

# Perspektive zelenog poduzetništva u Hrvatskoj

---

Spasojević, Iskra

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The Polytechnic of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:648172>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-31**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi](#)



**VELEUČILIŠTE U RIJECI**

Iskra Spasojević

**PERSPEKTIVE ZELENOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ**  
(završni rad)

Rijeka, 2020



# **VELEUČILIŠTE U RIJECI**

Poslovni odjel

Preddiplomski stručni studij Poduzetništvo

## **PERSPEKTIVE ZELENOG PODUZETNIŠTVA U HTVATSKOJ**

(završni rad)

MENTOR

dr. sc. Davor Širola, prof.v.š.

STUDENT

Iskra Spasojević

MBS: 2423000055/16

Rijeka, rujan 2020.

**VELEUČILIŠTE U RIJECI  
POSLOVNI ODJEL**

**Rijeka, 02.06.2020.**

**ZADATAK  
za završni rad**

**Pristupnici: Iskra Spasojević**

**MBS: 2423000055/16**

**Studentici preddiplomskog stručnog studija PODUZETNIŠTVO u Rijeci izdaje se zadatak za završni rad – tema završnog rada pod nazivom:**

**PERSPEKTIVE ZELENOG PODUZETNIŠTVA U  
HRVATSKOJ**

**Sadržaj zadatka:**

U teoretskom dijelu završnog rada objasniti osnovne pojmove i važnost poduzetništva te posebno istaknuti okruženje i uvjete koje pogoduju razvoju zelenog (eko) poduzetništva. Pritom dati osnovne definicije zelenog poduzetništva te predstaviti ulogu pojedinih internacionalnih institucija u promociji i podupiranju takvog pristupa poduzetništvu. Kroz prikaz procesa i kriterija za dobivanje tzv. ekoloških certifikata poduzetnicima, obrazložiti situaciju u pogledu razvoja zelenog poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Na primjeru odabranih projekata poticanja bavljenjem različitim oblicima poduzetništva, kao i ekološkim projektima na području Istarske županije, predstaviti praktične koristi i važnost zelenog poduzetništva. Istaknuti ulogu i utjecaj svakog od tih projekata na pojedine nositelje projekta, predmetnu industriju, kao i društvenu zajednicu uopće.

Rad obraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta u Rijeci.

**Zadano: 02.06.2020.**

**Predati do: 15.09.2020.**

**Mentor:**

  
\_\_\_\_\_  
Dr. sc. Davor Širola, prof.v.š.

**Pročelnica odjela:**

  
\_\_\_\_\_  
Mr. sc. Anita Stilin, v. pred.

**Zadatak primila dana: 02.06.2020.**

  
\_\_\_\_\_  
Iskra Spasojević

**Dostavlja se:**

- mentoru
- pristupnic

# IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom **PERSPEKTIVE ZELENOG  
PODUZETNIŠTVA U HRVAYSKOJ** izradila samostalno pod nadzorom i uz  
stručnu pomoć mentora dr. sc. Davor Širola, prof.v.š..

Ime i prezime



---

(potpis studenta)

## **Sažetak**

U ovom se radu govori o relativno novom pojmu zelenog poduzetništva, te važnosti njegova razvoja. Kako je došlo do zelenog poduzetništva, koja je njegova uloga, zašto se razlikuje od ostalih oblika, te zašto je važno za društvo i zajednicu samo su neka od pitanja na koje je potrebno naći valjane odgovore. Daje se pregled osnovnih pojmova vezanih uz pojam zeleno poduzetništvo te je na samom kraju rada primjer jednog uspješnog projekta koji okuplja i promovira oblike zelenog poduzetništva na području Istarske Županije. S obzirom da pojam zeleno poduzetništvo još uvijek nije toliko populariziran pojam u društvu iako ima sve predispozicije za uspješno provođenje, ovim se radom želi dokazati da se i ovakvim oblikom poduzetništva mogu ostvarivati zavidni ekonomski rezultati, a da se pritom ne narušava ekološka ravnoteža. Iz tog razloga, uključivanje sve većeg broja malih i srednjih poduzeća u oblike zelenog poduzetništva je od presudne važnosti ne samo za njih već i za održivost planete.

**Ključne riječi:** zeleno poduzetništvo, ekološki certifikati, ekološka poljoprivreda i proizvod

## **Sadržaj:**

<b>1. UVOD</b>	<b>1</b>
<b>2. OSNOVNI POJMOVI U PODUZETNIŠTVU</b>	<b>3</b>
<b>2.1. PODUZETNIK</b>	4
<b>2.2. VRSTE PODUZETNIŠTVA</b>	5
<b>3. ZELENO PODUZETNIŠTVO</b>	<b>7</b>
<b>3.1. NAČELA ODRŽIVOG RAZVOJA ZELENOG PODUZETNIŠTVA</b>	7
<b>4. CERTIFIKATI</b>	<b>10</b>
<b>4.1. EKOLOGIJA</b>	10
<b>4.2. EKOLOŠKI CERTIFIKATI (OZNAKE)</b>	11
<i>4.2.1. Znak zaštite okoliša – „Prijatelj okoliša“</i>	12
<i>4.2.2. EU Ecolabel</i>	13
<i>4.2.3. Ekomark</i>	14
<i>4.2.4. Eko certifikat HR-EKO</i>	15
<b>5. PRIMJERI ZELENOG PODUZETNIŠTVA U ISTRI</b>	<b>17</b>
<b>5.1. EKOLOŠKI PROIZVOD I PROIZVOĐAČI</b>	17
<b>5.2. UDRUGA ISTARSKI EKO PROIZVOD</b>	18
<i>5.2.1. Svijet biljaka d.o.o.</i>	19
<i>5.2.2. Stancija Kumparička</i>	21
<b>5.3. EKOLOŠKI SMJEŠTAJ</b>	22
<b>5.4. MANIFESTACIJE I DOGAĐANJA</b>	24
<i>5.4.1. Domaća web tržnica</i>	25
<i>5.4.2. Solidarna eko tržnica</i>	26
<b>6. ZAKLJUČAK</b>	<b>28</b>
<b>LITERATURA</b>	<b>30</b>
<b>POPIS SLIKA I SHEMA</b>	<b>31</b>



## 1. Uvod

Ubrzani način života i ekološki problemi sve su veći izazovi modernog društva. Zagađenje prirode, iscrpljivanje neobnovljivih izvora energije, globalno zatopljenje samo su neki od niza problema s kojima se svakodnevno susrećemo. Svi ti problemi postaju sve izraženiji i dobivaju sve veću pozornost javnosti. Iz tih razloga polako dolazi do pozitivnih ekoloških promjena i javlja se sve veća svijest kod ljudi po pitanju zaštite okoliša. Drugim riječima stvara se segment ekološki odgovornih potrošača. Zeleno poduzetništvo bitan je koncept koji može pridonijeti boljitku ekološkog stanja svijeta, ali i samoga društva. Kako je svrha zelenog poduzetništva zaštita zdravlja i života ljudi, očuvanje prirode i okoliša, te zaštita potrošača, razvoj takvog oblika poduzetništva trebao bi biti od strateške važnosti svima.

Predmet ovog rada je definiranje zelenog poduzetništva i pružanje primjera malih poduzetnika s područja Istarske županije koji su ovakav oblik uspješno implementirali u svoje poslovanje. U radu su nabrojani i opisani eko certifikati koji predstavljaju ključnu razliku i odvajaju „zeleno“ proizvode od ostalih proizvoda koji ne nose eko oznake i nisu certificirani kao ekološki prihvatljivi.

Rad je podijeljen u sedam poglavlja od kojih je prvi uvod, predzadnji zaključak, nakon kojega slijedi popis literature, slika i grafikona koji se koristio u radu. U drugom poglavlju „Osnovni pojmovi u poduzetništvu“ definirano je poduzetništvo, poduzetnik i vrste poduzetništva.

U trećem je poglavlju „Zeleno poduzetništvo“ detaljno raščlanjen pojam zelenog poduzetništva i ostalih njemu srodnih i povezanih pojmova koji su važni za ovaj rad. Nabrojana su i objašnjena načela održivog razvoja zelenog poduzetništva te je pojašnjena razlika između zelenog upravljanja i zelenog poduzetništva.

Četvrto poglavlje „Certifikati“ bazira se na ekološkim certifikatima koji su najučestaliji i najbitniji za područje Republike Hrvatske. Na samom početku poglavlja definirani je pojam ekologije te njegova podjela s obzirom da ekologija i ekološka zaštita predstavljaju jedan od ključnih elemenata zelenog poduzetništva. Isto tako, u četvrtom poglavlju obrazložen je i prikazan proces dodjele pojedinih certifikata.

