektronička koja sadrži opasne komponente	0,052	Biorazgradivi otpad iz kuhinja i kantina	3,296
<b>Ukupno</b>	<b>29,928</b>	<b>Ukupno</b>	<b>149,801</b>

Izvor: Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju Ilirije d.d., [www.ilirijabiograd.com](http://www.ilirijabiograd.com), (pristupljeno 30.07.2019.)

Povećanje opasnog, ali najviše neopasnog otpada u 2017. godini pripisuje se velikim investicijskim, građevinskim radovima i otpadu nastalom pri tim procesima.

Što se tiče otpada u kampu, otpad se zbrinjava kroz reciklažno dvorište kampa. Svakodnevno se smeće i otpad odvozi internim vozilom u reciklažno dvorište kampa gdje se zbrinjava i razvrstava. Odonde ga dalje preuzimaju ugovorni, ovlaštene partneri za zbrinjavanje otpada s obzirom na samu vrstu otpada.

### 5.2.7. Primjena eko standarda *Zeleni ključ* na primjeru otpadnih voda

Tijekom 2017. godine kamp i tri hotela osobođena su obnavljanja vodopravnih dozvola jer im je dodijeljeno trajnije rješenje po kojemu navedene lokacije više ne trebaju imati dozvole, a otpadne vode im se prije ispusta u javni sustav odvodnje više ne ispituju. Ovo je smanjilo troškove ispitivanja istih i potvrdilo višegodišnji trud oko pomnog praćenja i poboljšanja



kvalitete ispuštene otpadne vode jer u izvještajnom razdoblju granične vrijednosti ispitanih pokazatelja kakvoće ovih voda nisu niti jednom prelazile maksimalne dopuštene količine.

Kamp „Park Soline“, unatoč svojoj veličini i zahtjevima, sve svoje otpadne vode, kao jedan od rijetkih kampova u Hrvatskoj, ispušta kroz kontrolna okna u sustav javne odvodnje kojim iste odlaze na gradski uređaj za krajnje pročišćavanje.

### 5.2.8. Primjena eko standarda *Zeleni ključ* na primjeru očuvanja energije

Potrošnja energije u Iliriji d.d. se prati dnevno i mjesečno, u sektoru hotelijstva, nautike i kampinga. Službe održavanja svakodnevno obilaze mjerna mjesta (brojila) gore navedenih energenata i o tome vode interni zapis. Ovo omogućuje vrlo brzu reakciju u slučaju prekomjerne, neuobičajene potrošnje. Na mjesečnoj bazi se tablično vodi potrošnja energenta/resursa na temelju ovjerenih faktura opskrbljivača, koja omogućuje usporedbe sa istim razdobljima proteklih godina. Unose se podaci za energente/resurse u jedinicama u kojima se kupuju. Sljedeća tablica prikazuje potrošnju električne energije kroz trogodišnje razdoblje za kamp Park Soline.

Tablica 21 Omjer potrošene električne energije po broju noćenje u kampu Park Soline od 2015.-2017.godine

Godina	2015			2016			2017		
Kamp Park Soline	Potrošnja	Broj noćenja	Energetski intenzitet	Potrošnja	Broj noćenja	Energetski intenzitet	Potrošnja	Broj noćenja	Energetski intenzitet
El.energija (kWh/GJ)	646829	260579	2,48	615854	258110	2,38	744752	283069	2,63

Izvor: Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju Ilirije d.d.,www.ilirijabiograd.com,

(pristupljeno 30.07.2019.)

Potrošnja električne enrgije se povećavala što je razumljivo s obzirom na rast broja noćenja. Električna energija koja se troši u potpunosti je iz obnovljivih izvora što se može potvrditi i HEP-ovim certifikatom Zelene energije. Korištenjem energije dobivene iz obnovljivih izvora aktivno se sudjeluje u smanjenju emisije CO<sub>2</sub>.<sup>82</sup> Solarna energija je u planu, ali s obzirom da zahtijeva ozbiljna i velika invensticijska ulaganja to je tek program koji će doći na red i na taj način još smanjiti potrošnju energije i smanjiti negativne utjecaje na okoliš.

