

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

MAGISTRSKO DELO

ANDREJA DREVENŠEK

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**TRAJNOSTNI RAZVOJ PODJETJA KOT DEJAVNIK NAKUPNIH
ODLOČITEV ŠTUDENTOV – PRIMERJAVA SLOVENSКИH IN
TURŠKIH ŠTUDENTOV**

Ljubljana, avgust 2015

ANDREJA DREVENŠEK

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisana Andreja Drevenšek, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtorica magistrskega dela z naslovom Trajnostni razvoj podjetja kot dejavnik nakupne odločitve študentov – primerjava slovenskih in turških študentov, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko doc. dr. Barbaro Culiberg.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
 - poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
 - pridobila vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisala;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku (Ur. l. RS, št. 55/2008 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predložene zaključne strokovne naloge/diplomskega dela/specialističnega dela/magistrskega dela/doktorske disertacije dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne _____

Podpis avtorice: _____

KAZALO

UVOD	1
1 TRAJNOSTNI RAZVOJ V PODJETJU	2
1.1 Vidiki trajnostnega razvoja podjetja	4
1.1.1 Ekonomski vidik	5
1.1.2 Družbeni vidik.....	5
1.1.3 Okoljski vidik.....	6
1.2 Odnos trajnostnega razvoja in družbene odgovornosti podjetja.....	6
1.3 Motivi za implementacijo trajnostnega razvoja podjetja.....	7
1.3.1 Poslovni izzivi	8
1.3.2. Sprememba konceptov poslovanja, vlade in civilne družbe	8
1.4 Ovire pri implementaciji trajnostnega razvoja.....	9
1.5 Trajnostna proizvodnja	10
1.6 Implementacija trajnosti v poslovanje	12
2 TRAJNOSTNI RAZVOJ IN PORABNIK	15
2.1 Vidiki trajnostnega razvoja skozi oči porabnika.....	15
2.1.1 Ekonomski vidik	16
2.1.2 Družbeni vidik.....	16
2.1.3 Okoljski vidik.....	16
2.2 Trajnostna potrošnja.....	17
2.3 Vzpodbujanje trajnostne potrošnje	19
2.4 Koncept zavedajoče potrošnje	20
2.4.1 Zavedajoča miselnost	21
2.4.2 Zavedajoče vedenje	22
2.5 Vpliv trajnosti na nakupne odločitve	23
3 TRAJNOSTNI RAZVOJ V POLITIKI IN IZOBRAŽEVANJU.....	25
3.1 Politični pristopi k trajnosti.....	25
3.1.1 Pristopi na svetovni ravni.....	26
3.1.2 Pristopi na regionalni ravni	26
3.1.3 Pristopi na nacionalni ravni.....	27
3.2 Trajnostna potrošnja in politika	27

3.3 Vloga izobraževanja za trajnostni razvoj	28
4 PRETEKLE RAZISKAVE TRAJNOSTI V PREUČEVANIH DRŽAVAH.....	30
4.1 Raziskave trajnosti v Sloveniji.....	30
4.1.1 Indikatorji trajnostnega razvoja Slovenije	30
4.1.2 Druge raziskave trajnostnega razvoja v Sloveniji.....	32
4.2 Raziskave trajnosti v Turčiji	33
4.2.1 Indikatorji trajnostnega razvoja Turčije.....	33
4.2.2 Druge raziskave trajnostnega razvoja v Turčiji	34
5 PRIMERJALNA ANALIZA DEJAVNIKOV TRAJNOSTNEGA RAZVOJA MED SLOVENSKIMI IN TURŠKIMI ŠTUDENTI.....	37
5.1 Namen in cilji raziskave.....	37
5.2 Hipoteze	38
5.3 Metodologija	39
5.3.1 Pridobivanje podatkov	40
5.3.2 Anketni vprašalnik	40
5.4 Analiza in interpretacija rezultatov	41
5.4.1 Značilnosti vzorca.....	41
5.4.2 Opis rezultatov po vprašanjih iz anketnega vprašalnika.....	42
5.4.3 Preverjanje raziskovalnih hipotez	47
5.4.4 Dodatne analize vprašalnika	50
5.5 Ključne ugotovitve in omejitve empirične raziskave ter priporočila za podjetja in univerze	51
SKLEP.....	54
LITERATURA IN VIRI.....	56
PRILOGE	

KAZALO SLIK

Slika 1: Vidiki trajnostnega razvoja podjetja	4
Slika 2: Odnos med trajnostnim razvojem podjetja, družbeno odgovornostjo ter ekonomskim, družbenim in okoljskim vidikom	6
Slika 3: Kategorije podjetij glede na način ustvarjanja vrednosti	14
Slika 4: Model zavedajoče potrošnje	21

KAZALO TABEL

Tabela 1: Indikatorji trajnostne proizvodnje, razdeljeni glede na 6 vidikov trajnostne proizvodnje	11
Tabela 2: Število in delež študentov, ki poznajo koncept trajnostnega razvoja	42
Tabela 3: Aritmetična sredina, standardni odklon, koeficient asimetrije, koeficient sploščenosti za konstrukte odnos, pripravljenost za nakup in pomembnost trajnostnega razvoja	43
Tabela 4: Aritmetična sredina in standardni odklon za konstrukt odnos do trajnostnega razvoja v celotnem vzorcu	44
Tabela 5: Aritmetična sredina in standardni odklon za konstrukt pripravljenost za nakup trajnostnih izdelkov v celotnem vzorcu	45
Tabela 6: Aritmetična sredina in standardni odklon za konstrukt pomembnost trajnostnega razvoja v celotnem vzorcu	46
Tabela 7: Število in odstotek študentov, ki so v okviru študijskega programa obravnavali koncept trajnostnega razvoja	47
Tabela 8: Aritmetična sredina, standardni odklon in t-test razlik v odnosu do trajnostnega razvoja glede na državo bivanja	47
Tabela 9: Aritmetična sredina, standardni odklon in Mann-Whitney U test za konstrukt pripravljenost nakupa trajnostnih izdelkov glede na državo	48
Tabela 10: Enostavna regresijska analiza vpliva trajnostnega razvoja na nakup trajnostnih izdelkov	49
Tabela 11: Aritmetična sredina, standardni odklon in t-test razlik v pomembnosti trajnostnega razvoja glede na obiskovanje predmetov, pri katerih se poučujejo koncepti trajnostnega razvoja	49
Tabela 12: Aritmetična sredina, standardni odklon in t-test razlik v odnosu do trajnostnega razvoja glede na spol	50

UVOD

Okoljski problemi, kot so izumiranje živalskih in rastlinskih vrst, učinek tople grede, širjenje ozonske luknje ipd.; ekonomski problemi, kot so finančne krize, brezposelnost, plačilna nedisciplina ipd. ter družbeni problemi, kot so revščina, kršenje človekovih pravic ipd. zahtevajo, da spremenimo svoje vedenje, če želimo, da bodo imeli naši potomci enake možnosti za življenje in razvoj, kot smo jih imeli mi. To pomeni, da moramo začeti delovati v smeri trajnostnega razvoja. Trajnostni razvoj je razvoj današnje družbe, ki ne ovira sposobnosti razvoja družb prihodnosti. Določajo ga ekonomski, družbeni in okoljski vidik (Belz & Bilharz, 2005).

Ljudje smo v institucionalni proces izobraževanja vključeni že zgodaj, zato imajo izobraževalne institucije velik vpliv in vlogo v naših življenjih. V magistrskem delu se osredotočam na visoko šolstvo, saj Moore (v Tuncer, 2008, str. 212) pravi, da je integracija trajnosti v visoko šolstvo ključnega pomena za zavedanje študentov, kako vsakodnevno življenje vpliva na okolje, gospodarstvo in družbo, obenem pa tako oblikuje njihovo vedenje na lokalni in globalni ravni. Samega sistema ne moremo spremeniti, če ne bomo spremenili vzorcev življenja in delovanja, ki so sprožili samo neravnotežje (Tillbury, v Gobbo, 2011, str. 4). Zavedanje o pomenu vključitve trajnosti v šolstvo je pokazala tudi Organizacija združenih narodov, ki je razglasila obdobje med letoma 2005 in 2014 za »desetletje izobraževanja za trajnostni razvoj« na vseh ravneh izobraževanja (Nguyen, & Von Hauff, 2014, str. 3044). Tudi ta se namreč zaveda, da resno spodbujanje trajnostni zahteva, da se spremeni izobraževalni sistem (Ahmed, 2010, str. 251) v takšno smer, da bo spremenil vzorce vedenja in življenja bodočih generacij glede njihovega materialnega, življenjskega in družbenega okolja (Gobbo, 2011, str. 4).

V Sloveniji, glede na pregled literature s tega področja, še ni bila izvedena raziskava, ki bi preučevala dejavnike trajnostnega razvoja z vidika študentov, kar je tudi eden izmed doprinosov tega magistrskega dela. Obenem je izvedena primerjava med državo, ki je prešla skozi tranzicijo (Slovenijo), in državo, ki je še v prehodu (Turčijo), kar lahko nakaže njeno smer razvoja koncepta trajnostnega razvoja. Pretekle raziskave okolju prijaznega vedenja med študenti razvitih držav in držav v razvoju so prišle do zaključka, da obstajajo značilne razlike med njimi, kar nakazuje, da zunanji faktorji, kot so kultura, okoljske strukture in storitve, vplivajo na okoljsko vedenje študentov (Vicente-Molina, Fernández-Sáinz, & Izagirre-Olaizola, 2013). Primerjava obeh držav glede na Indeks okoljske učinkovitosti nakazuje, da je zavedanje o pomembnosti okoljske dimenzije trajnostnega razvoja večje v Sloveniji. Rezultati so Slovenijo namreč uvrstili na 15. mesto izmed držav sveta, Turčijo pa na 66. (Univerza Yale, 2014). Podobno je pri družbeni dimenziji trajnostnega razvoja, saj je glede na Indeks razvoja ljudi Slovenija na 25. mestu, Turčija pa na 69. (Organizacija združenih narodov, 2014).

Namen magistrskega dela je osvetliti področje trajnostnega razvoja z vidika študentov ter ga razširiti z izpostavitvijo razlik v nakupnih odločitvah slovenskih in turških študentov. Osnovni cilj magistrskega dela je pokazati vpliv dejavnikov trajnostnega razvoja na nakupne odločitve slovenskih in turških študentov, pomožni cilj, vezan na osnovnega, pa je prikazati razlike v pomembnosti trajnostnega razvoja za slovenske in turške študente, razlike v njihovi pripravljenosti za nakup trajnostnih izdelkov, razlike med študenti in študentkami samimi ter razlike v pomembnosti trajnostnega razvoja glede na obiskovanje predmetov, ki obravnavajo koncept trajnostnega razvoja. Skladno z navedenim v magistrskem delu izhajam iz štirih raziskovalnih vprašanj:

1. kakšen je odnos študentov do trajnostnega razvoja;
2. ali obstaja povezava med odnosom do trajnostnega razvoja in pripravljenostjo za nakup trajnostnih izdelkov;
3. ali glede trajnostnega razvoja obstajajo razlike med slovenskimi in turškimi študenti;
4. katere spremenljivke vplivajo na pomembnost trajnostnega razvoja med študenti.

V teoretičnem delu magistrskega dela sem kot metodo raziskovanja uporabila analizo in interpretacijo sekundarnih virov, s katero sem pridobila osnovne informacije o raziskovalnih konceptih. Uporabila sem tudi metodo kompilacije, saj sem poskušala na osnovi pregleda literature strniti spoznanja različnih avtorjev. V empiričnem delu magistrskega dela sem s pomočjo vprašalnika, ki ga je izpolnilo 232 slovenskih in turških študentov, pridobila podatke, ki sem jih analizirala z uporabo statističnega paketa SPSS. Rezultati dobljene analize so osnova za odgovore na zadana raziskovalna vprašanja.

Magistrsko delo je sestavljeno iz dveh delov. Prvi del vsebuje poglobljen teoretično-analitičen pregled znanstvene in strokovne literature, predvsem člankov tujih strokovnjakov s področja trajnostnega razvoja, ločeno glede na posamezne deležnike, ki so podjetja, porabniki ter politične in izobraževalne institucije. V nadaljevanju predstavim pretekle raziskave s področja trajnostnega razvoja v obeh preučevanih državah, s čimer zaključujem teoretični del magistrskega dela. V drugem oz. empiričnem delu magistrskega dela predstavim njegov namen, cilje, hipoteze, metodologijo, ciljno skupino ter rezultate izvedene raziskave med slovenskimi in turškimi študenti. Magistrsko delo zaključim s sklepnimi ugotovitvami in priporočili glede uvedbe trajnostnega razvoja v univerze ter s priporočili za podjetja, katerih ciljna skupina so študentje.

1 TRAJNOSTNI RAZVOJ V PODJETJU

Trajnostni razvoj dobesedno pomeni zagotavljanje razvoja skozi čas, vendar obstaja na stotine različnih definicij termina, razhajajočih interpretacij in različno uporabljenih variacij v praksi (Gibson, v Elliott, 2013, str. 16). Esty in Lubin, (2010, str. 44) trajnost izpostavljata kot »mega trend gospodarstva«, Organizacija združenih narodov (1987) pa je trajnostni razvoj definirala kot »razvoj, ki zadovoljuje potrebe sedanosti, tako da ne

ogroža sposobnosti bodočih generacij, da zadovoljijo svoje potrebe v prihodnosti.« Navedena definicija je imela velik vpliv na kasnejše definicije trajnostnega razvoja.

Byrch, Kearins, Milne in Morgan (2009, str. 2) so raziskovali, kako ljudje razumejo pojem trajnostni razvoj. Vsak posameznik je pojem sicer opisal drugače, vendar lahko razlage razdelimo na pet osnovnih pogledov:

- **družbeni:** osnova tega pogleda je družba, ki deluje znotraj narave na pošten in pravičen način. Ljudje niso vrednoteni nič več kot druge življenjske vrste in zagotovo nimajo posebnega mesta v naravi. Njegov poudarek je na akcijah in rešitvah, namesto na premlevanju situacije, gre torej bolj za pragmatično kot filozofsko razmišljanje;
- **realistični:** značilnost tega pogleda je izhajanje iz realnosti in sedanjosti, širok pogled na svet in njegove okoljske probleme ter razmišljanje o njihovih rešitvah. Osredotoča se na težave in otipljive rešitve s trdim prepričanjem, da lahko človeštvo najde rešitev. Nenehne spremembe in nove rešitve so razumljene kot nujen odgovor na težave, ki nastajajo;
- **ekološki:** trajnostni razvoj vzdržuje dobro kakovost življenja za človeštvo z razvijanjem družbenih struktur, ki prepoznajo, da so ljudje samo ena izmed vrst in so odvisni od narave. Njegov fokus je na pripravah za boljšo prihodnost s prepoznavanjem človekove odvisnosti od narave;
- **futuristični:** človeštvo je odvisno od narave in ljudje so samo ena vrsta, ki bo ali pa tudi ne bo doživela daljne prihodnosti. Preteklost je vodilo za potrebne spremembe, da bo lahko zgrajena prihodnost;
- **individualistični:** trajnostni razvoj je povezan z ljudmi in njihovo dobrobitjo. Narava je upoštevana le kot vir, s katerim dosežemo kakovost življenja. Zagovorniki tega pogleda sprejemajo dejstvo, da bodo nekateri ljudje živeli boljše od drugih, ter zagovarjajo pravico človeštva, da uporabi naravo za boljšo kakovost življenja.

Čeprav med temi petimi pogledi obstajajo vzporednice, pa obstajajo tudi fundamentalne razlike. Največje razlike so v razumevanju vrednosti ekonomskega sistema ter vrednotenju tradicionalnega znanja, znanosti, tehnologije ter potrošništva. Ekološki in futuristični pogled odločno zavračata potrebo po ekonomski rasti, individualistični in realistični pogled pa jo močno podpirata. Samo družbeni pogled poudarja pomen znanja, le individualistični pogled pa verjame v znanost in tehnologijo kot rešitev za ekološko krizo (Byrch et al., 2009, str. 3).

Jacques Schraven (v Van Marrewijk, 2003, str. 96), predsednik nizozemskega združenja delavcev, je povedal, da ni standardnega recepta za trajnostni razvoj; trajnostni razvoj podjetja je namreč proces po meri. To pomeni, da ni definicije, ki bi bila uporabna za vsako podjetje, in tudi ni pristopa, ki bi deloval v vsakem podjetju, ampak morajo podjetja sama poiskati tisti pristop, ki bo najbolje deloval glede na njihove cilje in namen ter bo v skladu z njihovo strategijo.

Razumevanje trajnostnega razvoja je normativno in subjektivno, saj ta, kot izpostavlja Dryzek (v Byrch et al., 2009, str. 2), ni dokazan ali demonstriran. Vključuje določeno moralno gledanje na prihodnost, ki izraža, koliko nas zanima in koliko smo pripravljeni žrtvovati za naše potomce ter kako in do katere mere dejavniki, razen človeka, vplivajo nanjo.

1.1 Vidiki trajnostnega razvoja podjetja

Trajnost je cilj, ki opisuje stanje, ki ga hočemo doseči v bodočnosti. Trajnostni razvoj je proces, s katerim dosežemo trajnost. Na tem mestu razlikujemo tri vidike, na katerih temelji trajnosti razvoj, to so ekonomski, družbeni in okoljski vidik. Grafično so trije vidiki trajnostnega razvoja predstavljeni na spodnji sliki (Slika 1), na kateri krogi predstavljajo količino dejanj v določenem časovnem obdobju, ki so smotrna glede na posamezne vidike trajnostnega razvoja (Belz, & Bilharz, 2005, str. 2).

Slika 1: Vidiki trajnostnega razvoja podjetja



Vir: F. M. Belz, & M. Bilharz, Nachhaltiger Konsum: Zentrale Herausforderung für moderne Verbraucher Politik, 2005, str. 3.

Obseg teh krogov ni statičen, ampak je posledica institucionalnih pogojev. Če se le-ti spremenijo, se spremenita tudi količina in razpored vidikov ter njihovih presekov. Trajnostni razvoj vsebuje izvedbo dejanj, ki so smotrna glede na vse tri vidike trajnostnega razvoja (na Sliki 1 je to predstavljeno grafično kot ploščina prekrivanja vseh treh krogov). Cilj je realizacija preseka in njegovo povečanje do največje mere, ki jo dopuščajo institucionalni pogoji. Institucionalni pogoji pri tem niso cilj, ampak le sredstvo, s katerim lahko dosežemo cilj, tj. trajnost. Cilj je dosežen, ko in dokler se vsi trije vidiki popolnoma prekrivajo (Belz, & Bilharz, 2005, str. 2–3).

Trajnost predstavlja harmoničen model (prekrivanje posameznih vidikov trajnosti), trajnostni razvoj pa je nasproten, gre torej za konflikten model (Brand, v Belz, & Bilharz, 2005, str. 3). Spremembe institucionalnih razmer imajo velik vpliv na obstoječe interese. Posamezne vidike trajnostnega razvoja in institucionalne razmere je potrebno ponovno definirati in uveljaviti glede na obstoječe interese. Konflikti, ki zaradi tega nastanejo, so rešljivi in običajno kratkotrajni. Za dolgoročni ekonomski uspeh potrebujemo poleg stabilnega družbenega okolja tudi nepoškodovano naravno okolje, ki daje vire in predvideva tudi odpravljanje revščine itd. Dolgoročna usmerjenost ter prilagajanje harmonije (trajnost), konflikta (trajnostni razvoj), konsenza in nesoglasij tako predstavljajo konstruktivne elemente koncepta trajnosti (Belz, & Bilharz, 2005, str. 3). V nadaljevanju podrobneje predstavim posamezne vidike trajnostnega razvoja z vidika podjetja.

1.1.1 Ekonomski vidik

Z gospodarsko krizo, ki se je leta 2008 začela s kolapsom finančnih inštitucij na Wall Streetu, je ponovno pridobil na pomenu ekonomski vidik trajnostnega razvoja (Choi, & Ng, 2011, str. 270). Sheth, Sethia in Srinivas (2011, str. 24) navajajo dva ločena vidika ekonomskega vidika trajnostnega razvoja: prvi je povezan s tradicionalno finančno uspešnostjo (npr. zmanjšanje stroškov), drugi pa z ekonomskimi interesi zunanjih deležnikov, kot široko zastavljeno izboljšanje ekonomske dobrobiti in življenjskega standarda.

Ekonomski vidik trajnosti zajema trud za vzdrževanje organizacijske učinkovitosti, ustvarjanje donosov, dolgoročnega preživetja in finančni uspeh organizacij (Rusinko, 2010, str. 508).

1.1.2 Družbeni vidik

Družbeni vidik trajnostnega razvoja se osredotoča na dobrobit ljudi in družbe kot neekonomske oblike blaginje. Problem trajnosti je poiskati ravnovesje med potrebami posameznika in družbe ter sposobnostjo narave, da podpre človeško življenje in njegove aktivnosti kot ekosistem. Pomen družbenega vidika trajnostnega razvoja je postal vse bolj pomemben in tudi podjetja čedalje bolj javno izražajo, da želijo doprinesiti k dobrobiti družbe (Choi, & Ng, 2011, str. 270).

Družbeni vidik trajnosti zavzema med drugim iniciative za promocijo raznolikosti, ščitenje človekovih pravic, zmanjšanje stopnje revščine, povečanje stopnje pravičnosti na delovnem mestu in družbeno pravičnost (Rusinko, 2010, str. 508). Družbeni vidik trajnosti zajema humanitarni kontekst poslovanja, torej tudi probleme človekovih pravic, dohodkovno neenakost, bolezni (predvsem HIV/AIDS in malarijo), dostop do čiste vode, sanitarij in zdravstvene oskrbe ter dostop do izobrazbe (predvsem za ženske) (Haugh, & Talwar, 2010, str. 386).

1.1.3 Okoljski vidik

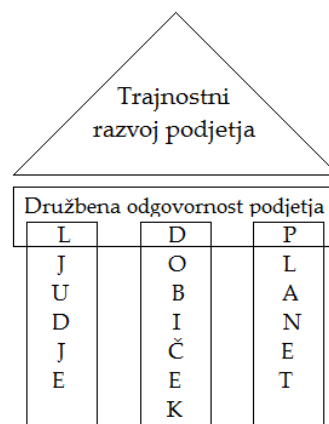
Število okoljskih problemov hitro narašča in vsak se loči še na povezane probleme, npr. klimatske spremembe pomenijo tudi povišanje nivoja morja, dolge suše in uničevanje življenjskega okolja. Zeleno trženje proučuje okoljske probleme znotraj discipline trženja. Koncept zelenega trženja je izražen kot »zelena« uporaba v paleti trženjskih tem, ki vključujejo oglaševanje in pospeševanje prodaje, pripravljenost za nakup, vedenje in trženjske strategije. Literatura na temo zelenega trženja se osredotoča tako na okoljske probleme in izdelke kot tudi vedenje porabnikov (Choi, & Ng, 2011, str. 270).

Okoljski problemi so prisotni v vseh državah sveta ne glede na njihove ekonomske razmere. Učinek tople grede je pripeljal do diskusij o omejitvi emisij v zraku. Države v razvoju zavračajo omejitve emisij v zraku, saj so razvite države tiste, ki so s svojim razvojem in izpustom emisij povzročile učinek tople grede, in ne vidijo razloga, da bi omejile svoj razvoj in modernizacijo zaradi razvitih držav (Bardy, & Rubens, 2015, str. 26). Okoljski vidik trajnosti vključuje management odpadkov, ohranjanje živalskih in rastlinskih vrst, proizvodnjo alternativnih virov energije, izboljššan management emisij ter recikliranje, ponovno uporabo in konzervacijo (Rusinko, 2010, str. 508).

1.2 Odnos trajnostnega razvoja in družbene odgovornosti podjetja

Trajnostni razvoj podjetja je najvišji cilj podjetja (Slika 2), torej, da zadovoljuje svoje potrebe, ne da bi omejil možnosti bodočih generacij, da le-te zadovoljijo svoje potrebe (Organizacija združenih narodov, 1987). Družbena odgovornost podjetja je vmesna stopnja, na kateri poskušajo podjetja uravnati odnos med ekonomskim, družbenim in okoljskim vidikom (Wempe, & Kaptein, v Van Marrewijk, 2003, str. 101).

Slika 2: Odnos med trajnostnim razvojem podjetja, družbeno odgovornostjo ter ekonomskim, družbenim in okoljskim vidikom



Vir: J. Wempe, & M. Kaptein, v M. Van Marrewijk, Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion 2003, str. 101.

Trajnostni razvoj in družbena odgovornost podjetja sta kazala na dve različni poti. Prvi se je osredotočal na okolje, druga pa na družbo. Nedavno sta se njuni poti zbližali. Danes marsikdo enači oba pojma, vendar med njima obstaja pomembna razlika. Izhajajoč iz koncepta holona¹, se podjetje kot del družbe nanaša na družbeni vidik (težnja po sodelovanju in povezovanju), kot celota pa na agencijski vidik (težnja po samouveljavljanju in samoohranitvi). Družbena odgovornost je bolj osredotočena na podjetje kot del družbe (transparentnost, dialog z deležniki, poročanje o trajnostnem razvoju itd.), trajnostni razvoj pa na podjetje kot celoto (ustvarjanje vrednosti, okoljski management, okolju prijazna proizvodnja, management človeških virov itd.) (Keijzers, 2002). Splošno povedano sta trajnostni razvoj in družbena odgovornost podjetja povezana s prostovoljnimi aktivnostmi podjetja, ki kažejo na vključevanje družbenih in okoljskih problemov v poslovne operacije ter interakcije z deležniki. To razlago lahko glede na specifičen kontekst interpretiramo na pet načinov (Van Marrewijk, 2003, str. 102–103):

- **k skladnosti voden trajnostni razvoj:** trajnostni razvoj na tem nivoju je sestavljen iz dobrobiti za družbo znotraj omejitev regulacij odgovornih organov. Podjetja bodo premislila o dobrotah in skrbništvu. Trajnosten razvoj je dolžnost podjetja;
- **k dobičku voden trajnostni razvoj:** integracija družbenega, etičnega in ekološkega vidika v poslovne operacije in odločitve zagotavlja finančni vidik. Motivacija za trajnostni razvoj je poslovni primer dobre prakse – promovirajo ga, če je dobičkonosen, npr. zaradi povečanega ugleda;
- **skrbnost:** trajnostni razvoj mora uravnovežiti ekonomske, družbene in ekološke probleme. Trajnosten razvoj preseže pravne obveze in profitne cilje. Motivacija pri tem je, da so človeški potencial, družbena odgovornost in skrb za planet izrednega pomena;
- **sinergijski trajnostni razvoj:** sestavlja ga iskanje dobro uravnoveženih, funkcionalnih rešitev, ki ustvarjajo ekonomske, družbene in ekološke prispevke k uspešnosti korporacije preko sinergij za skupno zmago vseh relevantnih deležnikov. Motivacija za trajnostni razvoj je, da je trajnost sama po sebi pomembna, posebej, ker je prepoznana kot tista pot, ki vodi k razvoju;
- **holistični trajnostni razvoj:** trajnostni razvoj je popolnoma integriran v vsak del organizacije, da prispeva h kakovosti in nadaljevanju življenja vsakega bitja in entitete, in sicer tako sedaj kot v prihodnosti. Motivacija za trajnostni razvoj je zaznavanje, da je trajnost edina alternativa glede na to, da so vsa bitja soodvisna. Vsaka oseba in vsaka organizacija ima zato univerzalno odgovornost do vseh drugih bitij.