Peto, ujedno i najvažnije poglavlje “Primjeri zelenog poduzetništva u Istri“ spaja prethodna tri poglavlja. U tom poglavlju je definiran i raščlanjen projekt „Istra ecoexperience“ te pojašnjen pojam ekološkog proizvoda. Navode se različite udruge i ciljevi udruga koje provode zelene aktivnosti, Nabrojane su i različite manifestacije i događanja zelenog karaktera, te je prikazan i jedan primjer ekološkog smještajnog kapaciteta. Kroz sve te stvarne primjere dokazuje kako se zelenim poduzetništvom može uspješno poslovati i ostvarivati dobre rezultate na području Istarske županije.

## 2. Osnovni pojmovi u poduzetništvu

Pojam „poduzetništvo“ se definira na različite načine. Značajna je podjela definicija koje preferiraju „poduzetništvo“ kao aktivnost koja nije povezana s gospodarskom djelatnošću te definira neke ljudske osobine, druge i najčešće vrste definicija opisuju poduzetništvo kao gospodarsku djelatnost koja kombiniranjem različitih činitelja ima za posljedicu određeni rezultat (Tkalec, 2011, str. 35).

Poduzetništvo je način razmišljanja, odnosno proces stvaranja i razvijanja ekonomskih aktivnosti kombiniranjem rizika, kreativnosti i/ili inovativnosti uz pouzdanu upravljačku strukturu unutar nove ili postojeće organizacije (poduzeća, ustanove, institucije) (European Commission, 2003, str. 6).

Poduzetništvo je također i proces stvaranja nečeg novog i vrijednog kroz posvećivanje vremena i truda, pretpostavljajući popratne financijske, fizičke i društvene rizike i na kraju primanje nagrade u obliku novčanog i osobnog zadovoljstva i neovisnosti (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2008, str. 8).

Poduzetništvo u užem smislu jest sposobnost pokretanja, vođenja i razvijanja poslovnog pothvata, s dostatnim kapitalom, a koji je povezan s većom ili manjom neizvjesnošću i rizikom (Kuvačić, 2005, str. 23).

Isto tako, definicija poduzetništva se može raščlaniti na širi i uži smisao poduzetništva. Širi smisao poduzetništvo definira kao svaku aktivnost koja uključuje dosljednost, kreativnost, odgovornost, razumno preuzimanje rizika i samostalnost (Tkalec, Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, 2011, str. 38). Uži smisao poduzetništvo gleda sa stajališta da je to proces stvaranja neke vrijednosti ulaganjem resursa u svrhu iskorištavanja danih prilika uz razumno preuzimanje rizika. (Tkalec, Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, 2011, str. 38).

## 2.1. Poduzetnik

Poduzetnik je osoba nadarena poslovnim duhom i rukovodnim sposobnostima, bogata znanjem o poslovima i ljudima, odlučna i spremna da preuzme rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnog rasta i razvoja (Jelavić, 1995, str. 60). U većini definicija poduzetnika pokreće inovativnost, kao jedna od ključnih karakteristika poduzetnika (uz spremnost na preuzimanje rizika u okruženju neizvjesnosti i organiziranje resursa), poduzetnik nije isto što i izumitelj, a inovacija u ovom kontekstu nije isključivo izum (Širola, Poduzetništvo, 2014, str. 7). Naime, izumitelj nešto stvara po prvi put, naglašeno je inspiriran i motiviran vlastitim radom i osobnim idejama, a svoja postignuća mjeri brojem razvijenih izuma ili patenata, no vjerojatno neće uživati novčane koristi kao mjeru uspjeha (Širola, Poduzetništvo, 2014, str. 7).

Kako bi poduzetnički pothvat bio uspješan i dugovječan smatra se da bi poduzetnik trebao posjedovati određene karakteristike koje su ključne za uspješnost poduzetničkog pothvata (Tkalec, Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja, 2011, str. 39-41):

- Hrabrost - karakteristika koju bi trebao imati svaki poduzetnik. Važno je da je osobna spremna na razumno preuzimanje rizika te da je dovoljno samouvjerena u uspješnost projekta kojeg želi ostvariti.
- Inovativnost i kreativnost – kako bi poduzeće uspješno poslovalo ideja treba biti inovativna i kreativna. Osim ideje i sam poduzetnik mora biti kreativan. Kreativnost je podloga za inovativnost a inovacija je rezultat kreacije.
- Odgovornost – ovo je možda jedna od najvažnijih karakteristika. Poduzetnik mora biti spreman preuzeti odgovornost za vođenje poslovanja ali je i priznati u trenucima kada je pogriješio. Poduzetnik je prvenstveno odgovoran samome sebi, radnicima i kolegama, dobavljačima, obitelji i društvu unutar kojega djeluje.
- Poštenje - poštenje osigurava temeljne pretpostavke za uspjeh poduzeća. Moralna načela sve više dobivaju na važnosti i značaju u odnosu na pohlepnom stjecanju profita.
- Upornost - svako poduzeće ima periode kada posluje zadovoljavajuće ili čak izvrsno ali i periode kada stvari ne idu baš po planu. Upravo je u takvim trenucima bitno nastaviti ostvarivati viziju koju poduzetnik ima kako bi mogao uspješno savladati prepreke koje

su mu se našle na putu. Ako i ostvare neuspjeh uporni poduzetnici neće odustati već će naći neki drugi poduzetnički pothvat ili će pokušati spasiti postojeći.

- Strpljenje - ova karakteristika se usko veže uz upornost. Poduzetnik treba biti svjestan da se rezultati napornog rada ne mogu vidjeti odmah nego da oni dolaze s vremenom.

## 2.2. Vrste poduzetništva

Postoje četiri temeljne klasifikacije poduzetništva koje se temelje na četiri različita mehanizma i to su:

- Tradicionalno (individualno)
- Korporativno
- Društveno
- Zeleno

Pojam tradicionalnog poduzetništva povijesno gledano vezuje se uz mala poduzeća koja su imala snažan civilizacijski utjecaj na život i rad ljudi u različitim društvenim okvirima i gotovo svim strukturama gospodarskog razvitka (Širola, Poduzetništvo, 2014, str. 21). U ovakav oblik poduzetništva ubrajaju se mala i srednja poduzeća kod kojih je menadžer tj. osoba koja upravlja poduzećem najčešće i vlasnik. Odgovorna osoba tj. vlasnik poduzeća najčešće sam snosi sav rizik ali isto tako sav prihod na kraju obračunskog razdoblja pripadne njemu. Dosta je često da je u ovakav oblik poduzetništva uključena i obitelj ili bliske osobe koje ponekad zajedno s vlasnikom preuzimaju rizik i vode poduzeće.

Pojam tradicionalnog poduzetništva najčešće podrazumijeva poduzetništvo u profitnom sektoru koje započinje osnivanjem klasičnog start-up (početničkog) poduzeća te je podijeljeno u slijedeće faze poduzetničkog procesa (Širola, Poduzetništvo, 2014, str. 21):

1. generiranje ideja
2. prepoznavanje tržišnih prilika
3. istraživanje dostupnosti potencijala i resursa
4. identificiranje proizvoda ili usluge
5. razvoj odgovarajućeg poslovnog modela
6. ocjena rizičnosti pothvata

7. organizacija poslovanja
8. pokretanje vlastitog pothvata (uobičajeno osnivanje poduzeća ili obrta)

Korporacijsko poduzetništvo predstavlja proces u kojem velika poduzeća traže nove načine korištenja, održavanja ili zadržavanja inovacija, pri čemu su ključni čimbenik, unutarnji zaposlenici koji trebaju biti proaktivni, samoinicijativni individualci, koji ne traže dozvole, pa i ignoriraju neodobravanja i druge negativne reakcije okruženja za njihove ideje (Širola, Poduzetništvo, 2014, str. 23). Ključni cilj tih unutarnjih poduzetnika i korporacijskog poduzetništva u cjelini je istovjetan – jačanje poduzetničkih aktivnosti u organizaciji radi sustizanja i prestizanja konkurenata (Širola, Poduzetništvo, 2014, str. 23). Korporativno poduzetništvo je oblik poduzetništva koji ima velike financijske resurse, marketinški sustav, poslovne vještine i veliko tržište ili tržišta na kojima djeluje. Ovakvim poduzećima upravljaju manageri i upravni odbor a ne sami vlasnici poduzeća.

