

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**POMEN MODRE ZASTAVE PRI IZBIRI MORSKEGA KOPALIŠČA:  
PRIMER SLOVENIJE**

Ljubljana, september 2012

PRIMOŽ GORŠIČ

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani Primož Goršič, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtor magistrskega dela z naslovom Pomen Modre zastave pri izbiri morskega kopališča: primer Slovenije, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko Prof. Dr. Tanjo Mihalič in svetovalko Prof. Dr. Ireno Ograjenšek.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorskih 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
  - poskrbel, 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
  - pridobil 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 zapisal;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne 26.07.2012

Podpis avtorja:

# KAZALO

<b>1 TRAJNOSTNI RAZVOJ .....</b>	<b>4</b>
1.1 Kaj je trajnostni razvoj.....	4
1.2 Trajnosten razvoj v turizmu .....	5
1.3 Inštrumenti trajnostnega razvoja .....	8
<b>2 MEDNARODNI EKOLOŠKI PROGRAMI.....</b>	<b>9</b>
2.1 Zgodovinski razvoj mednarodnih ekoloških programov .....	9
2.2 Ekološki programi v turizmu .....	11
2.2.1 Organizacija in oblikovanje ekoloških programov .....	14
2.2.2 Mednarodni ekološki programi v turizmu .....	16
2.2.2.1 Audubon.....	17
2.2.2.2 Ogljik .....	18
2.2.2.3 Zeleni ključ .....	18
2.2.2.4 Zeleni turizem .....	19
2.2.2.5 Turistična zveza .....	20
2.2.2.6 Zeleni certifikat .....	20
2.2.2.7 Avstrijski ekološki program .....	21
2.2.2.8 Nordijska ekološka oznaka .....	22
2.2.2.9 Ekološki program Evropske Unije .....	23
2.2.2.10 Zeleni planet.....	24
<b>3 MODRA ZASTAVA.....</b>	<b>26</b>
3.1 Program Modra zastava .....	26
3.1.1 Zgodovina.....	26
3.1.2 Modra zastava v Sloveniji.....	28
3.2 Program Modra zastava za kopališča.....	30
3.2.1 Kriteriji programa Modra zastava .....	31
3.2.1.1 Kriteriji programa Modra zastava za kopališča.....	31
3.2.1.2 Kriteriji programa Modra zastava za marine.....	33
3.2.2 Postopek za pridobitev Modre zastave .....	35
3.2.3 Izzivi Modre zastave danes.....	38
3.2.4 Sodelujoče organizacije .....	39
3.2.4.1 Program Združenih narodov za okolje (UNEP).....	39
3.2.4.2 Svetovna zveza za varstvo narave (IUCN) .....	39
3.2.4.3 Svetovna turistična organizacija (UNWTO).....	40
3.2.4.4 Mednarodna organizacija za reševanje življenj (ILS).....	40
3.2.4.5 Obalna unija (EUCC).....	40
3.2.4.6 Mednarodni svet pomorskih industrijskih združenj (ICOMIA) .....	41
3.2.4.7 Evropska unija .....	41
3.2.4.8 Nadzor grebenov .....	42
<b>4 RAZISKAVA O VPLIVU MODRE ZASTAVE NA TURISTIČNO POVPRAŠEVANJE .....</b>	<b>42</b>
4.1 Namen, cilji in metodologija raziskave.....	42
4.1.1 Metoda zbiranja podatkov .....	43
4.1.2 Populacija in vzorec.....	44

4.1.3 Tip raziskave .....	48
<b>4.2 Rezultati raziskave in preverjanje hipotez .....</b>	<b>49</b>
4.2.1 H1: Posamezni kriteriji Modre zastave so enako pomembni ženskam in moškim.....	54
4.2.2 H2: Modra zastava za kopališča ima pomen pri izbiri morskega kopališča .....	57
4.2.3 H3: Pomen trajnostnega razvoja skozi turizem se ne razlikuje po spolu.....	59
4.2.4 H4: Posamezni kriteriji Modre zastave so enako pomembni domačim in tujim obiskovalcem kopališč .....	61
<b>4.3 Primerjava z mednarodnimi raziskavami in priporočila .....</b>	<b>63</b>
<b>SKLEP.....</b>	<b>65</b>
<b>LITERATURA IN VIRI.....</b>	<b>68</b>
<b>PRILOGE</b>	

## KAZALO SLIK

Slika 1: Logotip Modre zastave.....	26
Slika 2: Logotip Modre zastave za lastnike čolnov .....	28
Slika 3: Število podeljenih Modrih zastav po letih .....	29
Slika 4: Hierarhija upravnih teles Modre zastave.....	36
Slika 5: Starostni razred anketirancev .....	46
Slika 6: Država bivanja.....	47
Slika 7: Status ekonomske aktivnosti .....	48
Slika 8: Glavni razlogi za obisk turističnega kraja .....	49
Slika 9: Prikaz pomembnosti elementov turistične ponudbe.....	50
Slika 10: Prikaz pomembnosti kriterijev po Modri zastavi pri izbiri turistične destinacije	52
Slika 11: Prikaz pomembnosti kategorij pri izbiri plaže za kopanje .....	53
Slika 12: Prikaz ocene kriterijev Modre zastave s strani anketirancev .....	54
Slika 13: Prikaz ocene pomena kategorij okoljske osveščenosti.....	58
Slika 14: Prikaz pomena programa Modre zastave za ekološko osveščenost .....	60

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Prikaz povprečja in standardnega odklona za elemente turistične ponudbe.....	51
Tabela 2: Prikaz povprečja in standardnega odklona kriterijev Modre zastave .....	53
Tabela 3: Prikaz povprečja in standardnega odklona kategorij pomembnih obiskovalcem	54
Tabela 4: Prikaz povprečja in standardnega odklona kriterijev Modre zastave .....	54
Tabela 5: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij kakovost kopalne vode .....	55
Tabela 6: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij varnost in storitve .....	55
Tabela 7: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij okolju prijazno poslovanje .....	56
Tabela 8: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij okoljska vzgoja in informiranje .....	56
Tabela 9: Prikaz rezultatov statistične obdelave za preizkus hipoteze 2 .....	57
Tabela 10: Prikaz kontingenčne tabele za preizkus hipoteze 2 .....	57
Tabela 11: Prikaz povprečja in standardnega odklona kategorij okoljske osveščenosti .....	58
Tabela 12: Prikaz rezultatov statistične obdelave o pomenu trajnostnega razvoja .....	59
Tabela 13: Prikaz povprečja in standardnega odklona pomena Modre zastave za ekološko osveščenost .....	60
Tabela 14: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij okoljska vzgoja in informiranje .....	61
Tabela 15: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij okolju prijazno poslovanje ...	62
Tabela 16: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij kakovost kopalne vode .....	62
Tabela 17: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij varnost in storitve .....	62



## UVOD

Ekološko oziroma naravno okolje je celota naravnih danosti človekovega življenjskega prostora. Naravno okolje je pomembno za življenje ljudi, kot tudi za opravljanje turistične dejavnosti. Povezanost naravnega okolja in turizma je močna, zato so ekološki programi pomembni pri zagotavljanju čistega naravnega okolja ter pri okoljski vzgoji.

Zaradi pomembnosti naravnih virov potrebuje varovanje okolja in vodnih virov v svetu posebno obravnavo. Vodni viri so pomembni za življenje na zemlji. V magistrskem delu posvečam pozornost njihovem pomenu za svetovni turizem in za trajnostni razvoj.

Turizem pomembno prispeva k razvoju revnih držav in predstavlja enega glavnih stebrov svetovne turistične organizacije (angl. *World Tourism Organization* v nadaljevanju UNWTO) pri zmanjševanju revščine skozi trajnostni razvoj turizma. Kmalu se je poleg pozitivnih posledic pokazalo, da se je potrebno enako poglobljeno spopasti tudi z negativnimi vplivi, ki jih prinaša predvsem masovni turizem.

Hitra rast turizma je povzročila tudi večje zavedanje, da turizem lahko zelo negativno vpliva na naravno okolje. To je pripeljalo do paradoksa, da turizem lahko uniči turizem. Večje zanimanje je pripeljalo do večjega števila raziskav na temo vpliva turizma na okolje in s tem večje težnje po ohranitvi okolja za namene turizma (Fennell, 2003, str. 99–102).

Človeško poseganje v naravno okolje je postalo bolj očitno v zadnjih desetletjih, ko je bolj poznano postalo dejstvo globalnega segrevanja in vplivi na morsko naravno okolje, ki ga te spremembe najbolj prizadenejo. Spremembe so od najbolj osnovnih, tj. geomorfoloških, pa do dviga morske gladine, ki bo v tem primeru resno ogrozila nekatere države po svetu že ob dvigu gladine za en meter. Posledice dviga morske gladine so uničenje infrastrukture, izguba zemlje in množično preseljevanje prebivalcev. Vpliv na turizem bo prav tako uničujoč, saj bo dvig morske gladine povzročil propad obstoječe infrastrukture ter turističnih objektov (Goudie, 2000, str. 404–410).

V zadnjih letih je bilo predstavljenih veliko različnih ekoloških programov, ki s sodelovanjem s turističnimi ustanovami poizkušajo doseči različne cilje. Morda je ravno ta raznolikost tista, zaradi katere je v poplavi ekoloških programov, ekoloških oznak in pravil nastala zmeda. Ljudje ne ločijo dobro med posameznimi programi. Velikokrat sploh ne opazijo, da določena turistična destinacija, plaža ali hotel, nosi znak katerega od ekoloških programov.

Mednarodni ekološki program Modra zastava ima več ciljev: zagotavljanje čistoče, varnosti in okoljske prijaznosti za kopališča in marine. Pri ljudeh želi program spodbujati aktiven odnos do okolja, izobraževanje o okoljski problematiki, zagotavljanje pogojev za ekološke destinacije in njihov nadzor. Upravljalci kopališč, marin in lokalne oblasti, ki

delujejo posebej skrbno do ožjega in širšega naravnega okolja, lahko prejmejo Modro zastavo. Kriterije je potrebno izpolnjevati vsako leto. Zadostiti je potrebno pogojem za kakovost kopalne vode v naravnih kopališčih. Kvaliteto kopalne vode preverja in analizira zavod za zdravstveno varstvo Slovenije (Modra zastava–FEE, 2010).

V magistrskem delu se posvečam ekološkemu programu Modre zastave v Sloveniji. Osrednji fokus magistrskega dela je usmerjen v analizo vpliva programa Modre zastave na izbiro morskega kopališča v Sloveniji. Analiza je opravljena na podlagi ankete, ki je bila izvedena med turistično sezono 2009 na treh izbranih kopališčih v Sloveniji, ki Modro zastavo že imajo. Glavni cilj je prikazati poznavanje obiskovalcev o programu Modre zastave, pomembnosti različnih kriterijev, ki jih zagotavlja in odnos do naravnega okolja.

**Namen** magistrskega dela je analizirati povezavo med Modro zastavo in izbiro obiskovalcev glede morskega kopališča na primeru Slovenije.

**Cilji** magistrskega dela so:

- s teoretično in empirično raziskovalnim metodološkim procesom ugotoviti, ali obstaja povezava med odločitvijo obiskovalcev pri izbiri morskega kopališča in Modro zastavo,
- preveriti odnos obiskovalcev morskih kopališč do ekoloških vprašanj ter programa Modra zastava,
- preveriti poznavanje vplivov turizma na okolje, ter okoljskega izobraževanja med obiskovalci morskega kopališča.

Da sem prišel do zastavljenih ciljev, je bilo potrebno analizirati literaturo ter druge vire, ki pokrivajo področje turizma, ekoloških programov, oznak ter trajnostnega turizma. Predstavil sem program Modre zastave ter kriterije, ki jih je potrebno izpolniti. Opreti se je bilo potrebno tudi na strokovne članke, lastno raziskavo in vse razpoložljive podatke o ekoloških programih, ki so dostopni na spletu. Z anketo obiskovalcev kopališč sem pridobil kvantitativne podatke in nadalje analiziral vpliv Modre zastave na izbiro morskega kopališča pri obiskovalcih v Sloveniji.

V magistrskem delu sem preveril hipotezi da so kriteriji Modre zastave enako pomembni moškim in ženskam in da ima Modra zastava za kopališča pomen pri izbiri morskega kopališča. Preveril sem tudi hipotezo, da se pomen trajnostnega razvoja razlikuje po spolu, ter hipotezo, da so kriteriji Modre zastave enako pomembni domačim in tujim obiskovalcem.

Naloga je strukturirana v štiri poglavja: uvod, sklep, literaturo in vire ter priloge.