<sup>82</sup> Ibid.

Što se tiče plina, investirano u infrastrukturu za taj energent s ciljem smanjenja potrošnje energije i s ciljem smanjenja negativnog utjecaja na okoliš. Kamp značajnu pažnju posvećuje upravo zaštiti okoliša slijedom čega je tijekom 2018. godine izvršena rekonstrukcija kotlovnica na zemni plin koji je glavni energent svih turističkih objekata poduzeća Ilirija d.d. čime se značajno smanjila emisija stakleničkih plinova u atmosferu. U kampu Park Soline u tijeku je priključenje na prirodni plin kao ekološki prihvatljiviji energent.

Praćenjem ukupne potrošnje, izrađuju se unutar sustava upravljanja okolišem, godišnji ciljevi smanjenja ili racionalizacije energenta/resursa iz kojih proizlaze planirane investicija ili aktivnosti koje će doprinjeti provedbi ciljeva. Na kraju godine ocjenjuje se realizacija postavljenih ciljeva i postavljaju novi. Ovakav način upravljanja pretočen je u već spomenuti sustav upravljanja okolišem prema normi ISO 14001, dok kompanija za sada nema sustav upravljanja energijom i standardne operativne procedure za isti.

Službe održavanja na lokacijama vode brigu i o instaliranim, velikim i malim potrošačima energije/resursa. Vršer interne preventivne preglede, uz vanjske koji su obvezni, te aktivno sudjeluju u zamjenama postojećih trošila sukladno planovima tekućih održavanja i investicija. U svrhu bolje energetske učinkovitosti prilikom izbora novih uređaja, odnosno trošila, pazi se na energetska učinkovitost istih.

Osim značajnih investicija prelaska na čistiji energent, svakodnevne investicije i održavanja uz edukaciju zaposlenika unutar sustava upravljanja okolišem, usmjerena su ka osvještanjem načinu razmišljanja. Tako se primjerice u smještajnim kapacitetima postepeno zamjenjuju postojeća rasvjetna tijela led žaruljama, a kroz male ekološke poruke u smještaju, gostima se pokuša prikazati ekološka misija.

Upravljanje energijom:

- dnevna i mjesečna kontrola na razini pojedinog objekta i cjelokupne kompanije,
- postavljanje godišnjih ciljeva optimalnog korištenja energije,
- strateško opredjeljenje kompanije prelasku na prirodni plin kao glavni energent,
- energetska učinkovitost prilikom nabave novih uređaja, i
- edukacija zaposlenika i gostiju o smanjnu potrošnje energije.

### 5.2.9. Tablični prikaz potrošnje energenata u Kampu Soline uz primjenu *Zelenog ključa*

Energija je materijalna tema obzirom na njen učinak na ekonomske, okolišne i društvene utjecaje kompanije čije granice su na lokalnoj i regionalnoj razini odnosno isključivo u njenim objektima.

Slijedi tablični prikaz ukupne potrošnje energenata prikazane kroz trogodišnje rezultate s obzirom na ukupni broj noćenja.

Tablica 22. Pregled broja noćenja te potrošnje energenata od 2015.-2017.godine Ilirje d.d.

Godina	2015.	2016.	2017.
Ukupni broj noćenja	260579	258110	283069
Troškovi vode	12519	123045	175610
Ukupna količna zahvaćene podzemene vode iz bušotine S-1	9729	4641	7468
Troškovi el. Energije (KwH)	3811154	3739630	5732843
Plin (GJ)	1491,4	1718,46	1171,35
Opasni otpad	38,6	27,47	29,928
Neopasni otpad	65,431	50,225	149,801
Komunalni miješani otpad	427,55	453,75	503,4
Ukupni otpad	531,581	531,45	683,13
Ukupni prihodi	128.146.512,63	129.019.007,31	150.476.677,41
Ukupni troškovi	102.636.003,19	83.991.877,85	100.879.406,31

Izvor: Vlastita izrada autora, ( pristupljeno 19.07.2019.)