Društveno poduzetništvo je oblik poduzetništva koji svoje djelovanje usmjeruje prema društvenom boljitku. U ovakvom obliku poduzetništva na prvom mjestu nije dobit već dobrobit društva ili razvitak zajednice u kojoj poduzeće djeluje. Socijalni poduzetnici posjeduju isti temperament kao i tradicionalni poduzetnici, no razlikuju se u tome što socijalni poduzetnici svoje talente koriste za rješavanje društvenih problema (Širola, Poduzetništvo, 2014, str. 24).

Zeleno poduzetništvo je oblik poduzetništva koji svoje poslovanje tj. djelovanje zasniva na prijateljskom odnosu prema okolišu, prirodi i njezinoj ukupnoj biološkoj raznolikosti (KOSA.hr, 2013). Ovakav oblik poduzetništva se svijeno bavi pitanjem okoliša kroz realizaciju poduzetničkih ideja koje izravno utječu na očuvanje okoliša dok su istovremeno financijski održive. Zeleni poduzetnik je osoba koja pokreće poduzetnički pothvat čiji su proizvodi/usluge i sam poduzetnički proces u skladu s načelima očuvanja okoliša.

### **3. Zeleno poduzetništvo**

Prvi pokušaji definiranja zelenog poduzetništva bili su u 90-ih godina prošloga stoljeća. Gustav Berle prvi spominje izraz „zeleno poduzetništvo“ u svojoj knjizi “The Green Entrepreneur: Business Opportunities That Can Save the Earth and Make You Money” Za njega definicija zelenog poduzetništva glasi: „zeleno poduzetništvo je preuzimanje odgovornosti za stvaranje svijeta o kojem sanjamo (GREENT, 2012, str. 1).

Izrazi „zeleno poduzetništvo“, „ECO poduzetništvo“ i „održivo poduzetništvo“ su srodni pojmovi iako nisu istoznačnice. Postoje manje razlike između pojmova ali se u pravilu mogu koristiti naizmjenično jer im je značenje vrlo slično.

Karakteristike zelenog (EKO) poduzetništva (GREENT, 2012, str. 2):

- Unutarnji motivi koji su usmjereni prema brizi za okoliš
- Svijest o ekološkim problemima i želja za njihovim otklanjanjem
- Poslovanje koje je održivo i nema negativnih utjecaja na okoliš

Razlika između zelenog upravljanja i zelenog poduzetništva je u tome što kod zelenog upravljanja poduzeća djeluju na ekološki odnosno štedljiv način ali to nije osnovna namjera (GREENT, 2012, str. 1). Kod zelenog poduzetništva cijela je ideja izgrađena prema osnovama zelenog poduzetništva. U novije vrijeme sve više poduzeća ističe kako posluje „zeleno“ iako se radi samo o zelenom upravljanju. Cilj takvim poduzećima je smanjenje troškova i štednja dok je kod zelenog poduzetništva cilj ostvariti smanjenje emisije ugljičnog dioksida, učinkovitije korištenje resursa, korištenje obnovljivih izvora energije, smanjenje zagađenja i recikliranje (GREENT, 2012, str. 1).

#### **3.1. Načela održivog razvoja zelenog poduzetništva**

Prema izvješću IUCN/UNEP/WWF-a pod nazivom „Caring for the Earth“ (hrv. Skrb za Zemlju) utvrđeno je devet temeljnih načela koja su ključna za održiv razvoj zelenog poduzetništva i međusobno se podupiru i nadopunjavaju (Črnjar, 2009, p. 84).

Temeljna načela su (OECD Factbook 2007 Economics, 2007):

1. Poštovanje i skrb za životnu zajednicu. Uspjeh i rast poduzeća treba se temeljiti na poštovanju, brizi i ulaganju u društvo i zajednicu. Kvalitetu života zajednice ali i idućih generacija treba konstantno poboljšavati a ne dovoditi u opasnost ili je ugrožavati neetičkim djelovanjem poduzeća.

2. Poboljšanje kakvoće života. Gospodarski rast i rast društva je ključan za osiguravanje dostojanstvenog života ljudi. Gospodarski rast je dio razvoja, ali on ne može biti isključivi cilj. Iako se postavljeni ciljevi razvoja razlikuju, postoje neki koji su univerzalni. To su dug i zdrav život, dostupnost resursa potrebnih za dostojno življenje, obrazovanje, politička sloboda i ljudska prava.

3. Zaštita raznolikosti i vitalnosti zemlje. Zaštita zemlje i prirode je ono na čemu se treba temeljiti razvoj. Kako bi se to postiglo potrebno je:

- unaprjeđivati i zaštititi sustave za održavanje života (proces koji pročišćuju zrak, oblikuju klimu, potiču obnavljanje tla, regeneraciju i pročišćavanje voda)
- osigurati održivost korištenja obnovljivih resursa (to uključuje šume, tlo, vode, pašnjake, prašume, slatkovodne i morske ekosustave)
- zaštititi bioraznolikost (zaštita svih životinja i biljaka)

4. Minimalizacija iscrpljivanja neobnovljivih resursa. Nafta, plin, ugljen i minerali su izvori energije koji se ne mogu obnavljati i koristiti na održivi način. Jedino što se može napraviti jest produljiti njihov vijek recikliranjem ili smanjiti njihovo iscrpljivanje.

5. Poštovanje granica prihvatljivog kapaciteta zemlje. Ovisno o regiji ili geografskoj lokaciji, u nekim dijelovima svijeta kapaciteti iskorištavanja resursa i energije su daleko viši od dozvoljene granice. Na to utječe broj ljudi, količina energije koja se koristi, hrana, proizvodnja dobara i ostale sirovine koje sve osobe koriste i nepotrebno rasipaju.

6. Promjene u osobnim postupcima i stavovima. Važno je da ljudi sami uvide kako njihovi postupci i odluke utječu na okolinu. Kako bi došlo do pozitivne promijene potrebno je omogućiti ljudima kvalitetne izvore informacija i upoznati ih i informirati o aktivnostima koje mogu poduzeti kako bi poboljšali trenutno stanje.



7. Omogućavanje zajednici skrb o vlastitom okolišu. Zajednice i lokalne skupine predstavljaju najjednostavnije kanale putem kojih ljudi mogu izraziti svoju zabrinutost te poduzeti mjere radi stvaranja stabilnog, održivog društva, a kako bi mogli djelovati potrebna su im ovlaštenja, znanje i moć.

8. Stvaranje nacionalnoga okvira za integraciju razvoja i zaštite. Da bi društvo moglo napredovati na racionalan način, mora imati bazu informacija i znanja, pravni i institucijski okvir te dosljednu gospodarsku i društvenu politiku.

9. Globalni savez. Globalna održivost moguća je jedino ako su svi sudionici (u ovom slučaju države i savezi ali i pojedinci) voljni prihvatiti odgovornosti promijeniti svoje dosadašnje načine djelovanja. Od globalne održivosti svi sudionici mogu imati koristi jedino ako se uspostavi čvrsti savez između svi država s ciljem zaštite okoliša.

Od ovih devet načela prva četiri načela predstavljaju etičku osnovu koja je potrebna kako bi se ostalih pet načela koji predstavljaju smjerove u kojima je potrebno ići mogli ostvariti (OECD Factbook 2007 Economics, 2007).

## 4. Certifikati

Certifikat (potvrda) je isprava kojom potvrđuje da je proizvodnja ili proces sukladan s propisanim zahtjevima za proizvodnju (Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, 2020). Certificiranje je davanje potvrde (certifikata), utemeljene na odluci koja proizlazi iz ocjene, a dokazuje da su utvrđeni zahtjevi zadovoljeni (Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, 2020).

### 4.1. Ekologija

„Ekologija (grč. oikos = kuća, dom + lógos – riječ, govor; engl. ecology; njem. Ökologie). Znanost koja proučava odnose među organizmima te odnose organizama i njihova okoliša (Hrvatska enciklopedija-Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020) Ekologija je grana biologije, a zbog svojih specifičnih potreba ujedinjuje niz znanstvenih disciplina i njihovih metoda: botaniku, zoologiju, antropologiju, pedologiju, geologiju, meteorologiju, hidrologiju, matematiku, fiziku, kemiju i druge (Đikić, i dr., 2001, str. 1). Među prvima značajnija ekološka opažanja opisao je znameniti prirodnoznanstvenik Charles Darwin u svojoj knjizi o evoluciji: O podrijetlu vrsta (1859.) Darwin objašnjava brojne primjere u evoluciji npr. adaptaciju, prirodnu selekciju, borbu za opstanak, izumiranje vrsta i dr., kao i spletove različitih međusobnih odnosa organizama i njihove interakcije u uvjetima okoliša (Đikić, i dr., 2001, str. 1). Ekologija u cjelini ima izrazito interdisciplinarni karakter. Ona proučava odnose biljaka i životinja prema izrazito raznolikim činiteljima živog i neživog okoliša poput klimatskih činitelja ili činitelji tla, utjecaji biljnoga i životinjskog svijeta (Hrvatska enciklopedija-Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020). U novije geološko doba sve više su izraženi i izravni utjecaji čovjeka. Iz toga slijedi da je ekologija usko povezana s drugim, u prvom redu prirodnim znanostima, kao što su klimatologija, pedologija, geologija i dr. (Hrvatska enciklopedija-Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020).