V uvodu so predstavljeni: tema magistrskega dela, opis namena in ciljev ter povzetek področja, ki ga z magistrskim delom raziskujem. V prvem poglavju sem najprej predstavil koncept trajnostnega razvoja ter bolj podrobno koncept trajnostnega razvoja v turizmu.

V drugem poglavju sem opredelil mednarodne ekološke programe, nato pa bolj podrobno raziskal ekološke programe v turizmu ter opredelil njihovo organizacijo in pomen. Poglavje sem zaključil z opisom ekoloških programov za kopališča.

V tretjem poglavju sem predstavil program Modre zastave, njegovo zgodovino skozi vse faze razvoja do danes. Prikazal sem razvoj in stanje programa Modre zastave v Sloveniji ter število podeljenih Modrih zastav. Nato sem predstavil sistem delovanja Modre zastave ter različna področja, ki jih program pokriva. Predstavil sem kriterije programa Modra zastava: vrste nagrad, postopke za pridobitev, današnje izzive in sodelujoče organizacije.

V četrtem poglavju sem na kratko predstavil opis vzorca in metodologijo magistrskega dela ter rezultate raziskave vpliva Modre zastave na turistično povpraševanje, ki je bila izvedena na treh izbranih kopališčih na slovenski obali. Na koncu poglavja sem podal zaključke in predloge.

Magistrsko delo sem zaključil s ključnimi ugotovitvami v sklepu.

# 1 TRAJNOSTNI RAZVOJ

## 1.1 Kaj je trajnostni razvoj

Veliko je govora o trajnostnem razvoju na splošno, kakor tudi o trajnostnem razvoju v turizmu. Razumevanje pomena trajnostnega razvoja se razlikuje glede na dejavnost, znotraj katere proučujemo trajnostni razvoj. Trajnostni razvoj v turizmu neposredno vodi v oblikovanje ekoloških programov ter njihovo implementacijo v naš vsakdan.

Okolje v svoji najširši obliki pomeni vse vidike človekovega obnašanja in delovanja. Kulturno, politično, ekonomsko in socialno okolje vpliva na naše delovanje, življenje in medsebojne odnose. Čedalje večje število ljudi spoznava, da naši negativni vplivi na okolje vplivajo tudi na nas, torej nismo ločeni od našega okolja, temveč smo njegov del. Iz ekološkega, ekonomskega in socio-političnega okolja črpamo v turizmu različne dobrine, da dobimo finančno korist, možnost za razvoj in najdemo zadovoljstvo. Ekološko okolje je celota naravnih danosti, človekovega življenjskega prostora (Holden, 2008, str. 5–11). Za razumevanje delovanja turizma je potrebno razumeti, kako se med seboj prepletata turistična ponudba in povpraševanje. Za potrebe turizma se okolje deli na ekološko, ekonomsko in socio-politično okolje (Mihalič, 2008, str. 6).

Ekološko okolje razumemo kot naravne, kulturne in socialne privlačnosti za turizem, ki so pogosto razlog, da se za določeno turistično destinacijo ustvari povpraševanje (Mihalič, 2006a, str. 13–14).

Nove oblike turizma so še posebej odvisne od neokrnjenega naravnega okolja. Do leta 2020 bo po svetu potovalo 1,6 milijarde mednarodnih turistov letno. Spreminjajo se navade, želje, pričakovanja in pogostost potovanj. Potovati je treba čedalje bolj pogosto, v bolj oddaljene kraje (Holden, 2008, str. 5–11).

Zaradi teh sprememb, je bil potreben premik proti bolj ekološkemu poslovanju, kar je v zadnjih letih turistično dejavnost na nekaterih področjih močno preoblikovalo. Odnos do naravnega okolja se je spremenil in podjetja so začela oglaševati bolj zeleno oziroma ekološko poslovanje in skrb za naravno okolje (Holden, 2008, str. 5–11). Turisti uporabljajo naravno okolje za udejstvovanje v športu kot je smučanje, plavanje, planinarjenje, itd. Torej obe strani, ponudba in povpraševanje, uporabljata naravno okolje kot vir svojih dejavnosti v turizmu, s tem pa nastajajo določeni odpadki ter posledice uporabe. Nekateri se obnovijo, nekatere pa lahko pomenijo trajno sled v naravnem okolju (Mak, 2004, str. 162–167). V letu 2011 je število prihodov mednarodnih turistov po svetu naraslo za 4 % na število 982 milijonov. Letni prihodki so znašali 740 milijard evrov, za leto 2012 je napovedana rast med 3 in 4 %. Pričujoči podatki kažejo na to, da je turizem praktično neobčutljiv na gibanja gospodarstva, le njegove oblike se prilagodijo (UNWTO–Združeni narodi, 2012).

Zasuk k novim oblikam turizma se povezuje s širšimi spremembami v socio-političnem in ekonomskem stanju v razvitem svetu. Ko je razvoj dosegel dovolj visoko stopnjo, je prišlo do težnje po de-industrializaciji, s tem pa je prišlo tudi do spremembe v potrošniških navadah ljudi. Ti novi turisti uživajo v naravi, obenem pa se zavedajo krhkosti naravnega in kulturnega okolja. Njihov namen je potovati s čim manjšim negativnim vplivom, prispevati k razvoju lokalnega prebivalstva ter odnesti bogato kulturno izkušnjo. Take vrste turisti so precej bolj priljubljeni od masovnih, čeprav zahtevajo visoko kakovostne storitve, so pa za njih pripravljeni tudi plačati (Lew, Michel & Williams, 2004, str. 498–500).

Koncept trajnostnega razvoja je privlačen mnogim raziskovalcem in politikom. In ravno ta privlačnost ustvari resne želje za spremembe in operacionalizacijo principov trajnostnega razvoja. Toda marsikdaj so ti principi le bolj poudarjene splošne izjave o nameri in pogosto se zastavi več vprašanj, kot je podanih odgovorov. Veliko študij o trajnostnem razvoju ne pridobi poglobljene analize o tem, kako se ta pojem uporablja in interpretira. Očitno je, da je vsakršen napredek glede vpliva turizma na okolje dobrodošel, kar pa še ne pomeni trajnostnega razvoja (Font, 2001, str. 3–10).

Znotraj ekološkega okolja je poudarek pri pisanju magistrskega dela usmerjen zgolj v naravno okolje, ki najbolj neposredno vpliva na kakovost turistične ponudbe. Razlog je v tem, da se program Modre zastave kot glavnemu področju svojega delovanja posveča zgolj naravnemu okolju in njegovi zaščiti.

## **1.2 Trajnostni razvoj v turizmu**

Turizem slovi kot največji svetovni ekonomski sektor, ki se zaveda tudi svoje odvisnosti od okolja. Kljub temu, da turizem pripomore k razvoju posameznih držav, področij ali destinacij, lahko njegov hiter razvoj povzroči tudi negativne učinke na naravno in sociološko-kulturno okolje. Prav zato se je upravljanje naravnih danosti uveljavilo kot pomemben del turistične ponudbe, predstavlja pa eno težjih nalog za lokalno in državno upravo. Glavni negativni vplivi turizma na okolje so (Kandari & Chandra, 2004, str. 3–4):

- poraba naravnih virov,
- onesnaženje in kopičenje odpadkov,
- škoda za ekosistem.

Kritična razlika, ki loči turizem in ekološki turizem, je v potencialnih pozitivnih vplivih pri ohranitvi naravnega okolja. To področje se najpogosteje povezuje z javnim sektorjem in agencijami za zaščito naravnega okolja ter ekološkimi nevladnimi organizacijami. Tudi privatni lastniki zemljišč lahko sodelujejo, vendar se po navadi vključijo šele, ko dobijo za to sredstva od države (Buckley, 2009, str. 3).

Nekontrolirani razvoj masovnega turizma lahko močno poškoduje naravno okolje, kar povzroči škodo za turizem, saj destinacija izgubi svoje naravne danosti, oziroma so le-te manj privlačne. Glavni naravni viri, ki jih ogroža turizem so vodni viri, zemlja in obalna področja (Kandari & Chandra, 2004, str. 3–4).

Na drugi strani spektra masovni turizem, križarjenja in poslovni turizem tudi iščejo trajnostne načine poslovanja. Izkušnje trajnostnega turizma so ravno nasprotno masovnemu konceptu. Trajnostni turizem temelji na naravnem in kulturnem okolju, med tem ko masovni turizem večinoma temelji na izgrajenem okolju (Diamantis, 2004, str. 3–4).

Na obalnih področjih pride do nevarnosti že v razvojni fazi, ko se gradijo hoteli, ceste, letališča in preurejajo plaže. Zaradi razvoja prihaja do izkopa peska, erozije plaže, zastrupljanja in degradacije zemlje. Tekma za pitno vodo kmalu postane problem, ko turistična dejavnost, ki je velik porabnik vode, začne tekmovati z ostalimi porabniki, kot so poljedelstvo, gospodinjstva in industrija. Kmalu se lahko zgodi, da bo turizem na občutljivih področjih močno omejen, vsaj po številu turistov (Kandari & Chandra, 2004, str. 3–4).

Uporaba obalnega morja za masovni turizem pripelje do izginjanja živalskih vrst. Problem je predvsem adrenalinski turizem, kot je izposoja vodnih skuterjev, pogosti ladijski prevozi in sidranje. Posledično se škoda prenese na lokalno prebivalstvo, ker destinacija izgubi privlačnost, nastane tudi izguba prihodka iz ribolova. Zadnja nevarnost je nepravilno ravnanje z odpadki in odplakami, države v razvoju pa nimajo sredstev in tehnologije za pravilno rešitev tega problema. Za hotele je značilna visoka energetska poraba (Kandari & Chandra, 2004, str. 171–175).

Trajnostni razvoj turizma je v današnjem svetu postal nujna. Poleg velikih možnosti za zaslužek in posledično uničenje okolja ima turizem tudi velik potencial za razvoj okolja. Dogajanje v zadnjih desetletjih kaže, da je prišlo do spoznanja o povezavi med ekonomskimi in okoljskimi oziroma ekološkimi vzgibi v turizmu ter da okoljski management ne predstavlja le stroškov, temveč prinaša tudi dolgotrajne koristi. Problem pri sprejemanju odločitev povezanih z okoljskim managementom je, da je naložba dolgotrajna, posledice na okolju niso vidne hitro, na drugi strani pa so kratka obdobja, v katerih morajo imeti podjetja dobiček (Kandari & Chandra, 2004, str. 177–178).

Trajnostni turizem je koncept, ki temelji na treh stebrih. To so: ekonomski, socialni in ekološki. Ekonomska trajnost pomeni zagotavljanje blaginje v vseh ravneh družbe in dolgoročnost poslovanja. Socialna trajnost pomeni spoštovanje človekovih pravic ter zagotavljanje enakih možnosti, zahteva odpravo revščine, spoštovanje kulture in preprečevanje izkoriščanja. Ekološka trajnost pomeni varovanje naravnih virov in ravnanje z njimi: zmanjševanje onesnaževanja zraka, zemlje in vode ter zaščito biološke raznovrstnosti (Mihalič, 2006b, str. 95–96).

Trajnostni turizem je koncept, ki pri svojih dejavnostih zagotovi, da bo čim manj trajnih negativnih posledic – gre za zmanjševanje negativnih vplivov na naravno, ekonomsko in socialno okolje (WCED–Organizacija, 2010).

V turizmu ima trajnostni razvoj precej specifičen pomen. Izziv turistične dejavnosti je razvoj turističnih zmogljivosti in kvalitete turističnih proizvodov tako, da bi čim manj negativno vplivali na okolje v katerem delujejo. Turizem lahko tako prispeva k trajnostnemu razvoju, ko deluje v sklopu zmožnosti naravnih virov tako, da se ti lahko obnavljajo, ko prizna prispevek lokalnega prebivalstva in njihove kulture kot pomemben del turistične ponudbe, ko ima lokalno prebivalstvo pravičen delež pri dobičku ter kadar razvoj dejavnosti vodijo želje lokalnega prebivalstva (Theobald, 2005, str. 363).

Ekološki turizem sprejema principe trajnostnega turizma, ki vključujejo ekonomske, socialne in okoljske vplive turizma. Za ločevanje od širšega pojma trajnostni turizem, je potrebno upoštevati specifične pogoje (Lew et al., 2004, str. 484–486):

- aktivno prispevati k ohranitvi naravne in kulturne dediščine,
- v planiranju razvoja upoštevati lokalne in prvinske skupnosti, ter prispevati k njihovemu dobremu življenju,
- interpretirati naravno in kulturno dediščino destinacije obiskovalcem.

