

Primljeno/submitted: 17.11.2025.
Prihvaćeno/accepted: 08.12.2025.

Pregledni rad
Review paper

GREENWASHING U TURIZMU IZAZOVI ZA RAČUNOVODSTVO I REVIZIJU U ERI ODRŽIVOG RAZVOJA

GREENWASHING IN TURISM CHALLENGES FOR ACCOUNTING AND AUDITING IN THE ERA OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Semina Škandro*

SAŽETAK

Turizam kao privredna djelatnost sve više se suočava sa potrebama prilagođavanja principima održivog razvoja. Turističke agencije, hoteli, resorti, turističke destinacije trude se sve više pokazati da su ekološki i društveno odgovorni u svom radu, kako bi to istakli kao svoju komparativnu prednost i time privukli sve zahtjevnije i ekološki osvještene turiste. Međutim, bez obzira na navedeno, u praksi se često javlja fenomen „greenwasing“ – prezentiranja poslovanja kao „zelenog“ bez stvarne implementacije u praksi. Greenwashing narušava povjerenje konzumenata, ugrožava konkurentnost i dugoročno može imati negativne posljedice za imidž turističkih subjekata i destinacija.

U radu se analizira uloga profesije računovodstva i revizije u sprečavanju greenwashinga u djelatnosti turizma. Poseban akcent stavljen je na tačno, transparentno i fer finansijsko i nefinansijsko izvještavanje, kao i na metodologije revizije koje mogu potvrditi vjerodostojnost ESG izvještaja. Također, razmatraju se međunarodni standardi ESG izvještavanja (GRI, ESG kriteriji, EU regulativa - CSRD) i njihova primjena u sektoru turizma. Cilj rada je pokazati da računovodstveni i revizijski mehanizam ima ključnu ulogu u jačanju povjerenja, sprečavanju manipulacija i osiguravanju da koncept održivog turizma ne ostane samo mrtvo slovo na papiru. Ovo otvara prostor za razvoj odgovornijeg, konkurentnijeg i dugoročno održivog turističkog tržišta.

Ključne riječi: greenwashing, održivi turizam, računovodstvo, revizija, ESG izvještavanje,

ABSTRACT

* Prof.dr.sc., Fakultet poslovne ekonomije, Sveučilište/Univerzitet „Vitez“ , Bosna i Hercegovina, e-mai: semina.skandro@unvi.edu.ba

Turism as an economic activity is increasingly facing the need to adapt to the principles of sustainable development. Travel agencies, hotels, resorts, tourist destinations are increasingly trying to demonstrate that they are environmentally and socially responsible in their work, in order to highlight this as their comparative advantage and thus attract increasingly demanding and environmentally conscious tourists. However, regardless of the above, the phenomenon of „greenwashing“ often occurs in practice – presenting a business as „green without actual implementation in practice. Greenwashing undermines consumer trust, threatens competitiveness and can have negative consequences for the image of tourist entities and destinations in the long term.

The paper analyzes the role of the accounting and auditing profession in preventing greenwashing in the tourism industry. Special emphasis is placed on accurate, transparent and fair financial and non-financial reporting, as well as audit methodologies that can confirm the credibility of ESG report. It also discusses international ESG reporting standards (GRI, ESG criteria, EU regulation – CSRD) and their application in the tourism sector. The aim of the paper is to show that the accounting and auditing mechanism plays a key role in strengthening trust, preventing manipulation and ensuring that the concept of sustainable tourism does not remain just a dead letter on paper. This opens up space for the development of a more responsible, competitive and long-term sustainable tourism market.

Keywords: greenwashing, sustainable tourism, accounting, auditing, ESG reporting

UVOD

Prema svjetskoj turističkoj organizaciji UNWTO-u Održivi turizam se definiše kao „turizam koji u potpunosti uzima u obzir trenutne i buduće privredne, društvene i ekološke učinke, brine se o potrebama posjetioaca, sektora, okoline i destinacije.“ Održivi turizam može se definirati i kao sposobnost turističke destinacije da ostane u ravnoteži s okruženjem, odnosno da ostane konkurentna na tržištu bez obzira na pojavu novih i manje posjećenih destinacija, te da privuče podjednako posjetitelja koji se vraćaju i onih koji prvi put dolaze. Održivi turizam se izjednačava s pojmom turizam održivog razvoja i odgovornog turizma. (Vukonić i Čavlek, 2001). Porast značaja ekološki i društveno odgovornog poslovanja u turizmu je prisutan s obzirom da je to najbrža rastuća privredna djelatnost, te činjenicu da pripada sektoru koji utiče na prirodne resurse, lokalnu zajednicu i kulturnu baštinu.