Tablica nam prikazuje skupne podatke potrošnje energenta te ostvareni broj noćenja za cijelu organizaciju.

Možemo zaključiti da na razini svih sektora i Društva u cijelini uspostavljen je sustav praćenja poslovanja po svim njegovim segmentima i to na dnevnoj, tjednoj, mjesečnoj i godišnjoj razini sukladno važećim hrvatskim i svjetskim standardima izvještavanja u turističkoj industriji. Ovim je omogućeno pravovremeno i kvalitetno praćenje postignutih rezultata poslovanja kao i izrada kvalitetnih prognoza i poslovnih plana tijekom cijele poslovne godine što je stvorilo temelje za efikasnije i racionalnije upravljanje cjelokupnim poslovnim procesom te unaprijedilo i ubrzalo cjelokupan proces izvještavanja na svim razinama posebno u operativnom dijelu poslovanja Društva.

Što se tiče povećanja noćenja, dolazaka i prihoda u 2018. godini u odnosu na prethodne poslovne godine rezultat su izvršenih investicijskih ulaganja u nove mobilne kućice, potom u unaprjeđenje kvalitete objekata i usluga u kampu, optimizacije cijena, marketinških aktivnosti i strateški planiranih ulaganja u ključne kanale prodaje.

U kamping sektoru Društvo je investiralo u nabavku 56 novih mobilnih kućica zajedno sa svom pripadajućom infrastrukturom koje čine zasebnu cjelinu kampa, uređena je IV. zone kampa koja uključuje nove prometnice, rasvjetu, sanitarne čvorove, dodatno uređenje infrastrukture u ostalim zonama kampa posebno prometnica, hortikulturno oblikovanje kampa, uređenje sportsko-rekreacijske zone, parkirališta i ugostiteljske ponude s ciljem produženja poslovanja objekta. Također, u kamping sektoru povećan je broj smještajnih jedinica za 90 parcela standard površine od 70-100m<sup>2</sup> čime su posljedično povećani i ukupni smještajni kapaciteti kampa sa 1.130 na 1.220 smještajnih jedinica.<sup>83</sup>

#### **5.2.10. Primjena eko standarda *Zeleni ključ* na primjeru hrane i pića**

Hrana se dobavlja od lokalnih proizvođača, potiče se korištenje sezonskog voća i povrća, organski uzgojena hrana se ne poslužuje jer nema proizvodnje takve hrane u dovoljnim količinama.

#### **5.2.11. Primjena eko standarda *Zeleni ključ* na primjeru zelenih površina**

Održavanju i osmišljavanju zelenih, uređenih površina se unutar kompanije posvećuje velika pažnja slijedom čega je unutar kompanije formiran Odjel hortikulture. Velika se pažnja polaže na sadnju domaćih endemskih vrsta te se na taj način nastoji oplemeniti okoliš kampa, ali djeluje se ekološki odgovorno s ciljem očuvanja biološke raznolikosti. Kosilice su na električni pogon koje se koriste za košnju trave i održavanje okoliša kampa.

Iz godine u godinu dodatno se oplemenjuju i time se stvara slika zelenila koje će ostati ovdje za buduće generacije. Sve biljke koje se sade svake godine doprinose ugođaju mediteranskog vrta, poštujući upravo njegove zakonitosti zbog podneblja u kojemu djeluje kamp Park Soline.

---

<sup>83</sup> Ibid.

Pridržavanjem smjernica koje nalaže Zeleni ključ, s sklopu kampa posađene su autohtone sadnice, kako je to prikazano u tablici 23.

Tablici 23 Ukupni broj posađenih autohtonih sadnica

Ukupni broj posađenih sadnica kampa	2015	2016	2017
Kamping	931	808	582

Izvor: Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju Ilirije d.d., www.ilirijabiograd.com, (pristupljeno 19.07.2019.)