1.3 Motivi za implementacijo trajnostnega razvoja podjetja

Zakaj podjetja implementirajo prakse trajnostnega razvoja? Ali se čutijo zadolžena, da to naredijo, ali so v to prisiljena ali pa to enostavno želijo narediti (Van Marrewijk, 2003, str.

¹ Holon je celota v enem kontekstu, v drugem pa samo del celote (Koestler, v Van Marrewijk, 2003, str. 104).

99)? V nadaljevanju predstavim posamezne motive za uveljavljanje trajnostnega razvoja v poslovanju.

1.3.1 Poslovni izzivi

Večja podjetja so nagnjena k divizijski organizacijski strukturi, kjer so zaposleni bolj lojalni svojemu oddelku kot pa matični organizaciji. Med centrom in divizijami obstaja velika informacijska asimetrija. Velik izziv podjetju je soočanje z izzivi v verigi vrednosti. Management kakovosti se pri tem osredotoča na kakovost na produkcijski, procesni in organizacijski ravni, na ravni verige vrednosti ter na ravni družbe kot celote (Van Marrewijk, 2003, str. 99).

Produkcijska in procesna raven kakovosti sta lahko uravnani s tehničnimi in statističnimi inštrumenti. Da bi organizacija dihala kot celota in ne le kot posamezni oddelki in bi obvladovala izzive v verigi vrednosti, pa se mora management oddaljiti od prejšnjega pristopa – zaposleni in dobavitelji tako postanejo bolj pomembni. Management mora ustvariti ozračje zaupanja in spoštovanja, obenem pa dovoliti, da imajo drugi svoj delež pri skupnih aktivnostih. Iz tega sledi, da morajo podjetja, če hočejo izboljšati svojo kakovost, prevzeti bolj socialen stil managementa, kar pomeni, da se morajo obrniti v smer trajnostnega razvoja (Van Marrewijk, 2003, str. 99).

1.3.2. Sprememba konceptov poslovanja, vlade in civilne družbe

Gospodarstvo ustvarja pomemben trikotnik z državo in civilno družbo. Vsak ima specifične mehanizme koordiniranja njihovega obnašanja in uresničuje svojo vlogo v družbi. Na splošno je država odgovorna za ustvarjanje in vzdrževanje zakonodaje (kontrola), gospodarstvo ustvarja bogastvo s sodelovanjem in konkuriranjem (trg), civilna družba pa strukturira in oblikuje družbo s kolektivno akcijo in sodelovanjem (Van Marrewijk, 2003, str. 99–100).

Odkar je postala civilna družba pomembnejša, se morata tako država kot gospodarstvo odzvati na kolektivne akcije posameznikov, cerkva in predvsem nevladnih organizacij, ki ogrožajo ugled podjetja. Le-ta so zato prisiljena, da uporabljajo bolj trajnostne pristope (Zwart, v Van Marrewijk, 2003, str. 100). S povečanjem kompleksnosti družbe sta postali gospodarstvo in država medsebojno odvisni entiteti. Njuni mehanizmi koordinacije niso bili sposobni ustrezno urediti številnih sodobnih tem, zato se je povečala pomembnost civilne družbe. Vse pomembnejše so bile nove vrednote in pristopi, ki jih politika in gospodarstvo nista mogla več ignorirati (Van Marrewijk, 2003, str. 100).

Skupne vrednote in norme imajo pomembno vlogo pri oblikovanju družbe. Nekoč so te vrednote postavljale državne elite, kasneje pa so vodje gospodarstva dodale svoje. Vzporedno s procesom demokratizacije so predstavniki civilne družbe vse bolj uvajali

»skupne« vrednote in norme ter delovali na tem, da se bosta država in gospodarstvo odzvala nanje. Podjetja so sprejela svojo novo vlogo v družbi in začela razvijati nove vrednote, strategije in politike ter nove institucionalne dogovore, ki podpirajo njihovo delovanje na področjih, ki so bila nekoč prepuščeni drugim, ter ponovno definirala svoje vloge in odnose z drugimi (Van Marrewijk, 2003, str. 100–101).

1.4 Ovire pri implementaciji trajnostnega razvoja

Laughland in Balsan (2011) sta v svoji raziskavi o razlogih, zakaj podjetja ne delujejo bolj trajnostno, navedla seznam desetih ovir:

- **preveliko število nejasnih meril:** podjetja težko določijo, katera merila so bolj primerna, zato potrebujejo vodila, ki jim pomagajo pri primerjanju s konkurenti in odražajo njihovo zavezanost k trajnosti ter odkrivajo področja, kjer potrebujejo izboljšave;
- **pomanjkljiva vloga vlad:** vlade imajo za spodbujanje gospodarstva k skrbi za naravne vire veliko orodij, kot so davki, regulacije in trg. Vodilna podjetja hočejo politike, ki bodo spodbujale trajnost v vseh organizacijah;
- **nekonsistentno vključevanje trajnosti v nakupno odločitev:** veliko odločitev, ki jih sprejmejo porabniki, vključujejo kompromise v zvezi s trajnostjo. Pri vsakodnevnih odločitvah konstantno iščemo kompromise med družbenimi, okoljskimi in ekonomskimi vplivi tako na osebnem in občinskem kot tudi na državnem nivoju;
- **nesposobnost motiviranja zaposlenih:** raziskave kažejo, da bi zaposleni raje delali za trajnostna podjetja, nekateri bi celo sprejeli nižjo plačo. Podjetja morajo bolje uporabiti rezultate teh raziskav, da pridobijo in ohranijo najboljše zaposlene.
- **neumeščenost trajnosti v poslovanje:** težko je v celoti ovrednotiti na trajnost vezane investicije, kar pa je nujno pri odločanju zanje;
- **problem identifikacije relevantnih priložnosti in groženj:** problem določitve, katera so tista tveganja, ki potrebujejo večjo pozornost in kako jih razvrstiti po pomembnosti;
- **problem komunikacije svojega trajnostnega ravnanja:** trajnostna dejanja nekaterih podjetij in nevladnih organizacij so zaznana kot kredibilna, pri drugih pa je pogost skepticizem. Podjetja hočejo vedeti, kako naj izrazijo svoje sporočilo, da bo integriteta njihovih naporov kredibilna;
- **vključevanje ključnih deležnikov:** razumevanje pogleda deležnikov podjetja na trajnost lahko vodi do odnosa med gospodarstvom in skupnostjo, ki temelji na medsebojnem spoštovanju in zaupanju, kar poveča verjetnost pozitivnega vključevanja. To razumevanje lahko podjetje vodi do novih pristopov k trajnosti in vpletenosti deležnikov, in sicer tako s prebivalci kot z drugimi;
- **ni splošnega pravila trajnosti:** gospodarstvo hoče dobaviti izdelke in storitve, ki so okoljsko in družbeno odgovorni. Proces identifikacije trajnostnih dobaviteljev pa ni vedno enostaven, ravno tako načini primerjave izdelkov niso vedno očitni;

- **neuspešno vodenje trajnosti:** vodenje je povezano s tveganji, npr. vodilna podjetja lahko preveč investirajo v tehnologije, ki nikoli ne dosežejo pričakovanih donosov.

1.5 Trajnostna proizvodnja

Center za trajnostno proizvodnjo Lowell je le-to definiral kot ustvarjanje izdelkov in storitev z uporabo procesov in sistemov, ki ne onesnažujejo, ohranjajo energijo in naravne vire, so ekonomsko upravičeni, varni in zdravi za zaposlene, skupnosti in porabnike ter družbeno in kreativno nagradijo vse ljudi, ki delajo (Center za trajnostno proizvodnjo Lowell, 2015). Ta definicija izpostavlja šest glavnih vidikov trajnostne proizvodnje, kateri so: uporaba materialov in energije, naravno okolje, družbena pravičnost in razvoj skupnosti, ekonomska uspešnost, zaposleni in izdelki (Ellenbecker, & Veleva, 2001, str. 520).

Za boljše razumevanje in promocijo trajnostne proizvodnje je Center za trajnostno proizvodnjo Lowell (2015) oblikoval deset principov, ki služijo kot vodilo za podjetja:

- izdelki in njihove embalaže so oblikovani tako, da so varni in okolju prijazni skozi ves njihov življenjski cikel;
- storitve so organizirane tako, da zadovoljijo resnične potrebe ljudi ter promovirajo enakost in pravičnost;
- odpadki in ekološko neskladni stranski produkti so zmanjšani, odstranjeni ali reciklirani;
- kemijske sestavine ali fizični dejavniki in razmere, ki predstavljajo tveganje za zdravje ali okolje, morajo biti odstranjeni;
- energija in materiali se ohranjajo, njihova uporaba pa je najbolj primerna za zeleni izdelek;
- delovni prostor in tehnologije so oblikovane tako, da minimalizirajo ali odstranijo kemična, ergonomska in fizična tveganja;
- delo je organizirano tako, da ohrani in izboljša učinkovitost in kreativnost zaposlenih;
- varnost in dobrobit vseh zaposlenih je prioriteta, prav tako razvoj njihovih vrlin;
- skupnosti v okolici delovnih mest so spoštovane ter ekonomsko, družbeno, kulturno in psihično okrepljene;
- dolgoročna ekonomska upravičenost podjetja ali institucije je okrepljena.

Skladno s temi principi sta Ellenbecher in Veleva (2001, str. 525–526) v svoji študiji opredelila dvaindvajset ključnih indikatorjev trajnostne proizvodnje glede na šest njenih glavnih vidikov (Tabela 1), ki zajemajo prej omenjenih deset principov trajnostne proizvodnje.

Tabela 1: Indikatorji trajnostne proizvodnje, razdeljeni glede na 6 vidikov trajnostne proizvodnje.

Vidik trajnostne proizvodnje	Indikatorji
Uporaba materialov in energije	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poraba sveže vode. 2. Poraba materiala (celotna poraba in poraba na enoto). 3. Poraba energije (celotna poraba in poraba na enoto). 4. Delež energije iz obnovljivih virov.
Naravno okolje	<ol style="list-style-type: none"> 5. Količina odpadkov pred reciklažo (emisije, trdi in tekoči odpadki). 6. Potencial za efekt tople grede. 7. Potencial za zakisanje. 8. Količina uporabljenih PBT² kemikalij.
Ekonomska uspešnost	<ol style="list-style-type: none"> 9. Stroški povezani z zdravstvenim varstvom (npr. kazni, obveznosti, nadomeščanje zaposlenih, upravljanje in odlaganje odpadkov, sanacije). 10. Delež pritožb porabnikov in reklamacij. 11. Odprtost podjetja za recenzije deležnikov ter njihovo soudeležbo v sprejemanju odločitev.
Družbena pravičnost in razvoj skupnosti	<ol style="list-style-type: none"> 12. Trošenje skupnosti ter delež izdatkov v dobrodelne namene glede na prihodke. 13. Število zaposlenih na posamezen izdelek ali vsak dolar. 14. Število partnerstev med skupnostjo in podjetjem.
Zaposleni	<ol style="list-style-type: none"> 15. Stopnja izgubljenih delovnih dni zaradi poškodb in bolezni. 16. Stopnja od zaposlenih predlaganih izboljšav kakovosti ter izboljšav na socialnem področju in področju zdravstvenega varstva. 17. Stopnja fluktuacije ali povprečna doba zaposlitve delavcev. 18. Povprečno število ur za trening zaposlenih na leto. 19. Odstotek zaposlenih, ki v anketah poročajo o popolnem zadovoljstvu z zaposlitvijo.
Izdelki	<ol style="list-style-type: none"> 20. Delež izdelkov oblikovanih za razstavljanje, reciklažo ali ponovno uporabo. 21. Delež biološko razgradljive embalaže. 22. Delež izdelkov s politiko prevzemanja (odpadkov) nazaj.

Vir: M. Ellenbecher, & V. Veleva, Indicators of sustainable production: framework and methodology, 2001, str. 525–526.

Iniciative za vključevanje trajnosti v proizvodnjo poskušajo spremeniti proizvodni proces in izdelke, da bodo le-ti bolj trajnostni. Vključujejo bolj čisto proizvodnjo in metode industrijske ekologije, analizo življenjskega cikla, integrirano politiko izdelkov in razširjeno odgovornost proizvajalca. Čistejša proizvodnja je lahko dosežena s pristopi preprečevanja odpadkov ali eliminacijo njihovega ustvarjanja zaradi povečane učinkovitosti v uporabi surovih materialov, energije, vode in drugih virov ali s

² PBT kemikalije: obstojne, bioakumulativne, strupene snovi (Urad RS za kemikalije, 2015).

konzervacijo, ki varuje naravne vire. Zmanjšanje uporabe virov pomeni vsakršni pristop, ki zmanjša uporabo problematičnih virov ali onesnaževalcev pred reciklažo, obdelavo ali odlaganjem. Industrijska ekologija se ukvarja z zmanjšanjem porabe energije in neučinkovitih materialov in z uporabo lokalnih stranskih produktov ter energijskih tokov, kar doprinese k bolj trajnostni proizvodnji. Analiza življenjskega cikla je metoda za ocenjevanje in določanje količine okoljskih vplivov izdelka preko njegovega življenjskega cikla; to pomeni od pridobivanja virov do njihovega končnega odlaganja (De Giacomo et al., 2014, str. 245). Novejši prispevek na področju trženja je vpeljevanje koncepta stroškov življenjskega cikla posameznim porabnikom (Bleischwitz, & Mont, 2007, str. 63). Primer je podjetje Electrolux, ki uporablja stroške življenjskega cikla, da olajša nakupe svojih okolju prijaznih izdelkov, katerih cena je višja od podobnih izdelkov, vendar je strošek življenjskega cikla nižji zaradi zmanjšane porabe elektrike in vode (Electrolux, 2009).

Integrirana politika izdelka želi minimizirati okoljski vpliv življenjskega cikla izdelka od pridobivanja virov do proizvodnje, distribucije in managementa odpadkov (Evropska komisija, v De Giacomo et al., 2014, str. 245). Razširjena odgovornost proizvajalca je strategija, ki se ukvarja z odgovornostjo proizvajalca glede vplivov njegovih izdelkov na zadnjem koraku njihovega življenjskega cikla, se pravi po fazi potrošnje. Ta pristop pomakne odgovornost za odstranitev odpadkov od lokalnih skupnosti in davkoplačevalcev na zasebno industrijo. Švedsko ministrstvo za okolje je leta 1990 razširjeno odgovornost proizvajalca definiralo kot strategijo varovanja okolja, ki cilja k manjšim vplivom izdelkov na okolje s tem, da postane proizvajalec odgovoren za celoten življenjski cikel izdelka, tudi za njegovo reciklažo in končno odlaganje (De Giacomo et al., 2014, str. 245). Ena izmed najbolj obetajočih strategij podjetja je zmanjšanje okoljskih in družbenih vplivov njihovih aktivnosti in bolj zelena proizvodna veriga. To lahko poleg velikih uporabljajo tudi manjša podjetja (Bleischwitz, & Mont, 2007, str. 64).

1.6 Implementacija trajnosti v poslovanje

Podjetja, ki hočejo zmagati oziroma tekmovati s konkurenti na osnovi trajnosti, morajo svojo strategijo razvijati evolucijsko. Vodenje trajnosti naj torej sledi večstopenjskemu pristopu. Štirje koraki ustvarjanja vrednosti so (Esty, & Lubin, 2010, str. 47):

- **delati stare stvari na novi način:** podjetja se osredotočajo na prednosti pred konkurenti na osnovi skladnosti s predpisi in z okoljem povezanimi stroški ter managementom tveganja. Tako ustvarjajo prakse, ki dokazujejo ekološko učinkovitost podjetja;
- **delati nove stvari na novi način:** podjetja ustvarjajo in širijo novo oblikovane izdelke, procese in celotne sisteme, da optimizirajo učinkovitost naravnih virov in management tveganja v svoji verigi vrednosti;
- **transformirati jedro poslovanja:** ko se vizija razvija, inovacije trajnosti postanejo vir novih donosov in rasti;

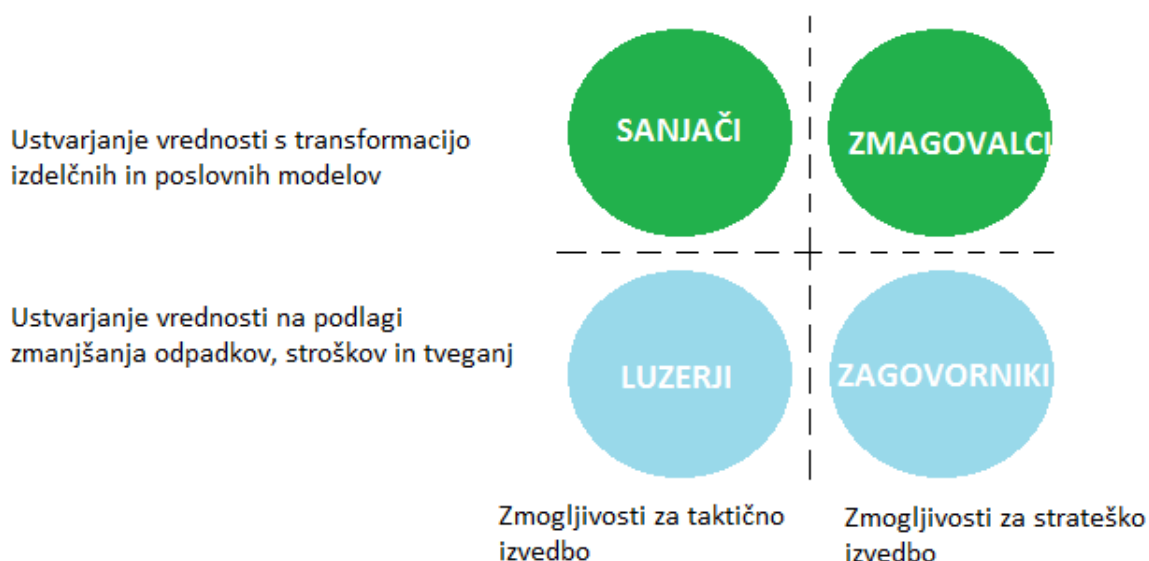
- **razviti in diferencirati nove poslovne modele:** na najvišji ravni podjetja vidijo trend trajnosti kot vir diferenciacije poslovnega modela ter vključevanja blagovne znamke in zaposlenih, da na novo pozicionirajo podjetje ter definirajo svojo strategijo in konkurenčno prednost.

Pridobivanje prednosti na osnovi trenda trajnosti ne leži le v viziji, ampak predvsem v izvršitvi petih ključnih področij: voditeljstvo, metode, strategije, managementa in poročanje. Podjetja morajo na teh področjih razviti strateške, sistematične in integrirane pristope (Esty, & Lubin, 2010, str. 47–49):

- **Voditeljstvo:** izvršilni direktor se mora zavezati za institucionalizacijo trajnosti ter alocirati potrebne vire in odgovornost. Managerji posameznih področij so nujno potrebni, da lahko izvršilni direktor to naredi. V več podjetjih so vpeljali položaj managerja trajnosti, ki ima posebno vlogo v procesu implementacije načel trajnosti. Veliko podjetij se odloča sodelovati z dobavitelji in partnerji, da zagotovijo trajnost v celotni verigi vrednosti. Zelo pomembna vloga managerja trajnosti je, da te odnose utrdi in poglobi.
- **Metode presojanja vrednosti:** z obstojem vizije trajnosti mora vodstvena ekipa najti načine, kako sprejemati odločitve in meriti prednosti in tveganja. Trend trajnosti zahteva od podjetij, da spremenijo svoja poslovna orodja oziroma najdejo nova.
- **Razvoj strategije:** ko bodo imela podjetja zadostno količino analitičnih podatkov, bodo v položaju za razvoj strategij trajnosti. Veliko vidikov razvoja strategije bo ostalo internih, vendar bodo podjetja čedalje bolj sprejemala pristope odprte kode (angl. *open source*), ki vključujejo zunanje vire.
- **Integracija managementa:** strategija trajnosti bo popolnoma uspešna le, če bo vključena v vsakodnevni management. Voditeljstvo sicer izhaja iz sedeža podjetja, vendar odgovornost za implementacijo ostaja v podjetju. Management trajnosti zahteva podporne sisteme poročanja.
- **Poročanje in komunikacija:** s povečanjem nadzora javnosti, vladnih predpisov in pričakovanih porabnikov bodo morala podjetja razviti zmogljivosti poročanja trajnosti. Razvoj meril, ki bodo podjetjem omogočila merjenje prednosti in razumevanje stroškov, je bistvenega pomena tako za prilagoditev njihove strategije kot tudi za izražanje rezultatov.

Z vizijo trajnostnega ustvarjanja vrednosti in razvijanjem pristopov izvedbe podjetja razvijajo t. i. sistem trajnostnega delovanja. Glede na ustvarjanje vrednosti in pristopov ter njihovo željo po uporabi trajnosti kot konkurenčne prednosti podjetja razdelimo v štiri skupine (Esty, & Lubin, 2010, str. 49–50), kar je predstavljeno tudi na Sliki 3.

Slika 3: Kategorije podjetij glede na način ustvarjanja vrednosti



Vir: D. C. Esty, & D. A. Lubin, *The sustainability imperative*, 2010, str. 49.

Omenjene štiri skupine podjetij so torej (Esty, & Lubin, 2010, str. 49–50):

- **sanjači** (kvadrant levo zgoraj) ustvarjajo vrednost s transformacijo izdelčnih in poslovnih modelov ter imajo zmogljivosti za njihovo taktično izvedbo. Ko vizija in ambicije presegajo možnosti izvedbe, se podjetja soočajo z drugačnimi problemi kot v primeru ubranitve svojega položaja trajnosti. Tista, ki želijo prednosti prvega v kasnejših fazah diferenciacije na podlagi trajnosti, brez da so ustvarila jasno strategijo in obvladujejo osnove izvedbe, lahko izkusijo težave. Sanjači tvegajo pri tem, da dajo obljube trajnosti, ki se jih ne morejo držati, ter izzivajo obtožbe lažnega predstavljanja, kar lahko povzroči škodo ugledu in finančnim rezultatom podjetja;
- **zmagovalci** (kvadrant desno zgoraj) ustvarjajo vrednost s transformacijo izdelčnih in poslovnih modelov ter imajo zmogljivosti za njihovo strateško izvedbo. Čeprav se okoliščine trajnosti še vedno spreminjajo, so se pojavili nekateri zgodnji zmagovalci, npr. finančne storitve General Electrics, ki so z uvedbo ekološke produktne linije ustvarile milijardne donose. Kampanja je pomagala tudi k izboljšanju ugleda podjetja od ekološko slabega podjetja v pionirja trajnosti;
- **luzerji** (kvadrant levo spodaj) ustvarjajo vrednost na podlagi zmanjševanja odpadkov, stroškov in tveganj ter imajo zmogljivosti za taktično izvedbo. Ko se trend trajnosti pospeši, bodo imela podjetja, ki so vzpostavila skromne iniciative na področju stroškov, tveganja in odpadkov, in tista, katerih vizija in strategije so nejasno zasnovane ali nepovezane, velike težave pri ščitenju svojega položaja;
- **zagovorniki** (kvadrant desno spodaj) ustvarjajo vrednost na podlagi zmanjševanja odpadkov, stroškov in tveganj ter imajo zmogljivosti za strateško izvedbo. Nekatera podjetja se odločijo za počasno vpeljavo strategije trajnosti iz različnih razlogov –

lahko zaradi posebnosti panoge ali poslovnega procesa, njihove okoljske izpostavljenosti ali drugih konkurenčnih vidikov. Drugi bodo zadovoljni, da bodo investirali v zgodnji fazi. Ta drža lahko deluje le pod pogojem, da obstaja vrzel med tržnim položajem podjetja in konkurenta, ter da ima podjetje izvedbene zmogljivosti, ki so sorazmerne s kompleksnostjo posla.

Benn, Dunphy in Griffiths (2014, str. 13–18) so na podlagi preteklih študij pot podjetja do trajnosti razdelil na šest faz:

- **faza zavrnitve** je prisotna pri tistih podjetjih, ki nočejo sprejeti bolj trajnostnega razvoja, ampak ravno nasprotno – nasprotujejo politiki drugih podjetij v tej smeri; npr. Exxon Mobile je zapravil milijone za razširjanje napačnih informacij o globalnem segrevanju;
- **faza neodzivnosti** pomeni, da se podjetja ne zanimajo za odgovornost in trajnostni razvoj, ampak ju dojemajo kot stvari, ki se jih ne tičeta. Ko se trg razvije tako daleč, da zahteva trajnostno vedenje podjetij, imajo le-ta velike težave in pogosto ne preživijo;
- **faza skladnosti** pomeni, da podjetja na področju trajnosti delujejo skladno s predpisi in zakoni ter po pričakovanih družbe;
- v **fazi učinkovitosti** se podjetja, ki so začela delovati trajnostno, začnejo zavedati, da je ta investicija pripeljala do prihrankov, zato iščejo tudi druge poti učinkovitega vedenja in tako postanejo vse bolj zavezana k trajnostnemu razvoju. Cilj te faze je učinkovito zmanjševanje odpadkov in povečanje materialne in procesne učinkovitosti;
- **faza strateške proaktivnosti** pride naravno po tem, ko je že dosežena učinkovitost, in privede do prave spremembe v paradigmi podjetja. Cilj te faze je slediti strateškim priložnostim trajnostnega razvoja ter postati tržni vodja, predvsem v trajnostnih industrijah;
- v **fazi trajnostne korporacije** vodstvo dojema trajnostni razvoj kot center strategije podjetja, zato je tudi kultura podjetja skladna z njegovim trajnostnim razvojem.

2 TRAJNOSTNI RAZVOJ IN PORABNIK

Porabniki so tisti, ki lahko s svojimi zahtevami in nakupnimi odločitvami prisilijo podjetja, da upoštevajo vidik trajnosti v svojem delovanju. V tem delu magistrskega dela bom podrobneje predstavila nekatere koncepte trajnostnega razvoja z vidika porabnikov.

2.1 Vidiki trajnostnega razvoja skozi oči porabnika

Ljudje za svoje življenje potrebujejo dohodke in čist zrak. Biti morajo zdravi in potrebujejo dostop do izobraževanja. Da lahko zagotovimo omenjene potrebe človeka, ki so medsebojno odvisne, je zelo pomembno, da te podpirajo ena drugo (Ahmed, 2010, str. 238). Porabniki na trajnostni razvoj gledajo drugače kot podjetja, zato v nadaljevanju predstavljam tri vidike trajnostnega razvoja s perspektive porabnikov.

2.1.1 Ekonomski vidik

S trajanjem gospodarske krize so postali porabniki in družba zelo fokusirani na ekonomski vidik trajnostnega razvoja zaradi strahu pred izgubo službe, negotovostjo in finančnimi tveganji državnih in javnih programov (Choi, & Ng, 2011, str. 270). Ekonomski vidik je za porabnike pomemben tudi zaradi preostalih dveh vidikov trajnostnega razvoja. Del populacije, ki je v ekonomsko najslabšem položaju, bo najbolj prizadet zaradi posledic okoljskih tveganj in z naravo povezanih konfliktov ter bo najmanj sposoben ukrepanja, ko do njih pride. Obenem je ta del populacije tudi najbolj odvisen od narave in njenih virov in je posledično najbolj prizadet od njene degradacije (Ahmed, 2010, str. 241).