Međutim, s druge strane postoje turisti koji sve više postaju ekološki i društveno osviješteni, te kao konzumenti turističke ponude traže ispunjavanje dodatnih zahtjeva koji su vezani za zaštitu životne sredine i društveno okruženje. Turisti prednost daju turističkoj ponudi koja ima reprezentativne certifikate o održivom poslovanju i kojima dokazuju da svojim poslovanjem imaju smanjen uticaj na životnu sredinu. Problem je javlja pojavom fenomena „greenwashing“ koji se definiše kao lažno ili prenaplašeno predstavljanje poslovanja turističkog subjekta kao zelenog. Što znači da postoji dio turističke ponude koji kroz svoju marketinšku kampanju naglašavaju svoju „zelenu“ orijentaciju, bez stvarne primjene u praksi, te time direktno

obmanjuju korisnike svojih usluga. Cilj ovog rada je prikazati kako računovodstvena i revizijska profesija odnosno njihov mehanizam korištenjem adekvatnih alata može provjeriti tačnost i vjerodostojnost prezentiranih informacija sa akcentom na izvještavanje o ekološkom i društveno odgovorom poslovanju tj. ESG izvještavanju.

1. TEORIJSKI OKVIR

Danas se u svijetu sve više govori o potrebi zaštite životne sredite, te zabrinutost u vezi sa uticajem poslovnih aktivnosti na okoliš, te posljedica toga je kreiranje sve većeg broja propisa koji se odnose za okoliš i zaštitu životne sredine. Prema Business News Dailyju „kad kompanija tvrdi da je ekološki osvještana u marketinške svrhe, ali zapravo ne ulaže nikakve značajne napore u pogledu održivosti“ to se naziva greenwashing. Eko manipulacije (eng. Greenwashing) označava lažne, manipulativne ili obmanjujuće tvrdnje ili aktivnosti koje kompanije plasiraju, predstavljajući proizvod ili uslugu održivijom nego što uistinu jest, s ciljem povećanja prometa i ostvarivanja nelojalne konkurencije pred drugim kompanijama. Greenwashing spada u širi okvir u kojem kompanije koriste izvještavanje kako bi istakle pozitivne aspekte, a umanjile negativne. Studije su pokazale da mnoge kompanije koriste izvještaje kao alate za upravljanje utiscima (Hassan, Roberts, i Atkins, 2020).

Neki od glavnih trendova su: predstavljanje velikih zelenih planova koji nemaju jasne parametre ostvarljivosti i mjerljivosti, a još manje održivosti, predstavljanje ekoloških proizvoda bez jasnih dokaza o tome što je tačno ekološko, predstavljanje društvene odgovornosti kroz jednogodišnje donacije (najčešće pred Božić), dok s druge strane postoje jasni dokazi iskorištavanja radnika i kršenja etičkih kodeksa. [Benjak J., 2021] Greenwashing je raširen u mnogim industrijama širom svijeta, a prepoznavanje i borba protiv ove prakse zahtijeva kritičko promišljanje i transparentnost kako bi se osigurala istinska održivost (Štimac, 2025).

Tabela br.1. Stavovi potrošača o održivosti

POTROŠAČI	POSTOTAK
Potrošači vjeruju tvrdnjama kompanija o zaštiti okoliša	23%
Potrošači su izjavili da bi prestali kupovati određeni brend ako bi saznali da se bavi Greenwashingom.	78%
Potrošači žele da kompanije zauzmu stav po pitanjima okoliša.	86 %
Potrošač bi globalno promijenili svoje potrošačke navike kako bi smanjili utjecaj na okoliš.	73%
Potrošači su izjavili da bi voljeli da brendovi pružaju iskrenije informacije	63%
Potrošači aktivno traži ekološki prihvatljive proizvode kao odgovor na zabrinutost zbog Greenwashinga.	29 %
Potrošači vjeruju da brendovi objavljuju točne informacije o svojoj odgovornosti prema okolišu i društvu.	11 %
Potrošači misle da su tvrdnje o zelenom marketingu često pretjerane ili obmanjujuće.	70 %

Potrošači vjeruju da kompanije ulažu značajne napore u smanjenje svojeg utjecaja na okoliš.	17 %
Potrošači smatraju da je važno da kompanije budu iskrene o svojim naporima u zaštiti okoliša.	75 %
Potrošači vjeruje da kompanije trebaju učiniti više od samih tvrdnji kako bi ih se smatralo odgovornima prema okolišu.	84 %
Potrošači izjavljaju da su skloniji podržati brend koji je transparentan u vezi svojih inicijativa za održivost.	70 %
Potrošači vjeruju da kompanije trebaju pružiti dokaze koji podržavaju njihove tvrdnje o zaštiti okoliša.	82 %
Potrošači smatraju da bi kompanije trebale imati neovisnu provjeru svojih tvrdnji o zaštiti okoliša.	76 %
Potrošači su kupili proizvod za koji su vjerovali da je ekološki prihvatljiv, a da to nije bio.	42 %
Potrošači vjeruju da kompanije često preuveličavaju ekološke prednosti svojih proizvoda.	67 %

Izvor: Benjak, 2024.