Ekologija se u najgrubljim crtama može podijeliti na tri grane (Hrvatska enciklopedija-Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020):

1. Ekologija bilja je grana botanike koja se bavi proučavanjem odnosa okoliša i biljnoga svijeta. Usko je povezana s geobotanikom, fiziologijom, genetikom,

sistematikom i morfologijom. Dijeli se na autekologiju (ekologija pojedinih biljnih vrsta) i sinekologiju (ekologija biljnih zajednica).

2. Ekologija životinja proučava odnose životinja prema živoj i neživoj prirodi. Životinje u prirodi žive u određenim zajednicama i određenim staništima bez kojih njihov život tj. opstanak nije moguć. Svaka promjena u prirodi (kemijska, biološka ili fizička) uzrokuje promjenu dinamike i ravnotežu cijele zajednice. Ova grana ekologije također tumači i promjene u građi i funkciji pojedinih organa i načinu života i prilagođavanje životinja na te promjene.
3. Ekologija čovjeka (humana ekologija) bavi se proučavanjem odnosa čovjek i okoliša u kojemu se on nalazi. U novije se vrijeme sve brže razvija. Čovjek, kao glavni zagađivač prirode, tehnološkim razvojem i demografskom ekspanzijom jako povećava svoj negativni utjecaj na okoliš. Time šteti svojem zdravlju ali i zdravlju svih drugih živih bića i ugrožava opstanak svima. Stanovništvo svijeta raste znatno brže od proizvodnje hrane, prirodni se izvori neracionalno troše, zrak i okoliš se svakim danom sve više zagađuje otpadnim tvarima. Kako bi se otklonili ovi problemi osmišljeni su moderni ekološki pokreti koji naglašavaju i ističu važnost zaštite i unapređenja ekosfere.

Prva konferencija UN-a, koja je bila posvećena pitanjima ekološke krize i čovjekova okoliša održana je u Stockholmu 1972. godine. iz razloga što je 1971. god. 2200 istaknutih znanstvenika iz 23 zemlje UN-u uputilo apel upozoravajući na „zajedničku dosad neviđenu opasnost“. Zaključci konferencije iz 1972. sadržani su u „Deklaraciji o načelima“ u kojoj su (u 26 načela) izložene mjere što bi se morale poduzimati radi zaštite čovjekova okoliša (Hrvatska enciklopedija-Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020).

#### **4.2. Ekološki certifikati (oznake)**

Eko-certifikati su dobrovoljni instrumenti pomoću kojih proizvođači dokazuju izvornost i kvalitetu proizvoda i usluga s ciljem zaštite okoliša poštujući određene standarde koji su propisani u samim certifikatima (Istarska županija, 2020.). Cilj ovakvih certifikata je smanjenje negativnih utjecaja na okoliš, stvaranje proizvoda i pružanje usluga koje nemaju štetne utjecaje na zdravlje, klimu, zajednicu ili prirodna dobra s ciljem stvaranja održivog stila

života. Eko-oznake, ujedno su znakovi izvrsnosti budući promoviraju one koji u zaštiti okoliša rade više od propisanog zakonskog minimuma (Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, 2020). Eko-oznake su prvenstveno namijenjene tržištu, odnosno potrošačima (business to consumer, B2C), a manje za poslovni krug (business to business, B2B), očekuje se da osviješteni potrošač među mnoštvom proizvoda bira one koji nose eko-oznaku (Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, 2020). Stoga važnu ulogu u promicanju ovih eko-oznaka imaju trgovci i udruge potrošača (Ministarstvo zaštite okoliša i energetike-Eko-oznake, 2020).

#### 4.2.1. Znak zaštite okoliša – „Prijatelj okoliša“

Program dodjele znaka Prijatelj okoliša provodi se u svrhu promocije proizvoda i usluga koji se u usporedbi sa sličnim proizvodima i uslugama odlikuju manje negativnim utjecajem na okoliš u cjelokupnom životnom ciklusu te time pridonose učinkovitom korištenju sastavnica okoliša i visokom stupnju zaštite okoliša (Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, 2020). Program je dio nacionalne politike zaštite okoliša i održivog razvoja čiji je cilj smanjiti negativni utjecaj proizvodnje i potrošnje na okoliš, zdravlje, klimu i prirodne resurse (Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, 2020). Dodjela znaka nije stoga zamišljena kao nagrada ili priznanje u smislu natjecanja, već je usmjerena k razvoju prepoznatljive kakvoće proizvoda s gledišta zaštite okoliša (Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, 2020). S obzirom da se postupak dodjele znaka Prijatelj okoliša temelji na neovisnoj verifikaciji od strane treće strane (ovlašteni instituti, akreditirani laboratoriji i sl.), znak spada u Tip I eko-oznaka i deklaracija (Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, 2020).

Slika 1. Znak "Prijatelj okoliša"

#### Znak zaštite okoliša



Izvor: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=195> (23.7.2020.)

#### 4.2.2. EU Ecolabel

EU Ecolabel oznaka uvedena je 1992 godine. Prepoznata je i prihvaćena u cijelom svijetu i predstavlja oznaku ekološke izvrsnosti (European Commission-Environment, 2020). Promovira i potiče cirkularnu ekonomiju ohrabljajući proizvođače da smanje stvaranje otpada i CO2 plinova prilikom proizvodnog procesa (European Commission-Environment, 2020). UE Ecolabel potiče kompanije na razvijanje proizvoda koji su izdržljivi, lako popravljivi i koji se mogu reciklirati. Isto tako, EU Ecolabel nudi smjernice kompanijama koje žele smanjiti svoji negativni utjecaj na okoliš i garantira uspješnost svojih ekoloških mjera kroz kontrole koje provode treće neovisne strane ili partneri. (European Commission-Environment, 2020).

Slika 2. EU Ecolabel



Izvor: <https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/siegelkunde/eu-ecolabel-0> (23.07.2020.)

EU Ecolabel spada u Tip I eko-oznaka i deklaracija, transparentan je, obuhvaća životni ciklus i ima neovisni sustav verifikacije (European Commission-Environment, 2020). Ovaj znak je dokaz izvrsnosti i kvalitete kojim proizvođači i pružatelji usluga pokazuju svoje društveno odgovorno poslovanje (Ministarstvo zaštite okoliša i energetike-Eko-oznake, 2020). S druge strane, europski ga potrošači prihvaćaju kroz zelenu javnu nabavu i kroz osobnu potrošnju kao dodatnu potvrdu kvalitete pod krilaticom: „DOBRO ZA OKOLIŠ, DOBRO ZA MENE!“ (Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, 2020).

Postupak dodjele EU Ecolabel u Hrvatskoj prikazan je na shemi 1 u nastavku.

Shema 1 Postupak dodjele EU Ecolabel u Hrvatskoj



Izvor: Izrada autorice prema shemi „Znak zaštite okoliša Europske unije – EU Ecolabel (Ministarstvo zaštite okoliša i energetike)

#### 4.2.3. Ekomark

Ekomark certifikat predstavlja proizvodnju ekološki prihvatljivih proizvoda koji štite prirodu, ne narušavajući prirodu u fazama uzgoja proizvoda, a potrošnja tih proizvoda nije štetna za ljudsko zdravlje (Ekomark, n.d.). Ekomark je zgrađen je na Eco-Label sustavu koji je razvila Europska unija i koji se koristi od 1992.godine (Ekomark, n.d.). Ekomark provodi ispitivanja i certificiranja u skladu s načelima autorizacije koja su navedena u zakonu i propisima o ekološkoj poljoprivredi. Certifikati o ekološkim proizvodima potvrđuju da su ispunjeni uvjeti koji se zahtijevaju u svakoj fazi proizvodnje i prerade (Ekomark, n.d.). Ako su organski proizvodi izvan poljoprivrede, potvrđuje se da se ne koriste kemikalije suprotne prirodnoj i ekološkoj ravnoteži (Ekomark, n.d.).