Razvoj, ki smo mu lahko bili priča, je sprožil veliko poglobljenih študij in vpeljav trajnostnih konceptov v prakso skozi strokovne publikacije, interne politike poslovanja podjetij, tudi skozi zakone in kodekse obnašanja za turiste. Že na začetku se je predvidevalo, da pojem ekološki turizem spada znotraj trajnostnega turizma v vseh njegovih oblikah in danes je splošno sprejeto dejstvo, da je trajnostni turizem generični izraz, ki vključuje vse vrste turizma, ki prispevajo pri trajnostnem razvoju v splošnem smislu (Lew et al., 2004, str. 484–486).

V zadnjem času je ekološki odtis oziroma vpliv posameznega proizvoda ali storitve na okolje postal čedalje bolj pomemben kupcem. Podjetja so se odzvala s kandidiranjem pri ekoloških programih ter namestitvijo ekoloških oznak na svoje proizvode in storitve, s katerimi zagotavljajo kupcem manjši vpliv na naravno okolje. Logično so reagirale tudi države in nevladne organizacije, ki so začele organizirati, vpeljevati in preverjati ekološke programe. Kasneje se je pojavila tudi težnja po poenotenju oziroma standardizaciji ekoloških programov (Lucas, Tilleman & Hughes, 2003, str. 427).

Ekonomski vidik trajnostnega turizma je v spodbujanju novih proizvodov in storitev, v razvoju podjetij, povečanju zaposlenosti in ohranitvi pokrajine. V tem smislu so pogosto integrirani indikatorji trajnostnega razvoja oblikovani s participacijo lokalnih udeležencev tako, da definirajo indikatorje, ki so primerni za merjenje in oceno časovnega razvoja

politik, promocije trajnostnega razvoja in ohranitve lokalnih navad in običajev (Castellani & Sala, 2010, str. 872–874).

### 1.3 Inštrumenti trajnostnega razvoja

V zadnjem času obstaja čedalje večje zavedanje, da tržno gospodarstvo samo po sebi ne bo pripeljalo do razvoja trajnostnega turizma ter, da je potrebna tudi državna intervencija. Državne intervencije vodijo različne politike in zakoni, praktična implementacija pa se prav tako izvaja s pomočjo inštrumentov politike. Obstaja veliko število teh inštrumentov, ki so vsebinsko zelo različni. Obstaja oblikovanje zaščiteneh con za zaviranje razvoja turizma, oziroma omejevanje dostopa do občutljivih območij, širjenje turističnih kodeksov za spodbujanje trajnostnega obnašanja, obdavčevanje porabe energije, ter upravljanja z odpadki, spodbuda turističnim podjetjem za trajnostno ravnanje z redkimi viri in zmanjševanje onesnaženja ter javni načrti za uravnavanje transporta z namenom zmanjševanja onesnaženja in prometnih zastojev v turističnih krajih. Vsi ti inštrumenti za doseganje trajnostnega razvoja v turizmu so oblika intervencije države. Ko je potrebno inštrumente izbrati, je pomembno, da se določi tudi kombinacija teh, ki se bodo uporabljali za doseganje ciljev. Izbira inštrumentov trajnostnega razvoja zahteva razumevanje principa trajnostnega razvoja v turizmu. Nevarnost pri izbiri ustreznih inštrumentov je politični pritisk in pričakovanja, ki pripeljejo do izbire neustreznih inštrumentov samo zato, da se zadovolji politična volja (Theobald, 2005, str. 361).

Kljub temu, da je to široko in zapleteno področje, obstaja nekaj osnovnih parametrov (Theobald, 2005, str. 361):

- materialni viri: spoznanje, da je kvaliteta naravnih, umetnih in človeških virov ključnega pomena za prihodnjo blaginjo ter povezava med odnosom do virov in njihovim stanjem. Trajnosten razvoj vključuje poleg naravnega okolja tudi ekonomske, kulturne in socialne vire,
- prihodnost: skrb zato, da bodo prihodnji rodovi lahko razpolagali z viri in priložnostmi, kot so na voljo sedanji generaciji,
- sredstva: obstajati mora pravičnost pri deljenju znotraj družbe pri ekonomskih, socialnih, kulturnih in okoljskih koristih in stroških. To področje je za trajnostni razvoj pomembno predvsem zato, ker socialno najbolj ogroženi po navadi nosijo tudi največ stroškov in negativnih posledic, življenjski stil pa tudi ne omogoča življenja, kjer bi lahko sledili smernicam trajnostnega razvoja.

Pri reševanju problemov trajnostnega razvoja v turizmu je potrebno večje število inštrumentov kot na primer dovolilnice in stroški za doseganje socialno najbolj optimalne rešitve. Inštrumenti trajnostnega razvoja, pa naj bodo ti državni, ekonomski, ali drugi, sami

po sebi niso dovolj. Potrebno je usklajeno delovanje skupaj z drugimi oblikami regulacije vplivov turizma (Fossati & Panella, 2000, str. 145–146).

Prostovoljni inštrumenti trajnostnega razvoja kot na primer nagrade, pravila obnašanja, ekološki management, navodila za najboljšo prakso, lastna predanost ciljem, itd. imajo lahko pozitivne učinke kljub temu, da spadajo pod šibke ukrepe in ukrepe povečanja prepoznavnosti (Black & Crabtree, 2007, str. 18).

Kljub širokemu spektru inštrumentov se tudi ti soočajo s težavami, predvsem na področju kvalitativnih dimenzij. To pomeni, da je potreben bolj poglobljen pristop neposredno pri turistih ter sprememba njihovega obnašanja, kar je dosti bolj učinkovito kot spraševanje, kdaj je turistov preveč. Pomemben dejavnik je naravnost lokalne skupnosti k trajnostnemu razvoju in skrbi za naravno okolje, kar spodbudi tudi turiste. Z drugačnim načinom je zelo težko doseči kak pomembnejši napredek. S tem dosežemo veliko več pozitivnih učinkov, kot s "tradicionalnimi" inštrumenti trajnostnega razvoja v turizmu (Brescia & Pineda, 2006, str. 330–332).

## **2 MEDNARODNI EKOLOŠKI PROGRAMI**

### **2.1 Zgodovinski razvoj mednarodnih ekoloških programov**

V mednarodnem okolju se je iz potreb po varovanju naravnega okolja razvilo veliko število ekoloških programov. Ti programi imajo različne usmeritve in kriterije, ki jih je potrebno izpolnjevati. V večini primerov imajo posamezni ekološki programi v ozadju celotno organizacijo, ki se ukvarja z oblikovanjem kriterijev, postavljanjem meril in načini preverjanja izpolnjevanja le-teh. Potreben je tudi reden nadzor nad izpolnjevanjem meril in kriterijev ter po potrebi tudi odvzem ekološke oznake.

Iz čedalje večjega zanimanja za obiskovanje kulturnih, zgodovinskih krajev in naravnega okolja se je vzporedno razvila močna ekološka zavest za zaščito teh področij, s strani ponudbe in povpraševanja po turističnih proizvodih in storitvah. Evropa ima vsaj pol milijona nastanitvenih zmogljivosti, ki negativno vplivajo na svoje naravno okolje, istočasno pa so od njega odvisni. Od teh je 95 % majhnih podjetij z manj kot 50 zaposlenimi. Njihova prednost leži v fleksibilnosti in aktivnosti na področju zmanjševanja negativnih vplivov (Hamele, 2004).

V Evropski uniji je uporaba besed bio in eco oziroma eko strogo regulirana. To pomeni, da mora dejansko predstavljati izdelke in storitve, ki so ekološko prijazni, oziroma pridelani na biološki način. Kot primer lahko vzamemo Evropski ekološki program, ki ima jasen cilj zmanjševanja negativnih vplivov na naravno okolje s strani ponudnikov, kot tudi s strani kupcev storitev in proizvodov. Prednost takšnega ekološkega programa v Evropski uniji je

tudi, da lahko nato pod tem imenom tržijo svoje proizvode in storitve v vseh državah članicah Evropske unije, s tem pa se tudi zagotavlja, da besedi eco ali bio nista zlorabljeni (Schaltegger, Burritt & Petersen, 2003, str. 247–248).

Dve tretjini vseh ekoloških programov vodijo združenja turističnih dejavnosti in različne državne organizacije, manj pogosto pa privatne organizacije. Skoraj 40 ekoloških programov (od 59 proučevanih) je bilo ustanovljenih z različnim lastništvom (država, nevladne organizacije, privatne organizacije), ki pri odločitvah uporabljajo sistem skupinskega odločanja. Polovica je bila ustanovljena pred letom 1996, druga polovica pa med letom 1996 in 2000. Po letu 2001 je bilo ustanovljenih zelo veliko ekoloških programov, tako da se je to število še več kot podvojilo (Theobald, 2005, str. 214–218).

Prevzemanje odgovornosti s strani potrošnikov, je relativno nov pojav v Evropi, kjer se je okoljska zakonodaja preusmerila iz omejevanja industrijskega onesnaževanja k oblikovanju bolj trajnostnega potrošniškega vzorca. Nemška zvezna okoljska agencija (UBA) ocenjuje, da je približno 30 do 40 % vseh okoljskih problemov neposredna posledica potrošniških odločitev. Razvoj zelenega potrošništva je odgovor na spoznanje, da so trenutne oblike potrošništva neustrezne. S tem je bilo spodbujeno ustanavljanje ekoloških programov, katerih kriterije ocenjujejo neodvisne zunanje organizacije (Micheletti, Follesdal & Stolle, 2006, str. 151–154).

Prvi državni ekološki program je nastal leta 1978 v Nemčiji, do leta 1990 je bilo ustanovljenih še na ducate državnih in mednarodnih ekoloških programov po vsem svetu (Micheletti et al., 2006, str. 151–154).

Ekološki programi so bili razviti, da bi s tem spodbudili podjetja, da ponudijo na trgu ekološko bolj prijazne proizvode in s tem pomagajo potrošnikom izbrati tiste, ki imajo čim manjši vpliv na naravno okolje. Nemški Modri angel (angl. *Blue angel*), ki je bil prvi ekološki program na svetu ima v Nemčiji 80 % prepoznavnost. Večina ekoloških programov ostaja osredotočena na manjše število proizvodov, obstajajo pa tudi takšni, ki zajemajo celotne dejavnosti, kot na primer EU ekološki program (Harrison, Newholm & Shaw, 2005, str. 56–62).

Problem ekoloških programov je težavna implementacija v poslovno kulturo podjetja, ter nemalokrat tudi visoki stroški pridobitve ekološke oznake za svoje proizvode. Nekatera podjetja želijo ponujati tako ekološke, kot tudi klasične proizvode. Prepoznavnost ekoloških oznak je relativno nizka, povečuje pa se zelo počasi. Glavni razlog za to je, da slika na embalaži proizvoda brez dodatnih pojasnil ostane preprosto slika, za kupca pa posebnega pomena nima (Harrison et al., 2005, str 56–62).

Leta 2002 je UNWTO poročal, da obstaja okrog 500 različnih ekoloških programov, od tega jih je bilo 59 vsestranskih. Večina se jih je pojavila po letu 1996 v razvitem svetu, kar je dodatno pripomoglo k njihovi relativni neprepoznavnosti. Dodatna nepravilnost v tem



pristopu je tudi dejstvo, da večina turizma iz razvitega sveta poteka v smeri nerazvitih dežel (UNWTO–Združeni narodi, 2009).

Vsaka država, ki se razvija, gre skozi različne faze razvoja glede ekoloških programov. Mihalič (2006b, str. 84) jih imenuje »državna ekološka odgovornost« in jih deli v štiri stopnje:

- prva je stopnja pred razmišljanjem o ekološki problematiki,
- v drugi stopnji se družba zave ekološke škode, ki jo povzroča,
- tretja stopnja razvoja je karakterizirana z diskutiranjem o ekološki politiki,
- v zadnji, četrti stopnji je ekološka politika vpeljana.

Nadalje razvoj ekološkega programa poteka v treh standardnih korakih (Font & Tribe, 2001, str. 88) :

- pozicioniranje in planiranje ekološkega programa,
- razvoj kriterijev ekološkega programa,
- vodenje in promocija ekološkega programa.

Ekološki programi (UNEP, 1998, str. 5) so del svetovnega gibanja, ki je usmerjeno k regulaciji dejavnosti. S tem ob enem kažejo na to, da so lahko tudi velika podjetja in industrijski koncerni ekološko osveščeni in skrbijo za okolje. Pomembno dejstvo je, da je pristop k takšnim ekološkim programom popolnoma prostovoljen.