Posljedica pojave greenwashinga kao i kod svake zloupotrebe povjerenja javnosti utiče na sve veće nepovjerenje javnosti prema predstavljenim zelenim praksama neovisno da li su istinite ili obmanjujuće. Glavne posljedice ogledaju se kroz:

- Gubitku povjerenja od strane turista
- Ugrožavanje reputacije
- Finansijski i regulatorni rizici

Korporativno nedolično ponašanje, bilo da se manifestuje u obliku finansijske prevare ili u novijoj pojavi ekološkog, socijalnog i upravljačkog (ESG) pranja, i dalje predstavlja značajnu prijetnju kredibilitetu i stabilnosti globalnih tržišta (Passas i Garefalakis, 2025). Kada menadžeri selektivno prezentiraju informacije kako bi oblikovali način na koji čitaoci percipiraju dostignuća kompanije, to se u korporativnom izvještavanju naziva upravljanje utiscima (Bernini, 2024). U širem smislu, „upravljanje organizacijskim utiscima“ opisuje napore kompanija da aktivno utiču na to kako ih drugi percipiraju (Sandberg i Holmlund, 2015). Iz ove perspektive, greenwashing se smatra neautentičnim oblikom korporativnog ponašanja vezanog za aktivnosti održivosti (Sult, Wobst i Lueg, 2024).

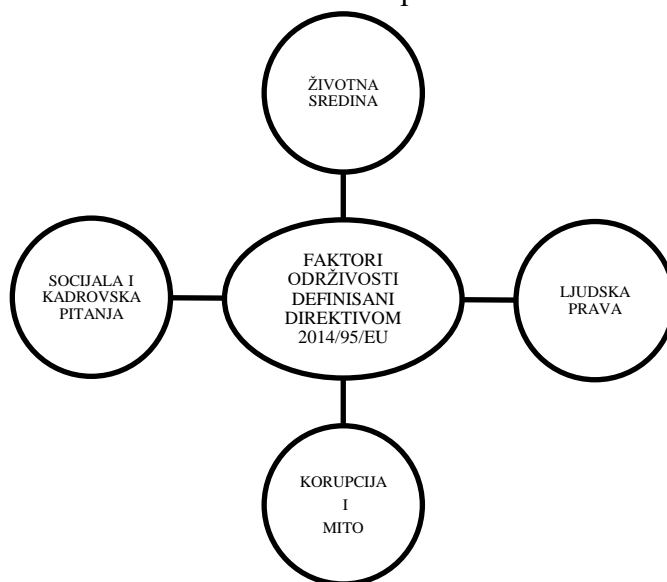
Normativni okvir kojim se reguliše ekološka i društvena odgovornost kompanija definisana je kroz:

- EU regulativa o održivom izvještavanju (CSRD)
- Global Reporting Initiative (GRI standardi)
- ESG kriteriji

EU regulativa o održivom izvještavanju (CSRD). Krajem 2022. godine stupila je na snagu Direktiva o korporativnom izvještavanju o održivosti (skraćeno: CSRD) , kao dio tzv.

Green Deal projekta Evropske unije i namjere da se Evropska unija transformiše u prvu klimatski neutralnu privredu do 2050. godine. Dio je ESG izvještavanja, odnosno nefinansijskog izvještavanja koje je vezano za upravljanje životnom sredinom, društvom i organizacijom. Razlog za usvajanjem Direktive je suočavanje Evropske unije sa izazovima da postane prvi klimatski neutralni kontinent i smanji emisiju stakleničkih plinova. Upravo ESG izvještavanje omogućit će sadašnjim i budućim investitorima i javnosti pristup informacijama o uticaju privrednog subjekta na životnu sredinu i ljude, te o finansijskim rizicima i prilikama nastalim iz klimatskih promjena i drugih pitanja održivosti. Direktivom o korporativnom izvještavanju o održivosti popunit će se praznine u postojećim pravilima o informacijama pitanja održivosti. Objavlivanjem ovih informacija o održivosti biće omogućeno privlačenje dodatnih investicija i finansijskih sredstava kako bi se olakšao prelazak na održivu privredu opisanu u zelenom planu. U Direktivi su definisana četiri faktora održivosti zbog kojih je propisano da su privredni subjekti dužni objavljivati nefinansijske informacije o poslovnom modelu, politikama, rezultatima, rizicima i ključnim nefinansijskim pokazateljima uspješnosti koji su relevantni za njihov poslovanje. Faktori održivosti definisani u Direktivi 2014/95/EU prikazani su na slika 1.