Posebna se pažnja poklanja hortikulturnom oblikovanju prostora kampa na razinu kampa-parka do razine arboretuma što ga čini jedinstveno hortikulturno oblikovanom, uređenom i održavanom prostornom cjelinom, odnosno kampom-parkom u Hrvatskoj. Radovi u kampu „Park Soline“ vrše se uz nadzor, konzultacije i suglasnot Hrvatskih šuma posebno u dijelu očuvanja šume.

### 5.2.12. Ulaganje u okoliš

Zaštita okoliša nikad nije bila od veće važnosti, no danas na taj način se vodi briga o zaštiti od onečišćenja u svim sastavnicima okoliša, pojedinačno i u okviru ostalih sastavnica okoliša uzimajući u obzir njihove međusobne odnose.

U nastavku je prikazana tablica kroz trogodišnje ulaganje u okoliš.

Tablica 24. Ulaganje u okoliš

Ulaganja u okoliš (kn)	2015	2016	2017
Ekološki certifikati	74.629,60	103.380,52	105.178,44
Tehnička poboljšanja (zamjena postojećih separatora, štedni perlatori, prelazak na zemni plin)	4.488,00	40.500,00	255.960,00
Vanjske kante i kontejneri za otpad (zamjena dotrajalih)	916	192.351,25	79.909,00
<b>Ukupno</b>	<b>80.033,60</b>	<b>336.231,77</b>	<b>441.047,44</b>

Izvor: Godišnji izvještaj o društveno odgovornom poslovanju Ilirije d.d., www.ilirijabiograd.com, (pristupljeno 19.07.2019.)

Iz podataka u tablici 24 vidljiv je veliki napor i trud u ulaganje u ekološke certifikate, troškovi su u 2017 u odnosu na 2015.g. značajno porasli, čak za 14%. U 2017. godini investirano je

441.047,44 kuna u očuvanje okoliša koja se odnose na dostizanje međunarodnih standarda na području zaštite okoliša, tehnička unapređenja i poboljšanja na području zaštite okoliša.

Ilirija d.d. kao odgovorni poslovni subjekt, svijesno da se poslovnim aktivnosti utječe na očuvanje i stanje okoliša (očuvanje bioraznolikosti, onemogućavanje zagađivanja odnosno svođenje na najmanju moguću mjeru), zaštita okoliša postavlja kao dugoročna obveza. Očuvani okoliš je temeljni resurs hrvatskog turizma, a okolišne teme (energija, voda, otpadne vode i otpad i pridržavanje propisa zaštite okoliša) ključne za Iliriju kao turističku kompaniju. Implementacija standarda uvelike pomaže u ostvarenju ciljeva koje su postavljene u ovom području.

### **5.3. Nagrade i priznanja**

Sustavno i aktivno putem sponzorstava i donacija Ilirija d.d., prepoznajući potrebe društva, podupire, promovira i inicira brojne projekte usmjerene na poboljšanje i unapređenje kvalitete života kao i projekte od šireg značaja za zajednicu jasno ističući i potvrđujući svoje opredjeljenje i potporu razvoju hrvatskog sporta, kulture, obrazovanja i znanosti, ali i promicanju društveno odgovornog poslovanja.

U 2009. godini Ilirija d.d. je donirala preko 1.800.000,00 kuna, a za humanitarno djelovanje u 2008. i 2009. godini Rotary Club Split i zaklada *Kap za slap* dodijelili poduzeću Ilirija d.d. priznanje *Dodir dobrote*.<sup>84</sup>

Kamp je dobio nekoliko priznanja koja su navedena u nastavku:

- Kamp Park Soline je izabran među 10 najboljih hrvatskih kampova - the Top Camping Croatia
- Dobitnik nagrade za kvalitetu od 2008 do 2019 godine od strane Kamping Udruženja Hrvatske
- Certifikat ISO 9001
- Certifikat ISO 14001
- Međunarodno priznanje zaštite okoliša - ZELENI KLJUČ