Kljub veliki količini ekoloških programov in oznak, jih veliko dosega kriterije za oznako eko. Primeri so lahko: nemški Modri angel, EU ekološka oznaka in Modra zastava. Organizacije, ki vodijo Modri angel, kljub veliki prepoznavnosti v Nemčiji, in EU ekološke oznake, še niso začele podeljevati turističnim proizvodom (Mihalič, 2002, str. 66).

## **2.2 Ekološki programi v turizmu**

Kljub temu, da je čisto naravno okolje eden glavnih pogojev za razvoj turizma – od hotelov, kampov, restavracij, kopališč, itd. – slabo načrtovanje porabe in uporabe teh naravnih virov pogosto povzroči uničevanje naravnega okolja. Posledično tako uničevanje tudi ekonomsko negativno vpliva na turizem (UNEP, 1998, str. 5–6).

Ekološki programi v turizmu (Hamele, 2001, str. 175–176), kot enega glavnih stebrov poudarjajo trajnostni razvoj. Da bi razumeli, kaj točno to pomeni in kako široko področje zajema, je potrebno pojem bolj podrobno razložiti. Turizem v okviru trajnostnega razvoja je mogoče definirati s široko paleto udeležencev in različnih interesov:

- s strani turistov je pomembno zadovoljstvo in vedenje,
- za lokalne prebivalce je važna lokalna kultura, službe, blaginja in identiteta,
- lokalna turistična podjetja in ekonomija potrebujejo zasedenost kapacitet, dodano vrednost in tudi posredne finančne učinke turizma,
- kultura mora biti lokalno ohranjena,
- okolje in narava morata biti ohranjena, raba materialov in energije mora biti zmerna, ohranitev biotske raznovrstnosti mora biti prioriteta.

Merila za rast in razvoj so skrb za prihodnje generacije ter kulturno in okoljsko ozaveščeno obnašanje. Po drugi strani ta merila predstavljajo tudi mejo razvoja. Skozi trajnostni razvoj naj bi dosegli ravnovesje med napredkom, ohranitvijo okolja in narave, ter kvalitetnim življenjem turistov in lokalnega prebivalstva (Hamele, 2001, str. 175–176).

Iz teh razlogov ponudniki turističnih storitev, lokalne uprave in države problematiki ohranitve naravnega okolja namenjajo čedalje več pozornosti. Ponudniki turističnih storitev so opazili povezavo med ekološkim obnašanjem in višjimi donosi iz turizma, saj je čedalje večje povpraševanje po storitvah, ki so odvisne od neokrnjenega naravnega okolja. Zato ni presenetljivo, da so ponudniki začeli veliko pozornosti posvečati ekološkimi programom, ki izkazujejo njihovo ekološko naravnost (UNEP, 1998, str 5–6).

Delovanje ekoloških programov z vidika ponudnikov turističnih storitev in proizvodov mora biti ekonomično. Torej lahko predpostavljamo, da bodo podprli tiste kriterije, ki jih lahko vsi dosegajo brez večjih težav, obenem pa morajo biti čim bolj dobičkonosni za podjetja v turistični dejavnosti. To v bistvu pomeni večje prihodke iz prodaje "zelenih" proizvodov ob nizkih stroških vpeljave potrebnih novosti. V homogenih dejavnostih zaradi uvedbe ekološkega programa pridobijo vsa podjetja (Fischbeck & Farrow, 2001, str. 258–259).

Učinkovitost posameznega ekološkega programa se ocenjuje na podlagi ekoloških inovacij, kadar podjetja niso prisiljena investirati v takšne inovacije. Ocenjuje se relativen porast ekoloških proizvodov, ter delež trga ekoloških proizvodov od uvedbe ekološkega programa (Fischbeck & Farrow, 2001, str. 262).

Ekološke oznake kažejo (UNEP, 1998, str. 5–6), da so ponudniki turističnih storitev prilagodili svoje poslovanje tako, da čim bolj zmanjšajo negativne vplive na naravno okolje. Ekološki znaki kažejo realno sliko vplivov posameznih proizvodov in storitev na naravno okolje in s tem pridobijo konkurenčno prednost pri ekološko zavednih kupcih. Ekološki znaki so tudi uporabno orodje za doseganje trajnostnega razvoja turizma. Pravzaprav dobro razvit ekološki program vključuje vse potrebne kriterije za doseganje trajnostnega razvoja:

- zaznavanje problemov,
- odpravo vplivov,
- spremljanje vplivov na naravno okolje.

Turistična dejavnost uporablja ekološke programe in njihove oznake kot neke vrste zaščitni znak ali logotip, s katerim dokazuje kupcem svojih storitev, da je podjetje okolju prijazno. S tem želijo kupce spodbuditi k enakemu razmišljanju (Huybers, 2007, str. 626–627).

Ekološke oznake lahko (UNEP, 1998, str. 5–6):

- pomagajo podjetnikom določiti kritična področja,
- pospešijo vpeljavo okolju prijaznih tehnologij in postopkov delovanja,
- zagotovijo zunanji nadzor in svetovanje.

Ostaja vprašanje, ali so ekološki programi dejansko tudi tržno uspešni. Za doseganje uspešnosti je potrebno spremeniti tudi obnašanje in mišljenje potrošnikov. Za oceno učinkovitosti ekoloških programov je potrebno razumevanje, kako informacije spreminjajo obnašanje na trgu. Za analizo uspešnosti je potrebno izmeriti prednosti in stroške takšnih informacij. Kljub široki implementaciji različnih ekoloških programov je dejansko zelo malo raziskav, ki bi lahko potrdile njihov dejanski vpliv in učinkovitost (Lucas et al., 2003, str. 427).

Turizem povzroča številne negativne vplive na okolje. Uporaba virov je eno ključnih področij, na katerem prihaja do trenj. Turizem je velik porabnik naravnih in lokalnih virov, pri tem pa tekmuje z ostalimi dejavnostmi in človeško porabo. Najbolj obremenjena vira sta voda in zemlja. Prekomerna uporaba naravnih virov neposredno vodi k transformaciji ekološkega habitata, ter uničenju rastlinja in živali. Nekateri naravni viri, na katerih sloni turistična dejavnost imajo lastnost skupne dobrine, kar pomeni nevarnost za prekomerno uporabo. Lokalno prebivalstvo lahko izgubi dostop do naravnih virov, ki so pomembni za njihov obstoj. Preurejanje površja zaradi turizma lahko uniči celoten ekosistem. Lokalno prebivalstvo, ki zaradi turizma doseže višji standard, se lahko navzame slabih navad in začne zanemarjati naravno okolje in mu škodovati, kar vodi do posledic za fizično in kulturno okolje (Holden, 2008, str. 74).

Z vidika kupca je kvaliteta naravnega, socialnega, in kulturnega okolja del turističnega proizvoda ali storitve. Torej je za kupce, poleg zmanjševanja negativnih vplivov, pomembna tudi ekološka kvaliteta turistične destinacije, ki je ključnega pomena. Iz tega razloga je potrebno ločiti med seboj ekološke oznake in oznake ekološke kvalitete, ki se nanašajo na stopnjo ohranjenosti turistične destinacije z vidika ohranjenosti ekosistema.

Kljub temu se že pojavljajo kombinirani programi, ki združujejo obe vrsti oznak in predstavljajo prihodnost ekoloških programov. Primer takšne kombinacije je ekološki

program Modra zastava, ki zagotavlja ekološko kvaliteto (kvaliteta kopalne vode, čista in vzdrževana plaža) ter ekološko upravljanje za plaže in marine. Kljub velikemu potencialu ob ustanovitvi ekološke oznake leta 1985, svojega polnega učinka še ni mogla doseči.

Westlake (2001, str. 29–30) v teoriji povezuje trajnostni razvoj in ekološke oznake. Trajnostni razvoj je tako odvisen od dejavnikov kot so geografska lega, planiran razvoj turizma in uporaba virov. Predlagani so štirje pristopi, ki lahko kot rezultat prilagoditev ekoloških programov sovpadajo z različnimi oblikami trajnostnega razvoja:

- zelo šibko: ekološke oznake, ki ohranijo obstoječe lastnosti turističnih proizvodov in storitev,
- šibko: ekološke oznake, ki sledijo le novim oblikam razvoja v turistični destinaciji,
- močno: ekološke oznake, ki uvajajo upravljanje z okoljem v turistično destinacijo,
- zelo močno: ekološke oznake, ki imajo kot cilj popolno ohranitev turističnih proizvodov in storitev ter naravnega okolja.

Raziskave o potencialu ekoloških programov so razkrile, da se v prihodnosti lahko pričakuje, da bo vse večje število kupcev ekološko osveščenih, le-ti pa se bodo raje odločali za nakup proizvodov in storitev, ki nosijo ekološke oznake. Da ekološki program pri kupcih doseže spremembo obnašanja in zaupanje, jo mora predstavljati organizacija, ki je mednarodno cenjena (Kaufman, 2008, str. 147–149).

### **2.2.1 Organizacija in oblikovanje ekoloških programov**

Da bi bil ekološki program učinkovit, mora država, organizacija ali podjetje ugotoviti najprej komu je namenjen in kakšne so njihove potrebe. Dva glavna motiva, ki se pojavljata pri večini ekoloških programov sta: zaščita uporabnika storitve – turista ter zaščita naravnega okolja in s tem promoviranje trajnostnega razvoja turističnega sektorja (UNEP, 1998, str. 11–13).

Večina obstoječih ekoloških programov v turizmu ima le namen komuniciranja z javnostjo v obliki navideznega ohranjanja okolja. Zelo malo ekoloških programov ima tržno podlago, ki je majhna kljub vse večji prepoznavnosti problematike. Pomembnost ekoloških programov je med determinantami, ki določajo izbiro destinacije, rangirana relativno nizko, za ceno storitev, dostopnostjo in priročnostjo. Ostaja tudi najpomembnejše vprašanje: Ali ekološki programi dejansko kaj pripomorejo k trajnostnemu razvoju in ohranitvi naravnega okolja? Težava je v merljivosti napredka in vplivov, ki jih imajo ekološki programi na naravno okolje, trajnostni razvoj in celotno turistično dejavnost (Font, 2001, str. 14–15).

Drugo pomembno področje pri oblikovanju ekološkega programa (UNEP, 1998, str. 11–13) je načrtovana geografska pokritost. Nekateri ekološki programi so naravnani izključno lokalno, medtem, ko so drugi mednarodni. Ločimo štiri različne geografske ravni:

- mednarodno,
- regionalno – pokriva področje več kot ene države (v politični in fizični obliki),
- nacionalno,
- sub-nacionalno – pokriva del znotraj določene države.

Geografska naravnost je odvisna od organizacije, ki oblikuje ekološki program, in njenih ciljev. Odvisna je tudi od področja, ki ga bo pokrivala, saj so storitve kot hotelirstvo in restavracije dovolj razširjene, da jih lahko pokriva na primer sub-nacionalna ekološka oznaka. Po drugi strani na primer golf zahteva ekološki program, ki pokriva širše področje, da lahko pridobi dovolj sodelujočih igrišč (UNEP, 1998, str. 11–13).

Naslednje pomembno področje je določitev usmeritve ekološkega programa. Poznamo tri glavne usmeritve (UNEP, 1998, str. 11–13):

- nastanitvene zmogljivosti,
- storitve,
- destinacije.

Nastanitvene zmogljivosti pokrivajo delovanje hotelov, restavracij, kampov, motelov in druge oblike prenočišč. Na to področje je usmerjenih največ ekoloških oznak, saj se največ denarja troši ravno za nastanitve. Vpliv teh podjetij na okolje je relativno lahko izmeriti. Področje storitev pokriva podjetja kot so turistične agencije, tour operaterji, transportna podjetja in drugi. Pokritost tega področja je zelo nizka, kar predstavlja problem pri ekoloških programih. Področje turističnih destinacij vključuje naravna zaščitena področja, naravna kopališča, golf igrišča in druge. To področje pokriva širše okolje in je prilagojeno posebnim potrebam ponudnikov storitev in krhkemu naravnemu okolju, ki ga vključujejo v svojo ponudbo. Pod to področje spada tudi program Modra zastava (UNEP, 1998, str. 11–13).

Pomemben člen ekoloških programov so promotorji. To so organizacije, ki se odločijo promovirati ekološko oznako in jo vpeljati v posamezno področje. Promotorji se delijo v sledeče kategorije (UNEP, 1998, str. 11–13):

- nad-nacionalni – delujejo na regionalnem področju, kot je na primer EU,
- javne institucije – ki delujejo na nacionalnem in lokalnem nivoju, kot so na primer ministrstva,

- združenja turistične dejavnosti – delujejo mednarodno, na vseh geografskih področjih in zastopajo stališča podjetij, ki delujejo v turistični dejavnosti,
- privatni podjetniki – ki lahko delujejo na področju turizma, ali pa s tem opravljajo svojo dejavnost,
- nevladne organizacije (NGO) – ki so lahko dobrodelne organizacije, ali ekološke organizacije,
- lokalne skupnosti.