Kriza in odgovori nanjo so dokaz, da je ekonomski vidik trajnostnega razvoja tisti vidik, ki je bil najmanj razvit glede splošnega razumevanja koncepta in izobraževalne strukture (Ahmed, 2010 str. 251) in je bolj zaželen s strani porabnikov kot dobički podjetja (Choi, & Ng, 2011, str. 271).

2.1.2 Družbeni vidik

Družbeni vidik trajnostnega razvoja je postal vse bolj pomemben s povečanim nezaupanjem ljudi v poslovne prakse (Choi, & Ng, 2011, str. 270), npr. tajkuni v Sloveniji. Zaskrbljenost glede družbenih problemov je načeloma večja med ženskami kot med moškimi (Eagly, Diekmann, Johannesen-Schmidt, & Koenig, 2004; Luchs, & Mooradian, 2012). Porabniki se vse bolj zavedajo, da lahko s svojimi nakupi doprinesejo k bolj pravičnemu plačilu proizvajalcev ter posledično njihovem boljšemu življenju. Nakupi izdelkov pravične trgovine (angl. *fair trade*) povezujejo proizvajalce s tistimi končnimi porabniki, ki so pripravljeni plačati več za izdelek. Proizvajalci dobijo višje plačilo kot običajno, del sredstev pa gre v sklade, ki izboljšajo infrastrukturo, izobraževanje, zdravstveno oskrbo ipd., s tem pa tudi dolgoročni položaj proizvajalcev (Pongratz-Chander, 2014, str. 220–221).

2.1.3 Okoljski vidik

Pomen okoljskega vidika trajnostnega razvoja je postal za porabnike vse bolj pomemben s povečanjem ekoloških problemov v devetdesetih letih prejšnjega stoletja (Choi, & Ng, 2011, str. 270). Okoljski problemi, kot so globalno segrevanje, onesnaženost zraka, pomanjkanje pitne vode itd., imajo svoj izvor v vedenju ljudi (Steg, & Vlek, 2007, str. 3), zato lahko te probleme rešimo samo tako, da spremenimo vedenje ljudi (Steg, & Vlek, 2009, str. 309). Raziskave so pokazale, da je zaskrbljenost glede okoljskih problemov večja med ženskami kot med moškimi (Zelezny, Chua, & Aldrich, 2000; Koos, 2011; Luchs, & Mooradian, 2012), prav tako so k temu nagnjene bolj prijetne in odprte osebe (Hirsch, 2010; Luchs, & Mooradian, 2012). Pomembna spremenljivka, ki razloži skrb in

okolju prijazno vedenje porabnikov, je izobrazba (Zsóka, Szerényi, Széchy, & Kocsis, 2013).

2.2 Trajnostna potrošnja

Eno izmed prvih mednarodnih srečanj na temo trajnostne potrošnje je bil simpozij v Oslu leta 1994, kjer so trajnostno potrošnjo definirali kot »uporabo storitev in povezanih izdelkov, ki so odgovor na osnovne potrebe in izboljšajo kakovost življenja, medtem ko minimalizirajo uporabo naravnih virov in toksičnih materialov kot tudi emisij, odpadkov in onesnaževanje življenjskega cikla, tako da ne ogrožajo potreb bodočih generacij« (Norveško ministrstvo za okolje v Fuchs, & Lorek, 2011, str. 2).

Ta definicija ne vključuje le potrošnje posameznikov, ampak tudi potrošnjo institucij, obenem pa ne vključuje le potrošnje virov, ampak tudi končno potrošnjo (OECD, v Bleischwitz, & Mont, 2007, str. 62). Iz te definicije torej izhaja, da poskuša trajnostna potrošnja v okviru omejenih kapacitet Zemlje vsem zagotoviti kakovostno življenje. Razvili sta se dve perspektivi, s pomočjo katerih lahko dosežemo trajnostno potrošnjo – šibka trajnostna potrošnja in močna trajnostna potrošnja (Fuchs, & Lorek, 2011, str. 3).

Pristop šibke trajnostne potrošnje predvideva, da lahko trajnostno potrošnjo dosežemo z izboljšanjem (energijske) učinkovitosti na podlagi tehnoloških rešitev, ki se bodo širile na trge zaradi povpraševanja porabnikov (Fuchs, & Lorek, 2011, str. 2). Fuchs in Lorek (2005, str. 263) sta pokazala, da je postal ta pristop skozi čas dominanten v političnem in znanstvenem kontekstu. Koncept se imenuje trajnostna potrošnja in proizvodnja. Veliko publikacij je izšlo na podlagi tega koncepta, eden izmed njihovih glavnih elementov pa je poskus spodbujanja porabnikov, da igrajo svojo vlogo kot aktivni tržni igralci in prevzamejo odgovornost za nakup zelenih in bolj trajnostnih izdelkov. Spremembe v nakupnem vedenju porabnikov lahko vodijo do sprememb na trgu. Primer so izdelki bele tehnike, ki varčujejo z vodo, npr. pralni stroji, pri katerih je povečanje povpraševanja po bolj učinkovitih in okolju prijaznih izdelkih vodilo do velikih izboljšav na področju učinkovitosti izdelkov glede porabe vode in energije. Ta pristop, ki temelji na izboljšanju izdelkov (in delno storitev) s tehnološkim razvojem ter njegov uspeh na trgu, je nujen korak na poti k trajnostni potrošnji (Fuchs, & Lorek, 2011, str. 3).

Pristop močne trajnostne potrošnje predvideva, da so spremembe v stopnji in vzorcih potrošnje nujne, če hočemo doseči trajnostno potrošnjo. Pristop poudarja potrebo po zmanjšanju vsesplošne potrošnje virov namesto individualne potrošnje izdelkov. Vodilna perspektiva vodi nazaj k izvoru trajnostne potrošnje na konferenci Združenih Narodov v Riu de Janeiru leta 1992 (Fuchs, & Lorek, 2005, str. 264). Potrošniško vedenje, ki podpira družbeno odgovorne prakse podjetij (npr. nakupovanje izdelkov pravične trgovine, kupovanje organske hrane, bojkoti neetičnih izdelkov ipd.), je večji pomen pridobilo v zadnjih treh desetletjih (Papaoikonomou, Valverde, & Ryan, 2012, str. 15). Zaznana

pomembnost trajnosti pa sama po sebi še ne napoveduje izbire trajnostnih izdelkov (Luchs, & Mooradian, 2012, str. 140). Trajnostna potrošnja pomeni usmeritev potrošnje k tistim porabnikom z višjo mejno koristnostjo, kar pomeni, da mora biti zagotovljeno zmanjšanje materialne potrošnje pri tistih z nizko mejno koristnostjo potrošnje, se pravi pri bogatih (Beddoe et al., 2009, str. 2487).

Izziv trajnostne potrošnje je, da je potrebno za občutno razliko k akciji pritegniti veliko število porabnikov. Zaradi pomena kolektivne akcije lahko posamezniki razmišljajo, da osebno težko kaj naredijo za povečanje trajnostne potrošnje. Drugi izziv je dejstvo, da so prednosti trajnostne potrošnje namenjene za širšo javnost (npr. čistejše okolje), stroške (npr. višje cene trajnostnih izdelkov) pa nosijo posamezniki. Če porabniki ne verjamejo, da lahko njihovo trajnostno vedenje naredi razliko (nizka prepričanja o svoji samo učinkovitosti³), verjetno ne bodo pripravljene nositi stroškov trajnostnih izdelkov (Böhm, & Hanss, 2013, str. 54).

Trajnostni razvoj gospodinjstev je razdeljen v dve strategiji – v zaloge usmerjeno strategijo, ki vključi posamezne porabnike, da nakupujejo okolju prijazne izdelke in storitve, ter na povpraševanje usmerjeno kolektivno akcijo za ljudi in skupnosti, ki oblikujejo svoje načine uporabe in potrošnje izdelkov in storitev ter tako zmanjšajo povratne učinke v zaloge usmerjenih strategij. Kolektivne iniciative vključujejo poskuse nadomeščanja izdelkov s storitvami preko delitve in izmenjave dobrin oziroma preko njihove izposoje ali najema. Tako se poveča intenzivnost uporabe izdelka in zmanjša materialna poraba na enoto. Ljudje so v prvi vrsti individuumi, zato je pomembno, da so takšne kolektivne akcije podprte (Bleischwitz, & Mont, 2007, str. 64) od institucij, kot so Slovenski inštitut za trajnostni razvoj, Mednarodni inštitut za trajnostni razvoj, Liberijski inštitut za trajnostni razvoj, Inštitut za okolje v Stockholmu, Nemški razvojni inštitut, Malteški inštitut za podnebne spremembe in trajnostni razvoj itd.

Dobrine v razvitih državah so vse bolj rezultat globalne proizvodne verige, zaradi česar so porabniki slabo informirani o črpanju virov, ter okoljskih in družbenih vplivih proizvodnje teh dobrin (Carlsson-Kanyama, & Shanahan, 2005, str. 299). Nerazumevanje vplivov potrošnje v industrializiranih državah na okolje in ljudi v državah v razvoju je eden izmed razlogov za pomanjkanje akcije porabnikov. Bojkota Shella⁴ in Nika⁵ ob koncu prejšnjega tisočletja prikazujeta moč in pripravljenost porabnikov, da delujejo, ko pridobijo informacije o delovanju podjetij v drugih delih sveta. Primer informiranja porabnikov je oznaka pravične trgovine za izdelke, ki so v državah v razvoju proizvedeni na okolju prijazen in družbeno odgovoren način. Namen je ustvarjanje ugodnih razmer za majhne

³ Samo učinkovitost pomeni stopnjo do katere posameznik čuti, da se lahko vede tako, da doseže določen rezultat (Bandura, v Böhm, & Hanss, 2010, str. 48).

⁴ Nigerijske oblasti so obesile 9 okoljskih aktivistov, ki so protestirali proti izkoriščanju Shella in vlade (Essential action, 2001).

⁵ Zaradi izkoriščanja delovne sile v državah, kjer so proizvajali, in njihovega odnosa, češ da to ni njihova odgovornost, saj niso lastniki tovarn (Vietnam labor watch, 2015).

proizvajalce v državah v razvoju, predvsem za proizvajalce kmetijskih izdelkov, kot so banane, kava itd. (La Trobe, 2001, str. 181). Porast števila izdelkov, predvsem hrane z oznako pravične trgovine, so znamenje, da so porabniki vse bolj pripravljeni doprinesiti k družbeno in okolju prijaznemu napredku držav v razvoju (Bleischwitz, & Mont, 2007, str. 64).

Podjetja imajo velik vpliv na trajnost potrošnje, in sicer tako v vlogi dobavitelja kot tudi v vlogi porabnika. Prevladujoče strategije trajnostne potrošnje zajemajo ekološka naročila, bolj zelene izdelke in oglaševanje bolj trajnostnih potrošnih navad (UNEP, 2005). V vlogi dobavitelja podjetja izdelujejo izdelke in storitve, ki zadovoljujejo potrebe porabnikov z zmanjšano uporabo virov v proizvodnji in uporabi. Strategije dematerializacije in ekološke učinkovitosti so zelo uporabne za zmanjšanje uporabe virov na proizvedeno enoto. Proizvodnja okolju prijaznih izdelkov je ena plat zgodbe, druga plat je ustvarjanje trgov za te izdelke in storitve ter povečanje števila porabnikov zelenih izdelkov (WBCSC, 2005, str. 12). Podjetja uporabljajo različne strategije in orodja, ki sežejo od ekološkega označevanja do direktnega oglaševanja ekoloških izdelkov in storitev.

2.3 Vzpodbujanje trajnostne potrošnje

Izvajalci intervencij za spodbujanje okolju prijaznega vedenja se soočajo s štirimi glavnimi izzivi (Steg, & Vlek, 2009, str. 310):

- z določitvijo vedenj, ki jih je potrebno spremeniti;
- z določitvijo determinant, ki vplivajo na to vedenje;
- z odločitvijo glede izbire najbolj primerne strategije intervencije, ki bo vplivala na to, da se spremeni vedenje;
- določitvijo meril učinkovitosti intervencij.

Strategije intervencij lahko razdelimo v dve skupini – strukturne in informacijske. Namen prvih je sprememba kontekstualnih faktorjev, kot so razpoložljivost ter dejanski stroški in prednosti vedenjskih alternativ. Namen drugih je sprememba percepcij, motivacij, znanja in norm, ne da pri tem spremenijo zunanji kontekst, v katerem je do odločitve prišlo. Intervencije za spremembe vedenja so bolj uspešne, če se nanašajo na pomembne determinante tega vedenja in obenem odstranijo ovire za spremembe (Steg, & Vlek, 2009, str. 310). Verjetnost, da bo sprememba vedenja v smeri trajnostnega razvoja trajala, je večja, če je do nje prišlo zaradi zavedanja okolju prijaznega državljana in ne zaradi finančnih spodbud (Dobson, 2007, str. 282).

Spodbujanje bolj odgovorne in trajnostne potrošnje je mogoče z informiranjem porabnikov o okoljskih problemih in njihovi vlogi pri reševanju teh problemov (Böhm, & Hans, 2013), preko tega pa ustvarjanje pozitivnega odnosa do ekoloških izdelkov (Grankvist, & Biel, 2001, str. 408), kar vpliva na povečanje njihove potrošnje (Biel et al., 2005). Potrebno je

spodbujati porabnike, da se vedejo trajnostno, in sicer tako s povečanjem namena takšnega vedenja kot tudi z denarnimi spodbudami (Bamberg, 2002). Za zmanjšanje potrošnje neekoloških izdelkov je primerna uporaba negativnih označb, ki porabnikom približajo posledice nakupov takšnih izdelkov (Grankvist, Biel, & Dahlstrand, 2004, str. 222). Nakup trajnostnih izdelkov se mora močno zakoreniniti v zavesti porabnikov, saj bodo drugače ti v stresnih situacijah, ko bodo pod časovnim pritiskom, nakupovali v skladu s svojimi netrajnostnimi navadami (Biel et al., 2005, str. 363–364). Večja vidnost trajnostnega vedenja s strani drugih porabnikov bo v veliki meri spodbudila trajnostno potrošnjo (Biel, Dahlstrand, & Von Borgstede, 1999), zato je potrebno najti načine, kako povečati njeno vidnost. Ko se bo z uporabo teh pristopov spremenil odnos in vedenje porabnikov v bolj trajnostno smer, se bodo porabniki v skladu z njim vedli tudi v prihodnosti (Böhm, & Hans, 2013; Grankvist, & Biel, 2001).

Raziskovalci so preučevali tudi komunikacijske strategije, ki bi spodbujale bolj trajnostne nakupe porabnikov, tako so Spangenberg, Sprott, Grohmann in Smith (2003) dokazali, da lahko napoved delovanja, ki motivira okolju prijazno ravnanje (npr. »Vprašajte se ... boste ločevali odpadke?«), v oglasih za splošno javnost spremeni vedenje porabnikov. Bodur, Duval in Grohmann (2014) so v svoji študiji prišli do istega zaključka. Prav tako so potrdili, da očesni kontakt – uporaba slik oči oziroma obrazov, ki so v prejemnika sporočila usmerjeni z odprtimi očmi – poveča upoštevanje sporočila in okolju prijazno vedenje (Ernest-Jones, Nettle, & Bateson, 2011). Iz tega sledi, da je uporaba sporočil napovedovanja vedenja v kombinaciji z uporabo slik obrazov oziroma oči, zelo močno in uspešno komunikacijsko orodje, ki privede do spremembe vedenja prejemnikov sporočila.

2.4 Koncept zavedajoče potrošnje

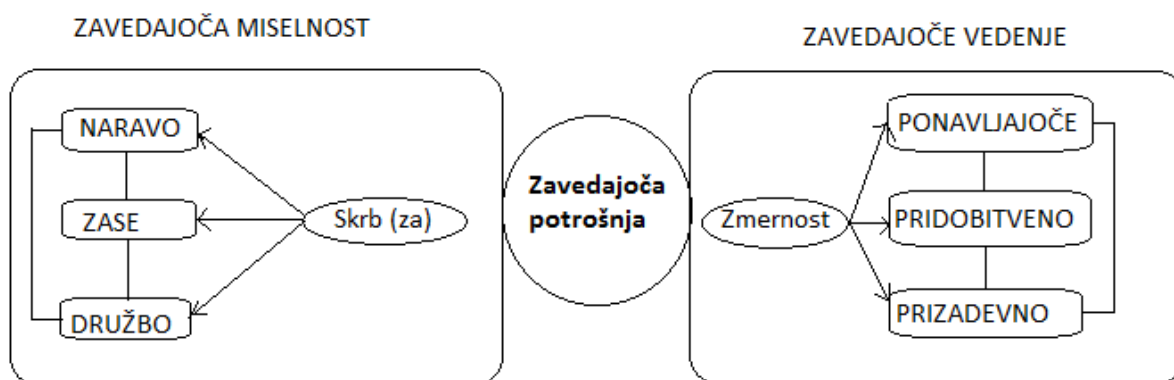
Podjetja, ki vidijo zelene izdelke kot pot k trajnostnemu razvoju, spregledajo problem sodobne neskončne potrošnje in druge osnovne vrednote sodobnosti, ki so nekonsistentne z ekološkimi omejitvami in ustvarjajo netrajnostno, nezadovoljivo in nezaželeno družbo. Obravnavanje okoljskih problemov kot poslovno priložnost ima lahko tako pozitiven kot negativen vpliv na trajnost (Choi, & Ng, 2011, str. 270). Negativni vpliv obravnavanja okoljskih problemov je spodbujanje potrošnje, saj le-ta predstavlja velik problem za okolje. Iz tega razloga je potrebno zagotoviti takšno stopnjo potrošnje, ki bo omejila te negativne vplive. Eden izmed pristopov za doseganje le-te je koncept zavedajoče potrošnje (angl. *mindful consumption*), ki ga bom predstavila v nadaljevanju.

Potrošnja ima oprijemljiv vidik, to je potrošniško vedenje, in neoprijemljiv vidik, to je miselnost, ki se nanaša na odnos, vrednote in pričakovanja, vezana na potrošniško vedenje. Miselnost je pomembna zaradi dveh vidikov – odnosa in vrednot, ki vplivajo na odločitve o potrošnji, obenem pa tudi na to, kako je vrednoten rezultat potrošnje, s čimer se poveča ali zmanjša verjetnost za nadaljnjo potrošnjo povezanih dobrin. Problem prevelike potrošnje je lahko učinkovito obravnavan le, če se spremeni tako vedenje kot tudi

miselnost – torej z uporabo koncepta zavedajoče potrošnje, ki temelji na zavedanju miselnosti in vedenja glede posledic potrošnje. Koncept prav tako predvideva, da je človek v položaju, da odloči, kaj in koliko potroši, kar pomeni, da pri potrošnji ni prisiljen ali omejen z okoliščinami in tržnimi razmerami – porabnik sprejme zavestno odločitev glede tega, kaj in koliko potroši, glede na svoje vrednote in preference. Miselnost torej vodi in oblikuje vedenje v skladu s trajnostno potrošnjo (Sheth et al., 2011, str. 27).

Tako miselnost kot vedenje imata v konceptu zavedajoče potrošnje po en glavni atribut. Miselnost ima kot glavni atribut skrb za posledice posameznikove potrošnje, vedenje pa zmernost v potrošnji (Sheth et al., 2011, str. 27). Slika 4 prikazuje zavedajočo potrošnjo v grafični obliki.

Slika 4: Model zavedajoče potrošnje



Vir: J. N. Sheth, N. K. Sethia, & S. Srinivas, *Mindful consumption: a customer-centric approach to sustainability*, 2011, str. 27.

2.4.1 Zavedajoča miselnost

Prekomerna potrošnja običajno pritegne pozornost zaradi svojih posledic v naravi in ne toliko zaradi osebne in družbene dobrobiti, ki jo izraža. Zanimanje tega vidika je lahko posledica ignorance, indiferentnosti ali zanikanja. Zavedajoča potrošnja je vodena in podprta z zavedajočo miselnostjo, ki odraža zavest skrbi za naravo, zase in za družbo (Sheth et al., 2011, str. 28). Skrb zase pomeni, da znamo prisluhniti sebi in vedeti, kaj je dobro za nas. Obstajata dve perspektivi osebne dobrobiti, to sta sreča in ekonomska dobrobit (Sheth et al., 2004, str. 28). Zdrava, daljša in srečnejša življenja ljudi so posledica neoprijemljivih stvari, kot so svoboda pred dolgo vožnjo na delo ali stresno službo, več časa, posvečenega družini in prijateljem, športu, spanju, potovanjem in podobno. Vidna potrošnja (angl. *conspicuous consumption*), kot je npr. nakup večje hiše ali dragega avta, ne poveča sreče (Frank, 2004, str. 69).

Ekonomsko gledanje izhaja iz prepričanja, da povečanje potrošnje pomeni večjo dobrobit. Prekomerna potrošnja ne deluje le kot indikator družbene dobrobiti, ampak je tudi

nasprotna z vidika sreče za posameznika, kar pomeni tudi zmanjšanje ekonomske dobrobiti porabnikov. Visoka stopnja potrošnje je povezana z nižjo stopnjo privarčevanih sredstev in visokimi stopnjami dolga, kar je škodljivo tako za posameznikovo finančno stanje kot tudi za gospodarstvo kot celoto (Sheth et al., 2011, str. 28). Skrb za družbo je bistvenega pomena za družbeno dobrobit in je obenem blizu osebni dobrobiti. Prekomerna potrošnja na družbo deluje negativno na tri načine: materializem in prekomerna potrošnja vodita do zanemarjanja družbenih odnosov; prekomerna potrošnja poslabša razgradnjo okolja; prekomerna zasebna potrošnja negativno vpliva na družbo, ker sočasno zmanjša podporo javnim storitvam in dobrinam (Sheth et al., 2011, str. 28).

Skrb za okolje temelji na treh tipih vrednosti: intrinzičnem, instrumentalnem in estetskem. Narava ima intrinzično vrednost, kar pomeni, da je naša odgovornost, da varujemo okolje pred vplivi instrumentalne vrednosti, ki vrednost narave določa na podlagi njene uporabnosti za ljudi – tako kot izvor naravnih virov kot tudi korito za absorpcijo odpadkov. Ta pogled ponuja razlog za varovanje narave, ki bo ostala uporabna za ljudi (Kilbourne, 2006, str. 51). Občutki skrbi zase, družbo in naravo posebej služijo kot motivator za zmernost v potrošnji. Njihov skupni učinek bi še bolj poudaril takšno motivacijo (Sheth et al., 2011, str. 28).

2.4.2 Zavedajoče vedenje

Za spremembe v vedenju je zmernost osrednjega pomena v konceptu zavedajoče potrošnje. Zmernost sama pa sebi ne zavrača potrošnje, njen namen je optimalna potrošnja za posameznikovo dobrobit, ki je skladna z njegovimi vrednotami. Zmernost mora biti uresničena v vedenju, ki je pogosto povezano s prekomerno pridobitno, ponavljajočo in prizadevno potrošnjo. Najosnovnejša oblika prekomerne potrošnje zajema nakup stvari v merah, ki presegajo posameznikove potrebe ali celo posameznikove kapacitete potrošnje, tj. pridobitna potrošnja. Druga oblika prekomerne potrošnje je ponavljajoča potrošnja v krogu nakup – zavrženje – ponovni nakup. Veliko stvari je zavrženih in ponovno kupljenih hitro, ker so namenjene enkratni uporabi (npr. papirnate brisače). Njihova glavna prednost je njihova priročnost in privarčevan čas ter nizki stroški. Druga variacija ponavljajoče potrošnje z bolj resnimi problemi glede trajnosti so izdelki, ki so zavrženi zaradi njihove zastarelosti. Le-ta je lahko tehnološka, ekonomska ali psihološka. Psihološka zastarelost je pogost vzrok ponovne potrošnje stvari, kot npr. pri avtomobilih, mobilnih telefonih ipd. Z vidika trajnosti je problem, da ljudje običajno zavržejo še delujoče izdelke in jih nadomestijo z novimi, ki ponujajo le oblikovne spremembe ali manjše izboljšave v delovanju (Sheth et al., 2011, str. 28–30).

Prizadevna potrošnja je najbolj razširjena in prepoznana oblika prekomerne potrošnje, ki je povezana z idejo vidne potrošnje. Veblen (v Sheth et al., 2011, str. 29) je to obliko potrošnje opazil predvsem med zelo bogatimi, tekmovalnost pa je prepoznal kot njeno glavno vodilo. Danes to opazimo tudi pri nižjih slojih, vendar ljudje ne poskušajo več

tekmovati le s svojimi sosedi, ampak, kot opisuje Schor (v Sheth et al., 2011, str. 29), gre trend v to smer, da se ljudje primerjajo s tistimi, ki imajo nekajkrat večje dohodke, kot jih imajo sami. Trajnostna potrošnja je možna le, če vse tri oblike potrošnje (ponavljajoča, pridobitna in prizadevna) postanejo zmerne. Zavedajoča potrošnja narekuje zmernost v ponavljajoči, pridobitni in prizadevni potrošnji na vedenjski ravni, ki izhaja iz miselnosti, ki odraža občutek skrbi zase, za družbo in naravo (Sheth et al., 2011, str. 30).

2.5 Vpliv trajnosti na nakupne odločitve

Vsakič, ko nekdo sprejme odločitev, da kupi izdelek ali storitev, obstaja potencial, da ta odločitev prispeva k bolj ali manj trajnostnemu vzorcu nakupnega vedenja, saj vsak nakup vpliva na etičnost, vire, odpadke in družbo (Young, Hwang, McDonald, & Oates, 2010, str. 20). Porabniki so najpomembnejši deležniki podjetja, ki izkazujejo svojo moč s svojimi nakupnimi odločitvami. Z nakupi ali zavračanjem nakupov izdelkov določenih podjetij ali trgovin imajo porabniki velik vpliv na delovanje le-teh. V primeru, da porabniki zahtevajo družbeno odgovorno in okolju prijazno delovanje, morajo podjetja primerno delovati, saj drugače tvegajo svoj propad (Collins, Steg, & Konig, 2007, str. 556).

Obstaja velika razlika med odnosom porabnikov do trajnostnih izdelkov in njihovim dejanskim nakupovanjem, saj 40 odstotkov porabnikov trdi, da so pripravljeni kupiti trajnostne izdelke, vendar to storijo le 4 odstotki izmed njih (UNEP, 2005, str. 15). Raziskovalci s področja psihologije so se osredotočali na iskanje individualnih karakteristik, ki so povezane s preferencami za trajnostne izdelke in storitve. Te karakteristike so odnosi, vrednote, usmerjenost v prihodnost in prepričanja (Böhm, & Hanss, 2013, str. 54). Novejše teorije načrtovanega vedenja predvidevajo, da prepričanja o samoučinkovitosti determinirajo vedenjske namere, le-te pa so glavne determinante dejanskega vedenja (Cappella, & Fishbein, 2006, str. 58). V študijah so identificirali štiri vidike porabnikove samoučinkovitosti glede trajnostnega razvoja, katere so: zaznana zmožnost, da druge spodbudimo k trajnostnemu ravnanju; spodbujanje varovanja okolja z lastnimi dejanji in nakupnimi odločitvami; spodbujanje družbene pravičnosti in ekonomske blaginje z lastno potrošnjo in promocija družbene pravičnosti in ekonomske blaginje na podlagi lastnih dejanj na splošno. Samo učinkovitost, ki se nanaša na spodbujanje drugih k trajnostni potrošnji, se je izkazala za najmočnejši vidik samoučinkovitosti (Böhm, & Hanss, 2010, str. 46).