Ekomark oznaka ima sljedeće značenje za potrošače i proizvođače (Ekomark, n.d.):

- oznaka se daje samo ekološki prihvatljivim proizvodima u skupinama proizvoda
- dozvola za uporabu ove oznake dana je nakon što se na uzorku uzetom iz proizvoda provedu ispitivanja okoliša
- oznaka osigurava da su utjecaji na okoliš minimalni tijekom cijelog životnog ciklusa, od proizvodnje do odlaganja

- ovom oznakom potrošači su informirani o odabiru proizvoda
- dopuštenje za korištenje ove oznake temelji se na odobrenju dobivenom od akreditacijskog tijela
- oznaka je prihvaćena u svim zemljama Europske unije i zemljama koje su osjetljive na ekološke oznake
- proizvođači se lako mogu natjecati na tržištu zahvaljujući ovoj oznaci
- proizvodne tvrtke poboljšavaju svoje proizvodne aktivnosti i metode.

#### **4.2.4. Eko certifikat HR-EKO**

Certifikaciju ovoga znaka provodi Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, Certifikacijsko tijelo za proizvode (CT NZZJZAŠ) (Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, 2020). Znak se koristi u svrhu označavanja proizvoda ekološke poljoprivrede i koristi se jedino ako je dotični proizvod proizveden u skladu sa zahtjevima iz uredbi (Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, 2020). Ekološki znak (Certifikacijski znak) – oznaka HRVATSKI EKO PROIZVOD koji je u skladu s Prilogom VI Pravilnika o ekološkoj poljoprivrednoj proizvodnji (N.N. br. 19/16) za subjekte u ekološkoj proizvodnji nije obvezujući (Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, 2020). Kao i Ekološki znak EU-a izdaje se nositelju certifikata za certificirani proizvod s ciljem upućivanja na njegov certifikacijski status. Simbol je zaštićen i smije se koristiti samo za vrijeme valjanosti certifikata. Dodijeljeni certifikacijski znak klijent može koristiti samo u vezi s podacima navedenim u certifikatu. Ne smije se koristiti na način da se stječe dojam da CT NZZJZAŠ preuzima odgovornost za proizvod za koji je dobiven certifikat (Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, 2020). Certifikacijski znak najčešće se koristi na dokumentima kao što je dopis ili drugoj dokumentaciji povezanoj s certifikacijom i odnosi se na područje certifikacije (Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, 2020).

U slučaju prestanka valjanosti certifikata (djelomične ili u cijelosti) nositelj mora odmah prestati koristiti certifikacijski znak i time se pozivati na certifikaciju (Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, 2020). Nepravilna uporaba certifikacijskog znaka može imati

za posljedicu popravne radnje, suspenziju ili povlačenje certifikata. Odluku o tome donosi CT NZZJZAŠ (Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, 2020).

Slika 3. Certifikat HR-EKO-09



Izvor: <https://www.a-1.hr/hr/certifikati/13> (25.7.2020.)



## **5. Primjeri zelenog poduzetništva u Istri**

Istra ecoexperience je projekt Upravnog odjela za turizam Istarske županije koji okuplja, promovira i ulaže u ekološki certificirane eko sadržaje, proizvode i usluge na području istarske županije (Istarska županija, 2020.). U prvi plan stavlja eko proizvođače, smještajne kapacitete, manifestacije i događanja. Na taj način Istra ecoexperience doprinosi očuvanju prirodnih i kulturnih resursa, podiže svijest o potrebi zaštite prirode, unaprjeđuje život lokalnih zajednica te potiče nove poslovne mogućnosti u Istri, poštujući načela održivog razvoja. Projekt je pokrenut 2015. godine u sklopu Master plana razvoja turizma i poduzetništva Istarske županije (Istarska županija, 2020.).

Glavni projekt Istra ecoexperience podijeljen je na tri manje, samostalne cjeline u sklopu kojih su objedinjene aktivnosti ekološkog karaktera. U prvoj cjelini „Ekološki proizvod i proizvođači“ dani su primjeri zelenih proizvođača, proizvoda i udruga. U drugoj cjelini „Ekološki smještaj“ dan je primjer jednog smještajnog kapaciteta koji posjeduje oznaku ekološkog certifikata i u zadnjoj trećoj cjelini „Manifestacije i događanja“ dani su primjeri ekoloških udruga i manifestacija na području Istarske županije.

### **5.1. Ekološki proizvod i proizvođači**

Ekološka proizvodnja (organska, biološka) poseban je sustav održivog gospodarenja u poljoprivredi i šumarstvu koji obuhvaća uzgoj bilja i životinja, proizvodnju hrane, sirovina i prirodnih vlakana te preradu primarnih proizvoda, a uključuje sve ekološki gospodarski i društveno opravdane proizvodno-tehnološke metode, zahvate i sustave, najpovoljnije koristeći plodnost tla i raspoložive vode, prirodna svojstva biljaka, s pomoću prirodnih sila i zakona, uz propisanu uporabu gnojiva, sredstava za zaštitu bilja i životinja, sukladno s međunarodno usvojenim normama i načelima (Istarska županija, 2019., str. 24).

Ekološki proizvod je onaj proizvod koji je proizveden i označen sukladno s odredbama Zakona o ekološkoj proizvodnji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i propisa donesenih na temelju njega. Istarski proizvođači upisani u Upisnik ekoloških proizvođača Ministarstva poljoprivrede RH, djeluju kroz udругu Istarski eko proizvod (Istarska županija, 2019., str. 24).

## 5.2. Udruga Istarski Eko Proizvod

Udruga Istarski Eko Proizvod je osnovana kao udruga pravnih osoba i građana da promicanje ekološke poljoprivrede i proizvodnje hrane na području Istarske županije (Istarski Eko Proizvod, 2015.). Udruga je nevladina, izvanstranačka i neprofitna organizacija koja ima status pravne osobe i upisuje se u Registar udruga kod nadležnih tijela. Sjedište udruge je u Vodnjanu i djeluje na prostoru Istarske županije. Udruga ima predsjednika i dopredsjednika udruge, skupštinu, upravni i nadzorni odbor te tajnika udruge. Cilj udruge je interesno okupljanje pravnih osoba i građana uključenih u djelatnost ekološke poljoprivrede i proizvodnje hrane (Istarski Eko Proizvod, 2015.). Udruga broji preko 60 članova i osnovana je 2015. godine.

Osnovni ciljevi udruge su (Istarski Eko Proizvod, 2015.):

1. Poticanje razvitka ekološke poljoprivrede i proizvodnje hrane te plasman ekoloških proizvoda
2. Poticanje razvitka eko-turizma i zaštite okoliša u cilju održivog razvitka Istarske županije
3. Vođenje brige o zaštiti i nezagađivanju tla, vode, zraka i okoliša te održanju biološke raznolikosti u svrhu razvitka djelatnosti navedenih u ovom članku
4. Stalno usavršavanje članova i unapređivanje stručnog znanja iz djelatnosti navedenih pod (1)
5. Stručno utjecanje na etičku i kvalitetnu proizvodnju, preradu i promet ekološki proizvedene hrane, pića i predmeta opće uporabe te usluga sukladno nacionalno i međunarodno prihvaćenim standardima i propisima
6. Suradnja sa srodnim udrugama, savezima i ustanovama u zemlji i inozemstvu u cilju ostvarenja osnovnih ciljeva udruženja na lokalnoj, nacionalnoj i međudržavnoj razini;
7. Davanje stručnog mišljenja o utjecaju pojedinih gospodarskih djelatnosti na okoliš i s tim u svezi gledišta o opravdanosti i suglasnosti za sve veće investicije i poduzetničke aktivnosti na području djelovanja udruge
8. Organizacija mini sajмова za članove Udruge kao i organizacija Eko sajma na državnom nivou te zajedničko sudjelovanje na drugim sajmovima

Gore navedenim ciljevima želi se ubrzati razvoj poljoprivrede, poduzetništva i turizma, ruralnih i urbanih područja ali i osigurati očuvanje prirode, održiv gospodarski razvoj i zaštita okoliša (Istarski Eko Proizvod, 2015.).