Zadnja pomembna odločitev pri oblikovanju ekološkega programa, je trajanje ekološke oznake oziroma nagrade. Po preteku tega obdobja jo je potrebno obnoviti s ponovnim podrobnim pregledom poslovanja in vpliva na naravno okolje. Nekatere ekološke oznake imajo trajanje enega leta, večina pa ima trajanje od dveh do treh let. Trajanje je odvisno od usmeritve ekološkega programa, saj nekatera področja rezultate dosežejo šele po nekaj letih, tako je na primer pri igriščih za golf. Nasprotno je program Modra zastava enoletni program, saj se lahko rezultate doseže mnogo hitreje (UNEP, 1998, str. 11–13).

Kritiki ekoloških programov menijo, da je potreben razvoj standardov za različne dejavnosti in podjetja. Med tem je standardizacija družbe in ljudi skoraj nemogoča, kljub temu, da je ravno tu največ razvoja v ekološkem turizmu. Lokalno prebivalstvo pa se velikokrat jemlje kot postransko pri razvoju ekološkega turizma. Pogosto se ne upošteva različnih sporazumov, lastništva nad zemljo, suverenosti področij, medvladnih dogovorov in osnovne pravice, da se lahko lokalni ljudje odpovejo razvoju vseh oblik turizma (McLaren, 2003, str. 108).

Ne nazadnje je potrebno omeniti tudi, da so kriteriji ekoloških programov pogosto bolj strogi od lokalne ali državne zakonodaje, kljub temu pa kriteriji ne smejo biti prestrogi, saj jih mora biti sposobno izpolnjevati med 10 in 30 % ciljne skupine (Hamele, 2004).

### **2.2.2 Mednarodni ekološki programi v turizmu**

V tem delu so predstavljeni vsi pomembnejši ekološki programi, ki so usmerjeni v turistično dejavnost, s kratko primerjavo med njihovimi glavnimi značilnostmi. Zaradi že predhodno omenjenega velikega števila ekoloških programov so zajeti v tem opisu le tisti, ki so bolj prepoznavni in pomembni v Evropi v zadnjih letih.

Najbolj prepoznavne ekološke oznake v turizmu so trenutno: Audubon, Modra zastava, Ogljik, Zeleni certifikat, Zeleni planet, Zeleni ključ, Turistična zveza, Nordijska ekološka oznaka, Avstrijski ekološki program, Zeleni turizem in Ekološki program Evropske Unije (v nadaljevanju EU) (Ekološke oznake v turizmu–Big Room, 2010).

Kot je razvidno iz tega seznama, je najbolj poznanih ekoloških programov v Evropi vsaj 11. Nekateri med njimi so si po ciljih zelo podobni. Ekološki programi so v turizmu pogost pojav, vendar niso ustrezno koordinirani. Ker so ustanovljeni s strani posameznikov, podjetij, industrijskih združenj, neprofitnih organizacij in državnih agencij, so med seboj zelo različni po obsegu. Nekateri obsegajo le eno vas, drugi so prisotni po vsem svetu. Dejavnosti se razlikujejo od posameznih aktivnosti, do celotnega urejanja destinacij, postavljanja pravil, nagrajevanja in certifikacije. Njihov vpliv, na nakupne odločitve potrošnikov, je relativno neznan. Ob povečanju tega vpliva, lahko postanejo ekološki programi v turizmu, močno orodje za zagotavljanje spoštovanja naravnega okolja in trajnostne uporabe virov. Potrebno bo urediti način nagrajevanja in kaznovanja ob primeru neustreznosti, ter vse podpreti z ustrezno zakonodajo.

#### 2.2.2.1 Audubon

(angl. *Audubon green leaf eco-rating program*) je neprofitna organizacija, ki je bila ustanovljena leta 1998 v New Yorku. Vizija programa je oblikovati trajnostne skupnosti skozi ekološko vodenje porabe naravnih virov, kjer ljudje živijo, delajo in si ustvarijo družine (Audubon International–Nacionalno društvo Audubon, 2010).

Njihovo delo poteka preko izobraževanja in pomoči, ki je potrebna pri izvedbi odgovornega upravljanja z zemljo, vodo, živalmi in naravnim okoljem. V področju turizma je program usmerjen na nastanitvene zmogljivosti. Da pridobijo njihov znak, morajo zagotavljati ekološke standarde, ki so zahtevani, da jim podelijo od enega do petih zelenih listov (angl. *green leafs*). Program je bil ustanovljen zaradi potrebe nastanitvene dejavnosti, da lahko potrdi ponudbo najboljših zmogljivosti, ob minimalnem vplivu na naravno okolje. Z vsestransko in kredibilno metodo ocenjevanja velikosti vplivov na naravno okolje in ukrepov, ki so jih sprejeli za njihovo zmanjševanje, lahko zmanjšajo vplive na naravno okolje in pridobijo pomembno trženjsko prednost (Audubon International–Nacionalno društvo Audubon, 2010).

Nastanitvene zmogljivosti, ki ponosno nosijo njihov znak, s tem kažejo lokalni skupnosti in njihovim gostom, da so zavezani k nadaljevanju posebnega spoštovanja do naravnega okolja. S pridobitvijo ekološke oznake so zavezani k ohranjanju kvalitete vode, varčni rabi vode, minimiziranju onesnaževanja, trajnostni rabi naravnih virov in energije. Ekološki znak lahko pridobijo naslednje nastanitvene zmogljivosti: hoteli, moteli, konferenčni centri, gostišča, B&B, turistične destinacije in resorti (Audubon International–Nacionalno društvo Audubon, 2010).

#### 2.2.2.2 Ogljik

Ustanovljeno s strani vlade Velike Britanije v letu 2001. Kot neodvisna organizacija nudijo svetovanje podjetjem, posameznikom in organizacijam. Z njimi sodelujejo pri zmanjševanju negativnih vplivov na naravno okolje in razvoju novih tehnologij, ki imajo izredno nizke izpuste toplogrednih plinov (Ogljik–CT koncern, 2010).

Ekološka oznaka za zmanjševanje izpustov ogljika (angl. *Carbon Reduction Label*), se zavzema za zmanjševanje izpustov toplogrednih plinov iz proizvodnje, storitev in proizvodov. Da lahko podjetje pridobi njihov ekološki znak, mora prestaty podrobno preverjanje in analizo mreže dobaviteljev in lastne proizvodnje, za proizvode in storitve po PAS 2050 standardu. Podjetja, ki nosijo njihov ekološki znak, se zavežejo k »zmanjšaj ali izgubi« klavzuli, ki jim zapoveduje zmanjšati izpuste toplogrednih plinov, drugače jim bo ekološki znak po dveh letih odvzet (Ogljik–CT koncern, 2010).

Carbon – oznaka znižanja, kaže količino izpustov CO<sub>2</sub> in ostalih toplogrednih plinov, kot stranskih proizvodov podjetja, njihovih dobaviteljev in distribucije. Glavni cilj je pridobiti čim več podjetij, ki se bodo zavezala k njihovim načelom, potrošniki pa bodo imeli izbiro in jasno sporočilo katero podjetje je ekološko usmerjeno (Ogljik–CT koncern, 2010).

#### 2.2.2.3 Zeleni ključ

Zeleni ključ (angl. *Green key*) je mednarodni ekološki program za turizem. Podjetja, ki pridobijo zeleni ključ izpolnijo tehnične kriterije, vodstvene kriterije in kriterije za komunikacijo (Zeleni ključ–FEE, 2010).

Zeleni ključ je program, ki ga vodi FEE (angl. *Foundation for Environmental Education*), ki vodi tudi mnoge druge ekološke programe (Modra zastava, eko šole, itd).

Za pridobitev ekološke oznake morajo podjetja ustrezati tehničnim kriterijem, vodstvenim kriterijem in komunikaciji. Raziskave kažejo, da podjetja s to ekološko oznako porabijo 20 % manj elektrike, 25 % manj energije za ogrevanje, ter 27 % manj vode na gosta (Zeleni ključ–FEE, 2010).

Pri ekološki oznaki Zeleni ključ so vsi kriteriji razdeljeni na dva dela: obvezni del in neobvezni del. Obvezni kriteriji morajo biti izpolnjeni v vsakem podjetju, vendar brez časovnega okvirja. Neobvezni kriteriji so namenjeni podjetjem, ki želijo slediti še bolj resni zavezi k ekološkemu poslovanju in zmanjševanju vplivov na naravno okolje. Vseeno morajo biti tudi ti, neobvezni kriteriji, potrjeni s strani koordinatorjev programa. Zeleni ključ, poleg standardnih kriterijev, tudi spodbuja ekološko izobraževanje ter povezovanje z ostalimi ekološko usmerjenimi podjetji. Odlika je tudi široka prepoznavnost, saj ga



podpirajo države, vlade, podjetniška združenja in neprofitne organizacije (Zeleni ključ–FEE, 2010).

V vsaki državi koordinacijska skupina vodi postopek pridobitve ekološke oznake Zeleni ključ. Izpolnjevanje kriterijev preverja skupina strokovnjakov v vseh državah. (Zeleni ključ–FEE, 2010).

#### 2.2.2.4 Zeleni turizem

V Veliki Britaniji za ekološki turizem skrbi ekološki program Velike Britanije (angl. *Green tourism*), ki je bil razvit leta 1998 pri Škotski državni turistični organizaciji. Pokriva preko 450 podjetij na Škotskem, ki se zelo razlikujejo. Od poljedelcev, destilerij in turističnih aktivnosti, do hotelov in ostalih nastanitvenih zmogljivosti (Zeleni turizem–Zeleni posel VB, 2010).

Glavni kriteriji (Zeleni turizem–Zeleni posel VB, 2010):

- obvezni: upoštevanje in sledenje ekološki zakonodaji, zaveza k nenehnemu izboljševanju ekološkega ravnanja,
- upravljanje in trženje: dobro ekološko vodenje, izobraževanje zaposlenih, sodelovanje specialistov, nadzor in shranjevanje podatkov,
- komunikacija in socialna vključenost: sodelovanje s strankami skozi različne vzvode, akcije, promocijo ekoloških prizadevanj, izobraževanje ter ekološke in socialne programe,
- energija: učinkovitost pri osvetljavi, gretju in izolaciji. Uporaba obnovljivih virov energije in sodelovanje,
- voda: učinkovitost pri porabi, dobro vzdrževanje, nizka poraba, zbiranje deževnice ter uporaba čistilnih naprav,
- nakupi: kupovanje ekološko prijaznih proizvodov in storitev izdelanih iz recikliranih materialov, uporaba in promocija lokalne hrane in pijače,
- odpadki: minimizirati odpadke s spodbujanjem recikliranja, neuporabe, zmanjševanja in odstranjevanja steklenih, plastičnih in kovinskih odpadkov. Dogovori o odvozu odpadkov s strani dobaviteljev, kompostiranje,
- transport: zmanjšati število obiskovalcev, ki uporabljajo lastni prevoz s promocijo javnih prevoznih sredstev, najem koles, hoja, ter uporaba alternativnih goriv,
- naravna in kulturna dediščina: meritve na terenu namenjene ohranitvi biološke raznolikosti, zaščiti divjih živali, rasti domačih vrst rastlin, ter pomoč obiskovalcem z informacijami o lokalnem okolju,
- inovacije: vse dobre prakse, ki pripomorejo k trajnostnemu razvoju podjetij in niso pokrite z drugimi kriteriji.

Vsa podjetja morajo dosegati določen kvalitetni standard (rangiranje z zvezdicami). Program so sprejeli v Veliki Britaniji in ima trenutno več kot 100 članov v ključnih turističnih destinacijah. Nagrajevanje ekološkega programa ima tri ravni. Bronasto za dobro prakso, srebrno za najboljšo prakso in zlato za odličnost na vseh področjih ekološkega in trajnostnega delovanja (Harris, Griffin & Williams, 2002, str. 11–12).

#### 2.2.2.5 Turistična zveza

Ekološki program (ita. *Legambiente turismo*) je bil razvit leta 1997, po predlogu lokalne skupnosti Riccone, kjer je bil tudi prvič podeljen. Od takrat naprej ves čas stabilno raste in širi svoje področje delovanja. Ideja se je porodila zaradi negativnih vplivov masovnega turizma. Italija, kot dežela naravnih in kulturnih zakladov, je videla potrebo po ukrepanju za zaščito narave in kulture (Turistična zveza–Skupnost Riccone, 2010).