Trajnostno vedenje, kot je npr. uporaba oziroma neuporaba avtomobila, je bilo dokazano odvisno od dveh determinant, kateri sta namen in navada (Bamberg, & Schmidt, 2003, 269). Navada je vedenje, ki ga ljudje izvajajo pogosto. Navade se sprožijo zaradi cilja ali želje, da človek nekaj doseže, in namigov v okolju. To so namigi, ki signalizirajo, da navada ustreza primernemu vedenju v dani situaciji in bo pomagala posamezniku doseči cilj. Iz tega izhaja, da v primeru navade ljudje sprejemajo odločitve z nizko stopnjo zavedanja. Nakup večine vsakodnevnih izdelkov ima lastnost navade, izvajamo ga v

stabilnem kontekstu, pogosto pa je izvajan z malo razmišljanja. Izgled poznane blagovne znamke ali izdelka lahko služi kot namig, ki sproži avtomatičen odziv oziroma navado (Biel et al., 2005, str. 360). Navade torej v veliki meri vplivajo na potrošnjo, posebej, ker imajo porabniki omejen čas, kar pomeni, da ne morejo spremljati vseh podjetij. Pogosto so nepopolno informirani in imajo omejene možnosti za preverjanje informacij, kar pomeni, da je njihov pogled nenatančen in nepopoln. Kljub temu pa podjetja ne smejo zanemariti teh pogledov porabnikov, saj nenatančni in nepopolni pogledi še vedno vplivajo na porabnikovo nakupno odločitev. Prepričanje porabnikov o pomembnosti trajnostnega delovanja podjetja lahko negativno ali pozitivno vpliva na njihovo vedenje. Prepričanje, da podjetje nezadostno upošteva pomembnost trajnosti, lahko vodi do bojkotov in protestov. Na drugi strani pa trajnostno delovanje podjetja porabniki nagradijo s svojimi nakupnimi odločitvami (Collins et al., 2007, str. 557).

Študije, ki so v povezavi s trajnostjo raziskovale odnose med vrednotami, prepričanjem in vedenjem, so prišle do zaključka, da bodo posamezniki s kolektivno družbeno usmerjenimi vrednotami prej ravnali okoljsko in družbeno odgovorno, kot tisti, ki imajo bolj individualistične, vase usmerjene vrednote (Collins et al., 2007, str. 559). Prav tako so posamezniki, ki so bolj zavezani vrednotam, ki niso v njihovem trenutnem interesu, in tisti, ki so bolj zaskrbljeni glede okolja, bolj nagnjeni k okolju prijaznemu vedenju (Poortinga, Steg, & Vlek, 2004). Teorije napovedovanja vedenja, kot sta teorija načrtovanega vedenja in socialno kognitivna teorija, predvidevajo, da je pomembna determinanta vedenja ljudi, občutek nadzora zelenih izidov. Stern (1992) je prišel v svojem pregledu psiholoških dimenzij globalnih okoljskih sprememb do spoznanja, da je nadzor edina osebna spremenljivka, ki kaže sistematičen odnos do vedenja. Iz tega izhaja zaključek, da je za razumevanje trajnostnega nakupnega vedenja pomembno raziskovati prepričanja o posameznikovem nadzoru glede trajnostnega razvoja. Skladno s tem je na področju trajnostnega razvoja študija Böhma in Hanssa (2010, str. 56–69) pokazala, da je zaznana zmožnost spodbujanja drugih posameznikov k trajnostnemu vedenju, najmočnejši napovedovalec trajnostne potrošnje, celo močnejši kot zaznana zmožnost direktnega vpliva na trajnostni razvoj. Razlaga za ta rezultat je lahko pomembnost kolektivne akcije za zagotavljanje trajnostnega razvoja, česar se zavedajo tudi porabniki. Pomembna ugotovitev te študije je torej, da zaznani posredni družbeni vpliv na trajnostni razvoj igra pomembno motivacijsko vlogo za nakup trajnostnih živil. Porabniki bodo imeli občutek kolektivnosti prej v manjših kot v večjih skupinah, saj se v manjših lažje identificirajo s skupino. V velikih skupinah pa prihaja do problema prostega strelca (angl. *free rider*), kar pomeni, da bi nekateri člani skupine izkoristili kolektivni izid, kljub temu, da niso doprinesli k njegovi realizaciji.

Collins et al. (2007) so v svoji raziskavi o pomembnosti trajnosti supermarketov za nakupno odločitev porabnikov ugotovili, da sta porabnikom bolj pomembna okoljski in družbeni vidik trajnosti kot ekonomski. Ekonomski vidik glede na rezultate te študije ni povezan s posameznikovimi vrednotami, okoljski in družbeni pa le zmerno. Povezava med

prepričanji in vedenjem je značilna za okoljski vidik trajnosti – osebe, katerim je okoljski vidik trajnosti pomemben, bodo nakupovale izdelke, ki so okolju bolj prijazni. Kriteriji, na osnovi katerih porabniki, ki se odločajo za zelene nakupe tehničnih izdelkov, sprejmejo odločitve, so okoljski vpliv izdelka (poraba električne energije, vode ipd.), proizvodnja izdelka (uporaba recikliranega materiala, kemikalij ipd.) ter razpoložljivost izdelka iz druge roke. Da bodo porabniki resnično sprejeli zeleno odločitev, pa mora biti izpolnjenih naslednjih šest kriterijev: porabnik mora imeti močne »zelen« vrednote, izkušnje z nakupom, čas (za iskanje informacij in sprejemanje odločitev) in znanje o relevantnih okoljskih dejavnikih, zeleni izdelki morajo biti dostopni, porabnik pa se mora zavedati njihovih stroškov in ali si jih sploh lahko privošči (Young et al., 2010, str. 25–29).

Znotraj okoljske psihologije so raziskovali dejavnike, ki porabnike motivirajo za okolju prijazno vedenje. Predvidevam, da so ti dejavniki pomembni tudi za druge dimenzije trajnostnega razvoja, zato lahko pokažejo način, kako spodbujati vedenje skladno s konceptom trajnostnega razvoja. Gre za **razliko med stroški in koristmi** – posamezniki sprejemajo racionalne odločitve in bodo zato sprejeli alternativo, ki omogoča največjo korist v primerjavi s stroški (glede na denarni vložek, napor in/ali družbeno sprejemljivost); **moralno in normativno zaskrbljenost** (Steg, & Vlek, 2009, str. 311) ter **vpliv na druge posameznike**, ki je ena izmed funkcij materialnih dobrin (drugi dve sta instrumentalna in simbolna funkcija), kar določa okolju prijazno vedenje posameznikov, npr. uporabo avtomobila (Steg, 2005).

Po drugi strani pa so porabniki pogosto »ujeti« v netrajnostno vedenje. Razlogi za to so ekonomske ovire (omejenost finančnih sredstev onemogoča nakupe bolj trajnostnih izdelkov), institucionalne ovire (razlike v dostopu do storitev, ki aktivno podpirajo trajnostno vedenje, npr. ekološki otočki), pričakovanja družbe in kulturne norme (porabniki se vedejo tako, ker se tako vedejo tudi ljudje v njihovi okolici), pomanjkanje časa (porabniki nimajo časa, da preverijo vse relevantne informacije o izdelku/storitvi in podjetju), pomanjkanje informacij o okoljski in družbeni učinkovitosti izdelka ali storitve, prevelik kognitivni napor raziskovanja, iskanja informacij in sprejemanja odločitev ter dajanje prioritete »nezelenim« dejavnikom (npr. blagovni znamki, velikosti, ceni, osebam, ki jim zaupamo itd.) (Young et al., 2010, str. 25).

3 TRAJNOSTNI RAZVOJ V POLITIKI IN IZOBRAŽEVANJU

3.1 Politični pristopi k trajnosti

Združeni narodi, Evropska unija in njene članice, druge regionalne skupine in posamezne države trajnost podpirajo z različnimi direktivami, pristopi državnih pomoči in programi spodbujanja trajnostnih pristopov. V nadaljevanju bom navedla nekatere izmed njih in jih na kratko opisala.

3.1.1 Pristopi na svetovni ravni

Agenda 21 je neobvezujoč, prostovoljno upoštevan akcijski načrt Organizacije združenih narodov za trajnostni razvoj, ki je nastal kot sklepni dokument konference Organizacije združenih narodov za okolje in razvoj v Riu de Janeiru leta 1992, in zavzema štiri sklope: družbene in ekonomske dimenzije trajnostnega razvoja, varovanje in management virov, krepitev vloge večjih skupin in načine izvedbe (Organizacija združenih narodov, 1992).

Skladno z Agendo 21 je bil vpeljan Marakešev proces, to je globalni proces za podporo desetletnega okvirnega programa trajnostne potrošnje in proizvodnje, ki je bil rezultat Načrta aktivnosti svetovnega vrha o trajnostnem razvoju v Johannesburgu (Marakešev proces, 2015). Marakešev proces, ki sta ga vpeljala Program Združenih narodov za okolje in Oddelek Združenih narodov za ekonomsko-socialne zadeve, vključuje redne globalne in regionalne sestanke, podprte z neformalnimi delovnimi skupinami in okroglimi mizami, da spodbujajo napredek v desetletnem okvirnem programu trajnostne potrošnje in proizvodnje (Bleischwitz, & Mont, 2007, str. 67).

3.1.2 Pristopi na regionalni ravni

Lizbonska strategija je bila sprejeta leta 2000 s ciljem, da Evropa postane najbolj dinamično in konkurenčno gospodarstvo na svetu, temelječe na znanju in s sposobnostjo trajnostne gospodarske rasti, z večjo in bolj kakovostno zaposlitvijo ter večjo stopnjo socialne kohezije (Evropa, 2015). Naslednji korak k bolj trajnostnemu razvoju Evropske unije je bila leta 2001 sprejeta Strategija za trajnostni razvoj Evropske unije, ki zajema načrt, kako se bo Evropa učinkoviteje odzvala na izzive trajnostnega razvoja. Cilj strategije je zagotoviti boljše življenje državljanov s trajnostnimi skupnostmi, ki učinkovito uporabljajo in upravljajo vire ter izkoriščajo gospodarski potencial okolja za družbene in okoljske inovacije z namenom zagotovitve blaginje, varstva okolja in socialne kohezije (Trajnostni razvoj v EU, 2011). Okoljski vidik trajnostnega razvoja je dodatno zajet v Evropski direktivi o okoljsko primerni zasnovi izdelkov, povezanih z energijo (Uradni list Evropske unije, št. L 285/10), ki zajema pravila za uveljavljanje zahtev okoljsko primernih zasnov glede energijske porabe izdelkov. Ta direktiva ne vključuje obvezujočih pravil za specifične izdelke, ampak omogoča Evropski komisiji sprejeti ukrepe za specifične izdelke in njihove okoljske vidike, upoštevajoče presojo vplivov in posvetovanje z deležniki. Označevanje proizvodov (povezanih z energijo) z energijskimi nalepkami (Uradni list Evropske unije, št. L 153/1) zagotavlja informacije o porabi energije med uporabo izdelkov in privarčevano energijo ter drugih okoljskih parametrov izdelka.

Regionalni programi trajnostne proizvodnje in potrošnje izven Evrope so desetletni okvirni program trajnostne proizvodnje in potrošnje Afrike, Strategija trajnostne proizvodnje in potrošnje Latinske Amerike in Karibov, Arabska regionalna strategija trajnostne proizvodnje in potrošnje, Iniciativa zelene rasti Azije in Pacifika, itd.

3.1.3 Pristopi na nacionalni ravni

Državna pomoč je kakršnakoli oblika ugodnosti, ki je podeljena na podlagi selektivnega izbora podjetij s strani državnih organov. Države lahko s programi državne pomoči spodbujajo podjetja, da ta uporabljajo energijsko in okoljsko bolj prijazne vire ter proizvajajo izdelke, ki so okoljsko in energijsko učinkoviti (Evropska komisija, 2015). Dodatno lahko politične entitete države vplivajo na trajnostni razvoj preko finančnih spodbud (npr. subvencije) in kazni (npr. kazni za neločevanje odpadkov) oziroma z zaračunavanjem okoljsko nesprejemljivih praks (npr. cestnina za vožnjo v centru mesta) in izdelkov (npr. plačilo vseh plastičnih vrečk v trgovini), (Dobson, 2007, str. 277).

V Sloveniji je trajnostni razvoj države zajet znotraj Strategije razvoja Slovenije, obenem pa je kot pomemben dejavnik vključen v Zakonu o spodbujanju razvoja turizma, Razvojnem načrtu in usmeritvi slovenskega turizma, Akcijskem načrtu za ekološko kmetijstvo, Zakonu o varstvu okolja, Zakonu o urejanju prostora, Zakonu o graditvi objektov in Zakonu o javnem naročanju. V Turčiji je trajnostni razvoj del nacionalnega razvojnega načrta (na področju ciljev razvoja), obenem pa je delno implementiran v turistični strategiji Turčije, nacionalni strategiji in akcijskem načrtu biološke raznolikosti, akcijskem načrtu ravnanja z odpadnimi vodami, akcijskem načrtu managementa odpadkov, nacionalnem načrtu pogozdovanja, strategiji in akcijskem načrtu za vseživljenjsko učenje, strategiji in akcijskem načrtu razvoja urbanih področij, nacionalni strategiji za klimatske spremembe, nacionalnem načrtu razvoja podeželja, nacionalnem načrtu krepitev zaposlenosti in poklicnih izobraževanj, nacionalni strategiji znanosti, tehnologije in inovativnosti, strateškem dokumentu industrializacije Turčije, strategiji in akcijskem načrtu negovalnih storitev, strateškem dokumentu energijske učinkovitosti ter nacionalni strategiji in akcijskem načrtu v primeru potresov (Ministrstvo za razvoj, 2012).

3.2 Trajnostna potrošnja in politika

K bolj trajnostni potrošnji lahko v veliki meri pomaga politika z zakoni in kampanjami, ki posredno ali neposredno vplivajo na trajnost potrošnje. Posredno vpliva politika preko kampanj, ki ozaveščajo porabnike o ekoloških in družbenih vplivih proizvodnje in potrošnje, s povečano uporabo zelenih davkov, odstranitvijo ekološko problematičnih sestavin iz proizvodnje in neposredno preko zakonov, npr. Integrirana politika izdelkov (angl. *Integrated product policy*) Evropske unije, katere cilj so bolj zeleni izdelki skozi njihov življenjski cikel. Zelo malo pozornosti je namenjeno trajnostnemu (okoljskemu in družbenemu) pridobivanju virov izdelkov in storitev. Skoraj noben od obstoječih pristopov ne omenja izziva obsega potrošnje, tj. stopnje proizvedenih izdelkov in storitev. Iz mednarodne perspektive je zelo pomembno vprašanje, ali bodo strategije trajnostne potrošnje razvite v industrializiranih državah in bodo osnovane na individualističnem pogledu na svet, skladne z včasih bolj trajnostnim življenjskim slogom držav v razvoju (Bleischwitz, & Mont, 2007, str. 63). Pregled potrošno usmerjenih politik (Mont, &

Damhammar, 2005) je pokazal, da je le malo strategij, ki se specifično ukvarjajo s potrošnjo.

3.3 Vloga izobraževanja za trajnostni razvoj

Izobraževalne institucije imajo velik vpliv in vlogo v življenjih mladih, zato se morajo zavedati, da so soodgovorne, da s svojim kurikulumom ter trajnostnim vedenjem oblikujejo zavest mladih, da ti živijo in se obnašajo trajnostno. Ker se magistrsko delo nanaša na trajnostno vedenje študentov, se v tem poglavju osredotočam na pomen univerz, čeprav je uvajanje dejavnikov trajnosti pomembno že v zgodnejših fazah izobraževanja, ko so otroci še toliko bolj dovzetni za vzorce vedenja, jih ponotranjijo in tudi kasneje izvajajo v svojem življenju. Zavedanje o pomenu vključitve trajnosti v šolstvo je pokazala tudi Organizacija združenih narodov, ki je razglasila obdobje med letoma 2005 in 2014 za »desetletje izobraževanja za trajnostni razvoj« na vseh ravneh izobraževanja (Nguyen, & Von Hauff, 2014, str. 3044), saj transformacija ekonomskega sistema z namenom spodbujanja trajnostni zahteva, da bo transformiran tudi izobraževalni sistem in obratno (Ahmed, 2010, str. 251).

Moore (v Tuncer, 2008, str. 212) pravi, da je integracija trajnosti v visoko šolstvo ključnega pomena za zavedanje študentov, kako vsakodnevno življenje vpliva na okolje, gospodarstvo in družbo, obenem pa tako oblikuje njihovo vedenje na lokalni in globalni ravni. Samega sistema ne moremo spremeniti, če ne bomo spremenili vzorcev življenja in delovanja, ki so sprožili samo neravnotežje (Tillbury, v Gobbo, 2011, str. 4). Če hočemo spremeniti in opustiti trenutne vzorce vedenja in življenja, moramo izobraževalne in vzgojne sisteme prilagoditi, tako da bodo bodočim generacijam omogočali vzpostavitev novih miselnih vzorcev glede njihovega materialnega, življenjskega in družbenega okolja (Gobbo, 2011, str. 4). V načelih odgovorne izobrazbe managementa (angl. *principles for responsible management education*) vztrajajo, da mora vsaka pomembna in dolgoročna sprememba ravnanja podjetij v smeri družbene odgovornosti in trajnosti vključevati institucije, ki najbolj direktno delujejo kot vodilo poslovnega vedenja; torej predvsem izobraževalnih institucij, kot so univerze (Principles for responsible management education, 2007, str. 3).

Starejše raziskave trajnostnega vedenja v šolstvu so raziskave Thompsona in Gasteigerja (v Tuncer, 2008, str. 213), ki sta primerjala rezultate raziskav o percepcijah in odnosu študentov do okoljskih vprašanj leta 1971 in 1981. Ugotovila sta, da je bil življenjski stil v letu 1981 bolj materialističen, z manj zavzemanja za naravo. Raziskava, ki je preučevala znanje in odnos nigerijskih srednješolskih učiteljev do okolja, kažejo, da so imeli le-ti slabo znanje, a pozitiven odnos do okolja. Iz tega so raziskovalci prišli do sklepa, da je potrebno vpeljati izobraževanje o okolju v kurikulum držav v razvoju (Mansaray et al., v Tuncer, 2008, str. 213). Holl et al. (v Tuncer, 2008, str. 213) so v svoji raziskavi med študenti iz Kostarike in ZDA prišli do sklepa, da bo izobrazba o populaciji in okoljskih

problemih izboljšana, če se bo poučevalo povezave med velikostjo populacije, potrošnjo in kakovostjo okolja, če bodo poudarjeni učinki posameznikovih akcij za kakovost okolja in bo okoljsko izobraževanje prilagojeno lokalnim problemom.

Univerze imajo potencial, da so vodilne v raziskavah in tehnologijah, poučevanju, učenju ter vključevanju skupnosti. Glede na to, da raziskovalci poznajo sedanje stanje v okolju, je dolžnost univerz, da postanejo »voditelji gibanja« za preprečitev ekoloških katastrof (Moore, v Tuncer, 2008, str. 213).

Ena izmed iniciativ univerz je Talloires, deklaracija iz leta 1990. To je prvi javni odziv predstavnikov univerz za zavezo k okoljski trajnosti v visokem šolstvu. Univerze, ki podpišejo deklaracijo, se zavezujejo k operativnim aktivnostim in razvoju kurikuluma, ki bo vodil do trajnostnega razvoja. Do marca 2015 je deklaracijo podpisalo 497 univerz iz 54 držav (University Leaders for a Sustainable Future, 2015). Žal med podpisniki deklaracije ni nobene slovenske univerze in samo ena turška (Univerza v Ankari). Prav tako ni nobene izmed slovenskih univerz v mednarodni mreži trajnostnih kampusov. Od turških univerz sta v mreži dve (Univerza Koç in Univerza Özyeğin iz Istanbula) (International sustainable campus network, 2015). Copernicus listina je rezultat Evropske konference rektorjev iz leta 1993, ki jo je do sedaj podpisalo 328 evropskih univerz iz 38 držav. Med podpisniki je tudi 11 turških univerz in dve slovenski – Univerza v Mariboru in Univerza v Ljubljani. Podpis listine pomeni, da se bodo univerze zavzemale, da svoj kurikulum, management institucije ter storitve prilagodijo glede na lokalno/regionalno družbo ter najdejo odgovorno ravnotežje med ekonomskimi, družbenimi in okoljskimi vidiki (Copernicus campus sustainability center, 2010, 36–41).

Univerze morajo delovati odgovorno v vseh treh dimenzijah trajnosti, torej v okoljski, ekonomski in družbeni. Proces trajnosti mora biti organiziran v vseh treh komponentah univerze, se pravi v raziskovanju, izobraževanju in operacijah. Raziskovanje za trajnostni razvoj zagotavlja sposobnost razvoja inovativnih tehnologij in sistemsko naravnane znanja, ki je potrebno za oblikovanje trajnostnega razvoja. Univerze morajo svojo funkcijo izobraževanja organizirati tako, da študentom zagotovijo znanje in spretnosti, ki jim omogočajo sodelovanje v oblikovanju prihodnosti, ki je ekonomsko, okoljsko in družbeno trajnostna. Kot družbene institucije imajo univerze tudi družbeno odgovornost, da se osredotočijo na model trajnostnega razvoja. Mednarodno delovanje univerze dodatno zahteva, da se le-ta vede odgovorno tudi na regionalni in mednarodni ravni. Proces trajnosti naj bo združen z razvojem strategije, znotraj katere se formulira cilje, programe, projekte ter ustrezne določbe za doseg ciljev. Univerza lahko postane trajnostna, če zgradi kulturo, ki zazna neprestan proces trajnosti in podpira potrebno povečanje zavedanja in motivacijo vsakega posameznika na različnih področjih delovanja (Nguyen, & Von Hauff, 2014, str. 3045–3054).

Ekonomska komisija združenih narodov za Evropo (2005, str. 4) je v svoji Strategiji izobraževanja za trajnostni razvoj kot ključne teme opredelila: boj proti revščini, državljanstvo, odgovornost v lokalnem in globalnem kontekstu, demokracijo in vladanje, pravičnost, varnost, človekove pravice, zdravje, enakost med spoloma, kulturno raznolikost, urbani in ruralni razvoj, ekonomijo, proizvodno in potrošniško vedenje, korporacijsko odgovornost, varovanje okolja, management varovanja virov ter biološko in krajinsko raznolikost. V interesu Strategije za trajnostni razvoj so te teme lahko integrirane v izobraževanje na primarni, sekundarni in terciarni stopnji izobraževanja. Univerze lahko preučujemo s sledečimi indikatorji: kompetence učiteljev na področju trajnostnega razvoja, število trajnostnih študijskih programov, kompetence na področju trajnostnega razvoja, število nadaljevalnih predmetov za trajnostni razvoj ali izobraževanje za trajnostni razvoj, število predmetov, vezanih na trajnostni razvoj, in poročanje s fokusom na katalogu predmetov (Nguyen, & Von Hauff, 2014, str. 3052).

4 PRETEKLE RAZISKAVE TRAJNOSTI V PREUČEVANIH DRŽAVAH

Preden predstavim svojo raziskavo o odnosu študentov do trajnosti v Sloveniji in Turčiji, pripravljam še pregled raziskav, ki se nanašajo na trajnost v obeh državah. Predstavljam poročila nacionalnih statističnih uradov o dejavnikih trajnosti v državah in druge raziskave. Raziskav o trajnosti v obeh državah je relativno malo, predvsem pa to drži za Slovenijo, kar se verjetno nanaša na njeno majhnost in delno tudi omejeno zavedanje o pomembnosti trajnostnega razvoja za prihodnost.

4.1 Raziskave trajnosti v Sloveniji

V prvem podpoglavju predstavljam Indikatorje trajnostnega razvoja Republike Slovenije, ki jih meri Statistični urad Republike Slovenije, v nadaljevanju pa predstavljam druge raziskave trajnosti v Sloveniji, ki se nanašajo na trajnostni razvoj v izobraževanju, na politične elemente trajnostnega razvoja in poročanje podjetij o trajnostnem razvoju ter primerjavo Slovenije z drugimi državami.

4.1.1 Indikatorji trajnostnega razvoja Slovenije

Indikatorje trajnostnega razvoja je Statistični urad Republike Slovenije oblikoval na delavnici, kjer so sodelovali predstavniki ministrstev, agencij, nevladnih organizacij in raziskovalnih inštitutov. Indikatorje so razdelili na tri področja: blaginjo, ravnovesje in skromnost ter medgeneracijsko sodelovanje (Statistični urad Republike Slovenije, 2010, str. 9).

Blaginja ljudi zajema naslednje vsebine: življenjski standard v materialnem smislu, zdravje, izobrazbo, osebno aktivnost, vključno z delom, volilno pravico in upravljanje,

socialne vezi in odnose, okolje ter varnost in nevarnost v materialnem in fizičnem smislu. Okoljski vidik trajnostnega razvoja znotraj tega področja zajema indikatorje kakovosti zraka, vode in ekološkega kmetijstva. Ekonomski vidik zajema indikatorja bruto domači proizvod in prihodke gospodinjstev. Družbeni vidik zajema indikatorje aktivnosti prebivalstva, dostopnosti socialne zaščite, zdravstva in šolanja ter indikatorje kriminala (Statistični urad Republike Slovenije, 2010). Rezultati za leto 2012/2013 kažejo, da se je v letu 2012 onesnaženost zunanjega zraka z delci PM₁₀ zmanjšala, izboljšala se je tudi mikrobiološka kakovost pitne vode. V letu 2013 se je povečalo število ekoloških kmetijskih gospodarstev oziroma takih, ki se tja preusmerjajo. V tem letu se je znižal bruto domači proizvod na prebivalca, razpoložljiva sredstva gospodinjstev pa so se v letu 2012 nekoliko povečala. Vse od leta 2009 se stopnja registrirane brezposelnosti povečuje, med izdatki za socialne prejemke pa je največji delež izdatkov za starost. Kazalec števila prebivalcev na zdravnika se ne spreminja, število študentov na 1000 prebivalcev se od leta 2007 znižuje, nasprotno se je delež obsojenih oseb med prebivalci povečal (Statistični urad Republike Slovenije, 2014a).