Nakon uspješno provedenog audita u mjesecu rujnu 2015. godine kampu „Parku Soline“ dodijeljen je međunarodni certifikat „*Ecocamping*“. Članstvom u Ecocamping mreži, koju čini preko 240 kampova iz sedam europskih zemalja, i nadalje se obvezuje na daljnje

---

<sup>84</sup> Kamp park Soline, <https://www.campsoline.com/drustvena-odgovornost/> (pristupljeno 11.07.2019.)

promicanje ekologije, održivog razvoja i društveno odgovornog poslovanja s posebnim naglaskom na efikasno upravljanje energijom (voda, struja), razvrstavanje i recikliranje otpada, očuvanje prirode i biološke raznolikosti i sl.

U kolovozu 2018. godine kampu je je dodijeljeno priznanje *Prijatelj zdravlja* Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo koje je zajedno sa Ministarstvom zdravlja pokrenulo ovaj projekt promicanja zdravlja i zdravog života na radnom mjestu. Priznanje je dodjeljeno na razini Društva, a dodijeljeno za uvođenje posebnih oznaka u radnom okruženju, omogućavanja zaposlenicima da uvedu zdrave životne navike, promicanja i poticanja zdravlja na radnom mjestu te iskazivanju brige o zdravlju zaposlenika.

Uz pomoć ISO 14001, implementiranog i certificiranog 2014., Ilirija se usmjerava na očuvanje i stalno poboljšavanje procesa vezanih s okolišem. Uspostavljanjem sustava upravljanja okolišem jamčimo da su sva pitanja upravljanja okolišem koja su u svezi s djelatnošću, pod stalnim nadzorom i sve potencijalono negativne utjecaje poslovnih aktivnosti, svode se na najmanju moguću mjeru.

## 6.ZAKLJUČAK

Suvremeni trendovi u razvoju turizma podrazumijeva sve veću osviještenost gosta i koncept povratka čovjeka prirodi. Briga o okolišu s jedne strane donosi smanjivanje troškova energije, a s druge strane važno je naglasiti da eko-orijentacija postaje sve važniji faktori pri odabiru destinacije/objekta za odmor.

Poduzeća poslujući u turizmu koriste implemente kvalitete za svoju dobrobit, jakost brenda i prepoznatljivost među klijentima. Strategija rasta poduzeća u turizmu često pretpostavlja korištenje eko standarada. Poduzeća moraju koristiti standarde kvalitete zbog poboljšanja sposobnosti upravljanja vlastitim resursima, povećanja produktivnosti, komuniciranja vrijednosti, trženja usluga i razvijanja partnerstava sa svim zainteresiranim stranama. Također, moraju spoznati značajnu ulogu implementacije standarda kvalitete u omogućavanju brendiranja subjekta, te globalne, regionalne, nacionalne i lokalne koordinacije aktivnosti. Uvođenje eko standarda odgovor je na trendove i doprinos očuvanju okoliša i održivom razvoju. Poslovni subjekti koji posluju u skladu sa ekološkim pravilima mogu pribaviti i potvrde/nagrade o svojoj ekološkoj orijentaciji. Nagrada se dodjeljuje onim poslovnim subjektima koji u potpunosti zadovoljavaju određene standarde.

Kako je ekološki odgovorno poslovanje u Hrvatskoj još uvijek u svojim začecima, uvelike je potrebno informirati i educirati javnost te uključiti javne lokalne i županijske institucije u poticanju potencijalnih poduzetnika koji odluče ekološki odgovorno poslovati. Glavni čimbenik uspjeha eko standrda okoliša su zaposlenici i gosti. U društvu je sve prisutnija svijest o potrebi očuvanja okoliša i s time povezana sve izraženija želja pojedinaca za aktivnom ulogom u očuvanju prirode i okoliša.