Leta 2004, je Legambiente podelil ekološko oznako 192. hotelom, ter 46. ostalim nastanitvenim zmogljivostim, 42. kopališčem in 20. kampom, ki so lahko uporabili njihovo ekološko oznako (Turistična zveza–Skupnost Riccone, 2010).

Kriteriji za pridobitev ekološke oznake so (Turistična zveza–Skupnost Riccone, 2010):

- manjša poraba vodnih virov,
- manjša poraba energije,
- zmanjšanje proizvodnje odpadkov,
- dobra, lokalna prehrana z organsko pridelanimi sestavinami,
- napotki obiskovalcem za ekološko obnašanje, transport, itd.

Po prepričanju organizacije Legambiente, je trajna rešitev lahko le aktivno vključevanje podjetij, lastnikov in gostov (Turistična zveza–Skupnost Riccone, 2010).

Cilj teh ukrepov je zmanjšati vpliv ljudi na naravno okolje, še posebej v turistično obremenjenih področjih. Ekološka oznaka omogoča ljudem izbiro široke ponudbe nastanitvenih zmogljivosti, ki s tem znakom kažejo ekološko usmerjenost in vključevanje lokalne kulture v svojo ponudbo.

#### 2.2.2.6 Zeleni certifikat

Zeleni certifikat (angl. *The green Certificate*) je ekološki program, ki je usmerjen k ekološki kvaliteti za nastanitvene zmogljivosti. Ustanovljen je bil leta 1999, deluje samo v Latviji in je namenjen zaščiti naravnega okolja. Danes je podeljenih 53 ekoloških oznak

nastanitvenim zmogljivostim na latvijskem podeželju (Zeleni certifikat–Latvijsko turistično združenje, 2010).

Nastanitvene zmogljivosti, ki pridobijo zeleni certifikat so počitniške koče, kampi, hoteli z namenom kombinirati ekološko, kvalitetno ponudbo z visokim standardom storitev.

Glavni kriteriji za turistične zmogljivosti so (Zeleni certifikat–Latvijsko turistično združenje, 2010):

- zaščita naravnega okolja,
- racionalna poraba vodnih virov in energije,
- okolju prijazno upravljanje z odpadki,
- ponudba okolju prijazne turistične ponudbe,
- zdrava, lokalno proizvedena hrana,
- podpora lokalnim kulturnim in zgodovinskim znamenitostim.

#### 2.2.2.7 Avstrijski ekološki program

Avstrijski turistični ekološki program (nem. *Österreichisches Umweltzeichen*), je bil ustanovljen leta 1997, kot prvi takšen program, ki ga je ustanovila država. Avstrija je zaradi ostre ekološke zakonodaje in racionalnega upravljanja z naravnimi viri, med najbolj ekološko osveščenimi turističnimi destinacijami na svetu (Avstrijski ekološki program–Ministrstvo za kmetijstvo, 2010).

Ekološka oznaka je namenjena nastanitvenim zmogljivostim (hotelom, youth hostlom, kampom, restavracijam, itd.). Ekološko oznako podelijo tistim, ki so predani skupnemu cilju – ekološko prijazno upravljanje in socialna odgovornost. To pošilja gostom pomembno sporočilo, da so hkrati prijazni do okolja, do lokalne skupnosti in do zaposlenih.

Ta podjetja aktivno prispevajo k zagotavljanju (Avstrijski ekološki program–Ministrstvo za kmetijstvo, 2010):

- kvalitete storitev,
- čistoče naravnega okolja,
- čistega zraka,
- čistih jezer,
- pitne vode.

Podjetja namenijo pozornost naslednjim področjem (Avstrijski ekološki program–Ministrstvo za kmetijstvo, 2010):

- prevoz za goste ali nižja cena, če pridejo z javnim prevozom,
- naravna in celovita atmosfera,
- uporabo naravnih gradbenih materialov,
- sezonska ponudba naravnih in lokalnih pridelkov,
- organska hrana,
- ukinjanje uporabe nepotrebne embalaže,
- enostaven sistem ločevanja odpadkov,
- optimizacija odpadkov in porabe energije.

#### 2.2.2.8 Nordijska ekološka oznaka

Nordijski labod (angl. *Nordic ecolabelling–swan*) je uradni ekološki program za proizvode in storitve v petih nordijskih državah: Švedski, Norveški, Finski, Danski in Islandiji. Razvit je bil leta 1999, in je na tem področju močno prepoznaven (Nordijska ekološka oznaka–Nordijski ministrski svet, 2010).

Cilj tega ekološkega programa je spodbuditi trajnostni razvoj, potrošnjo in razviti trajnostno družbo. Znotraj ekološkega programa je veliko število različnih proizvodov (67), tako da je turizem samo ena od mnogih dejavnosti, ki jih pokriva (Nordijska ekološka oznaka–Nordijski ministrski svet, 2010).

Pristop k programu je prostovoljen. Prosilec se zaveže k spoštovanju določenih kriterijev, ki so sestavljeni iz ekoloških, kvalitativnih in zdravstvenih argumentov. Kriteriji spodbujajo proizvode in storitve, ki so ekološko najbolj ustrezni. Spodbujajo pravično trgovino in proporcionalnost (angl. *cost vs. benefits*). Veljavnost ekološke oznake je po navadi tri leta, po tem obdobju podjetje ponovno preverijo na podlagi novih kriterijev, podjetje pa se mora ponovno prijaviti za uporabo oznake. S tem tudi zagotovijo nenehen razvoj ekoloških proizvodov in storitev. Kriteriji, ki jih morajo podjetja dosegati v turizmu se delijo na omejitve vrednosti in ekološke zahteve (Nordijska ekološka oznaka–Nordijski ministrski svet, 2010).

Omejitve vrednosti so v sledečih kategorijah (Nordijska ekološka oznaka–Nordijski ministrski svet, 2010):

- delitev v razrede,
- poraba energije,
- poraba vode,
- uporaba kemikalij,
- upravljanje z odpadki.

Ekološke zahteve so usmerjene v zagotavljanje ustrezne namestitve za goste ob ekološki prijaznosti. Razlikujejo se od zahtev glede opreme sobe, dodatne ponudbe, dela z odpadki ter načina opravljanja storitev v celotnem hotelu (Nordijska ekološka oznaka–Nordijski ministrski svet, 2010).

#### 2.2.2.9 Ekološki program Evropske Unije

Cilj socialne zakonodaje v ekologiji je prispevati k trajnostnemu razvoju. EU ekološki program (angl. EU Ecolabel) je del širšega pristopa v novemu akcijskemu programu.

V osemdesetih letih prejšnjega stoletja so proizvajalci zaznali priložnost za promocijo svojih proizvodov z ekološkimi oznakami. Te ekološke oznake so proizvajalci dodali sami, brez kakšnega nadzora in potrebnih dokazil. EU ekološki program so razvili leta 1993, ko so vključili prve skupine proizvodov. V letu 2000 je bil celoten program preoblikovan, postavili so stroga ekološka merila glede na podrobne raziskave glede celotnega življenjskega cikla proizvoda. Skupine proizvodov, ki jih vključuje EU ekološki program so (Ekološki program Evropske unije–Evropska komisija, 2010):

- pralni praški,
- papirnati proizvodi,
- pralni stroji,
- izolacijski materiali,
- žarnice,
- gnojila,
- hladilniki.

V turističnem sektorju je EU ekološki program prepoznaven. Oblikovan je bil, da izboljša poslovanje nastanitvenih podjetij in kampov na področju ekologije.

Podjetja, ki uporabljajo prepoznavno ekološko oznako so s tem uradno priznana kot najboljše v svoji okolici pri ekološkem odnosu do naravnega okolja (Ekološki program Evropske unije–Evropska komisija, 2010).

Ciljna skupina ekološkega programa za turistični sektor je zelo široka. Prijavijo se lahko hoteli, kampi, gorske kočice, turistične kmetije. Glavni pogoj je, da mora biti nastanitvena zmogljivost glavna zmogljivost podjetja, ki ga ta ponuja svojim gostom. EU ekološki program je uradni znak ekološke kvalitete, ki je podprt s strani neodvisne organizacije in je hkrati prepoznaven po celotni Evropi (Ekološki program Evropske unije–Evropska komisija, 2010).

Kriteriji, ki jih je potrebno zagotoviti so sledeči (Ekološki program Evropske unije–Evropska komisija, 2010):

- omejena poraba energije,
- omejena poraba vode,
- zmanjšana proizvodnja odpadkov,
- preferiranje uporabe obnovljivih virov energije in materialov, ki so manj škodljivi za naravno okolje,
- promocija ekološkega izobraževanja in komunikacija.

Trajanje ekološke oznake je pet let, kar pa ne pomeni, da je za to obdobje zagotovljena, saj jo lahko neodvisna komisija predčasno odvzame, če kriteriji niso več izpolnjeni. Zadnji podatki kažejo, da je Evropska komisija v letu 2010 podelila več kot 1.150 oznak. Največ EU ekoloških oznak je bilo podeljenih v Italiji (359) in Franciji (254). V celotnem številu podeljenih oznak je bilo 37 % podeljenih turističnim nastanitvenim zmogljivostim (Ekološki program Evropske unije–Evropska komisija, 2010).

#### 2.2.2.10 Zeleni planet

Ekološki program Zeleni planet (angl. *Green globe*) je nastal leta 1992 na vrhu združenih narodov o ekologiji v Rio de Janeiru. Na tem vrhu, se je srečalo 182 voditeljev svetovnih držav, ki so sprejeli Načrt 21 (angl. *Agenda 21*), ki zapoveduje osnove trajnostnega razvoja. To srečanje je bilo zgodovinsko tudi zaradi priznanja svetovnih voditeljev, da uporaba neobnovljivih energetskih virov povzroča propadanje naravnega okolja (Zeleni planet–Zeleni planet, 2010).

Program Zeleni planet je bil oblikovan kot pomoč pri napredku za turistična podjetja, ki so hotela izmeriti svoj vpliv na naravno okolje ter razviti in uporabiti strategije za zmanjšanje teh vplivov. Po vrhu in 2 letih dodatnega razvoja je bil ustanovljen članski program Zeleni planet. Do konca leta 1994 je 19 turističnih industrijskih združenj podprlo program in v okviru skupnih tržnih strategij spodbujalo svoje člane za pristop k Zelenemu planetu (Zeleni planet–Zeleni planet, 2010).

Do leta 1995 je število članov naraslo na 350 iz 74 različnih držav. Zeleni planet je bil pomemben partner pri organizaciji svetovnega popotniškega bazarja in pri organizaciji prvega dneva okoljske ozaveščenosti (angl. *Environmental Awareness Day*). Leta 1997 je bil razvit program za turistične destinacije in za boljšo promocijo pri lokalnih skupnostih. V letu 1998, je program dosegel 500 članov v 100 državah, pomembna pa je bila tudi povezava s kooperativnim raziskovalnim centrom iz Kanade, ki je močno pripomogel k programu na področju globalnih raziskav trajnostnega turizma, ter promociji programa Zeleni planet. V naslednjih letih se je program Zeleni planet osamosvojil izpod okrilja

svetovne popotniške in turistične organizacije (angl. *World Travel & Tourism Council*), ter razširil svoje delovanje na področje Azije (Zeleni planet–Zeleni planet, 2010).

Program Zeleni planet ima široko usmeritev. Prvi standardi so bili oblikovani za potrebe turističnega sektorja. Kasneje so bili spremenjeni tako, da so ustrezni za različna podjetja v različnih dejavnostih. Standardi so oblikovani tako, da aktivno vključujejo nasprotno stran, nudijo strokovno podporo in svetovanje ter merila za spremljanje trajnostnega razvoja na ekološkem in socialnem področju (Zeleni planet–Zeleni planet, 2010).

V turistični dejavnosti program Zeleni planet pokriva naslednje oblike (Zeleni planet–Zeleni planet, 2010):

- podjetje,
- skupnost/destinacija,
- okrožje,
- eko – turizem.

Področja, ki so najbolj pomembna za oceno sodelujočih organizacij v turističnem sektorju so (Zeleni planet–Zeleni planet, 2010):

- izpusti toplogrednih plinov,
- energijska učinkovitost in upravljanje,
- upravljanje z vodnimi viri,
- upravljanje in zaščita ekosistema,
- upravljanje na področju kulture in sociale,
- upravljanje in planiranje uporabe zemlje,
- nadzor nad kvaliteto zraka in zmanjševanje hrupa,
- delo z odpadnimi vodami,
- delo z odpadki,
- shranjevanje nevarnih snovi.