Ravnovesje in skromnost se nanašata na naslednje vsebine: omejenost razpoložljivih virov, vlaganje v raziskave in razvoj, spodbujanje inovativnosti, enakost med spoloma in pravično porazdelitev dobrin. Okoljski vidik trajnostnega razvoja znotraj tega področja zajema indikatorje porabe energije, porabe vode iz javnega vodovoda, nastalih komunalnih odpadkov in odpadkov hrane ter potniškega prometa. Ekonomski vidik zajema indikatorje vlaganja v razvoj. Družbeni vidik zajema indikatorje skupne prirasti prebivalstva, plač moških in žensk ter indikatorje stopnje revščine (Statistični urad Republike Slovenije, 2010). Rezultati za leto 2012/2013 prikazujejo, da se delež obnovljivih virov energije v končni porabi energije zvišuje. V letu 2013 se je zmanjšala poraba pitne vode na gospodinjstvo, povečala pa se je količina komunalnih odpadkov na prebivalca. Zmanjšalo se je število prevoženih kilometrov v cestnem prometu. Večino sredstev za raziskave in razvoj prispevajo gospodarske družbe. V letu 2013 je bil naravni prirast Slovenije pozitiven. Povečala se je razlika med bruto plačami moških in žensk, stopnja tveganja revščine pa se povečuje vse od leta 2010 (Statistični urad Republike Slovenije, 2014a).

Medgeneracijska solidarnost se nanaša na medgeneracijsko delitev materialnih dobrin in bremen ter ustvarjanje priložnosti, ki omogočajo dostojanstveno življenje. Vključuje teme kot so količina toplogrednih plinov, intenzivnost rabe naravnih virov, državni dolg in skrb za vse generacije. Okoljski vidik trajnostnega razvoja znotraj tega področja zajema indikatorje energetske intenzivnosti, izpustov toplogrednih plinov, porabe mineralnih gnojil v kmetijstvu in indikatorje intenzivnosti poseka lesa. Ekonomski vidik zajema indikatorje državnega dolga, družbeni vidik pa indikatorje starostne odvisnosti, varstva otrok in varstva starejših (Statistični urad Republike Slovenije, 2010). V letu 2013 se je energijska intenzivnost ponovno zmanjšala, največ toplogrednih plinov nastaja pri uporabi goriv, povečala se je uporaba rastlinskih hranil na hektar, zmanjšala pa se je intenzivnost poseka lesa. Od leta 2009 se povečuje državni dolg. Koeficient starostne odvisnosti

narašča, nekoliko se je zmanjšal delež otrok, vključenih v vrtec. Največ ljudi je sprejetih v dom za ostarele zaradi visoke starosti in običajnih spremljajočih bolezni (Statistični urad Republike Slovenije, 2014a).

4.1.2 Druge raziskave trajnostnega razvoja v Sloveniji

V tem podpoglavju predstavljam redke raziskave s področja trajnostnega razvoja v Sloveniji, ki se nanašajo na trajnostni razvoj v izobraževanju, politiki in podjetjih.

Raziskava o trajnostnem razvoju v šolstvu ugotavlja, da je v Sloveniji večina s trajnostjo povezanih vsebin učnih načrtov, vezanih na okolje, manj vsebin je vezanih na ekonomske vidike trajnosti, družbeno-kulturne vsebine pa so komaj omenjene. Najpogosteje je trajnostni razvoj omenjen v okviru naravoslovja, fizičnega okolja in tehnologij. Na drugih področjih je komaj omenjen. Veščine in vrednote za trajnostni razvoj, ki so najpogosteje omenjene, so odgovorno vedenje na lokalni in globalni ravni, spoštljivo vedenje do drugih in uporaba znanja v različnih življenjskih okoliščinah. Prva je običajno vezana na družboslovje, drugi dve pa na naravoslovje. Proučevanje vsebine učbenikov je pokazalo, da teme trajnostnega razvoja niso popolnoma vključene v same predmete, ampak so predstavljene kot dodatni element. Izkazalo se je tudi, da je največ veščin in vrednot trajnostnega razvoja vsebovanih v učbenikih 1. razreda, nekaj manj v učbenikih 5. razreda in skoraj nič v učbenikih 9. razreda. Analiza vsebin trajnostnega razvoja je potrdila prvotno pričakovanje, in sicer, da med vsebinami prevladujejo okoljski elementi (Gobbo, 2011).

Andrejević, Golušin, Ivanović in Vučenov (2014) so v svoji raziskavi preučevali odnos med družbenim in ekonomskim sistemom držav jugovzhodne Evrope (Slovenijo, Madžarsko, Makedonijo, Grčijo, Hrvaško, Albanijo, Bosno in Hercegovino, Bolgarijo, Črna gora, Srbijo, Romunijo) v primerjavi z Nemčijo in Francijo. Indikatorji, ki so jih uporabili v raziskavi, so bruto domači proizvod na prebivalca, zadolženost, cestna infrastruktura, inflacija, Ginijev koeficient (neenakost porazdelitve dohodka), rast BDP-ja, delež BDP-ja, namenjen za investicije, industrijska rast, zunanji dolg, izvoz, življenjska doba, revščina, število prebivalcev, pismenost, urbano prebivalstvo, brezposelnost, rodnost, smrtnost, telefonska mreža in dostop do interneta. Glavni rezultat študije je, da je odnos med ekonomskim in družbenim podsistemom drugi najpomembnejši indikator trajnostnega razvoja države (najpomembnejši je odnos med ekonomskimi in okoljskimi indikatorji). Rezultati poudarjajo posredno povezavo med stopnjo ekonomske razvitosti in razvojem družbenega okolja. Slovenija in Madžarska dohitevata najbolj razvite države (Francijo in Nemčijo), kar v študiji pripisujejo pozitivnim indikatorjem ekonomskega sistema. Ekonomski razvoj pa sam po sebi ne zagotavlja razvoja družbenega sistema ali družbene blaginje (poglejmo npr. Grčijo), kar pomeni, da morajo države kljub temu slediti družbenemu sistemu, ki pa je lahko do določene mere obravnavan kot sistem sekundarnega pomena. Rezultati študije so pokazali, da so med preučevanimi državami ekonomsko in družbeno najbolj razvite države Nemčija, Francija in Slovenija. Predpostavka, da je število

revežev večje v državah s slabšimi ekonomskimi indikatorji in višjo stopnjo brezposelnosti, je bila v tej raziskavi zavržena. Pokazal se je velik vpliv socialne politike države, kar pa dolgoročno ne pomeni trajnosti družbenega sistema.

Raziskava slovenske razvojne strategije je pokazala, da je ta v primerjavi z Agendo 21, Mediteransko strategijo trajnostnega razvoja in Strategijo trajnostnega razvoja Evropske unije najbolj konservativna in normativno najmanj trajnostna (Deželan, Maksuti, & Uršič, 2014b). Raziskava razvojnih strategij slovenskih občin pa nakazuje, da so razvojne strategije s teoretičnega vidika dobro pripravljene, vendar jim manjkajo elementi praktične uporabe teoretičnih konceptov (Deželan, Maksuti, & Uršič, 2014a).

Raziskava, ki je proučevala poročanje slovenskih podjetij o trajnosti na podlagi vsebin, ki so objavljene na njihovi spletnih straneh, nakazuje, da je trajnostno poročanje slovenskih podjetij še v zametkih. Večina podjetij na svojih spletnih straneh ne objavlja nobenih družbenih ali okoljskih informacij, saj ugotovitve kažejo, da je le 25 odstotkov preučevanih podjetij objavilo takšne vsebine. Podjetja se pogosteje odločijo deliti družbene ali okoljske vsebine, s čimer nakazujejo, da tematiki ne ocenjujejo kot enakovredni za izboljšanje ugleda podjetja. Med podjetji, ki imajo pridobljen ISO 14001 (mednarodni standard za sisteme ravnanja z okoljem), je obseg poročanja trajnosti večji, prav tako je obsežnejše poročanje podjetij, ki spadajo med večje onesnaževalce (IPPC zavezanci) (Biloslavo, & Fink Babič, 2012).

Na podlagi predstavljenih raziskav sklepam, da je Slovenija kljub temu, da se približuje najbolj razvitim državam glede na odnos med ekonomskimi in okoljskimi indikatorji trajnosti, še daleč od tega, da doseže trajnost zaradi konservativne razvojne strategije, premalo praktično naravnanih strategij posameznih občin ter nizke zavezanosti k poučevanju trajnosti, kar pojasni tudi nizko stopnjo poročanja slovenskih podjetij o svojem trajnostnem ravnanju.

4.2 Raziskave trajnosti v Turčiji

V prvem podpoglavju predstavljam indikatorje trajnostnega razvoja Turčije, ki jih zbira Turški statistični inštitut, v nadaljevanju pa predstavljam druge raziskave trajnosti v Turčiji, ki zajemajo področje izobraževanja, ekonomsko in okoljsko politiko države ter trajnost v podjetjih.

4.2.1 Indikatorji trajnostnega razvoja Turčije

Turški statistični inštitut za Eurostat vse od leta 2007 zbira podatke o indikatorjih trajnostnega razvoja v državi. Raziskava zajema 132 indikatorjev, ki so razdeljeni na deset tem: družbeno-ekonomski razvoj, trajnostno proizvodnjo in potrošnjo, globalno partnerstvo in dobro upravljanje (ekonomski vidik trajnostnega razvoja), družbeno vključevanje,

demografske spremembe, javno zdravje (družbeni vidik trajnostnega razvoja), klimatske spremembe in energijo, trajnostni transport in naravne vire (okoljski vidik trajnostnega razvoja) (Turški statistični inštitut, 2014b).

Indikatorji ekonomskega vidika trajnostnega razvoja kažejo, da so se povečali izdatki za raziskave in razvoj. Prav tako se je povečal delež zaposlenih oseb, pri čimer se je nekoliko zmanjšal delež zaposlenih med 55 in 64 letom starosti. Delež uradne razvojne pomoči v bruto domačem proizvodu se je povečal, zelo se je povečala tudi količina uradne razvojne pomoči na prebivalca. Indikatorji okoljskega vidika trajnostnega razvoja kažejo, da se je povečala količina celotne porabe energije in energijska odvisnost države. Indikatorji družbenega vidika trajnostnega razvoja kažejo, da se je zmanjšala stopnja materialne prikrajšanosti prebivalstva in delež ljudi, ki so tik pred pragom revščine. Zmanjšal se je delež ljudi, ki predčasno prekinejo izobraževanje, k temu pa so bolj nagnjene ženske kot moški, nekoliko se je povečala stopnja vseživljenjskega učenja. Pričakovana življenjska doba ob rojstvu v letu 2013 je bila 76,9 let. Zmanjšal se je delež prebivalstva, ki uporablja e-upravo (Turški statistični inštitut, 2014b).

4.2.2 Druge raziskave trajnostnega razvoja v Turčiji

Kljub velikosti države je raziskovanje trajnostnega razvoja v Turčiji še v zametkih, kar izhaja iz splošnega prepričanja, da če si človek lahko privoščiti živeti z velikim vplivom na okolje, ima tudi vso pravico, da tako živi in odgovornost pripisujejo vladi in gospodarstvu, ne pa sebi (Ger, 1999). V nadaljevanju predstavljam redke raziskave, ki preučujejo področje trajnosti Turčije v izobraževanju, politiki in podjetjih.

Študente, ki so pripravniki za učiteljski poklic, so preučevali glede njihovih prepričanj o trajnostnem razvoju in spremembah stila življenja. Rezultati kažejo, da se pripravniki zavedajo, da je najpomembnejša rešitev za okoljske probleme trajnostni razvoj, ki je tesno povezan z načinom življenja, in da je okolje eden izmed elementov, ki ga moramo upoštevati v industrijski in gospodarski rasti. Rezultati kažejo tudi, da imajo sodelujoči namen spremeniti svoj življenjski stil, tako da varujejo naravne vire. Statistično značilne so bile razlike v spolu, saj so ženske pokazale višjo stopnjo zavedanja kot moški, prav tako se je kot element, ki vpliva na zavedanje o pomenu trajnosti, izkazalo obiskovanje predmetov z okoljsko tematiko (Tuncer, Tekkaya, & Sungur, 2006). Podobno so v študiji, v kateri so raziskovali percepcije študentov o trajnostnem razvoju in spremembah načina življenja, rezultati pokazali, da se respondenti v veliki meri zavedajo, da morajo spremeniti svoj način življenja, da ohranijo naravno okolje za prihodnje generacije, kar pomeni, da so pozitivno naravnani k trajnostnemu razvoju, vendar morajo dobiti širši pogled, da bodo sprejemali bolj trajnostne odločitve. Primanjkuje jim znanja o trajnostnem vedenju. Študija je pokazala, da je spol pomembna determinanta, ki vpliva na percepcije trajnosti. Ženske se v primerjavi z moškimi bolj zavedajo pomembnosti trajnosti. Obiskovanje okoljskih predmetov v tej študiji ni pokazalo vpliva na zavedanje o pomenu trajnosti (Tuncer, 2008).

Cavas, Ertepinar in Teksoz (2014) so izvedli študijo, s katero so hoteli prikazati trenutno situacijo Turčije glede vključevanja trajnosti v pedagoško izobraževanje. Raziskavo so izvedli med profesorji pedagoških izobraževalnih institucij. Raziskovalci so uporabili SAQ (vprašalnik za ocenjevanje trajnosti), ki ga je razvila mreža vodilnih univerz za trajnostno prihodnost, da univerzam omogoči samoocenjevanje svojega prispevka k trajnostnemu razvoju (Nguyen, & Von Hauff, 2014, str. 3056). Večino tem, ki jih vprašalnik zajema o kurikulumu (trajnostna proizvodnja, ženske in razvoj, populacija, družbena pravičnost, urbana ekologija, trajnostno kmetijstvo, okoljska etika, narava, okoljska filozofija, management okolja, okoljske politike, trajnostni razvoj in globalizacija), profesorji ne poučujejo niti občasno. Temo, ki jo najpogosteje omenijo, je narava, sledi družbena pravičnost, najmanjkrat pa v kurikulum vključijo trajnostno kmetijstvo. Profesorji ocenjujejo, da je le malo izobraževalnih aktivnosti, ki pomagajo študentom razviti spretnosti, pomembne za trajnostni razvoj, realiziranih na njihovih izobraževalnih institucijah. Vprašanja, vezana na raziskave, so pokazala, da v preučevanih institucijah ni bila generalno raziskovana nobena izmed prej omenjenih tem trajnosti. Najpogosteje, in še to le občasno, je bilo omenjeno preučevanje narave. Operacije, vezane na trajnostno ravnanje univerze, so v očeh profesorjev le občasno ali redko implementirane v njihove izobraževalne ustanove, še najpogosteje je to recikliranje odpadkov (2,95 na 5-stopenjski Likertovi lestvici). Večina institucij nima aktivnosti izobraževanja zaposlenih, kriterijev napredovanja ali zahtev za zaposlitev, ki bi upoštevali trajnost oziroma anketiranci zanje ne vedo. Družbeno trajnostno ravnanje svojih institucij je v očeh profesorjev redko, saj 30 odstotkov anketirancev ne ve, da bi jih njihova institucija imela, 30 odstotkov pa navaja, da je prispevek njihovih institucij k družbenim projektom majhen. Za študente je v okviru študentskih kampusov najpogosteje omogočen okoljski klub in dostop do botaničnega vrta. Odgovori na vprašanja o misiji, strukturi in načrtih institucij so pokazali, da ima dobrih 14 odstotkov institucij svet za okolje, koordinatorja za okolje, uradnika kampusa ter redne okoljske revizije. Institucionalno deklaracijo trajnosti ima glede na rezultate te študije le 3,2 odstotka preučevanih institucij.

Raziskave o trajnostnem razvoju na področju izobraževanja prikazujejo Turčijo kot državo, v kateri ima trajnost malo prostora v izobraževanju, vendar se študentje kljub temu zavedajo, da je potrebno spremeniti svoje ravnanje, da lahko zagotovijo trajnostno prihodnost, pomembno pa je, da do te spremembe tudi pride, saj samo zavedanje še ne pomeni tudi konkretne akcije.

Na političnem področju raziskava s pomočjo medčasovnega modela primerjave (IBM) dokazuje, da primanjkljaj Turčije med letoma 1992 in 2004 ni bil niti optimalen niti trajnosten in zato tudi ni maksimalna koristnost preučevanega obdobja (Ogus, & Sohrabji, 2008). Analiza politike Turčije na področju električne energije v odnosu do trajnosti nakazuje, da ima Turčija številne in zadostne vire in ekonomski potencial, da razvije politike električne energije, ki zagotavljajo trajnosti razvoj. Največja slabost države je njena odvisnost od dobave električne energije iz tujine. Država ima velik potencial

izkoriščanja hidroenergije, zaradi negativnih vplivov velikih hidroelektrarn pa so bolj primerne za trajnostni razvoj manjše. Velik korak k trajnostnemu razvoju na področju električne energije bo narejen, ko bodo dokončani projekti izkoriščanja nuklearne energije, katere delež se bi naj do leta 2023 povečal za 10 odstotkov. Načrtovane so tudi investicije za izkoriščanje vetrne energije. Energijski projekti prihodnjih desetih let glede na njihovo skladnost s trajnostnim razvojem kažejo velik potencial hidroenergije ter nuklearne in vetrne energije (Atis, Guney, & Onat, 2014).

Politika Turčije se usmerja v okolju bolj prijazne načine pridobivanja energije, kar omogoča trajnostni razvoj države v prihodnosti, vendar je pomembno, da upošteva tudi ekonomski vidik trajnosti in uravna svoje bilančno stanje, tako da bo to skladno s konceptom trajnostnega razvoja, česar med letoma 1992 in 2004 ni bilo.

Küçüksayraç (2015) je raziskoval najboljša turška podjetja na področju trajnostnega razvoja glede ovir, ki jih srečujejo, prednosti, ki jih dosegajo, katere potrebe imajo, da se bodo lahko tudi v prihodnosti razvijala trajnostno ter obseg in razloge za njihovo delovanje. Rezultati nakazujejo, da je v oblikovanju trajnostne strategije med preučevanimi podjetji največji fokus na proizvodnji in embalaži. Vodi jih cilj povečanja vrednosti blagovne znamke in ugleda. Kot največje ovire so v raziskavi identificirali pomanjkanje povpraševanja na trgu in pomanjkljivo zakonodajo. Največje potrebe podjetij v Turčiji glede trajnostnega razvoja so na področju raziskav in razvoja. Rezultati te raziskave se nekoliko razlikujejo od prejšnjih raziskav v Turčiji in Evropi, saj povečanje izvoza niso identificirali niti kot razlog niti kot korist trajnostnega razvoja. V Turčiji je oblikovanje kot sredstvo za doseganje trajnosti še vedno omejeno, saj proizvodnja potrebuje pozornost in strokovnost oblikovalcev, da jo lahko doseže, vendar pa tudi omejena uporaba teh praks vodi do prednosti za podjetje. Nadaljnje spodbujanje trajnostnega oblikovanja izdelkov znotraj industrije, preko dobrih poslovnih praks, bo še dodatno povečalo njegov vpliv.

Analiza poročil devetih turških podjetij na podlagi indikatorjev globalne poročevalske iniciative (angl. *global reporting initiative*), ki je najširše poznan vodič poročanja trajnosti, kaže, da večina preučevanih poročil izpolnjuje pogoje, ki so vezani na prvi in drugi del globalne poročevalske iniciative, tj. razkritje profila in razkritje pristopov upravljanja. Problem se pojavi v tretjem delu, kjer rezultati študije pokažejo, da poročila turških podjetij o trajnosti ne uspejo predstaviti indikatorjev uspešnosti (Aktaş, Karğın, & Kayaliderel, 2013).

Turška podjetja trajnostni razvoj implementirajo primarno na področju proizvodnje in embalaže z namenom povečanja svojega ugleda in vrednosti blagovne znamke, vendar se srečujejo s problemom pomanjkanja povpraševanja in pomanjkljive zakonodaje. Podjetja se torej ne ukvarjajo dovolj celostno s trajnostnim razvojem, da bi lahko videla bolj jasne rezultate njegove implementacije, prostor za izboljšave imajo tudi pri poročanju o svojem trajnostnem vedenju.

Po pregledu trajnostnega razvoja z vidika podjetja, porabnika ter političnih in izobraževalnih institucij ter preteklih raziskav s področja trajnostnega razvoja v preučevanih državah zaključujem teoretični del magistrskega dela in v nadaljevanju predstavljam empirični del.

5 PRIMERJALNA ANALIZA DEJAVNIKOV TRAJNOSTNEGA RAZVOJA MED SLOVENSKIMI IN TURŠKIMI ŠTUDENTI

V tem delu magistrskega dela teorijo koncepta trajnostnega razvoja proučujem na primeru slovenskih in turških študentov. Na podlagi teoretičnega pregleda znanstvene literature na preučevano temo bom poskusila s pomočjo empirične raziskave odgovoriti na naslednja raziskovalna vprašanja:

1. kakšen je odnos študentov do trajnostnega razvoja;
2. ali obstaja povezava med odnosom do trajnostnega razvoja in pripravljenostjo za nakup trajnostnih izdelkov;
3. ali glede trajnostnega razvoja obstajajo razlike med slovenskimi in turškimi študenti;
4. katere spremenljivke vplivajo na pomembnost trajnostnega razvoja med študenti.

Empirična raziskava je usmerjena v analizo trajnostnega razvoja kot dejavnika nakupne odločitve slovenskih in turških študentov. V nadaljevanju predstavljam namen, cilje, raziskovalne hipoteze, metodologijo in rezultate empiričnega dela magistrskega dela.

5.1 Namen in cilji raziskave

Osrednji namen magistrskega dela je osvetliti področje trajnostnega razvoja z vidika študentov ter ga razširiti z izpostavitvijo razlik v nakupnih odločitvah slovenskih in turških študentov. Na podlagi empiričnega dela raziskave želim ugotoviti, če je trajnostni razvoj dejavnik, ki vpliva na nakupne odločitve študentov, katere spremenljivke na to vplivajo in kakšne so razlike med študenti obeh držav. Pridobljeni rezultati bodo doprinesli k povečanju znanja na področju trajnostnega razvoja, saj so raziskave obeh držav na tem področju zelo omejene.

Na podlagi namena opredeljujem osnovni cilj magistrskega dela, tj. da pokažem vpliv dejavnikov trajnostnega razvoja na nakupne odločitve slovenskih in turških študentov. Vezani na osnovni cilj so pomožni cilji empiričnega dela prikazati razlike v pomembnosti trajnostnega razvoja za slovenske in turške študente, razlike v njihovi pripravljenosti za nakup trajnostnih izdelkov, razlike med študenti in študentkami samimi ter razlike v pomembnosti trajnostnega razvoja glede na obiskovanje predmetov, ki obravnavajo koncept trajnostnega razvoja.

5.2 Hipoteze

Odnos do trajnostnih izdelkov je ena izmed individualnih karakteristik, ki je povezana s preferencami za trajnostne izdelke in storitve (Böhm, & Hanss, 2013, str. 54), zato jo je potrebno podrobneje raziskati. Pretekle raziskave okolju prijaznega vedenja med študenti razvitih držav in držav v razvoju so prišle do zaključka, da obstajajo značilne razlike med njimi, kar nakazuje, da zunanji faktorji, kot so kultura, okoljske strukture in storitve, vplivajo na okoljsko vedenje študentov (Vicente-Molina et al., 2013). Kulturi preučevanih držav se zelo razlikujeta, zato predvidevam, da bom v omenjeni raziskavi prišla do podobnega zaključka. Primerjava obeh držav glede na Indeks okoljske učinkovitosti nakazuje, da je zavedanje o pomembnosti okoljske dimenzije trajnostnega razvoja večje v Sloveniji. Rezultati so Slovenijo namreč uvrstili na 15. mesto med državami sveta, Turčijo pa na 66. (Univerza Yale, 2014). Podobno je pri družbeni dimenziji trajnostnega razvoja, saj je glede na Indeks razvoja ljudi Slovenija na 25. mestu, Turčija pa šele na 69. mestu (Organizacija združenih narodov, 2014). Na osnovi navedenega postavljam hipotezi:

H1: Študentje iz Slovenije imajo bolj pozitiven odnos do trajnostnega razvoja kot študentje iz Turčije;

H2: Slovenski študentje so bolj pripravljeni kupiti trajnostne izdelke kot turški študentje.

Odnos porabnika do izdelka ali storitve je neoprijemljivi del potrošnje, ki ima velik vpliv na oprijemljivi del, tj. nakupna odločitev (Sheth et al., 2011, str. 27). Porabnikom sta pri sprejemanju nakupne odločitve bolj kot ekonomski pomembna okoljski in družbeni vidik trajnostnega razvoja (Collins et al., 2007). Specifični odnos porabnikov do okoljskih dejavnikov trajnostnega razvoja dokazano vpliva na njihovo okoljsko vedenje (Poortinga et al., 2004, str. 72; Swaim, Maloni, Napshin, & Henley, 2014, str. 472). Predvidevam, da to velja tudi za preostali dve dimenziji trajnostnega razvoja. Če hočemo napovedovati nakupno vedenje porabnikov v prihodnosti, je smotrno vedeti in razumeti, kako pomemben je trajnostni razvoj pred nakupom določenega izdelka oziroma storitve. Pri tem je pomembno upoštevati zunanje dejavnike, ki omejujejo zmožnost trajnostnega vedenja, npr. slabe povezave mestnega prometa, oddaljenost ekoloških obočkov, omejenost informacij ipd., kar so strukturne omejitve, ki jih posameznik sam ne more odpraviti (Thøgersen, 2005, str. 145). Dosedanje študije prikazujejo veliko razliko med pripravljenostjo porabnikov za nakup trajnostnih izdelkov in njihovim dejanskim nakupom (UNEP, 2005, str. 15), vendar predvidevam, da je pozitiven odnos dejavnik (čeprav gotovo ne edini), ki napoveduje vedenje. Na podlagi navedenega postavljam hipotezo:

H3: Študentje, ki imajo bolj pozitiven odnos do trajnostnega razvoja, bodo bolj pripravljeni kupiti trajnostne izdelke.

Integracija trajnosti v visoko šolstvo je ključnega pomena za zavedanje študentov, kako vsakodnevno življenje vpliva na okolje, gospodarstvo in družbo, obenem pa tako oblikuje njihovo vedenje na lokalni in globalni ravni (Moore, v Tuncer, 2008, str. 212). Visokošolska izobrazba značilno poveča stopnjo, do katere se študentje obnašajo v skladu z dejavniki trajnostnega razvoja (Tuncer, 2008, str. 214), zato rezultatov raziskave ni možno posploševati na celotno populacijo posamezne države. Zavedanje o pomembnosti vključevanja trajnostnega razvoja v kurikulare izobraževalnih institucij je pokazala tudi Organizacija združenih narodov, ki je obdobje med letoma 2005 in 2014 imenovala za »desetletje izobraževanja za trajnostni razvoj« na vseh ravneh izobraževanja (Nguyen, & Von Hauff, 2014, str. 3044), saj so dosedanje študije dokazale, da je stopnja trajnostnega vedenja lahko izboljšana, če izobraževalni programi poučujejo principe trajnostnega razvoja (Brody, & Ryu, 2006, str. 188). Študije, ki so preučevale vpliv obiskovanja predmetov, pri katerih se poučujejo koncepti trajnostnega razvoja na pomembnost trajnostnega razvoja med študenti, so pokazale nasprotujoče si rezultate (Tuncer, Tekkaya, & Sungur, 2006; Tuncer, 2008), vendar predvidevam, da obstajajo razlike med tistimi študenti, ki so obravnavali koncept trajnostnega razvoja, in tistimi, ki ga niso, zato postavljam hipotezo:

H4: Študentje, ki v okviru svojega študija obiskujejo predmete, pri katerih se poučujejo vidiki trajnostnega razvoja, se bolj zavedajo njegove pomembnosti.