Slika 1. Faktori održivosti prema Direktivi 2014/95/EU



Izvor: kreacija autora

Global Reporting Initiative (GRI standardi). GRI standardi su međunarodno priznati okvir za izvještavanje o održivosti i njihov cilj je da kompanijama omogući da transparentno prikažu svoj uticaj na životnu sredinu, društvo i etičko poslovanje. Strukturirani su od tri univezalna standarda koji obuhvataju 59 tema GRI 101, GRI 102, te GRI 103, dok se tri seta modula dijele na:

- **GRI 200** – *ekonomsko područje* – ekonomski model čini set od 7 standarda i 13 tema. Fokusirani su na ekonomski učinak, prisutnost na tržištu, indirektno ekonomske učinke, te postupke javne nabavke
- **GRI 300** – *životna sredina* – modul životne sredine čini set od 8 standarda, te 32 teme, a fokusirani su na prirodne izvore energije, usklađenost sa životnom sredinom, te procjenom dobavljača
- **GRI 400** – *društveno područje* – društveni moduli obuhvaćaju 19 standarda i podjeljeni su na 40 tema. Ova grupa standarda fokusirana je na radne odnose, ljudska i radnička prava, te odgovornost prema društvu.

Skoro 90% svih kompanija širom svijeta koriste GRI standarde za izvještavanje. Prednosti primjene GRI standarda za izvještavanje odgledaju se u:

- **Transparentnost** – GRI standardi zahtijevaju od organizacija da izvještavaju o svom učinku održivosti na transparentan i pristupačan način, što može pomoći u izgradnji povjerenja među zainteresiranim grupama
- **Odluka** – organizacije mogu steći uvid u svoje ekološke, društvene i ekonomske uticaje, te samim tim imati bolju platformu za buduće bolje donošenje odluka i raspodjelu resursa
- **Upravljanje rizicima** – GRI standardi zahtijevaju od organizacija da identifikuju i izvještavaju o rizicima održivosti, što može pomoći u ublažavanju potencijalnih negativnih uticaja na životnu sredinu, društvo i poslovanje.
- **Konkurentna prednost** – posvećenost održivosti i privlačenje kupaca, investitora, radne snage.

ESG izvještavanje (eng.ESG – Environmental, Social, and Governance) – nefinansijsko izvještavanje podrazumijeva kvalitativna objelodanjivanja vezano za životnu sredinu, društvena i kadrovska pitanja, ali i kvalitetna mjerenja, te komparaciju ostvarenih performansi privrednog subjekta sa prethodno definisanim ESG rizicima, prilikama i strategijama. Prilikom kreiranja ESG strategije i ESG izvještaja o održivosti privrednog subjekta, faktori održivosti koji se moraju uzeti u obzir su životna sredina (ekologija), društveni i kadrovski faktori. Privredni subjekt može uticati na životnu sredinu i društvo, ali isti faktori mogu biti rizik njegovom poslovanju i uticati na rezultate u finansijskom izvještavanju.

U članu 1. Direktive propisano je da obveznici u svoje finansijske izvještaje uključuju i ESG izvještaj koji sadrži informacije koje su potrebne za:

- razumijevanje razvoja, poslovnih rezultata i položaja subjekta, te
- posljedice njihove aktivnosti na pitanja životne sredine, socijalna i kadrovska pitanja, zatim pitanja vladavine ljudskih prava, te mita i korupcije.

ESG izvještaj se može objaviti kao sastavni dio finansijskih izvještaja, a može i odvojeno. Kako bi informacije objavljene u ESG izvještajima bile dosljedne i uporedive, izvještaji bi trebali sadržavati informacije o sljedećim poduzetim mjerama o:

I. Pitanja životne sredine

- Aktelnim i predvidivim učincima poslovanja preduzeća na životnu sredinu, te prema potrebi na zdravlje i sigurnost

- Upotrebi obnovljivih i/ili neobnovljivih izvora energije
 - Emisiji stakleničkih plinova/gasova
 - Upotrebi vode i
 - Onečišćenju zraka
- II. Društvena i kadrovska pitanja**
- Jačanje jednakosti spolova
 - Provedba osnovnih konvencija Međunarodne organizacije rada, uslovima rada, socijalnog dijaloga, poštivanju prava radnika na informacije i savjetovanje, poštivanju prava sindikata, zdravlja i sigurnosti na poslu, te dijalog sa lokalnim zajednicama i/ili mjere poduzete radi osiguravanja zaštite i razvoja tih zajednica
- III. Ljudska prava, borba protiv korupcije i mita**
- Sprečavanje kršenja ljudskih prava i/ili važećim instrumentima za borbu protiv korupcije i mita

Bez obzira na navedeno, kritičari ističu nepovezanost između ESG izvještavanja i stvarnog korporativnog ponašanja – fenomen koji se često naziva ESG razdvajanjem. Mnoge kompanije su optužene da se upuštaju u simbolično izvještavanje ili greenwashing, koristeći komunikaciju održivosti kao strateški alat za upravljanje imidžom bez implementacije suštinskih promjena (Carreira, Silva i Cepêda, 2025).