Standardi Zelenega planeta se za podjetja pričnejo pri bronastem nivoju, ki se prične z benchmarkingom in se konča s certifikacijo. Kljub temu je dosti odvisno od sodelujoče organizacije, saj lahko, glede na njihove lastnosti, začne na višjem nivoju, ali pa napreduje zelo hitro do najvišjega nivoja.

Ekološki programi se med seboj precej razlikujejo glede na področje, ki ga pokrivajo. Nekateri so usmerjeni samo v določene dejavnosti, med tem, ko drugi pokrivajo zelo široko področje. Razumljivo je, da morajo biti ekološki programi za kopališča posebej prirejeni, da se lahko pravilno meri učinke ter presoja izpolnjevanje kriterijev.

## 3 MODRA ZASTAVA

Med ekološkimi programi je ravno program Modra zastava med najstarejšimi in najbolj uspešnimi. Cilj programa je zagotavljanje kakovosti naravnih kopališč in marin z Modro zastavo (Modra zastava–FEE, 2010).

### 3.1 Program Modra zastava

Namen programa Modra zastava, je ozaveščanje obiskovalcev o ustreznem odnosu do vodnega okolja, usposabljanje osebja in ponudnikov turističnih storitev o okoljskih vprašanjih, spodbujanje k sodelovanju pri upravljanju z obalnim prostorom, promoviranje sonaravne rabe rekreacijskih in turističnih območij (Modra zastava–FEE, 2010).

#### 3.1.1 Zgodovina

Ekološki program Modra zastava je svetovno znana ekološka oznaka, ki temelji na vsakoletnem razpisu. S tem se upravljavci kopališča ali marine in pristojne občine zavežejo k zagotavljanju predpisanih kriterijev skozi vso kopalno sezono.

Program Modra zastava je bil razvit v Franciji leta 1985, ko so prvimi francoskim obalnim skupnostim podelili Modro zastavo za doseganje kriterijev na področju ravnanja z odplakami in kvaliteto kopalne vode. Leta 1987 je bilo evropsko leto okolja in ob tej priložnosti je evropska komisija predstavila projekte za evropsko skupnost. Fundacija za okoljsko izobraževanje v Evropi (v nadaljevanju FEEE) je predstavila koncept Modre zastave komisiji, ki ga je sprejela kot enega mnogih projektov v sklopu evropskega leta okolja. V nadaljevanju je prikazana logotip Modre zastave v Sliki 1.

*Slika 1: Logotip Modre zastave*



*Vir: Modra zastava – FEE, 2010.*



Francoski koncept Modre zastave je bil razvit na evropski ravni, da bi zajel čim več področij ekološkega upravljanja. Dodatna področja so bila upravljanje z odpadki, obalno planiranje in zaščita. Dejavnost so poleg kopališč razširili tudi na marine. V letu 1987 je bilo podeljenih 244 Modrih zastav kopališčem in 208 marinam iz desetih različnih držav.

Po letu 1987 se je program naprej razvijal in rasel iz leta v leto, tako, da so podeljevali čedalje večje število Modrih zastav. Zaradi večjega zanimanja in večje kredibilnosti so zaostri kriterije za pridobitev Modre zastave. V letu 1992 so kriterije med posameznimi državami izenačili, da so lahko mednarodno primerljivi. Za kvaliteto kopalnih voda so začeli uporabljati sistem dovoljene vsebnosti prepovedanih snovi.

V letu 2001 so se v FEEE odločili postati globalna organizacija in zato spremenili svoje ime v FEE (Organizacija za okoljsko izobraževanje). Številne organizacije izven Evrope, so se obrnile na FEE z željo po sodelovanju pri širitvi programa Modre zastave izven Evrope. FEE sodeluje z različnimi organizacijami, kot sta UNEP in UNWTO pri širitvi programa po vsem svetu.

FEE je sprejela odločitev, da morajo biti kriteriji znotraj določene regije podobni, če ne enaki. Pred tem so kriteriji variirali med regijami zaradi prilagajanja specifičnim podnebnim pogojem regije. Od leta 2006 naprej so v uporabi mednarodni kriteriji z manjšimi variacijami. Evropska žirija je na predlog Nacionalnih komisij za Modro zastavo, za leto 2006 podelila 2.545 Modrih zastav za naravna kopališča in 638 Modrih zastav za marine. Od teh je pet kopališč iz Kanade in štiri kopališča iz Maroka. Skupno je bilo torej na severni polobli podeljenih 3.183 Modrih zastav (Weaver, 2006, str. 124).

Prve raziskave glede vpliva Modre zastave so bile izvedene že leta 1997 in so se osredotočile na proučevanje vpliva na okolje, vpliva na ekološko osveščenost in vpliva na turistične operaterje. Vprašalnike so poslali mednarodnim partnerjem, turističnim organizacijam in ekološkim organizacijam. Vprašanja so preverjala vpliv Modre zastave na izboljšanje ekoloških vprašanj, odziv turistov ter vpliv na turistično panogo. Žalostna vest je, da so redke druge ekološke oznake kadarkoli analizirale njihov vpliv, vendar je pozitivno, da pri programu Modra zastava temu področju namenjajo veliko pozornost (UNEP, 1998, str. 37).

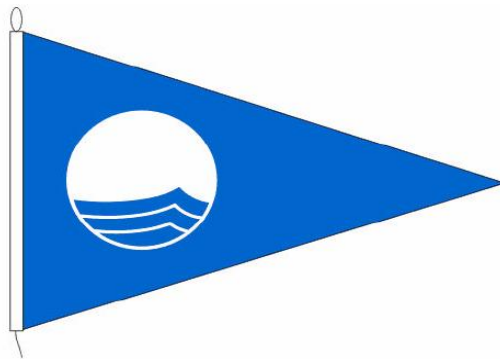
Ekološki program Modra zastava ni omejen samo na kopališča, lahko kandidirajo tudi marine. Za marine obstajajo posebni kriteriji, ki jim je potrebno zadostiti in so na kratko predstavljeni v nadaljevanju.

Marina z Modro zastavo (v nadaljevanju: marina), je marina s pomoli ali s pontoni, namenjena plovilom za oddih. Lahko je del večjega pristanišča, ki izvaja tudi druge aktivnosti. V tem primeru mora biti marina jasno ločena od drugih aktivnosti. Marina mora biti opremljena tako, kot to zahtevajo kriteriji programa Modra zastava. V marini mora biti

določena odgovorna oseba za izvajanje aktivnosti programa Modra zastava. V marino mora biti dovoljen dostop predstavniku programa Modra zastava tudi zaradi nenapovedanega kontrolnega ugotavljanja izpolnjevanja veljavnih kriterijev Modre zastave (Modra zastava–FEE, 2010).

Novost v programu Modre zastave je možnost pridobitve individualne Modre zastave za lastnike in uporabnike plovil. S podpisom kodeksa obnašanja dobijo Izjavo in Modro zastavico za plovilo ali plovilo v uporabi. Za podeljevanje Individualnih Modrih zastav so zadolžene vse slovenske marine z Modro zastavo in sicer od 1.1.2004 dalje (Modra zastava–FEE, 2010). V nadaljevanju je predstavljen primer take Modre zastave v Sliki 2.

*Slika 2: Logotip Modre zastave za lastnike čolnov*



*Vir: Modra zastava – FEE, 2010.*

Z magistrskim delom želim k področju ekološkega programa Modra zastava dodati svoj delež in podati ažurne podatke o vplivu Modre zastave na izbiro obiskovalcev glede destinacije, ter morskega kopališča v Sloveniji. S pomočjo raziskave želim pokazati odnos obiskovalcev kopališč do ekoloških vprašanj programa Modre zastave, ter vpliva kriterijev programa in s statistično analizo pridobiti uporabne podatke za društvo Doves.

### **3.1.2 Modra zastava v Sloveniji**

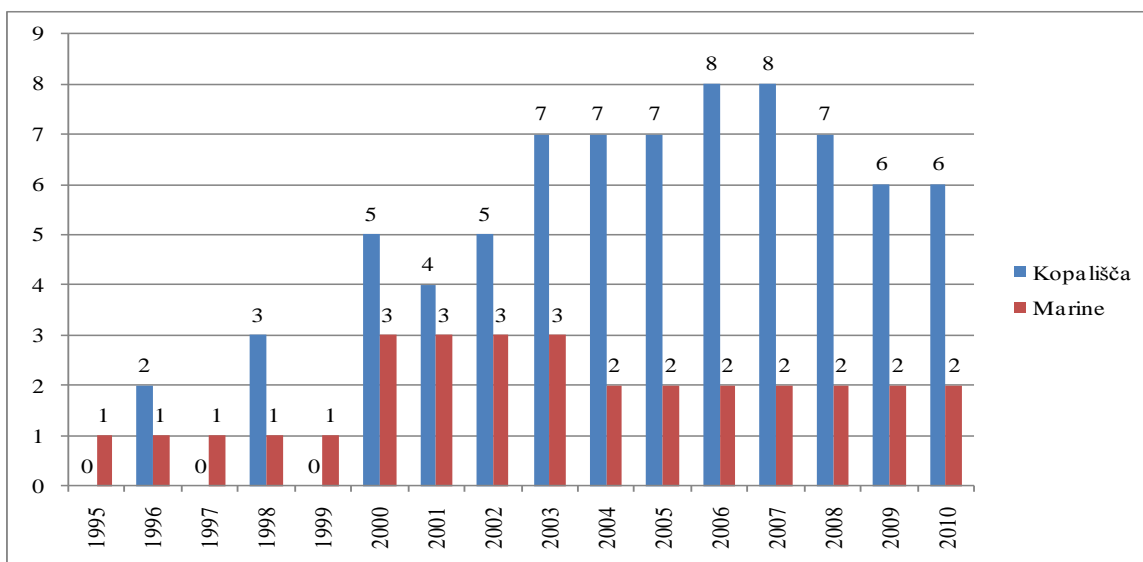
Program Modra zastava za kopališča se je v Sloveniji prvič pojavil leta 1996 in že prvo leto sta bili dve naravni kopališči ustrezni po kriterijih za pridobitev Modre zastave. V letih 1997 in 1999, ko nobeno kopališče ni bilo uspešno pri kandidaturi za Modro zastavo, se je sprožila obširna javna razprava o kvaliteti kopalne vode in širših vplivih na turizem in kvaliteto naravnega okolja. Leta 2010 je bilo v Sloveniji podeljenih osem modrih zastav in sicer šest za naravna kopališča ter dve marinam. Istočasno z običajno Modro zastavo je v letu 2010 podelilo tudi jubilejno priznanje Campingu Šobec za deseto prejeto Modro zastavo. Poleg tega se je v tem obdobju podelilo tudi preko 100 individualnih Modrih zastav za lastnike in uporabnike plovil (Modra zastava–FEE, 2010).

Naravna kopališča, ki jim je bila v letu 2010 podeljena Modra zastava ter informacija o številu do sedaj pridobljenih Modrih zastavah (Modra zastava–FEE, 2010):

- centralna plaža Okolje Portorož, Okolje Piran (13. Modrih zastav),
- kopališče Talaso Strunjan - Terme Krka (13. Modrih zastav),
- kopališče Simonov zaliv, Hoteli Bernardin - PE Simonov zaliv (9. Modrih zastav),
- mladinsko zdravilišče in letovišče Debeli Rtič, RKS (5. Modrih zastav),
- kopališče Šobčev bajer, ŠOBEC, Lesce (10. Modrih zastav),
- grajsko kopališče, Infrastruktura Bled d.o.o., Bled (9. Modrih zastav).

Marini z Modro zastavo v letu 2010, sta marina Portorož (16. Modrih zastav) in marina Porting Izola (11. Modrih zastav) (Modra zastava–FEE, 2010).

Slika 3: Število podeljenih Modrih zastav po letih



Vir: Modra zastava – FEE, 2010.

Število Modrih zastav se je v Sloveniji ustavilo na osmih do desetih letno podeljenih zastavah, kar pa je še daleč od možnega števila zastav, ki ga v društvu Doves ocenjujejo na število dvajset. Vzrok temu so predvsem različne strategije upravljavcev kopališč in marin, ki okoljske komponente in smisla eko-simbolov ne upoštevajo dovolj, ali pa v njih ne vidijo dovolj pomembnega ključa do uspeha in profita. Uvedba programa Modra zastava pomeni tudi dodatno delo tako za upravljavca kot tudi za občino, saj se nadstandardno urejenega kopališča in širše okolice ne doseže zgolj z izobešanjem pridobljene zastave. Potrebno je namreč proaktivno ravnanje tako občin kot tudi upravljavcev samih. Ključnega pomena pa je vodja kopališča, ki se mora zavedati pomembnosti tega programa, sicer upravljavec in posredno tudi občina ne bosta znala ceniti v program vloženih sredstev in

energije, kar se bo hitro odrazilo tudi pri izpolnjevanju kriterijev (Modra zastava–FEE, 2010).