Razlike med spoloma se kažejo pri družbenem vidiku trajnosti, saj so ženske bolj zaskrbljene glede družbenih problemov kot moški (Eagly et al., 2004; Luchs, & Mooradian, 2012), in okoljskem vidiku trajnosti, saj so ženske bolj zaskrbljene tudi glede okoljskih problemov (Zelezny et al., 2000; Koos, 2011; Luchs, & Mooradian, 2012.) Ta dva vidika trajnostnega razvoja sta za porabnike bolj pomembna kot ekonomski (Collins et al., 2007), zato ne preseneča dejstvo, da ženske v primerjavi z moškimi kažejo več zavedanja o pomembnosti trajnosti (Tuncer, 2008). Na osnovi povedanega predpostavljam hipotezo:

H5: Študentke imajo bolj pozitiven odnos do trajnostnega razvoja kot študentje.

5.3 Metodologija

V empiričnem delu magistrskega dela uporabljam kot raziskovalno metodo analizo primarnih virov podatkov, saj sem prišla na podlagi pregleda sekundarnih virov do spoznanja, da še ni bila izvedena raziskava, ki bi primerjala trajnostni razvoj kot nakupni dejavnik pri slovenskih in turških študentih. Raziskavo sem izvedla s pomočjo anketnega vprašalnika, ki je kvantitativna metoda raziskovanja, oblikovala pa sem ga na podlagi sekundarnih virov, predvsem znanstvenih člankov, v katerih so bile predstavljene raziskave s področja trajnostnega razvoja.

5.3.1 Pridobivanje podatkov

Anketni vprašalnik je bil preko spleta posredovan slovenskim in turškim študentom v njihovih maternih jezikih, saj ima ta oblika pridobivanja podatkov številne prednosti pred telefonskim in osebnim anketiranjem. Prednosti spletnih anket so predvsem v nižjih stroških in hitrosti zbiranja podatkov. S pomočjo spletnega zbiranja podatkov sem se izognila napakam pri njihovem vnosu v podatkovno bazo, obenem pa sem presegla geografske omejitve, ki so bile prisotne v raziskavi (Prednosti in slabosti, 2015). Prevod vprašalnika v turščino omogoča boljše razumevanje vprašanj študentom, s tem pa večjo zanesljivost odgovorov ter posledično večjo zanesljivost vprašalnika in uporabnost raziskave. Rezultati raziskave so obdelani s pomočjo statističnega paketa SPSS. Anketiranci so bili zaradi lažje dostopnosti zbrani na osnovi neslučajnostnega vzorčenja. Vzorec je priložnostni. Anketa je bila študentom posredovana preko spletnih forumov univerz in skupin na socialnih omrežjih. V anketi je sodelovalo 232 udeležencev, od tega je bilo 126 udeležencev iz Slovenije in 106 iz Turčije.

5.3.2 Anketni vprašalnik

Za zbiranje primarnih podatkov je bil oblikovan vprašalnik (Priloga 1 in Priloga 2). Vprašanje o poznavanju trajnostnega razvoja je uvod v vprašalnik, kateremu sledi obrazložitev koncepta, s pomočjo katere bodo lahko na vprašalnik odgovorili tudi tisti anketiranci, ki koncepta sicer ne poznajo pod njegovim imenom, vendar ga v življenju večkrat srečujejo. Drugo vprašanje meri odnos anketirancev do trajnostnega razvoja s pomočjo trditve kot npr. »Sedanja generacija naj zagotovi, da bodo prihodnje generacije živele v skupnostih, ki so vsaj tako zdrave, kot je sedanja,« nanj pa anketiranci odgovorijo z Likertovo lestvico od ena do pet (1 pomeni sploh se ne strinjam; 2 pomeni ne strinjam se; 3 pomeni niti se strinjam niti se ne strinjam; 4 pomeni strinjam se in 5 pomeni popolnoma se strinjam). Vprašanje obsega šestnajst trditve (prvih sedem se nanaša na družbeni vidik, naslednjih šest na okoljski vidik in zadnje tri na ekonomski vidik trajnostnega razvoja), (Priloga 1), ki so povzete po raziskavi Michalos et al. (2012). Že v prvi fazi sem izločila dve trditvi, ki sta se že v prvotni raziskavi izkazali za problematični, to sta »Uporabno je oceniti dolarsko vrednost storitev, ki nam jih zagotavlja ekosistem,« in sicer zaradi zapletenosti koncepta, s tem pa tudi visokega odstotka odgovora »Ne vem« v prvotni raziskavi, in »Verjamem, da bi morala biti gospodinjska opravila v mojem gospodinjstvu enakomerno razdeljena med vse družinske člane ne glede na spol,« saj je vprašanje zelo podobno vprašanju/trditvi »Gospodinjska opravila naj bi bila enakomerno razdeljena med vse člane gospodinjstva ne glede na spol« in so bili tudi odgovori v prvotni raziskavi zelo podobni.

Tretje vprašanje meri pripravljenost za nakup trajnostnih izdelkov in je bilo za te prilagojeno na podlagi Liao in Hsieh (2013). Vprašanje zajema štiri trditve (npr. »Verjetno

je, da bom v naslednjem mesecu kupil/-a trajnostne izdelke«), ki so merjene na podlagi 5-stopenjske Likertove lestvice.

V četrtem vprašanju merim pomembnost trajnostnega razvoja za anketirance na podlagi dejavnikov (npr. »Skladnost delovanja podjetja z okoljskimi predpisi«), ki so jih v svoji raziskavi izpostavili Lin, Chang in Chang (2014). Prvih pet se nanaša na družbeni vidik trajnostnega razvoja, naslednjih osem na okoljskega in zadnji trije na ekonomskega. Tudi tukaj strinjanje anketirancev merim z že omenjeno 5-stopenjsko Likertovo lestvico.

Sledijo demografska vprašanja o spolu, starosti, stopnji in smeri študija. Zadnje vprašanje se nanaša na obravnavanje tematike trajnostnega razvoja v okviru študijskega programa, poleg pozitivne (»Da«) in negativne (»Ne«) opcije odgovora pa je ponujena tudi nevtralna opcija (»Ne vem«).

Anketni vprašalnik je bil po dokončnem pregledu in oblikovanju testiran na vzorcu desetih slovenskih in sedmih turških študentov, pri katerih se je zaznala potreba po obrazložitvi koncepta trajnostnega razvoja pred začetkom anketiranja, dodala sem tudi vprašanje o poznavanju koncepta trajnostnega razvoja, da vidim, kako je le-ta razširjen in prepoznan med študenti obeh narodnosti. Dodatno je prišlo do preoblikovanja dveh trditev, kjer je bila povratna informacija pilotne študije, tako da bi lahko prišlo do nerazumevanja.

5.4 Analiza in interpretacija rezultatov

V tem podpoglavju predstavljam rezultate raziskave, ki je bila izvedena s pomočjo anketnega vprašalnika. Začnem s socio-demografskimi značilnostmi študentov, ki so rešili vprašalnik, sledi opis rezultatov po vprašanjih iz anketnega vprašalnika ter preverjanje hipotez, zaključim pa z rezultati dodatnih analiz vprašalnika. Pred analizo sem obrnila vse negativne odgovore, tako da v analizi višja vrednost pomeni pozitiven odgovor.

5.4.1 Značilnosti vzorca

Vzorec sestavlja 232 udeležencev, od tega je 126 udeležencev iz Slovenije in 106 iz Turčije. Med anketiranimi iz Slovenije je 84 žensk in 42 moških; 71 izmed njih obiskuje dodiplomsko stopnjo študija, 52 pa podiplomsko, trije na to vprašanje niso odgovorili. Naravoslovno smer študija obiskuje 41 anketiranih iz Slovenije, družboslovno pa 83; dva udeleženca na to vprašanje nista odgovorila. Povprečna starost anketiranih Slovencev znaša 25,9 let. Vzorec anketiranih iz Turčije zajema 45 žensk in 61 moških. Od tega jih 73 obiskuje dodiplomski študijski program, 33 pa podiplomski. Naravoslovno smer obiskuje 35 anketiranih, družboslovno pa 71. Povprečna starost anketiranih Turkov znaša 26,1 let.

5.4.2 Opis rezultatov po vprašanjih iz anketnega vprašalnika

Uvodno vprašanje o poznavanju koncepta trajnostnega razvoja (Tabela 2) je razkrilo, da je poznavanje koncepta večje med slovenskimi študenti, saj je pri Slovencih koncept poznalo skoraj 71 odstotkov anketirancev, pri Turkih pa nekaj manj kot 51 odstotkov anketiranih.

Tabela 2: Število in delež študentov, ki poznajo koncept trajnostnega razvoja

			Ali poznate koncept trajnostnega razvoja?		Skupaj
			Da	Ne	
Država	Slovenija	Število odgovorov	89	37	126
		% znotraj slovenskega vzorca	70,6	29,4	100
		% v celotnem vzorcu	38,4	15,9	54,3
	Turčija	Število odgovorov	54,0	52,0	106,0
		% znotraj turškega vzorca	50,9	49,1	100
		% v celotnem vzorcu	23,3	22,4	45,7
Skupaj		Število odgovorov	143	89	232
		% v celotnem vzorcu	61,6	38,4	100

V nadaljevanju je bila preverjena opisna statistika za celoten vzorec ter za vsako državo posebej glede na spremenljivke odnos, nakup in pomembnost trajnostnega razvoja. Izveden je bil Kolmogorov-Smirnov test za preverjanje normalnosti porazdelitve podatkov, s katerim se je preverjalo dve hipotezi:

H0: spremenljivka značilno ne odstopa od normalne porazdelitve;

H1: spremenljivka značilno odstopa od normalne porazdelitve.

Na podlagi p vrednosti lahko za konstrukt »odnos do trajnostnega razvoja« sprejemem H0, saj je p vrednost večja od 0,05, in zaključim, da je spremenljivka normalno porazdeljena ter v nadaljevanju za analizo uporabim parametrične teste. Pri konstruktih »pripravljenost za nakup« in »pomembnost trajnostnega razvoja« pa je p vrednost manjša od 0,05, kar pomeni, da zavrnem H0 in sprejemem H1 ter zaključim, da spremenljivke značilno odstopajo od normalne porazdelitve, v nadaljevanju pa za analizo uporabim neparametrične teste. Zanesljivost lestvice pri posameznem vprašanju sem merila s pomočjo Cronbachove alfe (Priloga 3), ki za konstrukt »odnos do trajnostnega razvoja« znaša 0,803, za konstrukt »pripravljenost za nakup« 0,882 in za konstrukt »pomembnost trajnostnega razvoja« 0,924. Vse tri vrednosti so zadovoljive.

V nadaljevanju predstavljam rezultate opisnih statistik za konstrukte odnos, pripravljenost za nakup in pomembnost trajnostnega razvoja (Tabela 3), kateremu sledijo rezultati spremenljivk znotraj posameznega konstrukta. Analiza konstrukta je bila izvedena v SPSS z vrednostjo aritmetične sredine vseh spremenljivk, ki sestavljajo posamezni konstrukt. Najvišjo vrednost aritmetične sredine odgovorov ima konstrukt pomembnost (4,28), sledita

konstrukta odnos (4,21) in pripravljenost za nakup (3,84). Če pogledamo tri skupine konstruktov glede na študente posamezne države, vidimo, da je razporeditev aritmetičnih sredin enaka, torej najvišjo vrednost ima konstrukt pomembnost, sledita pa konstrukta odnos in pripravljenost za nakup, vendar so vrednosti aritmetičnih sredin odgovorov slovenskih študentov nad vrednostmi celotnega vzorca in vrednosti turških študentov pod njim.

Tabela 3: Aritmetična sredina, standardni odklon, koeficient asimetrije, koeficient sploščenosti za konstrukte odnos, pripravljenost za nakup in pomembnost trajnostnega razvoja

	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Koeficient asimetrije	Koeficient sploščenosti
Celotni vzorec (N = 232)				
Odnos	4,21	0,44	-0,61	0,86
Nakup	3,84	0,72	-0,71	1,32
Pomembnost	4,28	0,53	-1,17	2,06
Slovenija (N = 126)				
Odnos	4,26	0,42	-0,23	-0,46
Nakup	3,91	0,59	0,12	-0,40
Pomembnost	4,31	0,49	-0,98	1,39
Turčija (N = 106)				
Odnos	4,15	0,46	- 0,92	1,59
Nakup	3,75	0,85	-0,87	0,91
Pomembnost	4,24	0,58	-1,26	2,25

Najvišjo vrednost aritmetične sredine (Tabela 4) je imela pri odnosu do trajnostnega razvoja trditve »Moški in ženske naj bi imeli enak dostop do vseh oblik izobraževanja in zaposlitve,« in sicer 4,60. Sledita trditvi »Pomembno je najti načine, kako zmanjšati revščino« z vrednostjo aritmetične sredine 4,38 in »Razumevanje in obravnavanje klimatskih sprememb ni pomembno,« z vrednostjo 4,37. Najnižje vrednosti pri odnosu do trajnostnega razvoja ima trditve »Trajnostni razvoj ne bo možen, dokler bogatejši narodi ne prenehajo z izkoriščanjem delovne sile revnejših narodov,« in sicer z 3,77. Tej trditvi sledita trditvi »Dokler imamo na razpolago naravne vire, lahko uporabimo več virov, kot jih potrebujemo, brez da bi ogrozili zdravje in blaginjo bodočih generacij« s povprečjem 3,96 in »Ne potrebujemo strožjih zakonov in predpisov, da zaščitimo okolje« s povprečjem 3,97. Vrednosti aritmetične sredine kažejo, da je odnos študentov do trajnostnega razvoja pozitiven, saj vse povprečne vrednosti presegajo nevtralno vrednost odgovorov (tj. 3).

Tabela 4: Aritmetična sredina in standardni odklon za konstrukt odnos do trajnostnega razvoja v celotnem vzorcu

	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Vsaka oseba bi morala dobiti izobrazbo, ki zagotavlja znanje, vrednote in spretnosti, pomembne za trajnostno življenje v skupnosti.	4,30	0,69
Sedanja generacija naj zagotovi, da bodo prihodnje generacije živele v skupnostih, ki so vsaj tako zdrave, kot je sedanja.	4,34	0,72
Vlade naj sprejmejo trajnostni razvoj kot nacionalno prednostno nalogo.	4,31	0,73
Državljeni naj bodo dobro informirani in aktivno sodelujejo v demokratičnih procesih, kot so npr. volitve.	4,36	0,72
Moški in ženske naj bi imeli enak dostop do vseh oblik izobraževanja in zaposlitve.	4,60	0,63
Gospodinjstva naj bi bila ne glede na spol enakomerno razdeljena med vse člane gospodinjstva.	4,35	0,80
Dokler imamo na razpolago naravne vire, lahko uporabimo več virov, kot jih potrebujemo, brez da bi ogrozili zdravje in blaginjo bodočih generacij.*	3,96	1,21
Ne potrebujemo strožjih zakonov in predpisov, da zaščitimo okolje.*	3,97	1,11
Vlada naj podpira uporabo prevoznih sredstev, ki porabijo manj goriva.	4,31	0,73
Proizvajalci naj odvrtačajo porabnike od uporabe izdelkov za enkratno uporabo.	4,04	0,82
Razumevanje in obravnavanje klimatskih sprememb ni pomembno.*	4,37	0,88
Ljudje, ki onesnažujejo zemljo, zrak ali vodo, naj plačajo odškodnino za škodo, ki so jo storili skupnostim in okolju.	4,13	0,95
Dokler je voda dostopna, je prav, da jo uporabimo toliko, kot jo želimo.*	4,13	0,95
Pomembno je najti načine, kako zmanjšati revščino.	4,38	0,82
Tudi v slabših ekonomskih razmerah je mogoče varovati okolje in ustvarjati delovna mesta.	4,07	0,86
Trajnostni razvoj ne bo možen, dokler bogatejši narodi ne prenehajo z izkoriščanjem delovne sile revnejših narodov.	3,77	1,08

Legenda: *obratno vrednotenje odgovorov

Vrednosti aritmetične sredine konstrukta pripravljenost za nakup (Tabela 5) trajnostnih izdelkov pokažejo, da so le-te najvišje pri trditvi »Svojim prijateljem in družini priporočam nakup trajnostnih izdelkov«, sledita trditvi »V prihodnosti nameravam še vedno nakupovati trajnostne izdelke« in »Verjetno je, da bom v naslednjih treh mesecih kupil/-a trajnostne izdelke,« najnižja vrednost pa velja za trditev »Verjetno je, da bom v naslednjem

mesecu kupil/-a trajnostne izdelke.« Splošno lahko iz rezultatov vidimo, da so študentje pripravljeni nakupovati trajnostne izdelke, saj so vse vrednosti aritmetične sredine med 3,62 in 3,97, torej višje od nevtralnega odgovora z vrednostjo 3.

Tabela 5: Aritmetična sredina in standardni odklon za konstrukt pripravljenost za nakup trajnostnih izdelkov v celotnem vzorcu

	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Verjetno je, da bom v naslednjem mesecu kupil/-a trajnostne izdelke.	3,62	0,86
Verjetno je, da bom v naslednjih treh mesecih kupil/-a trajnostne izdelke.	3,82	0,86
V prihodnosti nameravam še vedno nakupovati trajnostne izdelke.	3,95	0,83
Svojim prijateljem in družini priporočam nakup trajnostnih izdelkov.	3,97	0,83

Konstrukt pomembnost trajnostnega razvoja sem merila s pomočjo šestnajstih trditvev na 5-stopenjski Likertovi lestvici. Vse trditve dosegajo povprečno vrednost odgovora nad 3 (Tabela 6), kar pomeni, da so anketirancem pomembne. Najvišje vrednosti aritmetične sredine so pri pomembnosti varovanja človekovih pravic (4,56), sledijo delovne prakse in pogoji dela (4,44) ter količina emisij, odpadne vode in odpadov, ki jih proizvede podjetje (4,40).

Tabela 6: Aritmetična sredina in standardni odklon za konstrukt pomembnost trajnostnega razvoja v celotnem vzorcu

	Aritmetična sredina	Standardni odklon
Odgovornost izdelka do porabnikovega zdravja in varnosti (označevanje izdelkov in storitev; tržno komuniciranje; varovanje zasebnosti porabnika)	4,31	0,76
Delovne prakse in dostojno delo (zagotavljanje zaposlitev; dober odnos managementa in zaposlenih; zdravje in varnost pri delu; usposabljanje in izobraževanje; raznolikost in enakost priložnosti).	4,44	0,72
Varovanje človekovih pravic (nediskriminacija; omogočena svoboda združevanja; onemogočeno delo otrok; sprejemanje varnostnih pristopov)	4,56	0,65
Skladnost delovanja podjetja z zakoni in predpisi	4,36	0,71
Vpliv na družbo (korupcija; javna politika; protikonkurenčno delovanje)	4,23	0,83
Poraba in varčevanje energije (varčevanje energije na podlagi ohranjanja in izboljšanje učinkovitosti)	4,39	0,72
Količina emisij, odpadne vode in odpadov, ki jih proizvede podjetje.	4,40	0,76
Količina porabljene in ponovno uporabljene vode v podjetju.	4,28	0,86
Zmanjšanje okoljskih vplivov izdelkov in storitev (odstotek prodanih izdelkov, katerih embalaža, npr. steklenica, je vrnjena proizvajalcu)	4,36	0,74
Skladnost delovanja podjetja z okoljskimi predpisi.	4,32	0,77
Poraba materialov in ponovna uporaba recikliranih materialov	4,38	0,72
Okoljski vpliv transporta izdelkov	4,25	0,74
Biotska raznolikost (stopnja raznolikosti vseh oblik življenja) okolja podjetja	4,07	0,89
Ekonomska uspešnost podjetja	3,84	0,90
Lokalna prisotnost na trgu (politike, prakse in delež sodelovanja z lokalnimi dobavitelji; zaposlovanje lokalnega prebivalstva)	4,07	0,86
Neposredni ekonomski vpliv (razvoj in vpliv investicij v infrastrukturo ter storitve, namenjene v prvi vrsti javnemu dobremu)	4,15	0,81

Koncept trajnostnega razvoja med študijskim programom (Tabela 7) je obravnavala polovica slovenskih in tretjina turških študentov, kar dodatno krepi rezultate prvega anketnega vprašanja o poznavanju koncepta trajnostnega razvoja.

Tabela 7: Število in odstotek študentov, ki so v okviru študijskega programa obravnavali koncept trajnostnega razvoja

			Ste v okviru študijskega programa obravnavali koncept trajnostnega razvoja?			Skupaj
			Da	Ne	Ne vem	
Država	Slovenija	Število odgovorov	63	52	11	126
		% znotraj slovenskega vzorca	50	41,3	8,7	100
		% v celotnem vzorcu	27,2	22,4	4,7	54,3
	Turčija	Število odgovorov	35	71	0	106
		% znotraj turškega vzorca	33,0	67,0	,0	100
		% od skupaj	15,1	30,6	,0	45,7
Total		Število odgovorov	98	123	11	232
		% v celotnem vzorcu	42,3	53,0	4,7	100

5.4.3 Preverjanje raziskovalnih hipotez

Po analizi rezultatov empirične raziskave o trajnostnem razvoju kot dejavniku nakupne odločitve slovenskih in turških študentov sledi preverjanje prej postavljenih petih hipotez.

H1: Študentje iz Slovenije imajo bolj pozitiven odnos do trajnostnega razvoja kot študentje iz Turčije.

Aritmetična sredina odgovorov vseh šestnajstih trditev o odnosu do trajnostnega razvoja, znaša med slovenskimi študenti 4,26, med turškimi pa 4,14 (Tabela 8). Razliko med aritmetičnima sredinama obeh (neodvisnih) vzorcev sem ocenila s pomočjo Studentovega t-testa. Rezultati kažejo, da med slovenskimi in turškimi študenti obstajajo statistično značilne razlike v njihovem odnosu do trajnostnega razvoja ($p < 0,05$).

Tabela 8: Aritmetična sredina, standardni odklon in t-test razlik v odnosu do trajnostnega razvoja glede na državo bivanja

	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Df*	t*	P*
			230	2,06	0,04
Slovenija (N = 126)	4,26	0,42			
Turčija (N = 106)	4,14	0,47			

Legenda: *df = stopnje prostosti, t = t-test, p = statistična značilnost regresijskega koeficienta

Na podlagi teh rezultatov je H1 potrjena – slovenski študentje imajo bolj pozitiven odnos do trajnostnega razvoja kot turški.

H2: Slovenski študentje so bolj pripravljeni kupiti trajnostne izdelke kot turški študentje.

Za analizo razlik v pripravljenosti za nakup med slovenskimi in turškimi študenti je bil uporabljen Mann-Whitneyev U test (Tabela 9). Aritmetična sredina pripravljenosti za nakup trajnostnih izdelkov je med slovenskimi študenti 3,91, med turškimi pa 3,75. Rezultati Mann-Whitneyevega U testa kažejo, da statistično značilne razlike v aritmetični sredini pripravljenosti za nakup trajnostnega izdelka med slovenskimi in turškimi študenti ne obstajajo ($p > 0,05$ in $|Z| < 1,96$).

Tabela 9: Aritmetična sredina, standardni odklon in Mann-Whitney U test za konstrukt pripravljenost nakupa trajnostnih izdelkov glede na državo

	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Mann-Whitneyev U test	Z*	p
Nakup trajnostnega izdelka			6403,5	-0,547	0,585
Slovenija (N=126)	3,91	0,59			
Turčija (N=106)	3,75	0,85			

Legenda: Z = Z-vrednost

Na podlagi rezultatov Mann-Whitneyevega testa, hipoteza H2 ni potrjena – med slovenskimi in turškimi študenti ni statistične razlike glede njihove pripravljenosti za nakup trajnostnih izdelkov.

H3: Študentje, ki imajo bolj pozitiven odnos do trajnostnega razvoja, bodo bolj pripravljeni kupiti trajnostne izdelke.

Hipoteza H3 je preizkušena s pomočjo regresijske analize, ki meri odvisnost med dvema spremenljivkama. Rezultati (Tabela 10) regresijske analize kažejo na to, da odnos do trajnostnega razvoja statistično značilno vpliva na nakup trajnostnih izdelkov ($p < 0,05$). Rezultati so narejeni za študente obeh držav skupaj. V testiranem modelu je odvisna spremenljivka pripravljenost za nakup trajnostnega izdelka, neodvisna pa odnos do trajnostnega razvoja. Rezultat kaže pozitiven vpliv neodvisne spremenljivke na odvisno ($\beta = 0,36$).

Tabela 10: Enostavna regresijska analiza vpliva trajnostnega razvoja na nakup trajnostnih izdelkov

	B	Standardna napaka	β	p
Konstanta	1,36	0,43		0,002
Odnos do trajnostnega razvoja	0,59	0,10	0,36	0,000

Op.: $R = 0,356$, $R^2 = 0,127$

Legenda: β = standardizirani regresijski koeficient

Na podlagi teh rezultatov je H3 potrjena – študentje, ki imajo bolj pozitiven odnos do trajnostnega razvoja, so bolj pripravljeni kupiti trajnostne izdelke.

H4: Študentje, ki v okviru svojega študija obiskujejo predmete, pri katerih se poučujejo vidiki trajnostnega razvoja, se bolj zavedajo njegove pomembnosti.

Pri študentih, ki so v okviru študija obravnavali koncept trajnostnega razvoja, je bila aritmetična sredina odgovorov (Tabela 11) o pomembnosti trajnostnega razvoja 4,22, pri študentih, ki niso obravnavali koncepta trajnostnega razvoja, pa je bila vrednost aritmetične sredine 4,21. Za analizo povezave med obiskovanjem predmetov, ki so obravnavali koncept trajnostnega razvoja, in pomembnostjo trajnostnega razvoja je bil uporabljen t- test razlike aritmetičnih sredin dveh neodvisnih vzorcev. Rezultati kažejo, da glede na obiskovanje predmetov, pri katerih se poučujejo koncepti trajnostnega razvoja, ne obstajajo statistično značilne razlike v pomembnosti trajnostnega razvoja ($p > 0,05$).

Tabela 11: Aritmetična sredina, standardni odklon in t-test razlik v pomembnosti trajnostnega razvoja glede na obiskovanje predmetov, pri katerih se poučujejo koncepti trajnostnega razvoja

	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Df	t	P
			230	0,14	0,891
Da (N = 98)	4,22	0,49			
Ne/Ne vem (N = 134)	4,21	0,40			

Na podlagi rezultatov t-testa ne morem potrditi H4 – študentom, ki so obiskovali predmete, pri katerih so poučevali vidike trajnostnega razvoja, ni trajnostni razvoj nič bolj pomemben kot študentom, ki teh predmetov niso obiskovali.

H5: Študentke imajo bolj pozitiven odnos do trajnostnega razvoja kot študentje.

Aritmetična sredina odgovorov študentk (Tabela 12) glede odnosa do trajnostnega razvoja je 4,28, aritmetična sredina študentov pa 4,12. S pomočjo t-testa aritmetičnih sredin dveh neodvisnih vzorcev je bila preverjena statistična značilnost razlike med vrednostjo

aritmetičnih sredin. Rezultati kažejo, da obstajajo statistično značilne razlike ($p < 0,05$) v izraženosti odnosa do trajnostnega razvoja glede na spol. Študentke imajo pozitivnejši odnos.