Udruga provodi slijedeće aktivnosti kako bi osigurala realizaciju (gore navedenih) ciljeva (STATUT-Istarski Eko Proizvod, 2015.):

1. Briga za što povoljniji položaj članova te njihovu pravnu zaštitu
2. Izrada, prevođenje, izdavanje, prodaja i širenje tiskanih i audio/vizualnih dokumenata, računarskih programa te promidžbenih materijala vezanih uz djelatnosti udruge Istarski Eko Proizvod
3. Izrada i provedba stručnih i znanstvenih studija i programa vezanih uz djelatnosti udruge Istarski Eko Proizvod
4. Koordinacija i usklađivanje ponude i potražnje na tržištu ekološki proizvedene hrane, pića, predmeta opće uporabe i eko-turističkih usluga u Istarskoj županiji
5. Organizacija seminara, savjetovanja, obuke i studijskih posjeta vezanih uz djelatnosti udruge
6. Organizacija predstavljanja udruge i njenih članova na sajmovima, izložbama, stručnim i znanstvenim skupovima u zemlji i inozemstvu
7. Ostvarivanje trajne materijalno-financijske samostalnosti udruge i njenih članova
8. Edukacija i pripremanje zainteresiranih budućih članova koji se žele baviti ekološkom proizvodnjom

### **5.2.1. Svijet biljaka d.o.o.**

Tvrtka Svijet biljaka d.o.o. bavi se kontroliranom ekološkom proizvodnjom sadnica ljekovitoga i aromatičnog bilja, podizanjem nasada ljekovitog bilja s kooperantima i vlastitih nasada, primarnom preradom ljekovitog bilja metodama parne destilacije i ekstrakcije čija je osnovna upotreba u proizvodnji prirodnih aromaterapijskih i kozmetičkih proizvoda (Svijet biljaka, 2020.). Svijet biljaka je tvrtka čija je misija osvijestiti ljude o dobrobiti, neprolaznoj i nepobitnoj vrijednosti aromatičnog ljekovitog bilja te stvoriti potpun sklad čovjeka i prirode (Svijet biljaka, 2020.). Proizvode pomno odabrane autohtone biljke iz istarskog podneblja prema principima ekološke (organske) proizvodnje, bez primjene pesticida, od kojih nastaju

visokokvalitetni aromaterapijski proizvodi. „Proizvodi u sebi objedinjuju tradiciju prostora, ljepotu i izvornost prirode te znanja tehnološkog doba.“ (Svijet biljaka, 2020.)

Cjelokupna prerada i proizvodnja aromaterapijskih i kozmetičkih proizvoda obavlja se po načelima certificirane ekološke proizvodnje HR-EKO-05, ECOCERT SA i HALAL standardima (Svijet biljaka, 2020.). Pored toga osigurava se kvaliteta proizvodnje u skladu sa standardima ISO9001, te zdravstvena ispravnost proizvoda u skladu sa sustavom HACCP (Svijet biljaka, 2020.). Kompletan proces proizvodnje sadnog materijala, tehnološkog podizanja nasada i uzgoja, branja i primarne prerade pod kontrolom su svjetski poznate certifikacijske kuće ECOCERT SA za što su dodijeljeni Certificati o suglasnosti za organska eterična ulja, hidrolate i bazna ulja. (Svijet biljaka, 2020.)

Fitoaroma je novi brend tvrtke Svijet biljaka d.o.o. koji se temelji se blagotvornom djelovanju mediteranskoga aromatičnog i ljekovitog bilja (Svijet biljaka, 2020.). Pomno su izabrane autohtone biljke iz istarskoga podneblja, brižljivo kultivirane prema svim principima ekološke (organske) proizvodnje, bez primjene pesticida i u potpunosti uklopljene u prirodno okruženje prostora, stvarajući tako potpun sklad čovjeka i prirode. Proizvodi nastali iz njih potvrđene su kvalitete, kontrolirani u svim fazama njihova nastanka, od primarne prerade, završne profilacije do distribucije. Sve njihove primarne sastavnice potpuno su prirodnog podrijetla, bez sintetskih aditiva i nisu životinjskog podrijetla, te nisu testirane na životinjama. Proizvodi su sačinjeni od komponenti koje u primjeni jamče aromaterapijski učinak sukladno njihovim izvornim osobinama (Svijet biljaka, 2020.). Pod kontrolom su certifikacijske kuće HRVATSKE ŠUME HR-EKO-05 za što su dodijeljeni Certificati o suglasnosti za organska eterična ulja, hidrolate i bazna ulja (Svijet biljaka, 2020.). U proizvodima nema sintetskih boja, mirisa i konzervansa te proizvodi imaju HALAL certifikat. (Svijet biljaka, 2020.)

Slika 4. Fitoaroma



Izvor: <http://svijet-biljaka.hr/index.php/hr/2015-11-06-11-13-37> (3.8.2020.)

Aroma Lite je jedan od brendova tvrtke Svijet biljaka d.o.o.. To je sustav kliničke aromaterapijske tehnologije za poboljšanje kvalitete života u domu, zdravstvenim ustanovama, Spa centrima, hotelima, uredima. Aroma Lite sustav je ekološki, siguran, efektivan, raspršuje arome prirodno bez upotrebe topline, otapala i plinova (Svijet biljaka, 2020.). Svi aromaterapijski biljni kompleksi sadrže siguran postotak čistih eteričnih ulja i hidrolata koji imaju terapijski učinak. (Svijet biljaka, 2020.)

### **5.2.2. Stancija Kumarička**

Stancija Kumarička je obiteljska farma koja proizvodi kozji sir i mlijeko najviše kvalitete. Farma je rasprostranjena na 250 hektara na istočnoj strani Istarskog poluotoka u blizini mjesta Krnica. Farma je izgrađena u četrnaestom stoljeću ali je prije nekoliko godina kompletno obnovljena. U ponudi se mogu naći kozji proizvodi poput kozjeg mlijeka, jogurta, svježeg sira, sira i skute ali i prigodni suveniri. Proizvodi su bez pesticida i proizvodnja se obavlja prema najvišim propisanim standardima u Europi (Kumarička, 2020). Proizvodi se prodaju u ekološki prihvatljivoj ambalaži koja je ili reciklirana ili se može reciklirati. Svi proizvodi nose oznaku HR EKO certifikat čime se dokazuje autentičnosti i kvaliteta proizvoda

(Kumparička, 2020). Kumparička proizvode moguće je kupiti na samom imanju, naručiti online ili ih kupiti na glavnoj gradskoj Pulskoj tržnici. Primitiva, u sklopu farme nudi veliki izbor domaćih jela koja su pripremljena od domaćih eko namirnica koje dolaze sa same farme ali o od ostalih lokalnih eko proizvođača samo je jedan od dodatnih popratnih sadržaja koji se nudi na imanju.

### **5.3. Ekološki smještaj**

Održivi turistički razvoj vrlo je važan jer zadovoljava potrebe turista i domicilnog stanovništva. Njime se želi ostvariti upravljanje resursima na način da ekonomske, socijalne i ekološke potrebe budu ostvarene tako da se održi kulturološki integritet, osnovni ekološki procesi, biološka raznolikost, te sustavi na kojima počiva život (Istarska županija, 2020.).

Eco Domus je program označavanja kojega provodi Upravni odjel za turizam Istarske županije s ciljem povećanja društvene i ekološke odgovornosti (Istarska županija, 2020.). Usklađen je s globalnim smjernicama održivog razvoja te jamči cjelovitu zaštitu okoliša i zdravlja (Istarska županija, 2019., str. 8). Namijenjen je 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 (Istarska županija, 2020.).

U sklopu Eco Domus programa, kroz kriterije za uvrštenje i dobivanje markice, vrednuju se lokalne vrijednosti kroz (Istarska županija, 2020.): informiranje gostiju o lokalnoj kulturno-povijesnoj baštini, o lokalnim prirodnim vrijednostima, promociju malih eko proizvođača, sadržajima i događanjima, o uređivanju okoliša autohtonim biljnim vrstama, promociji tradicionalnih proizvoda i suvenira, o mogućnostima učenja i/ili sudjelovanja u tradicijskim običajima, promociji lokalne kuhinje i tipičnih prehrambenih proizvoda i dr..

Odluku o dodjeli certifikata donosi Upravni odjel za turizam uzevši u obzir poštivanje određenih kriterija u užem smislu, ali i ukupni dojam odnosno kontekst okruženja u kojem se objekt nalazi, te da li objekt doprinosi postizanju općih ciljeva odjela kao što su podizanje kvalitete privatnog smještaja, razvoj cjelogodišnjeg turizma i poduzetništva, te uravnoteženi razvoj Istre (Istarska županija, 2019., str. 8). Nad svim objektima kojima je dodijeljen certifikat

provode se redovite godišnje kontrole poštivanja kriterija, te se ugovorno definiraju prava i obveze u sklopu programa Eco Domus (Istarska županija, 2020.).

Slika 5. Eco Domus logo



Izvor: <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=5036> (6.8.2020.)

Kategorije Eco Domus smještaja (Istarska županija, 2020.): upravljanje i komunikacija, lokalne vrijednosti, hrana i piće, voda, higijena, pranje, čišćenje i dezinfekcija, otpad, energija, mobilnost, interijer i eksterijer, buka i svjetlosno onečišćenje te društveni angažman.