U rad se opisuje imeplementacija eko standarda *Zeleni ključ* koji je dodjeljen Kampu park Soline iz Biograda na Moru koji djeluje u sastavu turističkog poduzeća Ilirija d.d.. Kamp *Zeleni ključ* je eko standard koji se dodjeljuje isključivo smještajnim objektima koji smanjuju svoje negativne učinke na okoliš kroz optimalizaciju potrošnje energenata, sortiranje otpada i educiraju svoje osoblje i goste o svim aspektima zaštite okoliša i održivog razvoja. Eko kampovi su koncipirani na način da pažnju stavljaju na prirodu i veliku brigu za okoliš. Vizija eko kampova je kvalitetno okruženje odnosno smanjenje troškova za društvo i okoliš. U Republici Hrvatskoj još uvijek nedovoljan broj kampova posjeduje eko standard, što zapravo znači da mali broj kampova uistinu ekološki odgovorno posluje u svim segmentima.



## POPIS LITERATURE

### Popis knjiga

1. Avelini Holjevac, I. : *Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2002.
2. Bilen., M. : *Turizam i okoliš : ekonomsko – geografski pristup izučavanju problematike*, II. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Mikrorad d.o.o., 2011.
3. Birkić, D. : *Održivi turistički razvoj priobalne destinacije*, Doktorski rad, Fakultet za turizam i hotelski menadžment, 2016.
4. Cvelić Bonifačić, J., Milohnić, I. : *Menadžment promjena kamping turizma*, Fakultet ekonomije i turizma Pula, Pula, 2013.
5. Galičić, V., Laškarin, M. : *Principi i praksa turizma i hotelijerstva*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2016.
6. Herceg, N. : *Okoliš i održivi razvoj*, Synopsis, Zagreb, 2013.
7. Muller, H. : *Turizam i ekologija*, Masmedia, Zagreb, 2004.
8. Perić, J., Šverko Grdić, Z. : *Klimatske promjene i turizam*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, Opatija, 2017.
9. Petrić, L. : *Upravljanje turističkom destinacijom, načela i praksa*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split, 2011.
10. *Pravilnik o razvstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli* (NN br. 56/16)

### Članci

1. Ljubičić, D. : *Analiza održivog razvoja turističke destinacije*, Naše more, 63 (1), 2016., str. 31-45

### Internet

1. URL : UNWTO, <https://www.unwto.org/> (pristupljeno 02.07.2019.)
2. URL : Državni zavod za statistiku, <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno 02.07.2019.)
3. URL : Ecotrans 2010., [https://www.ecotrans\\_2010.com/](https://www.ecotrans_2010.com/) (pristupljeno 02.07.2019.)
4. URL : Agencija za zaštitu okoliša i prirodu, <http://www.zastitaokolisa.dashofer.hr/> (pristupljeno 03.07.2019.)
5. URL : Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, <https://mint.gov.hr/> (pristupljeno 04.07.2019.)