2. ULOGA RAČUNOVODSTVA

Tradicionalno računovodstvo je orijentisano na evidentiranje i prezentiranje finansijskih informacija kroz finansijske izvještaje, međutim u novije vrijeme pojavila se potreba i za nefinansijskim izvještavanjem tzv. ESG izvještavanje. Ako posmatramo djelatnost turizma računovodstvena profesija može biti jedan od ključnih alata za spriječavanje greenwashinga od strane turističkih subjekata. Jedan on načina je praćenje troškova koji nastaju u poslovanju, ulaganja koja se vrše, a sve je direktno povezano sa održivim poslovanjem i zaštitom životne sredine. Kod turističko subjekta (agencije, hotela, destinacije) kojem je fokus ekološka i društvena odgovornost u ukupnim troškovima pojavit će se grupa ekoloških troškova (el.energija, voda , otpad) i ulaganje u zaštitu životne sredine tj. u zelenu tehnologiju (solarni paneli, eko materijali, energetske efikasne instalacije) kojima se direktno dokazuje napor subjekta za održivim poslovanjem. Pored praćenja troškova koje je u domenu troškovnog računovodstva, računovodstveni sistem služi kao osnova za ESG izvještavanje (zadatak menadžerskog računovodstva) u kojem se između ostalog raspravlja o pitanjima emisije CO₂, recikliranja, zaštitom životne sredine, radne snage i dr., čime se dodatno daje potvrda o ekološki i društveno osvještenom turističkom subjektu i otežava pojava greenwashinga.

Menadžersko računovodstvo životne sredine doživjelo je značajnu popularnost tokom posljednjih nekoliko desetljeća, te se promovira kao sredstvo pomoću koje organizacije mogu lakše upravljati svojim ekološkim, te njime povezanim ekonomskim učinkom čime doprinose

društvenoj odgovornosti (Hladika, 2002) Menadžersko računovodstvo životne sredine korisnicima pruža informacije o troškovima životne sredine koje, prije svega, uključujući informacije o troškovima materijala, energije, vode i drugim resursima koji se koriste u proizvodnji, odnosno pružanju usluga. U tom smislu, menadžersko računovodstvo životne sredine prikuplja informacije i komunikaciju sa korisnicima kako bi podržalo proces donošenja poslovnih odluka vezanih za društveno odgovorno poslovanje (Uyar, 2020). Računovodstvo životne sredine je široko definisano kao identifikacija, mjerenje i uključivanje troškova i uticaja na životnu sredinu u poslovnu praksu i finansijsko izvještavanje (Nyakuwanika i Panicker, 2025). Upravo integrisano izvještavanje u kojem se spajaju finansijski i nefinansijski podaci produkt su rada računovodstvene službe i ovi izvještaji treba da grade povjerenje turista, ulagača i nadležnih tijela u vjerodostojnost objavljenih podataka.

3. ULOGA REVIZIJE

Revizija je ključni instrument u provjeri tačnosti izvještaja o održivosti koji je prezentiran od strane računovodstvene funkcije. Znači revizija ima zadatak da provjeri tačnost i vjerodostojnost informacija koje su prezentirane u finansijskim i nefinansijskim izvještajima. Revizori je u ulozi čuvara povjerenja jer daje nezavisno mišljenje o tome da li kompanija zaista posluje održivo ili se samo tako predstavlja, a s obzirom da je u turizmu sve više prisutan greenwashing, nezavisna revizija ESG izvještaja može da bude dobar mehanizam za zaštitu od manipulacije ovim podacima. ESG izvještaji sadrže informacije koje su vezane za ekologiju (okoliš, životnu sredinu), društvenim i upravljačim resursima. ESG izvještaji čija obaveza sačinjavanja je za određena privredna društva već stupila na snagu sa izvještavanjem za 2024. godinu postaju predmet revidiranja od strane revizije, pa samim time revizija dolazi do izražaja kao ključni mehanizam pouzdanosti ovih izvještaja. Zadatak revizije kada su u pitanju turistički subjekti je da provjeri da li su podaci koji su prezentirani u ESG izvještajima usklađeni sa stvarnim evidencijama. Primjer: ako je hotel u ESG izvještaju naveo da koristi obnovljive izvore energije za zagrijavanje svojih prostorija to treba i da dokaže kroz računovodstvenu evidenciju prezentiranjem fakture, ako nema dokaza to upućuje na greenwashing.

Shodno navedenom uloga revizije kod ESG izvještavanja je jako velika, jer bez nezavisne provjere od strane revizora, ESG izvještaji mogu sadržavati netačne, selektivne ili manipulativne podatke. Uloga revizije ogleda se u kritičnom pregledu ESG izvještaja, izvora prikupljenih podataka, te rezimiranje ostvarenih rezultata i ciljeva, a u prilog ovome ide i činjenica da sve veći broj propisa u EU predviđa obavezu revidiranja ESG izvještaja čime se potvrđuje njihova vjerodostojnost. Pri revidiranju ESG izvještaja revizori se oslanjaju na posebne smjernice za reviziju proširenog eksternog izvještavanja tzv.EER (Extended External Reporting). Metodologija revizije održivosti ogleda se u načinu verifikacije ESG podatke i provjere izvora podataka.