Objekti koji nose Eco Domus znak zadovoljavaju najmanje pedeset osnovnih kriterija u dvanaest kategorija kao što su (Istarska županija, 2020.): društvena i ekološka odgovornost, cjelovita zaštita okoliša i zdravlja, korištenje eko certificiranih sredstava za održavanje kućanstva, korištenje prirodnih materijala, štednja vode, štednja energije, recikliranje i sortiranje otpada

Kuća Una jedna je od prvih 11 kuća za odmor koje su dobile Eco Domus markicu 2018. godine. Za dobivanje markice bilo je potrebno ispuniti svih 50 kriterija u 12 kategorija i proces dobivanja markice trajao je godinu dana (Vranić, 2020). Kuća Una u središtu Istre u malom selu Kranjčići u blizini mjesta Svetvinčenat obnovljena je prije više od 20. godina u zatečenim gabaritima i prirodnim materijalima te je u skladu sa svim načelima ekološke održivosti. U kući nema plastike, koriste se štedne žarulje, obavezno je odvajanje otpada, koriste se isključivo

prirodna i ekološki prihvatljiva sredstva za čišćenje, tekstili u kući su isključivo od prirodnih materijala poput pamuka, vanjska rasvjeta nije usmjerena prema nebu nego prema tlu, ostaci hrane se kompostiraju i slično (Vranić, 2020).

Slika 6. Karta-plan sela i okolice



Izvor: ustupljeno na korištenje od vlasnice kuće.

U svrhu promicanja eko turizma i poduzetništva, osmi smještaja nude se i poprani sadržaji poput tečaja ručnog tkanja ili satovi kuhanja s lokalnim namirnicama. Isto tako, u svrhu informiranja gostiju o lokalnoj ponudi i proizvodima vlasnici su osmislili personaliziranu kartu-plan mjesta i okolice s informacijama o lokalnim proizvođačima jela, pića, atrakcija i ostalih sadržaja u skladu i eko načelima (Vranić, 2020).

#### 5.4. Manifestacije i događanja

Istarska županija je u sklopu Eco experience programa na uvrstila i popis manifestacija i događanja kako bi turiste ali i domaće stanovništvo potaknula na sudjelovanje u zanimljivim aktivnostima koje osim ekonomske koristi imaju pozitivan utjecaj na prirodu i okoliš (Istarska županija, 2019.). Upravni odjel za turizam Istarske županije potiče razvoj i podizanje kvalitete organizacije turističkih manifestacija regionalnog značaja koje se održavaju na više lokacija u manje razvijenim područjima Istre, vezanih za image / brend destinacije, primarno izvan glavne turističke sezone, te koje promoviraju autohtone proizvode, lokalne izvođače i poduzetnike,



istarsku tradiciju, običaje i vrijednosti (Istarska županija, 2019.). Za postizanje navedenih ciljeva provode se ciljane aktivnosti i mjere kao što su dodjela potpora turističkim manifestacijama, edukacija i poticanje veće koordinacije među nositeljima turističkih manifestacija u Istri (Istarska županija, n.d.).

aMore je festival koji se održava u Poreču za vrijeme ljetnih mjeseci i cilj festivala je skretanje pozornosti na važnost mora i oceana, te važnosti njihova očuvanja. Festival donosi podizanju javne svijesti lokalne zajednice, posjetitelja, i turista o važnosti očuvanja mora kao jednog važnog prirodnog resursa. U sklopu festivala organiziraju se filmske projekcije, izložbe, radionice, akcije čišćenja obale i podmorja, panel diskusije, predavanja i kampanje (Istarska županija, 2019.).

#### **5.4.1. Domaća web tržnica**

Projekt „Domaća web tržnica“ započeo je 2013. godine kao EU projekt izrade web aplikacije kojom se prezentiraju mala poljoprivredna gospodarstva s područja Istre. Po završetku projekta nastavilo se s promotivnim aktivnostima namijenjenim promociji i izravnoj prodaji poljoprivrednih proizvoda od strane malih poljoprivrednih gospodarstava. Projekt vodi Udruga Istarska web tržnica (IWT) u suradnji s porečkim institutom za poljoprivredu i turizam, gradovima, općinama i lokalnim turističkim zajednicama i Istri (Istarska web tržnica, 2016.). Udruga okuplja preko 60 obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava s područja Istre koja redovito sudjeluju u aktivnostima promocije i izravne prodaje. Cilj Udruge je prezentirati domaćem stanovništvu ali i gostima Istre autohtone istarske poljoprivredne proizvode proizvedene i prerađene u Istri po tradicionalnim tehnikama (Istarska županija, 2019.). Članovi Udruge „Istarska web tržnica“ mogu postati svi istarski poljoprivredni proizvođači koji su registrirani u internet aplikaciji "Domaća web tržnica" za što moraju biti upisani u upisnik poljoprivrednih proizvođača, prodavati isključivo vlastite poljoprivredne proizvode i ispunjavati sve zakonske propise koji reguliraju proizvodnju i trgovinu njihovim poljoprivrednim proizvodom (Istarska web tržnica, 2016.).

Ciljeve rada udruge su (Istarska web tržnica, 2016.): kreiranje prepoznatljivosti i imidža istarskih, vlastito proizvedenih, poljoprivrednih proizvoda na lokalnom i turističkom tržištu, predstavljanje i promoviranje istarskih poljoprivrednih gospodarstava, u prvom redu manjih i

srednjih, koja nemaju mogućnosti provoditi kvalitetan vlastiti marketing, informiranje i edukacija potrošača (domaćih i turista) o načinu proizvodnje i kvaliteti istarskih, vlastito proizvedenih, poljoprivrednih proizvoda, omogućavanje neposredne komunikacije poljoprivrednika s kupcima (domaćim i turistima) u svrhu izgradnje povjerenja u istarske poljoprivrednike i njihove proizvode, kreiranje novih načina i mogućnosti za plasman istarskih, vlastito proizvedenih, poljoprivrednih proizvoda.

Domaća web tržnica, osim Internet aplikacije na stranici [www.trznica-trg.eu](http://www.trznica-trg.eu) putem koje se poljoprivrednici iz Istre i njihovi proizvodi mogu besplatno predstavljati javnosti, provodi i niz drugih aktivnosti kojima je osnovni cilj uspostavljanje neposredne komunikacije između proizvođača i krajnjih kupaca te kreiranje prepoznatljivosti i imidža istarskih poljoprivrednih proizvoda (Istarska web tržnica, 2016.). Ove se aktivnosti mogu podijeliti u četiri skupine i to (Istarska web tržnica, 2016.):

- sudjelovanje na sajmovima i turističkim manifestacijama
- organizacija dana otvorenih vrata poljoprivrednih gospodarstava
- predstavljane istarskih poljoprivrednika na tržnicama u istarskim gradovima
- organizacija jednodnevnih izleta na istarska poljoprivredna gospodarstva

#### **5.4.2. Solidarna eko tržnica**

Solidarne ekološke tržnice nastale su kao odgovor na zadovoljenje potrebe ekoloških poljoprivrednika za mjestom plasmana proizvoda, ali i potrebe potrošača za ekološkom hranom. Na njima, vlastiti uzgoj izlažu isključivo certificirani ekološki poljoprivrednici koji posjeduju Potvrđnicu – dokaz da je uzgoj u skladu s ekološkim standardima propisanim od strane ministarstva poljoprivrede, a koji izdaje nadzorna stanica po obavljenoj godišnjoj kontroli (Istarska županija, 2019.).

Eko tržnica je projekt nastao 2013. godine u suradnji s Tržnica d.o.o. Pula i gore spomenutoj udruzi Istarski Eko proizvod. 2015. godine, osim već postojeće Eko tržnice na gradskoj tržnici u Puli, nastala je i Eko tržnica Šijana. Eko tržnica mijenja ime u SET – Solidarna Eko Tržnica te pod novim imenom nastavlja s dotadašnjim radom. Tržnica djeluje jedanput tjedno u Puli u Šijani i okuplja proizvođače s domaćim sezonskim eko proizvodima

ali i ostale eko proizvođače s područja cijele Hrvatske. Ova tržnica mjesto je i prilika da se proizvođači povežu s potrošačima, saznaju odakle dolaze proizvodi koje kupuju, saznaju nove i korisne informacije o sadašnjim ali i budućim aktivnostima tržnice i degustiraju proizvode (Solidarna Eko tržnica, n.d.). Svi proizvođači koji nude svoje proizvode imaju neki oblik eko certifikata pod kojim djeluju te je najveći broj proizvođača član Udruge Istarski Eko proizvod.