Tabela 12: Aritmetična sredina, standardni odklon in t-test razlik v odnosu do trajnostnega razvoja glede na spol

Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	df	t	p
			230	2,788	0,006
Ženski (N = 126)	4,28	0,37			
Moški (N = 106)	4,12	0,49			

Na podlagi rezultatov sprejemem hipotezo H5 – študentke imajo bolj pozitiven odnos do trajnostnega razvoja kot študentje.

5.4.4 Dodatne analize vprašalnika

Po preverjanju hipotez magistrskega dela sem preverila, ali raziskava omogoča tudi druge zanimive zaključke. V prvi fazi sem preverila postavljene hipoteze glede na ekonomski, družbeni in okoljski vidik trajnostnega razvoja.

Pri H1 rezultati kažejo, da obstaja statistično značilna razlika med študenti Slovenije in Turčije v dveh vidikih trajnostnega razvoja, in sicer pri okoljskem in ekonomskem vidiku (Priloga 4), kjer je p vrednost manjša od 0,05. Slovenci imajo pozitivnejši odnos do trajnostnega razvoja. Pri družbenem vidiku ne obstajajo statistično značilne razlike med skupinama. Rezultati regresijske analize (Priloga 5) za H3 kažejo, da pri odnosu do trajnostnega razvoja statistično značilno vpliva na pripravljenost za nakup trajnostnih izdelkov le družbeni vidik trajnosti ($p < 0,05$). V testiranem modelu je odvisna spremenljivka pripravljenost za nakup trajnostnega izdelka, neodvisne pa različni vidiki odnosa do trajnostnega razvoja (družbeni, okoljski, ekonomski). Z variabilnostjo neodvisne spremenljivke lahko pojasnim 13,1 odstotkov variance odvisne spremenljivke. Rezultat kaže na pozitiven vpliv družbenega vidika odnosa ($\beta = 0,216$). Za H4 so dodatni rezultati t-testa aritmetičnih sredin dveh neodvisnih vzorcev (Priloga 6) med skupinama študentov, ki so obiskovali predmete z vsebinami trajnostnega razvoja, in tistimi, ki jih niso (pod to skupino so združeni odgovori »Ne« in »Ne vem«), pokazali, da ne prihaja do značilnih razlik na nobenem izmed preučevanih vidikov trajnostnega razvoja (p vrednosti so večje od 0,05). Pri H5 rezultati (Priloga 7) kažejo, da obstajajo značilne razlike med moškimi in ženskami v odnosu do trajnostnega razvoja glede na družbeni in okoljski vidik trajnostnega razvoja ($p < 0,05$). Študentke imajo do obeh vidikov bolj pozitiven odnos, kot tudi nasploh

do trajnostnega razvoja. Pri ekonomskem vidiku ne prihaja do statistično značilnih razlik med spoloma ($p > 0,05$).

Preverila sem tudi, ali nacionalnost vpliva na poznavanje koncepta trajnostnega razvoja (Tabela 2). Za ugotavljanje statistične značilnosti razlik sem naredila hi-kvadrat preizkus ($df = 1$; hi-kvadrat = 9,441; $p = 0,002$), zato lahko trdim, da obstajajo statistično značilne razlike v poznavanju koncepta trajnostnega razvoja glede na nacionalnost. Slovenski študentje bolj poznajo koncept trajnostnega razvoja kot turški. V nadaljevanju sem preverila, ali obstaja tudi povezava med poučevanjem koncepta in nacionalnostjo (Tabela 7). Za ugotavljanje statistične značilnosti razlik je izračunan hi-kvadrat preizkus ($df = 2$; hi-kvadrat = 20,362; $p = 0,000$), zato lahko trdim, da obstajajo statistično značilne razlike v poučevanju koncepta trajnostnega razvoja glede na nacionalnost. V Sloveniji je bolj pogosto poučevan koncept trajnostnega razvoja kot v Turčiji. Preverila sem tudi, ali glede na stopnjo študija obstajajo razlike v konstruktih odnos, pripravljenost za nakup in pomembnost trajnostnega razvoja (Priloga 8). Rezultati kažejo, da glede na stopnjo študija pri konstruktu pripravljenost za nakup trajnostnega izdelka obstaja statistično značilna razlika v vrednosti aritmetične sredine ($p < 0,05$; $|Z| > 1,96$), pri drugih spremenljivkah pa vpliva ni.

5.5 Ključne ugotovitve in omejitve empirične raziskave ter priporočila za podjetja in univerze

Statistična analiza je pokazala, da je odnos do trajnostnega razvoja pozitiven tako za študente obeh držav skupaj kot tudi za predstavnike znotraj vsake države. Najvišjo vrednost dosegajo spremenljivke »Moški in ženske naj bi imeli enak dostop do vseh oblik izobraževanja in zaposlitve«, »Pomembno je najti načine, kako zmanjšati revščino« in »Razumevanje in obravnavanje klimatskih sprememb ni pomembno.« Te spremenljivke so dosegle najvišjo vrednost tudi pri vzorcu slovenskih študentov. Pri turškem vzorcu je najvišjo vrednost ravno tako dosegla spremenljivka »Moški in ženske naj bi imeli enak dostop do vseh oblik izobraževanja in zaposlitve«, vendar tej sledijo spremenljivke »Državljeni naj bodo dobro informirani in aktivno sodelujejo v demokratičnih procesih, kot so npr. volitve« in »Gospodinjstva naj bi bila ne glede na spol enakomerno razdeljena med vse člane gospodinjstva.« To kaže na višji pomen demokracije in enakosti med spoloma v turškem vzorcu, kar je odraz razmer v državi. Na podlagi omenjenih rezultatov statistične analize sem odgovorila na prvo raziskovalno vprašanje o odnosu študentov do trajnostnega razvoja – odnos študentov do trajnostnega razvoja je pozitiven.

Z analizo povezave odgovorov na vprašanja o odnosu in pripravljenosti za nakup sem poskušala odgovoriti na drugo raziskovalno vprašanje in ugotoviti, ali obstaja povezava med odnosom do trajnostnega razvoja in pripravljenostjo za nakup trajnostnih izdelkov. Na podlagi rezultatov analize lahko na to vprašanje odgovorim pritrdilno, saj so rezultati statistično značilno pokazali, da pozitivnejši odnos do trajnostnega razvoja pozitivno

vpliva na pripravljenost za nakup trajnostnih izdelkov. Rezultat je skladen s preteklimi študijami, ki so prav tako potrdile, da pozitiven odnos pomeni večjo pripravljenost za nakup (Poortinga et al., 2004; Swaim et al., 2014). Glede na posamezne vidike trajnostnega razvoja rezultati kažejo, da pomeni pozitiven odnos do družbenega vidika večjo pripravljenost za nakup trajnostnih izdelkov. To ne velja za okoljski in ekonomski vidik, kar je nasprotno z rezultati preteklih študij (Poortinga et al., 2004, str. 72; Swaim et al., 2014, str. 472), ki ugotavljajo, da to velja tudi za okoljski vidik. Rezultat nakazuje, da je v preučevanih državah pomen družbe večji kot pomen narave, za kar je lahko razlaga slab družbeni položaj (brezposelnost), razlike med spoloma (predvsem v Turčiji) itd.

Odgovor na tretje raziskovalno vprašanje o razlikah med slovenskimi in turškimi študenti je nastal na podlagi rezultatov raziskave, ki pravijo, da imajo slovenski študenti bolj pozitiven odnos do trajnostnega razvoja. To je skladno s preteklimi študijami (Vicence-Molina, 2013), ki so ugotovile, da obstajajo glede trajnostnega razvoja značilne razlike med razvitimi državami in državami v razvoju. Velike razlike med obema skupinama študentov so v poznavanju koncepta trajnostnega razvoja, saj koncept pozna precej večji odstotek slovenskih študentov kot turških. Skladno s tem rezultatom je tudi večji odstotek slovenskih študentov, ki so znotraj študijskega programa obravnavali koncept trajnostnega razvoja.

Pri odgovarjanju na četrto raziskovalno vprašanje se je kot pomembna spremenljivka pokazal spol, saj so študentke statistično značilno pokazale pozitivnejši odnos do trajnostnega razvoja kot študentje. Rezultat je skladen s preteklimi raziskavami, ki so ugotovile, da je ženskam bolj pomemben trajnostni razvoj (Tuncer, 2008) in njegove dimenzije (Zelezny et al., 2000; Eagly et al., 2004; Koos, 2011; Luchs, & Mooradian, 2012) kot moškim. Druge spremenljivke (starost, smer in stopnja študija) niso pokazale statistično značilne razlike za zaznano pomembnost trajnostnega razvoja.

Glavna omejitev empirične raziskave magistrskega dela je sestava vzorca, pri katerem so med slovenskimi študenti glede na splošno populacijo študentov prekomerno zastopane ženske. Študentke namreč predstavljajo kar 66 odstotkov vzorca, študentje pa le 34 odstotkov vzorca, v celotni populaciji slovenskih študentov pa je študentov 42 odstotkov in študentk 58 odstotkov (Statistični urad Republike Slovenije, 2014b). Turški vzorec boljše prikazuje spolno sestavo študentov, saj je v vzorcu 42 odstotkov študentk in 58 odstotkov študentov, v celotni populaciji pa je 44 odstotkov študentk in 56 odstotkov študentov (Turški statistični inštitut, 2014a). Glede stopnje študija je v turškem vzorcu prekomerna zastopanost podiplomskih študentov, saj jih je v splošni populaciji le 10 odstotkov (Turški statistični inštitut, 2014a), v vzorcu pa 42 odstotkov glede na skupno število študentov. V slovenskem vzorcu je 42 odstotkov podiplomskih študentov, kar je prav tako več kot v splošni populaciji, kjer je delež podiplomskih študentov 29-odstoten (Statistični urad Republike Slovenije, 2014b). Analiza vpliva stopnje študija je pokazala, da le-ta vpliva

samo na spremenljivko pripravljenost za nakup, saj pri njej obstaja značilna razlika v povprečni pripravljenosti za nakup.

V bodočih raziskavah študentov je potrebno pri izboru vzorca bolj upoštevati skladnost vzorca s populacijo. Dodatno bi bilo dobro podrobneje raziskati vpliv obiskovanja predmetov, ki obravnavajo trajnostni razvoj, saj so si rezultati preteklih raziskav nasprotujoči, nekatere namreč ugotavljajo vpliv, druge (vključno z mojo) pa ne. Dobro bi bilo vprašanje razčleniti in spraševati po tem, ali je bila obravnavana določena tematika, ki se nanaša na trajnostni razvoj in ne neposredno vprašanje o poučevanju koncepta trajnostnega razvoja, kljub temu, da je bil delež odgovora »Ne vem« v vzorcu relativno majhen (5 odstotkov). Obenem pa bi razširitev tega vprašanja omogočila analizo tem trajnostnega razvoja, ki so obravnavane znotraj študijskih programov. Dodatne demografske spremenljivke, kot sta kraj bivanja, prihodek ipd., bi bilo smotrno vključiti, če bi želeli bolj podrobno predstaviti rezultate znotraj vzorca študentov iz ene države ter meriti njihov vpliv na preostale spremenljivke. Vključevanje več nacionalnosti študentov bi nasprotno lahko privedlo do spoznanja, kako nacionalnost vpliva na spremenljivke trajnostnega razvoja med študenti. Dodatno bi bilo seveda zanimivo raziskavo trajnostnega razvoja razširiti na celotno populacijo preučevanih držav, kar bi bil dodaten doprinos k znanju s področja trajnostnega razvoja.

Raziskava je pokazala, da imajo študentje pozitiven odnos do trajnostnega razvoja in so pripravljeni kupiti trajnostne izdelke, kar je pomemben podatek za podjetja, ki hočejo svoje izdelke prodajati študentom. Podjetja morajo delovati v skladu s konceptom trajnostnega razvoja, saj si lahko tako zagotovijo nakup študentov, ki imajo pozitiven odnos do trajnostnega razvoja in bodo zato pripravljeni kupiti njihove izdelke. Če bodo podjetja s študenti vzpostavila odnos zaupanja v tej fazi, bodo ti ostali lojalni blagovni znamki tudi po tem, ko zaključijo študij in postanejo del aktivne delovne populacije, kar omogoča dolgoročne prihodke podjetja.

Raziskava ni potrdila povezave med poučevanjem koncepta trajnostnega razvoja in pomembnostjo trajnostnega razvoja. To lahko pomeni, da so se študentje o trajnostnem razvoju poučili nekje drugje (doma, na spletu ipd.) ali v prejšnjih fazah izobraževanja. Razlog je lahko tudi neustrezno poučevanje koncepta oziroma njegova površna obravnava, ki ne zagotovi konkretnega znanja študentov. Bolj verjetno je, da pride do sprememb v prepričanjih in vedenju z leti veliko težje kot v otroštvu. Kljub rezultatom menim, da je pomembno, da univerze in predhodne izobraževalne institucije poučujejo koncept trajnostnega razvoja; ne le, da ga poučujejo, ampak tudi ravnajo v skladu z njim. Obstajajo številni mednarodni sistemi ocenjevanja trajnosti univerz, ki lahko pomagajo oceniti, kako univerza napreduje na poti do zastavljenega cilja. Z zavezanostjo vseh deležnikov je lahko usmerjenost v trajnostni razvoj dodatna metoda diferenciacije, ki bo univerzam omogočila, da privabijo najboljše študente in zaposlijo najboljše raziskovalce, profesorje in druge strokovnjake.

SKLEP

Za bodoče generacije je pomembno, da današnja generacija s svojim ravnanjem ne onemogoči njihovega razvoja v prihodnosti. Če hočemo bodočim generacijam to zagotoviti, moramo začeti delovati v skladu s konceptom trajnostnega razvoja.

Glavni namen magistrskega dela je bil osvetliti področje trajnostnega razvoja ter ga razširiti z izpostavitvijo razlik v nakupnih odločitvah slovenskih in turških študentov. V teoretičnem delu sem zato s pregledom literature prikazala področje trajnostnega razvoja in ga v empiričnem delu razširila s primerjavo študentov obeh držav. Iz pregleda literature je mogoče razbrati, da se le-ta osredotoča predvsem na trajnostni razvoj znotraj podjetja, končni porabniki, politika in izobraževalne institucije so redkeje preučevani. Glede na posamezne vidike trajnostnega razvoja, to so ekonomski, okoljski in družbeni vidik, je največ pozornosti usmerjene v okoljski vidik, precej manj v družbenega, najmanj pa v ekonomskega. Pregled preteklih študij trajnostnega razvoja v Sloveniji in Turčiji kaže, da je preučevanje koncepta v obeh državah zelo omejeno, zato je pomembno spodbujati raziskave na omenjenih področjih, da se zapolni praznina, ki trenutno tu prevladuje, in se tako vzpostavi temelje, ki bodo omogočili, da se bo družba obnašala skladno s konceptom trajnostnega razvoja. V empiričnem delu magistrskega dela sem zajela vse tri vidike in se osredotočila na eno izmed skupin končnih porabnikov, tj. študente, ki bo v prihodnosti nosilka razvoja, njen trenutni odnos do trajnostnega razvoja pa kaže smer, kakršen bo ta v prihodnosti.

Preverjala sem pet hipotez. Tri od njih sem na podlagi rezultatov lahko tudi potrdila, dveh ne. Študentje, ki imajo pozitivnejši odnos do trajnostnega razvoja, so pokazali višjo stopnjo pripravljenosti za nakup trajnostnih izdelkov. Odnos tako slovenskih kot turških študentov do trajnostnega razvoja je pozitiven, vendar je njegova vrednost višja med slovenskimi študenti. Spol se je izkazal kot pomembna spremenljivka pri merjenju odnosa do trajnostnega razvoja. Študentke imajo namreč pozitivnejši odnos do trajnostnega razvoja kot študentje. Pripravljenost za nakup trajnostnih izdelkov ni statistično značilno večja pri slovenskih študentih, prav tako ni statistično značilne povezave med obravnavanjem koncepta trajnostnega razvoja znotraj študija in pomembnostjo trajnostnega razvoja.

Raziskava magistrskega dela je korak k boljšemu razumevanju trajnostnega razvoja v Sloveniji in Turčiji, vendar na omenjenem področju obstaja še veliko odprtih vprašanj. V prihodnosti bi bilo smiselno, da se na vprašanja, vezana na splošni odnos in pomembnost trajnostnega razvoja in njegovih dimenzij v celotni populaciji, odgovori in s tem doprinese k znanju s tega področja. Na podlagi rezultatov raziskave magistrskega dela je potrebno izpostaviti, da se morajo podjetja zavedati, da je trajnostni razvoj študentom pomemben in ima vpliv na nakupne odločitve, zato morajo delovati skladno z njim, da si lahko zagotovijo dolgoročen finančni uspeh. Izkazalo se je, da poučevanje koncepta ne pomeni razlike v pomembnosti trajnostnega razvoja. Skleпам, da so vzrok za to že oblikovana

osebnost in zakoreninjene navade, ki jih le težka spremenimo brez intenzivnega posvečanja, zato menim, da je izredno pomembno, da trajnostne navade razvijamo že v fazi primarne socializacije, dodatno pa jih okrepimo s poučevanjem v šolah.

LITERATURA IN VIRI

1. Ahmed, M. (2010). Economic Dimensions of Sustainable Development, the Fight against Poverty and Educational Responses. *International Review of Education*, 56(2/3), 235–253.
2. Aktaş, R., Karğın, M., & Kayalidere, K. (2013). Corporate Sustainability Reporting and Analysis of Sustainability Reports in Turkey. *International Journal of Economics and Finance*, 5(3), 113–125.
3. Andrejević, A., Golušin, M., Ivanović, O. M., & Večenov, S. (2014). Survey of Social and Economic Growth in SE Europe – a new Conceptual Frame for Sustainability Metrics. *Journal of economic surveys*, 28(1), 152–168.
4. Atis, S., Guney, K. R., & Onat, N. (2014). Assessment of the Turkey's Electric Power Policies in Terms of Sustainability. *Thermal Science*, 18(3), 695–707.
5. Bamberg, S. (2002). Effects of Implementation Intentions on the actual Performance of new Environmentally friendly Behaviors – Results of two Field Experiments. *Journal of Environmental Psychology*, 22(4), 399–411.
6. Bamberg, S., & Schmidt, P. (2003). Incentives, Morality or Habit? Predicting Students' Car Use for University Routes with the Models of Ajzen, Schwartz and Triandis. *Environment and Behaviour*, 35(2), 264–285.
7. Bardy, R., & Rubens, A. (2015). The Systemic Dimension of Sustainable Development in Developing Countries. *Journal of Organisational Transformation & Social Change*, 12(1), 22–41.
8. Beddoe, R., Costanza, R., Farleya, J., Garza, E., Kent, J., Kubiszewskia, I., McCowen, T., Murphy, K., Myers, N. Ogden, Z., Stepletonc, K., & Woodward, J. (2009). Overcoming Systemic Roadblocks to Sustainability: The Evolutionary Redesign of Worldviews, Institutions and Technologies. *Proceedings of the National Academy of Science*, 106(8), 2483–2489.
9. Belz, F. M., & Bilharz, M. (2005). Nachhaltiger Konsum: Zentrale Herausforderung für moderne Verbraucher Politik. *Consumer Science*, 1, 1–38.
10. Benn, S., Dunphy, D., & Griffiths, A. (2014). *Organizational Change for Corporate Sustainability*. New York: Routledge.
11. Biel, A., Dahlstrand, U., & Grankvist, G. (2005). Habitual and Value-guided Purchase Behavior. *Ambio*, 34(4/5), 360–365.
12. Biel, A., Dahlstrand, U., & Von Borgstede, C. (1999). From Ought to is: Moral Norms in Large-scale Social Dilemmas. *Göteborg Psychological Reports*, 29(3), 1–17.
13. Biloslavo, R., & Fink Babič, S. (2012). Trajnostno poročanje podjetij: priložnosti in izzivi. *Organizacija*, 45(1), 14–26.
14. Bleischwitz, R., & Mont, O. (2007). Sustainable Consumption and Resource Management in the Light of Life Cycle Thinking. *European Environment*, 17(1), 59–76.

15. Bodur, H. O., Duval, K. M., & Grohmann, B. (2014). Will you Purchase Environmentally Friendly Products? Using prediction Requests to increase Choice of Sustainable Products. *Journal of Business Ethics*, 129(1), 59–75.
16. Böhm, G., & Hanss, D. (2010). Can I make a Difference? The role of General and Domain-specific Self-efficacy in Sustainable Consumption Decision. *Umweltpsychologie*, 14(2), 46–74.
17. Böhm, G., & Hanss, D. (2013). Promoting Purchase of Sustainable Groceries: an Intervention Study. *Journal of Environmental Psychology*, 33, 53–67.
18. Brody, S. D., & Ryu, H. C. (2006). Measuring the Educational Impact of a Graduate Course on Sustainable Development. *Environmental Education Research*, 12(2), 179–199.
19. Byrch, C., Kearins K., Milne M. J., & Morgan, R. K. (2009). Sustainable Development: What does it really mean? *University of Auckland business review*, 11(1), 1–7.
20. Cappella, J. N., & Fishbein, M. (2006). The role of Theory in Developing Effective Health Communications. *Journal of Communication*, 56(1), 51–57.
21. Carlsson-Kanyama, A., & Shanahan, H. (2005). Interdependence between Consumption in the North and Sustainable Communities in the South. *International Journal of Consumer Studies*, 29(4), 298–307.
22. Cavas, B., Ertepinar, H., & Teksoz, G. (2014). Sustainability in Schools of Education in Turkey: In the Words of Lecturers. *Journal of Baltic Education*, 13(4), 469–482.
23. Center za trajnostno proizvodnjo Lowell. Najdeno 4. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.sustainableproduction.org/about.what.php>
24. Choi, S., & Ng, A. (2011). Environmental and Economic Dimensions of Sustainability and Price Effects on Consumer Responses. *Springer science+business media*, 104(2), 269–282.
25. Collins, C. M., Steg, L. & Koning, M. A. S. (2007). Customers Values, Beliefs on Sustainable Corporate Performance and Buying Behavior. *Psychology & Marketing*, 24(6), 555–577.
26. Copernicus Campus Sustainability Center. (2010). Copernicus – Guidelines for Sustainable Development in the European Higher Education Area. Najdeno 27. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.unece.org/fileadmin/DAM/env/esd/information/COPERNICUS%20Guidelines.pdf>
27. De Giacomo, M. R., Loprieno, A. D., Tarantini, M., Preka, R., Litido, M., Furphy, A. D., Calvo, V. V., Llorah- Massana, P., Gasol, C. M., Riaradevall, J., Farreny, R., & Gabbarell, X. (2014). Eco-Innovative Practices for Sustainable Consumption and Production: What are the Possible Benefits for Companies? *Administrative Sciences*, 4(3), 242–275.
28. Deželan, T., Maksuti, A., & Uršič, M. (2014a). Capacity of Local Development Planning in Slovenia: Strengths and Weaknesses of Local Sustainable Development Strategies. *Lex Localis – Journal of Local Self-government*, 12(3), 547–573.

29. Deželan, T., Maksuti, A., & Uršič, M. (2014b). The Potentials of Normative Sustainability: An Analysis of Sustainable Development Strategies on Global, Supranational and National Levels. *European Quarterly of Political Attitudes and Mentalities*, 3(2), 34–49.
30. Direktiva Sveta 2009/125/ES z dne 21. oktobra 2009 o vzpostavitvi okvira za določanje zahtev za okoljsko primerno zasnovo izdelkov, povezanih z energijo. *Uradni list Evropske unije*, št. L 285/10.
31. Direktiva Sveta 2010/30/EU z dne 19. maja 2010 o navajanju porabe energije in drugih virov izdelkov, povezanih z energijo, s pomočjo nalepk in standardiziranih podatkov o izdelku. *Uradni list Evropske unije*, št. L 153/1.
32. Dobson, A. (2007). Environmental Citizenship: Towards Sustainable Development. *Sustainable Development*, 115(5), 276–285.
33. Eagly, A. H., Diekmann, A. B., Johannesen-Schmidt, M. C., & Koenig, A. M. (2004). Gender Gaps in Sociopolitical Attitudes: A Social Psychological Analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(6), 796–816.
34. Ekonomska komisija združenih narodov za Evropo. (2005). Strategija izobraževanja za trajnostni razvoj. Najdeno 27. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.unece.org/fileadmin/DAM/env/documents/2005/cep/ac.13/cep.ac.13.2005.3.rev.1.e.pdf>
35. Electrolux. (2009). Sustainability Matters. Najdeno 22. maja 2015 na spletnem naslovu <http://www.electroluxgroup.com/en/wp-content/uploads/sites/2/2010/03/Electrolux-Sustainability-Matters-20091.pdf>
36. Ellenbecker, M., & Veleva, V. (2001). Indicators of Sustainable Production: Framework and Methodology. *Journal of Cleaner Production*, 9(6), 519–549.
37. Elliott, J. A. (2013). *An Introduction into Sustainable Development*. New York: Routledge.
38. Ernest-Jones, M., Nettle, D., & Bateson, M. (2011). Effects of Eye Images on Everyday Cooperative. A Field Experiment. *Evolution and human behavior*, 32(3), 172–178.
39. Essential Action. (2001). Boycott Shell. Najdeno 28. julija 2015 na spletnem naslovu <http://www.essentialaction.org/shell/index.html>
40. Esty, D. C., & Lubin, D. A. (2010). The Sustainability Imperative. *Harvard Business Review*, 2010, 42–50.
41. Evropa. (2015). Employment and Social Policy. Najdeno 31. marca 2015 na spletnem naslovu http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/eu2020/growth_and_jobs/index_sl.htm
42. Evropska komisija. (2015). State Aid Control. Najdeno 12. marca 2015 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/competition/state_aid/overview/index_en.html
43. Frank, R. (2004). How not to Buy Happiness. *Daedalus. Journal of the American Academy of Arts & Sciences*, 133(2), 69–79.