Sprečavanje greenwashinga kroz etičke standarde revizije ogleda se u činjenici da je revizorska profesija u službi čuvanja javnog interesa, a kad je u pitanju turizam zaštita i očuvanje reputacije turističkog sektora. Bez revidiranja i potvrde istinitosti informacija objavljenih u ESG

izvještaju, to bi mogao biti samo dobar prostor za marketinško eksponiranje. Prema tome, pored računovodstva, revizija igra ključnu ulogu u sprečavanju greenwashinga u turizmu, jer kroz svoje izvještaje mogu ukazati na potencijalne rizike, nedostatke ili nepravilnosti u ESG izvještajima kompanija koje bi mogle ukazivati na greenwashing. Međutim, pri reviziji ESG izvještaja revizori su naišli na određene prepreke koje je potrebno otkloniti. Naime, nedostatak standardizacije i uporedivosti jedan je od najčešće citiranih problema koji stvara nedosljednosti u tome šta i kako kompanije izvještavaju (Nyakuwanika i Panicker, 2025). Upravo zbog ovog revizorima, a pogotovo onima koji nemaju dovoljno edukacije iz oblasti ESG izvještavanja, veliki je problem revidirati nefinansijske izvještaje, te je samim time potrebno uložiti dodatne napore da se ovi nedostaci otklone kako bi revizorima olakšali revidiranje nefinansijskih izvještaja.

4. PRIMJERI IZ PRAKSE

Postoji dosta primjera u praksi gdje se u turističkoj djelatnosti koristi greenwashing. Poznata internetska platforma za najam smještaja Booking.com imala je program „Putuj održivo“ u sklopu kojega su određene smještajne jedinice označavane kao „održive“ na različitim nivoima. Smještajne jedinice, koje su po kriterijima ove platforme održive, dobile bi zelene listiće na svojim profilima i tako su reklamirane putnicima. Nizozemsko nadležno tijelo za tržište i potrošače (ACM) smatra da ovaj program zavarava te da nije dovoljno dobro pojašnjeno što za određeni smještaj znači da je „održiv“. Zbog uočenog *greenwashinga*, Booking.com uklonio je program „Putuj održivo“ i uveo davanje prednosti smještajnim jedinicama koje imaju certifikate održivosti od trećih strana. Drugi primjer su hoteli koji imaju praksu naglašavati kako su *plastic-free* budući da nemaju jednokratnih plastičnih pakovanja, no jednokratna plastika već je zakonom zabranjena u Europskoj uniji! Prema tome, iznajmljivači i ugostitelji koji u svom poslovanju ne koriste jednokratnu plastiku, ne rade ništa dodatno ekološki osviješteno, već samo poštuju zakon. Ili često tvrde da recikliraju, odvajaju otpad, racionalno koriste vodu i deterdžente ili koriste obnovljive izvore energije - iako te tvrdnje često ne odgovaraju stvarnom stanju na terenu. Tipični primjeri *greenwashinga* u turizmu uključuju, na primjer, aviokompanije i kruzerske kompanije koje nude mogućnost "neutralizacije" emisija CO₂ uz dodatnu naknadu, iako je stvarni učinak tih mjera upitan.

Budući da potražnja za ekološki odgovornim i održivim turističkim proizvodima raste, sve je više takvih primjera koji, iako možda kratkoročno koriste kompanijama, dugoročno štete kredibilitetu održivog turizma. Na našem području još uvijek nemamo slučajeva revidiranja ESG izvještaja i otkrivanja greenwashing u turizmu, ali postoje primjeri u svijetu kao što je slučaj kod avio kompanije KLM koja je u promociji koristila naziv „Fly Responsibly“, te hotela u Španiji i Grčkoj koji su koristili lažne oznake „eko“, „green“ bez adekvatnih certifikata koji to potvrđuju. Također se dešava da i kruzери imaju lažne oznake kojima obmanjuju javnost.