Posebnost ovakvog novog koncepta je u tome što proizvođači koji nisu iz Istre, a imaju eko certifikate imaju priliku ponuditi svoje proizvode i povezati se s kupcima, dok istarski eko proizvođači isto tako, imaju priliku raširiti i razvijati svoje tržište izvan granica Istarske županije lakše, jednostavnije i slobodnije i obzirom da se ovakav koncept SET-a održava i u Rovinju, Rijeci te Osijeku (Solidarna Eko tržnica, n.d.).

## 6. Zaključak

Zeleno poduzetništvo je relativno novi pojam i još uvijek nije model koji plijeni pažnju i zanimanje šire mase. Želja za napretkom i samosvijest o potrebi zaštite okoliša i društva ključni su faktori za boljitak trenutno ne tako dobre situacije. Neodrživo gospodarenje otpadom i zemljinim resursima, pretjerano onečišćenje okoliša, klimatske promjene i zagađenost zraka na alarmantnoj su razini te je krajnje vrijeme za promjene. Zeleni poduzetnici koji poštuju zakone prirode i njenu zaštitu nekompromisno stavljaju na prvo mjesto, iz dana u dan malim koracima mijenjaju postojeći ekonomski model koji trenutno počiva na ekološki neodrživim standardima.

Na poduzetništvo kao takvo se više ne može gledati samo kroz obavljanje poslovne djelatnosti već na način na koji se obavlja ta djelatnost. Iznimno je važno da poduzetnik uvidi važnost i prednosti zelenog poslovanja te da ih odluči implementirati u svoje poslovanje. Jedan od najlakših načina je uvođenje eko certifikata i oznaka. Certifikati i oznake imaju jasne smjernice i kriterije koje je potrebno ispuniti te je samim time poduzetniku lakše prijeći na zelene oblike poduzetništva. Ovisno o vrsti djelatnosti koju poduzetnik obavlja postoji mnoštvo različitih eko certifikata između kojih poduzetnik može birati one koje ispunjavaju njegove potrebe. Imajući to na umu, vidljivo je da doista ne postoji dobar i opravdani razlog zašto se više malih poduzeća i poduzetnika ne bi uključilo u zeleno poduzetništvo. Jedno od najvećih pomagala i potpora pri implementaciji zelenog poduzetništva je i sama država koja sve više promovira i pomaže onima koji se odluče za ovaj „zeleni“ iskorak.

Istarska županija, koja djeluje kao izvršno tijelo zakonodavne vlasti može biti pozitivan i dobar primjer ulaganja u male „zelene“ poduzetnike i ovakav model poslovanja. Ona okuplja, ulaže i pruža potporu malim poduzetnicima koji se odlučuju za zelene oblike poduzetništva. Ona je svojim projektom „Istra ecoexperience“ okupila male ekološke poduzetnike iz različitih područja te im sustavno pruža potporu u daljnjem razvoju i novim projektima. Udruga „Istarski Eko proizvod“ i „Eco Domus“ jedni su od najuspješnijih i sveobuhvatnijih projekata koji se provode na području županije. Udruga „Istarski Eko proizvod“ aktivno sudjeluje u projektima poput solidarne eko tržnice i pruža potporu eko poljoprivrednicima i poduzetnicima koji sami možda ne bi imali mogućnost doprijeti do željene skupine potrošača. Jedan od primjera malog

uspješnog ekološkog pothvata je i poduzeće „Svijet biljaka“ koji ima nekoliko uspješnih eko brendova. S druge strane, „Eco Domus“ je usmjeren na isticanje važnosti ekološki održivih smještajnih kapaciteta na području Istarske Županije. Udružio je više desetaka ekološki prihvatljivih smještajnih objekata od kojih je jedan i „Kuća Una“. Svi navedeni primjeri dokaz su da Istarska županija uspješno promovira zelene oblike poduzetništva kao alate koji mijenjaju percepciju ljudi, potiču ih na dobre promijene koje ne samo da su dobre za njih kao proizvođače, već i za cijelu zajednicu i okoliš.

## Literatura

### Knjige i brošure:

1. Črnjar, M. & Črnjar, K., 2009. *Menadžment održivog razvoja*, Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci.
2. Đikić, D. i dr., 2001. *Ekološki leksikon*. 2 ur. Zagreb: Barbat.
3. Hisrich, R., Peters, M. & Shepherd, D., 2008. *Poduzetništvo*, s.l.: McGraw-Hill, Irwin / Mate d.o.o..
4. Istarska županija, 2019.. *Istra ecoexperience*, Pula: Istarska županija- Upravni odjel za turizam.
5. Jelavić, A., 1995. *Ekonomika poduzeća*. Zagreb: Ekonomski fakultet.
6. Kuvačić, N., 2005. *Poduzetnička biblija*. Split: Beretin.
7. OECD Factbook 2007 Economics, E. a. S. S., 2007. *Oecd ilibrary*. Preuzeto 7. 2020. iz [https://read.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-factbook-2007\\_factbook-2007-en#page1](https://read.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-factbook-2007_factbook-2007-en#page1).
8. Širola, D., 2014. *Poduzetništvo*. Rijeka: Veleučilište u Rijeci.

### Članci:

9. European Commission, 2003. *Green Paper Entrepreneurship in Europe*, Brussels: European Commission.
10. GREENT, 2012. Preuzeto 7.2020. iz: <http://greentproject.eu/wp-content/uploads/2016/01/Definition-green-entrepreneurship.pdf>.
11. Tkalec, Z., 2011. Definicija i karakteristike poduzetništva kao ključne kompetencije cjeloživotnog učenja. 2(1).
12. Vranić, B., 2020. *Eco Domus projekt*, Intervju 8. 2020.

### Web izvori:

13. Anon., 2013. *KOSA.HR*. Preuzeto 7. 2020. iz <http://www.kosa.hr/index.php/zeleno-poduzetnistvo>[7. 2020].
14. Ecomark, n.d. *Ecomark- Ecological Products Certification*. Preuzeto 8. 2020. iz <https://www.ecomark.com.tr/hr/eco/itemlist/tag/organik%20sertifikasi>.
15. European Commission-Environment, 2020. *Environment EU Ecolabel*. Preuzeto 7. 2020. iz <https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>.

16. Hrvatska enciklopedija-Leksikografski zavod Miroslav Krležina, 2020. *ekologija, Hrvatska enciklopedija*. Preuzeto 7. 2020. iz <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=17328>.
17. Istarska županija, 2020.. *Istarska Županija*. Preuzeto 7. 2020. iz <http://www.istra-istria.hr>.
18. Istarska web tržnica, 2016.. *Osnovana Udruga Istarska web tržnica*. Preuzeto 8. 2020. iz <https://www.trznica-trg.eu/novosti/69>.
19. Istarski Eko Proizvod, 2015.. *Istarski Eko Proizvod*. Preuzeto 7. 2020. iz <https://iep.com.hr>.
20. Kumparička, 2020. *Kumparička*. Preuzeto 8. 2020. iz <https://kumparicka.com/koze/>.
21. Ministarstvo zaštite okoliša i energetike-Eko-oznake, 2020. *Ministarstvo zaštite okoliša i energetike*. Preuzeto 7. 2020. iz [https://mzoe.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug-4925/okolis/eko-oznake/1412?fbclid=IwAR14fr\\_eUQ5\\_AM-eeZ21fX22HZYUWJhSV6xEPfRF7Lo46IB6N72J5X8vIM](https://mzoe.gov.hr/o-ministarstvu-1065/djelokrug-4925/okolis/eko-oznake/1412?fbclid=IwAR14fr_eUQ5_AM-eeZ21fX22HZYUWJhSV6xEPfRF7Lo46IB6N72J5X8vIM).
22. Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar, 2020. *Nastavni zavod za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar*. Preuzeto 7. 2020. iz <http://www.stampar.hr/hr/pravila-za-certifikaciju-proizvoda>.
23. Solidarna Eko tržnica, n.d. [Mrežno] Preuzeto 7. 2020. iz [https://www.facebook.com/solidarnaekoloskatrznica/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/solidarnaekoloskatrznica/about/?ref=page_internal).
24. Svijet biljaka, 2020.. *Svijet biljaka*. Preuzeto 8. 2020. iz <http://svijet-biljaka.hr/index.php/hr/>.

## **Popis slika i shema**

1.Slika 1. Znak Prijatelj okoliša	12
2. Slika 2. EU Ecolabel	13
3. Slika 3. Certifikar hr-eko-09	16
4. Slika 4. Fitoaroma	21
5. Slika 5. Eco Domus logo	23
6. Slika 6. Karta - plan sela i okolice	24
7. Shema 1. Postupak dodjele EU Ecolabel u Hrvatskoj	14