44. Fuchs, D., & Lorek, S. (2005). Sustainable Consumption Governance: A History of Promises and Failures. *Journal of Consumer Policy*, 28(3), 268–268.
45. Fuchs, D., & Lorek, S. (2011). Strong Sustainable Consumption Governance – Precondition for a Degrowth Path. *Journal of Cleaner Production*, 38, 1–8.
46. Ger, G. (1999). Experimental Meanings of Consumption and Sustainability in Turkey. *Advances in Consumer Research*, 26, 276–280.
47. Grankvist, G., & Biel, A. (2001). The Importance of Beliefs and Purchase Criteria in the Choice of Eco- Labeled Food Products. *Journal of Environmental Psychology*, 21(4), 405–410.
48. Grankvist, G., Dahlstrand, U., & Biel, A. (2004). The Impact of Environmental Labelling on Consumer Preference: Negative vs. Positive Labels. *Journal of Consumer Policy*, 27(2), 213–230.
49. Haugh, H. A., & Talwar, A. (2010). How do Corporations Embed Sustainability Across the Organisation? *Academy of Management Learning & Education*, 9(3), 384–396.
50. Hirsh, J. B. (2010). Personality and environmental concern. *Journal of Environmental Psychology*, 30(2), 245–248.
51. Gobbo, Ž. (2011). Izobraževanje za trajnostni razvoj. Slovenija. Poročilo raziskave. Najdeno 28. marce 2015 na spletnem naslovu <http://www.tuditi.si/data/useruploads/files/1353517026.pdf>
52. *International Sustainable Campus Network*. Najdeno 27. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.international-sustainable-campus-network.org/>
53. Keijzers, G. (2002). The Transition to the Sustainable Enterprise. *Journal of Cleaner Production*, 10(4), 349–359.
54. Kilbourne, W. E. (2006). The Role of the Dominant Social Paradigm in the Quality of Life/Environmental Interface. *Applied Research in Quality of Life*, 1(1), 39–61.
55. Koos, S. (2011). Varieties of Environmental Labelling, Market Structures, and Sustainable Consumption across Europe: A Comparative Analysis of Organizational and Market. *Journal of Consumer Policy*, 34(1), 127–151.
56. Küçüksayraç, E. Design for Sustainability in Companies: Strategies, Drivers and Needs of Turkey's Best Performing Businesses. *Journal of Cleaner Production*, 106, 455–465.
57. La Trobe, H. (2001). Farmers' Markets: Consuming Local Rural Produce. *International Journal of Consumer Studies*, 25(3), 181–192.
58. Laughland, P., & Bansal, T. (2011). The Top Ten Reasons why Business aren't more Sustainable. *Ivey Business Journal*, 75(1), 1–14.
59. Liao, C. H., & Hsieh, I. Y. (2013). Determinants of Consumer's Willingness to Purchase Gray- Market Smartphones. *Journal of Business Ethics*, 114(3), 493–424.
60. Lin, H., Chang, O. H. & Chang, C. (2014). Importance of Sustainability Performance Indicators as Perceived by the Users and Preparers. *Journal of Management and Sustainability*, 4(1), 29–41.

61. Luchs, M. G., & Mooradian, T. A. (2012). Sex, Personality, and Sustainable Consumer Behaviour: Elucidating the Gender Effect. *Journal of Consum Policy*, 35(1), 127–144.
62. *Marakešev proces – spletna stran*. Najdeno 4. marca 2015 na spletnem naslovu <http://esa.un.org/marrakechprocess/>
63. Michalos, A. C., Creech, H., Swayze, N., Kahlke, P. M., Buckler, C., & Rempel, K. (2012). Measuring Knowledge, Attitudes and Behaviours Concerning Sustainable Development among Tenth Grade Students in Manitoba. *Social Indicators Research*, 106(2), 213–238.
64. Ministrstvo za razvoj. (2012). Poročilo trajnostnega razvoja Turčije 2012. Najdeno 15. junija 2015 na spletnem naslovu <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/853turkey.pdf>
65. Mont, O., & Dalhammar, C. (2005). Sustainable Consumption: At the Cross- Road of Environmental and Consumer Policies. *International Journal of Sustainable Development*, 8(4), 258–279.
66. Nguyen, T., & Von Hauff, M. (2014). Universities as Potential Actors for Sustainable Development. *Sustainability*, 6(9), 3043–3063.
67. Oğus, A., & Sohrabji, N. (2008). On the Optimality and Sustainability of Turkey's current Account. *Empir Econ*, 35(3), 543–568.
68. Organizacija združenih narodov. (1987). Our common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. Najdeno 15.1.2015 na spletnem naslovu <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm#I>
69. Organizacija združenih narodov. (1992). United Nations Conference on Environment & Development Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992 - Agenda 21. Najdeno 31. marca 2015 na spletnem naslovu <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>
70. Organizacija združenih narodov. (2014). Indeks razvoja ljudi. Najdeno 18. maja 2015 na spletnem naslovu <http://hdr.undp.org/en>
71. Papaoikonomou, E., Valverde, M., & Ryan, G. (2012). Articulating the Meanings of Collective Experiences of Ethical Consumption. *Journal of Business Ethics*, 110(1), 15–32.
72. Pongratz-Chander, K. (2014). Fair(er) Trade means Business: A Literature Review of the Development Discourse. *Journal of third World Studies*, 31(2), 219–242.
73. Poortinga, W., Steg, L., & Vlek, C. (2004). Values, Environmental Concern, and Environmental Behavior. A Study into Household Energy Use. *Environment and Behavior*, 36(1), 70–93.
74. *Prednosti in slabosti*. Najdeno 26. junija 2015 na spletnem naslovu https://www.1ka.si/c/692/Prednosti_in_slabosti/?preid=729
75. Principles for Responsible Management Education. (2007). *The Principles for Responsible Management Education*. Najdeno 27. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.unprme.org/resource-docs/prme.pdf>
76. Rusinko, C. A. (2010). Integrating Sustainability in Management and Business Education. *Academy of Management Learning & Education*, 9(3), 507–519.

77. Sheth, J. N., Sethia, N. K., & Srinivas, S. (2011). Mindful Consumption: A Customer-Centric Approach to Sustainability. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 21–39.
78. Spangeberg, E. R., Sprott, D. E., Grohmann, B., & Smith, R. J. (2003). Mass-communicated Prediction Requests: Practical Application and a Cognitive Dissonance Explanation for Self-prophecy. *Journal of Marketing*, 67(3), 47–62.
79. Statistični urad Republike Slovenije. (2010). Kazalniki trajnostnega razvoja za Slovenijo. Druga, posodobljena izdaja. Najdeno 28. marca 2015 na spletnem naslovu www.stat.si/pub.asp
80. Statistični urad Republike Slovenije. (2014a). Kazalniki trajnostnega razvoja za leto 2012/ 2013. Najdeno 28. marca 2015 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/statweb/glavnanavigacija/podatki/kazalniki/trajnostni-razvoj>.
81. Statistični urad Republike Slovenije. (2014b). Študentje terciarnega izobraževanja po starosti in spolu, Slovenija, letno. Najdeno 27. junija 2015 na spletnem naslovu <http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/Saveshow.asp>
82. Steg, L. (2005). Car Use: Lust and Must. Instrumental, Symbolic and Affective Motives for Car Use. *Positive Utility of Travel, Transportation Research Part A*, 39(2), 147–162.
83. Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging Pro-environmental Behaviour: An Integrative Review and Research Agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 29(3), 309–317.
84. Steg, L., & Vlek, C. (2007). Human Behavior and Environmental Sustainability: Problems, Driving Forces, and Research Topics. *Journal of Social Issues*, 63(1), 1–19.
85. Stern, P. C. (1992). Psychological Dimensions of Global Environmental Change. *Annual Review of Psychology*, 43, 269–302.
86. Swaim, J. A., Maloni, M. J., Napshin, S. A., & Henley, A. B. (2014). Influences on Student Intention and Behavior towards Environmental Sustainability. *Journal of Business Ethics*, 124(3), 465–484.
87. Thøgersen, J. (2005). How may Consumer Policy Empower Consumer for Sustainable Lifestyles? *Journal of Consumer Policy*, 28(2), 143–178.
88. Trajnostni razvoj v EU. (2011). Poročilo o spremljanju strategije za trajnostni razvoj EU iz leta 2011. Najdeno 31. marca na spletnem naslovu <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/5732133/224-SL-SL.PDF>
89. Tuncer, G. (2008). University Students' Perception on Sustainable Development: A Case Study from Turkey. *International Research in Geographical and Environmental Education*, 17(3), 212–226.
90. Tuncer, G., Tekkaya, C., & Sungur, S. (2006). Pre-service Teachers Beliefs about Sustainable Development: Effect of Gender and Enrollment to an Environmental Course. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 179–187.
91. Turški statistični inštitut. (2014a). Population by Level of Education Level and Sex 2014. Najdeno 27. junija 2015 na spletnem naslovu <http://rapory.tuik.gov.tr/27-06-2015-17:35:51-9049732335223216331915636388.html>

92. Turški statistični inštitut. (2014b). Sustainable Development Indicators, 2012–2013. Najdeno 28. marca 2015 na spletnem naslovu http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1097
93. UNEP. (2005). Talk the Walk. Advancing Sustainable Lifestyles through Marketing and Communications. Najdeno 27. junija 2015 na spletnem naslovu <http://www.talkthewalk.net/>
94. University Leaders for a Sustainable Future. (2015). Talloires Declaration. Najdeno 27. marca na spletnem naslovu: http://www.ulsf.org/talloires_declaration.html
95. Univerza Yale. (2014). Indeks okoljske učinkovitosti. Najdeno 18. maja 2015 na spletnem naslovu <http://epi.yale.edu/>
96. Urad RS za kemikalije. (2015). Ocenjevanje tveganja kemikalij. Najdeno 28. julija na spletnem naslovu http://www.uk.gov.si/si/delovna_podrocja/ocenjevanje_tveganja_kemikalij/
97. Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2/3), 95–105.
98. Vicente-Molina, M. A., Fernandez-Sainz, A., & Izagirre-Olaizola, J. (2013). Environmental Knowledge and other Variables Affecting Pro-environmental Behaviour: Comparison of University Students from Emerging and Advanced countries. *Journal of Cleaner Production*, 61, 130–138.
99. Vietnam Labor Watch (2015). *Boycott Nike*. Najdeno 28. julija 2015 na spletnem naslovu: <http://www.saigon.com/nike/>
100. WBCSD. (2005). Driving Success. Marketing and Sustainable Development. Najdeno 22. maja 2015 na spletnem naslovu <http://www.cisl.cam.ac.uk/publications/publication-pdfs/marketing-briefing.pdf>
101. Young, W., Hwang, K., McDonald, S., & Oates, C. J. (2010). Sustainable Consumption: Green Consumer Behaviour when Purchasing Products. *Sustainable Development*, 18(1), 20–31.
102. Zelezny, L. C., Chua, P. P., & Aldrich, C. (2000). Elaborating on Gender Differences in Environmentalism. *Journal of Social Issues*, 53(3), 443–457.
103. Zsóka, A., Szerényi, Z. M., Széchy, A., & Kocsis, T. (2013). Greening due to Environmental Education? Environmental Knowledge, Attitudes, Consumer Behavior and Everyday Pro-environmental Activities of Hungarian High School and University Students. *Journal of Cleaner Production*, 48, 126–138.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anketni vprašalnik v slovenščini.....	1
Priloga 2: Anketni vprašalnik v turščini.....	5
Priloga 3: Cronbach alfa za konstrukte odnos, pripravljenost za nakup in pomembnost trajnostnega razvoja (izpis programa SPSS).....	9
Priloga 4: Aritmetična sredina, standardni odklon in t-test razlik v odnosu do trajnostnega razvoja po vidikih glede na državo bivanja (izpis programa SPSS).....	9
Priloga 5: Multipla regresijska analiza vpliva vidikov trajnostnega razvoja na pripravljenost za nakup trajnostnih izdelkov (izpis programa SPSS).....	10
Priloga 6: Aritmetična sredina, standardni odklon in t-test izraženosti pomembnosti trajnostnega razvoja in različnih vidikov glede na obiskovanje predmetov (izpis programa SPSS).....	10
Priloga 7: Aritmetična sredina, standardni odklon in t-test izraženosti pomembnosti trajnostnega razvoja in različnih vidikov glede na (izpis programa SPSS)....	10
Priloga 8: Aritmetična sredina, standardni odklon Mann-Whitney U test za pripravljenost nakupa trajnostnega izdelka glede na stopnjo študija (izpis programa SPSS).....	11

Priloga 1: Anketni vprašalnik v slovenščini

Sem Andreja Drevenšek, absolventka podiplomskega študija Managementa na Ekonomski fakulteti v Ljubljani, in v okviru svoje magistrske naloge z naslovom *Trajnostni razvoj podjetja kot dejavnik nakupnih odločitev študentov - primerjava Slovenije in Turčije* opravljam raziskavo na to temo. Prosim, da vprašanja pozorno preberete. Anketni vprašalnik je anonimen. Zbrani podatki bodo uporabljeni samo za namene raziskave. Hvala za sodelovanje!

Q1 - Ali poznate koncept trajnostnega razvoja?

- Da
 Ne

Trajnostni razvoj omogoča razvoj naše generacije, ne da bi omejeval ali onemogočal razvoj našim naslednikom na ekonomskem, družbenem in okoljskem področju. Podjetja ponujajo različne trajnostne izdelke, kot so npr. energijsko varčni gospodinjski aparati, kozmetični izdelki, ki niso testirani na živalih itd.

Q2 - Prosim, da na lestvici od 1 do 5 označite, koliko se strinjate s trditvijo, pri čimer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 2 ne strinjam se, 3 niti se strinjam niti se ne strinjam, 4 strinjam se in 5 zelo se strinjam.

	Sploh se ne strinjam	Ne strinjam se	Niti se strinjam niti ne strinjam	Strinjam se	Zelo se strinjam
Vsaka oseba bi morala dobiti izobrazbo, ki zagotavlja znanje, vrednote in spretnosti, pomembne za trajnostno življenje v skupnosti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sedanja generacija naj zagotovi, da bodo prihodnje generacije živele v skupnostih, ki so vsaj tako zdrave, kot je sedanja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vlade naj sprejmejo trajnostni razvoj kot nacionalno prednostno nalogo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Državljeni naj bodo dobro informirani in aktivno sodelujejo v demokratičnih procesih, kot so npr. volitve.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moški in ženske naj bi imeli enak dostop do vseh oblik izobraževanja in	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Sploh se ne strinjam	Ne strinjam se	Niti se strinjam niti ne strinjam	Strinjam se	Zelo se strinjam
zaposlitve.					
Gospodinjstva naj bi bila ne glede na spol enakomerno razdeljena med vse člane gospodinjstva.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dokler imamo na razpolago naravne vire, lahko uporabimo več virov kot jih potrebujemo, brez da bi ogrozili zdravje in blaginjo bodočih generacij.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ne potrebujemo strožjih zakonov in predpisov, da zaščitimo okolje.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vlada naj podpira uporabo prevoznih sredstev, ki porabijo manj goriva.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proizvajalci naj odvrtaajo porabnike od uporabe izdelkov za enkratno uporabo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Razumevanje in obravnavanje klimatskih sprememb ni pomembno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ljudje, ki onesnažujejo zemljo, zrak ali vodo, naj plačajo odškodnino za škodo, ki so jo storili skupnostim in okolju.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dokler je voda dostopna, je prav, da jo uporabimo toliko, kot jo želimo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomembno je najti načine, kako zmanjšati revščino.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tudi v slabših ekonomskih razmerah je mogoče varovati okolje in ustvarjati delovna mesta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trajnostni razvoj ne bo možen, dokler bogatejši narodi ne prenehajo z izkoriščanjem delovne sile revnejših narodov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q3 - Prosim, da na intervalu med 1 in 5 določite, koliko se strinjate s trditvijo, pri čimer 1 pomeni sploh se ne strinjam, 2 ne strinjam se, 3 niti se strinjam, niti se ne strinjam, 4 strinjam se in 5 zelo se strinjam.

	Sploh se ne strinjam	Ne strinjam se	Niti se strinjam niti ne strinjam	Strinjam se	Zelo se strinjam
Verjetno je, da bom v naslednjem mesecu kupil/-a trajnostne izdelke.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verjetno je, da bom v naslednjih treh mesecih kupil/-a trajnostne izdelke.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
V prihodnosti nameravam še vedno nakupovati trajnostne izdelke.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Svojim prijateljem in družini priporočam nakup trajnostnih izdelkov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q4 - Prosim, da na lestvici od 1 do 5 označite, kako pomemben je posamezen dejavnik trajnostnega razvoja PODJETJA za vas osebno. 1 pomeni sploh ni pomemben, 2 nepomemben, 3 niti pomemben niti nepomemben, 4 pomemben in 5 zelo pomemben.

	Sploh ni pomembe n	Nepome mben	Niti pomembe n niti nepomem ben	Pomembe n	Zelo pomembe n
Odgovornost izdelka do porabnikovega zdravja in varnosti (označevanje izdelkov in storitev; tržno komuniciranje; varovanje zasebnosti porabnika).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Delovne prakse in dostojno delo (zagotavljanje zaposlitev; dober odnos managementa in zaposlenih; zdravje in varnost pri delu; usposabljanje in izobraževanje; raznolikost in enakost priložnosti).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Varovanje človekovih pravic (nediskriminacija; omogočena svoboda združevanja; onemogočeno delo otrok; sprejemanje varnostnih pristopov).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skladnost delovanja podjetja z zakoni in	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Sploh ni pomembno	Nepomemben	Niti pomembno niti nepomemben	Pomembno	Zelo pomembno
predpisi.					
Vpliv na družbo (korupcija; javna politika; protikonkurenčno delovanje).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poraba in varčevanje energije (varčevanje energije na podlagi ohranjanja in izboljšanje učinkovitosti).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Količina emisij, odpadne vode in odpadov, ki jih proizvede podjetje.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Količina porabljene in ponovno uporabljene vode v podjetju.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zmanjšanje okoljskih vplivov izdelkov in storitev (odstotek prodanih izdelkov, katerih embalaža, npr. steklenica, je vrnjena proizvajalcu).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Skladnost delovanja podjetja z okoljskimi predpisi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poraba materialov in ponovna uporaba recikliranih materialov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Okoljski vpliv transporta izdelkov.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biotska raznolikost (stopnja raznolikosti vseh oblik življenja) okolja podjetja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekonomska uspešnost podjetja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lokalna prisotnost na trgu (politike, prakse in delež sodelovanja z lokalnimi dobavitelji; zaposlovanje lokalnega prebivalstva).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neposredni ekonomski vpliv (razvoj in vpliv investicij v infrastrukturo in storitve namenjene v prvi vrsti javnemu dobremu).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q5 - Starost:

Q6 - Spol:

- Ženski
- Moški

Q7 - Stopnja študija:

- Dodiplomski
- Podiplomski

Q8 - Smer študija:

- Naravoslovna
- Družboslovna

Q9 - Ste v okviru študijskega programa obravnavali koncept trajnostnega razvoja?

- Da
- Ne
- Ne vem

Priloga 2: Anketni vprašalnik v turščini

Ben Andreja Drevenšek, Ljubljana'da Ekonomi Fakultesi öğrencisiyim ve yüksek lisans tezim için Sürdürülebilir Kalkınmanın öğrenci satın alım davranışlarına olan etkisi - Türk ve Sloven öğrencilerin karşılaştırmasını araştırıyorum. Sizden soruları yanıtlamadan önce dikkatlice okumanızı rica ediyorum. Anket anonimdir. Elde edilen tüm bilgiler yalnızca bu araştırma için kullanılacaktır. İşbirliğiniz için teşekkür ederim!

Q1 - Sürdürülebilir kalkınma kavramı hakkında bilginiz var mı?

- Evet
- Hayır

Sürdürülebilir kalkınma, torunlarımızın ekonomik, sosyal ve ekolojik kalkınmasına sınır getirmeden ve buna engel olmadan neslimizin kalkınmasına fırsat sağlıyor. Şirketler, enerji tasarruflu ev aletleri, hayvan testi kullanılmayan kozmetik ürünler vb. gibi farklı sürdürülebilir ürünler sunuyor.

Q2 - Açıklamaya katılma derecenizi 1'den 5'e kadar belirtiniz, 1 Hiç katılmıyorum, 2 katılmıyorum, 3 kararsızım, 4 katılıyorum, 5 tamamen katılıyorum.

	Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
Herkes toplumda sürdürülebilir yaşam için bilgi, değerler ve beceriler hakkında eğitim almalıdır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mevcut jenerasyon kendisinden sonra gelecek jenerasyonun en azından bugünkü kadar sağlıklı topluluklarda yaşamasından emin olmalıdır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Devletler Sürdürülebilir Kalkınmayı ulusal öncelik olarak kabul etmelidir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vatandaşlar iyi bilgilendirilmiş olmalı ve oy vermek gibi demokratik süreçlerde etkin katılımcı olmalıdır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erkekler ve kadınlar tüm eğitim ve iş imkanlarına eşit bir şekilde erişebilmelidir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hane görevleri hanenin tüm bireylerine cinsiyet ayrımı gözetmeksizin eşit bir şekilde paylaşılmalıdır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaynaklar elverdiği sürece, şu anda ihtiyacımız olandan fazlasını kullanmamız gelecek jenerasyonların sağlık ve refahını tehdit etmez.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çevreyi korumak için katı yasalara ve kurallara ihtiyacımız yoktur.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yakıt tasarruflu araçlar devletler tarafından desteklenmelidir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İmalatçılar tek kullanımlık ürünlerin kullanımından vazgeçirmelidir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İklim değişikliğinin problemlerini anlamak ve çözmeye çalışmak önemsizdir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toprağımızı, havamızı veya suyumuzu kirleten insanlar verdikleri hasarın bedelini toplumlara ve çevreye ödemelidir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Var olduğu sürece suyu istediğimiz kadar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
kullanabiliriz.					
Yoksulluğu azaltmanın yollarını aramak önemlidir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekonomi kötü olsa da çevreyi korumak ve istihdam yaratmak mümkündür.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SK zengin ülkelerin fakir ülkelerin işçilerine olan sömürmesini durdurmadan mümkün değildir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q3 - Açıklamaya katılım durumunuzu 1'den 5'e kadar belirtiniz, 1 Hiç katılmıyorum, 2 katılmıyorum, 3 kararsızım, 4 katılıyorum ve 5 Tamamen katılıyorum.

	Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen katılıyorum
Önümüzdeki ay içerisinde sürdürülebilir ürünler satın almam olasıdır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Önümüzdeki 3 ay içerisinde sürdürülebilir ürünler satın almam olasıdır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gelecekte sürdürülebilir ürünler almaya ve kullanmaya devam etmeyi amaçlıyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ailem ve arkadaşlarıma sürdürülebilir ürünler öneriyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q4 - Firmaların Sürdürülebilir Kalkınma etmenlerinin her birinin sizin için önemini 1'den 5'e kadar derecelendirerek değerlendiriniz. 1 Hiç önemli değil, 2 önemli değil, 3 önemli veya önemsiz değil, 4 önemli, 5 çok önemli.

	Hiç önemli değil	önemli değil	önemli veya önemsiz değil	önemli	çok önemli
Tüketici sağlığı ve güvenliği için ürünün sorumluluğu (ürün ve servis etiketi; pazarlama iletişimi; tüketici gizliliği).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İşgücü uygulamaları ve uygun iş (iş verme);	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Hiç önemli değil	önemli değil	önemli veya önemsiz değil	önemli	çok önemli
işçi ile yönetici arasında iyi iletişim; mesleki sağlık ve güvenlik; eğitim ve öğretim; çeşitlilik ve eşit haklar).					
İnsan hakları (Ayrımcılık yapmamak; örgütlenme özgürlüğü; çocuk işçi tedbirleri; güvenlik pratikleri).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yasa ve kurallara uygunluk.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toplum üzerindeki etkisi (yozlaşma; kamu politikası; rekabet karşıtı davranışlar).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enerji kullanımı ve tasarrufu (muhafaza ve etkin kullanıma bağlı enerji tasarrufu).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Firmaların salınım, atık su ve çöpleri.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Firmaların kullandığı ve yeniden kullanılabilir sular.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ürünlerin ve araçların çevreye olan etkisinin azaltılması (Geri dönüştürülebilir ürün ve araçların oranı (şişe gibi)).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yönetmeliklere uyumluluk.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Materyal kullanımı ve materyallerin tekrar kullanımı.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nakliye materyallerinin çevreye etkisi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Şirketin arazi ve çevre biyoçeşitliliği.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Şirketin ekonomik performansı.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yerel pazar varlığı (ilke, pratikler ve yerel tedarikçilere yapılan harcamaların oranı; yerel istihdam prosedürleri).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dolaylı ekonomik etkenler (kalkınma ve altyapı yatırımlarının etkisi ve öncelikli olarak toplum yararına verilen hizmetler).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q5 - Yaş:

Q6 - Cinsiyet:

- Kadın
 Erkek

Q7 - Eđitim dűzeyi:

- Ŭniversite
 Yűksek Lisans

Q8 - Eđitim alanı:

- Doęa bilimi
 Sosyal bilim

Q9 - Eđitim sűrecinizde sűrdűrűlebilir kalkınma kavramı ele alındı mı?

- Evet
 Hayır
 Ne vem

Priloga 3: Cronbach alfa za konstrukte odnos, pripravljenost za nakup in pomembnost trajnostnega razvoja (izpis programa SPSS)

Spremenljivka	Ŗtevilov elementov	Cronbach alfa
Odnos	16	0,803
Nakup	4	0,882
Pomembnost	16	0,924

Priloga 4: Aritmetiĉna sredina, standardni odklon in t-test razlik v odnosu do trajnostnega razvoja po vidikih, glede na dręavo bivanja (izpis programa SPSS)

	Aritmetiĉna sredina	Standardni odklon	Stopnje prostosti	T-test	p-vrednost
Druębeni vidik			230	0,84	0,405
Slovenija (N = 126)	4,34	0,47			
Turĉija (N = 106)	4,29	0,51			
Okoljski vidik			230	2,11	0,037
Slovenija (N = 126)	4,22	0,52			
Turĉija (N = 106)	4,08	0,54			
Ekonomski vidik			230	2,62	0,009
Slovenija (N = 126)	4,17	0,59			
Turĉija (N = 106)	3,96	0,63			

Priloga 5: Multipla regresijska analiza vpliva vidikov trajnostnega razvoja na pripravljenost za nakup trajnostnih izdelkov (izpis programa SPSS)

	B	Standardna napaka	β	p- vrednost
Konstanta	1,32	0,44		0,003
Družbeni vidik	0,32	0,12	0,216	0,008
Okoljski vidik	0,12	0,11	0,089	0,264
Ekonomski vidik	0,16	0,08	0,134	0,058

Op.: R = 0,361, R² = 0,131.

Priloga 6: Aritmetična sredina, standardni odklon in t-test izraženosti pomembnosti trajnostnega razvoja in različnih vidikov glede na obiskovanje predmetov (izpis programa SPSS)

	Aritmetična sredina	Standarni odklon	Stopnje prostosti	T-test	p- vrednost
Družbeni vidik			230	0,11	0,916
Da (N = 98)	4,32	0,51			
Ne/Ne vem (N = 134)	4,31	0,48			
Okoljski vidik			230	0,80	0,427
Da (N = 8)	4,19	0,58			
Ne/Ne vem (N = 134)	4,13	0,49			
Ekonomski vidik			230	-1,04	0,297
Da (N = 98)	4,02	0,67			
Ne/Ne vem (N = 134)	4,11	0,57			

Priloga 7: Aritmetična sredina, standardni odklon in t-test izraženosti pomembnosti trajnostnega razvoja in različnih vidikov glede na spol (izpis programa SPSS)

	Aritmetična sredina	Standarni odklon	Stopnje prostosti	T-test	p- vrednost
Družbeni vidik			230	2,90	0,005
Ženske (N = 129)	4,40	0,43			
Moški (N = 103)	4,21	0,55			
Okoljski vidik			230	2,29	0,023
Ženske (N = 129)	4,23	0,48			
Moški (N = 103)	4,07	0,57			
Ekonomski vidik			230	1,19	0,236
Ženske (N = 129)	4,12	0,59			
Moški (N = 103)	4,02	0,65			

Priloga 8: Aritmetična sredina, standardni odklon Mann-Whitney U test za pripravljenost za nakup trajnostnega izdelka glede na stopnjo študija (izpis programa SPSS)

	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Mann-Whitney	Z-vrednost	p-vrednost
Pripravljenost za nakup			4714,5	-2,943	0,003
Dodiplomski (N = 144)	3,94	0,69			
Podiplomski (N = 85)	3,69	0,77			