5. DISKUSIJE I PREPORUKE

Slučajevi koji su navedeni u radu jasno pokazuju koliko se sektor turizma izložen greenwashingu. Znači turistički subjekti se susreću sa problemom rizika od „zelenog pranje“ i pritiska na reputaciju kompanije. Postoje privredna društva u turističkom sektoru koja imaju komercijalne motive da se predstave kao „održiva preduzeća“, pa preuveličavaju ili skrivaju nedostatke o svom poslovanju. S druge strane, računovođe i revizori moraju prema etičkom kodeksu ostati nezavisani i objektivni, bez obzira na pritiske menadžmenta ili javnosti da protvrdi povoljnu ESG sliku. Drugi problem je pitanje odgovornosti i usklađenosti sa regulatornim zahtjevima. Naime još uvijek postoji nejasna linija odgovornosti, odnosno ne zna se ko je odgovoran za obezbjeđivanje ESG podataka, da li su to eksterni revizori ili interni sistem kontrole. S druge strane ESG propisi se stalno mijenjaju što revizorima predstavlja izazov stalnog praćenja, tumačenja i razumijevanja novih zahtjeva, jer pogrešno tumačenje nosi sa sobom visoke rizike za izražavanje pogrešnog revizorskog mišljenja.

Prema tome računovodstvo i revizija igra veliku ulogu u borbi protiv greenwashinga i izloženi su velikim izazovima nastankom obaveze revidiranja ESG izvještaja. Prvi problem na koji nailaze ogleda se u činjenici da privredna društva koriste različite standarde za ESG izvještavanje što u konačnici stvara razlike u načinu na koji se podaci prezentiraju i tumače. Nedostatkom standardizacije i dosljednosti privredna društva biraju koje će pokazatelje objaviti i kako će ih tumačiti što revizoru otežava komparativnu analizu i procjenu materijalnosti. Sljedeći problem sa kojim se susreću je nedovoljna dostupnost i kvalitet podataka, jer često podaci koji su prezentirani u ESG izvještajima su nefinansijske prirode, dolaze iz kadrovske službe, pravne službe, službe održivosti ili od vanjskih dobavljača. Ne postoji razvijen sistem interne kontrole koji bi garantovao istinitost i tačnost ovih podataka, za razliku od podataka koji dolaze iz računovodstvenog informacionog sistema. Upravo je porast ESG izvještavanja doveo do preispitivanja obmanjujućih podataka, a neke jurisdikcije počinju razmatrati ili donositi propise protiv greenwashinga. [Nyakuwanika M, Panicker M., 2025] Primjećeno je da će prošireno otkrivanje ESG-a vjerovatno potaknuti sporove u vezi sa greenwashingom jer stakeholderi poduzimaju pravne mjere zbog lažnih tvrdnji, kao što su selektivno izvještavanje, nedosljedne granice i/ili nedostatak jasnoće u pogledu ciljeva u odnosu na ishode (Nyakuwanika i Panicker, 2025). Također postoji problem i u nedostatku stručnosti i kapaciteta, jer u praksi većina računovođa, revizora i menadžera nema formalnu obuku iz oblasti koje su predmet ESG izvještavanja, tj. iz oblasti ekologije, održivosti, klimatskih promjena ili ljudskih prava. Iz tog razloga za potvrdu pouzdanosti i transparentnosti ESG izvještaja potrebni su multidisciplinirani timovi koje čine pored revizora i eksperti iz navedenih oblasti. Ovo sve nameće potrebu, a i obavezu da se računovođe i revizori dodatno usavršavaju i edukuju iz oblasti koje su obuhvaćene nefinansijskim izvještavanjem kako bi se adekvatno borili protiv greenwashinga.

ZAKLJUČAK

Greenwashing ugrožava održivi razvoj i povjerenje turističke djelatnosti kao jedne od najdimaničnije u privredi. Upravo ova grana suočena je sa rastućim pritiscima da svoje poslovanje uskladi sa kriterijima održivog razvoja, što je direktno povezano sa pojavom porasta slučajeva greenwashinga, odnosno čest je slučaj da ono šta turistički subjekti prezentiraju daleko je od stvarnosti. Slučajevi iz prakse pokazuju rizike koji mogu nastati plasiranjem neprovjerenih i obmanjujućih tvrdnji o zaštiti okoliša, ali i naglašavaju ključnu ulogu računovodstva i revizije u prevenciji ovakvih pojava. Standardno finansijsko izvještavanje integrisano sa ESG izvještavanjem može značajno doprinjeti transparentnosti i kredibilitetu turističkih subjekata, čime se jača povjerenje u turistički sektor i stvara dugoročna osnova za održivi razvoj turizma u skladu sa globalnim ciljevima održivosti.

Uloga računovođa i revizora u sprečavanju greenwashinga je velika, jer oni kroz svoje mehanizme mogu spriječiti lažno izvještavanje i svjesno obmanjivanje konzumenata usluga turističkog sektora, te vratiti povjerenje u održivi turizam. Međutim, problem će i dalje predstavljati turistički subjekti koji nisu obveznici ESG izvještavanja, te u ovom slučaju revizori neće revidirati nefinansijske izvještaje, a i pitanje je koliko će se računovođe posvetiti ovom pitanju ako nemaju obavezu izveštavanja. U ovom slučaju problem se može riješavati kroz:

- regulatorne propise (reklamiranje, ekološko označavanje, precizirati kako se smiju oglašavati),
- certificiranje od strane nezavisnih institucija sa jasno definisanim kriterijima sa obaveznom obnavljanjem protekom određenog vremena,
- tržišni mehanizam kroz edukaciju potrošača kako prepoznati lažno prezentiranje i omogućiti online recenzije.
- uvođenje adekvatnih kazni i reputacijskih pritisaka ukoliko se kod turističkog subjekta otkrije greenwashing.