6. URL : Ilirija d.d. Godišnji izvještaj o poslovanju za 2018. godinu, <http://www.zse.hr/> (pristupljeno 05.07.2019.)
7. URL : Eurostat, <https://www.eurostat.eu/> (pristupljeno 07.07.2019.)
8. URL : KUH, <https://www.kuh.strukturaposjecenosti.hr/> (pristupljeno 08.07.2019.)
9. URL : Green Globe, <https://greenglobe.com/> (pristupljeno 09.07.2019.)
10. URL : Travelife, <https://travelifecollection.com/home/> (pristupljeno 09.07.2019.)
11. URL : Green Key, <https://www.greenkey.com/> (pristupljeno 09.07.2019.)
12. URL : EU Ekolabel, [http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index\\_en.htm/](http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm/) (pristupljeno 09.07.2019.)
13. URL : Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, <https://www.mzoip.gov.hr/> (pristupljeno 10.07.2019.)
14. URL : UPUHH, <https://www.upuhh.hr/> (pristupljeno 10.07.2019.)
15. URL : Poslovni turizam, <http://www.poslovniturizam.com/vijesti/prvi-hoteli-s-oznakom/> (pristupljeno 10.07.2019.)
16. URL : Eco Domus, <https://www.istra.hr/hr/business-information/projekti/eco-domus/> (pristupljeno 10.07.2019.)
17. URL : Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/> (pristupljeno 10.07.2019.)
18. URL : FEE Green Key, <https://www.greenkey.global/green-key-sites/> (pristupljeno 10.07.2019.)
19. URL : FEE Green Key, <https://www.greenkey.global/join-fee/> (pristupljeno 10.07.2019.)
20. URL : FEE Green Key, <https://www.greenkey.global/our-structure/> (pristupljeno 10.07.2019.)
21. URL: Udruga Lijepa Naša, <https://www.lijepa-nasa.hr/> (pristupljeno 10.07.2019.)
22. URL : Ilirija d.d., <http://www.ilirija.hr/> (pristupljeno 11.07.2019.)
23. URL : Kamp park Soline, <http://www.campsoline.hr/> (pristupljeno 11.07.2019.)
24. URL : Kamp park Soline, <https://www.campsoline.com/drustvena-odgovornost/> (pristupljeno 11.07.2019.)
25. URL: TRAVELIFE, <https://www.travelife.org>, pristupljeno (09.07.2019.)

## POPIS ILUSTRACIJA

### Popis slika

Slika 1. Logo eko standarda Green Globe.....	17
Slika 2. Logo eko standarda Travelife .....	19
Slika 3. Logo eko standarda Green Key.....	20
Slika 4. Logo eko standarda EU Ekolabel.....	21
Slika 5. Logo eko standarda Prijatelj okoliša.....	23
Slika 6. Logo eko standarda Sustainable Hotel.....	24
Slika 7. Logo eko standarda Eco Domus .....	25
Slika 8. Organizacijska struktura poduzeća <i>Ilirija d.d.</i> .....	44
Slika 9. Dječja radionica. ....	53

# POPIS TABLICA

## Popis tablica

Tablica 1. Potrošnja energije i emisije prema tipu smještaja .....	8
Tablica 2. Pregled broja smještajnih kapaciteta Republike Hrvatske kroz godine .....	9
Tablica 3. Upravljanje okolišem .....	31
Tablica 4. Uključenost osoblja .....	32
Tablica 5. Informacije za goste .....	33
Tablica 6. Voda .....	34
Tablica 7. Pranje i čišćenje.....	35
Tablica 8. Otpad .....	36
Tablica 9. Energija .....	37
Tablica 10. Hrana i piće .....	38
Tablica 11. Unutarnji okoliš.....	39
Tablica 12. Zelene površine .....	40
Tablica 13. Korporativna društvena odgovornost .....	41
Tablica 14. Zelene površine .....	42
Tablica 15. Administracija .....	43
Tablica 16. Broj dolazaka i noćenja po tržištu emitive i prosječni dan boravka za razdoblje 01.01.– 31.12.2018. godine i usporedba sa 2017. godinom.....	48
Tablica 17. Broj dolazaka, noćenja i broj parcela te prosječni dani boravka po tržišnim segmentima za razdoblje 01.01. – 31.12.2018. godine i usporedba sa 2017. godinom .....	49
Tablica 18 Omjer utrošene pitke vode po broju noćenja u kampu u razdoblju od 2015.- 2017.....	54

Tablica 19. Vrste otpada.....	55
Tablica 20. Ukupne količine vrste otpada (u tonama) u svim segmentima poslovanja za 2017.godinu koje su predane ovlaštenim sakupljačima .....	56
Tablica 21 Omjer potrošene električne energije i plina po broju noćenje u kampingu od 2015.-2017.godine.....	57
Tablica 22. Pregled broja noćenja te potrošnje energenata od 2015.-2017.godine.....	59
Tablici 23 Ukupni broj posađenih autohtonih sadnica.....	61
Tablica 24 Ulaganje u okoliš.....	61