Kombinacijom navedenih mehanizama može se uticati na sprečavanje greenwashinga u turizmu kod subjekata koji nisu ESG obveznici, dok kod obveznika veliku ulogu u otkrivanju i sprečavanju greenwashinga pored navedenog imaju računovođe i revizori, čime se povećava kredibilitet i jačanje održivosti turističkog sektora.

LITERATURA

1. Benjak.J.(2024) Kako izbjeći upadanje u zamku Greenwashinga, ET2eR – Ekonomija, turizam, telekomunikacije i računarstvo, volumen VI, broj 2
2. Beke-Trivunac.J, Vičentijević.K.: Ekonomija i ekologija – Novi pristup računovodstvenoj praksi, www.researchgate.net
3. Bernini, F.; La Rosa, F.(2024) Istraživanje u oblasti greenwashinga: Koncepti, teorije i potencijalni uticaji na ekonomsku i društvenu vrijednost. *J. Manag.*, 28, 405–444.

4. Carreira F, Silva A, Cepêda C.: (2025) Da li profitabilnost podržava održivost? Ispitivanje utjecaja finansijskih performansi i ESG kontroverzi na ESG ocjene. *Systems* ; 13(10):848. <https://doi.org/10.3390/systems13100848>
5. Damjanović.S.:(2021) Korak po korak do nefinansijskog izvještavanja – Priručnik za kompanije, Beograd,
6. Hassan, AM; Roberts, L.: (2020) Atkins, J. Istraživanje faktora povezanih s objavljanjem informacija o izumiranju: Šta motiviše kompanije da izvještavaju o biodiverzitetu i zaštiti vrsta? *Bus. Strategy Environ* , 29 , 1419–1436
7. Hladika,M.:(2002) Upravljačko računovodstvo okoliša u kontekstu društvene odgovornosti poslovanja, Međunarodni časopis multidisciplinarnost, Poslovanje i nauka, vol.18, str. 27-35
8. Passas I, Garefalakis A.:(2025) Utjecaj percepcije prevare i ESG-washinga na investicijski fond: Integriranje teorije korporativnog upravljanja i empirijskih dokaza. *Računovodstvo i revizija* , 1(3):9.
9. Rogošić, A. i Čaljkušić, A.: (2015) Disclosure of the Socially Responsible Activities of the Banks in Croatia and Slovenia, U: Tipurić, D. i Daraboš, M. (ur.), The Quest for Organizational Identity – 3rd International OFEL Conference on Governance, Management and Entrepreneurship, CIRU – Governance Research and Development Centre Zagreb, Dubrovnik
10. Sandberg, M.: (2015) Holmlund, M. Taktike upravljanja utiscima u izvještavanju o održivosti. *Soc. Responsib. J.* 11 , 677–689.
11. Sult, A.; Wobst, J.; Lueg, R.: (2024) Uloga obuke u implementaciji korporativne održivosti: Sistematski pregled literature. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.*, 31 , 1–30.
12. Nyakuwanika M, Panicker M: . (2025) Uloga računovodstva zaštite okoliša u ublažavanju klimatskih promjena: ESG objave i efektivno izvještavanje - sistematski pregled literature. *Časopis za upravljanje rizicima i finansijama* , 18(9):480
13. Vukić, N.: (2015) Izvještavanje o nefinancijskim informacijama prema novom Zakonu o računovodstvu i Direktivi 2014/95/EU, RRiF, br. 12.,
14. Uyar, M.:(2020) The association between environmental strategies and sustainability performance in the context of environmental management accounting. *EGE Academic Review*, 20 (1), str. 21-41.
15. Štimac, H.:(2025) Razotkivanje zelenih laži: percepcija potrošača o greenwashingu, Zbornik radova znanstvenog sabora Slavonije i Baranje, 289-311
16. Direktiva 2014/95/EU, Službeni list EU, 15.11.2014
 - 1) ESG VODIČ Za mikro, mala i srednja preduzeća u Bosni i Hercegovini Sarajevo, juni 2024. Godine, <https://tana21.ba>
 - 2) Službeni list Europske unije C 209, 20.6.2019.
 - 3) <https://www.esgbh.com/esg>
 - 4) <https://www.esgkorisno.ba>
 - 5) <https://www.inspo.ba>

- 6) <https://www.ttcables.com/hr>
- 7) <https://rsmus.com>
- 8) <https://epca.eu>
- 9) <https://www.workforclimate.org>
- 10) <https://boost.hr>