### **3.2 Program Modra zastava za kopališča**

Modra zastava je izdelan sistem kontrol in kriterijev, ki zagotavljajo kopalcem določene standarde. Glavni strateški cilji Modre zastave so povzeti v nadaljevanju (Modra zastava–FEE, 2010):

- povečati eko zavedanje, (so)oblikovati eko etiko in vzpodbuditi eko obnašanje (eko odgovornost),
- izboljšati ekološko kakovost turističnega proizvoda,
- informirati o ekološki kakovosti,
- izboljšati eko image turističnega proizvoda.

Za Slovenijo lahko na aplikativnem nivoju ugotovimo, da veljajo zelo strogi zakoni in pravilniki za kopališča ter njihovo urejenost in varnost, tako so vsa kopališča z upravljavcem načeloma tudi varna kopališča, večinoma so vsa urejena kopališča tudi čista (Modra zastava–FEE, 2010).

Največje razlike med kopališči z Modro zastavo in tistimi brez nje, v Sloveniji so (Modra zastava–FEE, 2010):

- okoljska vzgoja: vsaj ena aktivnost mora biti povezana s samim kopališčem, spodbujanje občin k izvajanju tovrstnih aktivnosti,
- informiranje uporabnikov: kakovost kopalne vode, občutljiva območja v bližini kopališč, preostale informacije (okoljska vzgoja, kodeks obnašanja, ipd.),
- dodatna skrb za okolje in okoljsko upravljanje: urejenost infrastrukture, uporaba okolju prijaznih barv, lakov, ipd.,
- invalidne osebe: zahtevan je dostop na kopališče (in ne nujno v vodo),
- skrb za redno izvajanje kriterijev.

Dobitniki Modre zastave zagotavljajo uporabnikom čisto, varno in prijetno okolje, namenjeno rekreaciji v in ob vodi. O tem morajo svoje uporabnike tudi obveščati in izobraževati. Poleg obveznih informacij za obiskovalce, je potrebno na plažah in v marinah z Modro zastavo objaviti tudi okoljske informacije v oglasnih oknih. Za kopališča so le-te (Modra zastava–FEE, 2010):

- okoljske aktivnosti,
- kvaliteta kopalne vode (za kopališča),

- varnost na kopališču,
- kodeks obnašanja na kopališču.

Na informacijski tabli morajo kopališča obvezno objavljati kvaliteto kopalne vode in kodeks obnašanja ter varnostna opozorila. V primeru izvajanja okoljskih aktivnosti se kodeks obnašanja lahko zamenja z okoljskimi aktivnostmi, saj je v primeru, da je okoljskih aktivnosti veliko, bolj smiselno izpostaviti te, ker so določila kodeksa obnašanja na kopališču objavljena tudi drugje. Upravljalci kopališč in pristojnih občin, si morajo prizadevati, da je okoljskih aktivnosti čim več, tudi takšnih, ki se izvajajo neposredno na samem kopališču z Modro zastavo ali v neposredni bližini le-tega. Prednost za kopališče je tudi bližina okoljsko zavarovanega območja, ter informacije za zaščito le-tega (Modra zastava–FEE, 2010).

Za marine je potrebno objaviti predloge, kot so okoljske aktivnosti, varnost v marini in kodeks obnašanja v marini (Modra zastava–FEE, 2010).

### **3.2.1 Kriteriji programa Modra zastava**

Za pridobitev Modre zastave lahko, na podlagi vsakoletnega razpisa, kandidirajo kraji ter njihova naravna kopališča na morski obali, na obrežjih stoječih voda v notranjosti dežele in marine. Za uspešno kandidaturo morajo njihovi upravljalci zagotavljati izpolnjevanje številnih kriterijev (Modra zastava–FEE, 2010).

#### **3.2.1.1 Kriteriji programa Modra zastava za kopališča**

Kriteriji za pridobitev Modre zastave so razdeljeni v naslednje skupine (Modra zastava–FEE, 2010):

- kakovost kopalne vode,
- okoljska vzgoja ter informiranje,
- okolju prijazno poslovanje,
- varnost in storitve.

Pomembna osnova za pridobitev vsakoletne Modre Zastave, je izpolnjevanje pogojev o kakovosti kopalne vode v naravnih kopališčih. Predpisane mikrobiološke ter fizikalno – kemijske podatke analizira v času kopalne sezone pooblaščen javna ustanova. Za pridobitev Modre zastave v tekočem letu, je potrebno pri razpisni vlogi priložiti rezultate analize vode iz preteklega leta. Na slovenski morski obali nadzoruje kakovost kopalne vode že tretje desetletje Zavod za zdravstveno varstvo Koper. Vodo nadzoruje na 29 kopališčih (Modra zastava–FEE, 2010).

Analize kopalnih voda morajo biti znotraj predpisanih omejitev, analiza se osredotoča na mikrobiološke podatke, fizikalne in kemijske podatke, ki so predstavljeni bolj podrobno v nadaljevanju. Mikrobiološki podatki (Modra zastava–FEE, 2010):

- koliformne bakterije fekalnega izvora,
- skupne koliformne bakterije,
- streptokoki fekalnega izvora.

Fizikalni in kemijski podatki (Modra zastava–FEE, 2010):

- vrednost Ph,
- barva in prozornost vode,
- vsebnost mineralnih olj in fenolov,
- aktivne substance na gladini,
- plavajoči trdni materiali na vodi (kot so: les, plastika, steklenice in drugi).

Ne sme se zanemariti tudi drugih sklopov, ki so prav tako obvezni za pridobitev Modre zastave za naravna kopališča, in so navedeni v nadaljevanju.

Okoljska vzgoja ter informiranje pomeni, da (Blue Flag–FEE, 2011):

- morajo biti vse pomembne informacije o programu Modre zastave javno objavljene,
- okoljsko izobraževanje mora biti na voljo obiskovalcem,
- podatki o ustrezni kvaliteti kopalne vode morajo biti javno objavljeni,
- na voljo morajo biti podatki o lokalnem ekosistemu in okoljskih posebnostih,
- objavljen mora biti načrt kopališča z vsemi pomembnimi objekti,
- jasno mora biti razviden pravilnik obnašanja obiskovalcev kopališča z ustreznimi zakoni, ki to področje urejajo.

Okolju prijazno poslovanje zahteva od kopališča da (Blue Flag–FEE, 2011):

- upravitelj kopališča ustanovi odbor za vodenje kopališča,
- upravitelj zagotovi spoštovanje vseh pravil glede lokacije in upravljanja kopališča,
- je kopališče čisto,
- alge in naravni ostanki ostanejo na kopališču,
- so koši za odpadke na kopališču v zadostnem številu in primerno vzdrževani,
- so na kopališču koši za ločevanje odpadkov,
- je na voljo zadostno število sanitarij,
- so sanitarije čiste in vzdrževane,
- imajo sanitarije nadzorovan izpust odpadnih voda,
- na kopališču ni možno kampiranje, vožnja z avtomobili in odlaganje odpadkov,

- je vstop psov in ostalih domačih živali strogo nadzorovan,
- so vsi objekti in oprema kopališča primerno vzdrževani,
- se opazuje in nadzira stanje koralnih grebenov v bližini kopališča
- se vzpodbuja trajnostne oblike transporta na območju kopališča.

Kriteriji v skupini varnost in storitve pomenijo, da (Blue Flag–FEE, 2011):

- mora biti na kopališču primerno število reševalcev iz vode in primerna oprema za reševanje,
- mora biti na voljo prva pomoč,
- mora biti na vidnem mestu izobešen evakuacijski načrt za primer okoljskega onesnaženja,
- mora biti objavljen načrt uporabe kopališča za različne obiskovalce, da se prepreči nesreče in konflikte,
- morajo biti oblikovana varnostna merila,
- mora biti dostop do pitne vode,
- mora vsaj eno kopališče v občini z Modro zastavo imeti dostop in potrebne objekte za invalidne osebe.

Obrazložitev določil kriterija Modre zastave – Okoljska vzgoja in okoljske aktivnosti potrebujejo malo več razlage, saj se razlikujejo od ostalih kriterijev po svoji zahtevnosti. »Občina in upravljavec kopališča, morata skupaj zagotavljati in prikazati izvajanje najmanj pet okoljsko vzgojnih aktivnosti« (Blue Flag–FEE, 2011).

### 3.2.1.2 Kriteriji programa Modra zastava za marine

Spodaj so na kratko prikazani osnovni kriteriji za pridobitev Modre zastave za marine. Razdeljeni so na obvezne (O) in priporočene (P):

Okoljska vzgoja in informiranje (Modra zastava–FEE, 2010):

- uporabnikom marine so na razpolago okoljske informacije o občutljivih območjih v prostoru marine, ali v njeni soseščini (O),
- v marini je na vidnem mestu izobešen kodeks o okoljskem obnašanju (O),
- v marini so javno predstavljene informacije o programu Modre zastave za marine in/ali kriteriji za marine (O),
- marina mora izkazati izvajanje najmanj treh okoljskih vzgojnih aktivnosti, ki so namenjene njenim uporabnikom in zaposlenim (O),
- marina nudi lastnikom plovil individualne Modre zastave za plovila (O).

Okoljski management (Modra zastava–FEE, 2010):

- marina ima sprejeto okoljsko politiko in načrt, ki obravnava odnos do vode, do odpadnih voda in porabe energije, naloge s področja zdravstva in varnosti ter usmeritve za uporabo okolju prijaznih sredstev, ko so ta na razpolago (O),
- na razpolago morajo biti ustrezni, redno vzdrževani, vidno označeni in ločeni kontejnerji za zbiranje nevarnih odpadkov (barv, razredčil, ostrgane barve, čistilnih sredstev, baterij, odpadnih olj, itd.). Z odpadki mora ravnati pooblaščen organizacija in jih odlagati na javnem odlagališču (z licenco) (O),
- marina razpolaga s kontejnerji za odlaganje odpadnih materialov, namenjenih recikliranju kot so steklo, prazne konzerve, papir, plastika, organski materiali. (O),
- v marini je na razpolago oprema za zbiranje kalužnih voda (P),
- marina zagotavlja opremo za praznjenje stranišč s plovil (P),
- vse zgradbe in oprema v marini, morajo biti ustrezno vzdrževane, kot to zahtevajo nacionalni predpisi. Marina je ustrezno umeščena v naravno in kulturno okolje (O),
- marina razpolaga z ustreznimi, čistimi in dobro označenimi sanitarijami, ki vključujejo tudi kopalniške naprave, ter zagotavlja pitno vodo. Odplake se odvajajo v javni kanalizacijski sistem (O),
- v kolikor marina izvaja popraviljanje in pranje plovil, mora zagotoviti, da se odpadki in odpadna voda ne iztekajo v javno kanalizacijo, na območje kopnega ali vodnega dela marine ali v bližnje naravno okolje (P),
- marina promovira trajnostne zvrsti transporta (P),
- v marini ni dovoljeno parkiranje/vožnja, razen na zato določenih predelih (O).

Varnost in storitve (Modra zastava–FEE, 2010):

- v marini je zagotovljena ustrezna in dobro označena reševalna in protipožarna oprema, prva pomoč. (O),
- marina mora razpolagati z varnostnim načrtom za primere onesnaženja, požara ali za primere drugih nesreč. Izobešena morajo biti ustrezna navodila (O),
- na privezih morajo biti na razpolago priključki za elektriko in vodo. Inštalacije morajo ustrezati nacionalnim predpisom (O),
- v marini so naprave, prilagojene potrebam invalidnih oseb (P),
- v marini je izobešen plan marine (O).

Kriterij kakovost vode pomeni, da je v akvatoriju marine voda vizualno čista (na površini ni oljnih madežev, niti smeti ali sledi odpadnih voda ter drugih vidnih posledic onesnaženja (O) (Modra zastava–FEE, 2010).



### 3.2.2 Postopek za pridobitev Modre zastave

Sam sistem Programa Modra zastava temelji na vsakoletnem razpisu in zavezi upravljavcev kopališča ali marine in pristojnih občin, da bodo zagotavljale predpisane kriterije programa skozi vso (kopalno) sezono (Modra zastava–FEE, 2010).

Da lahko nova država pristopi k programu Modra zastava, mora najprej določiti primerno organizacijo, ki bo nacionalni koordinator programa. Organizacija za vodenje in koordinacijo programa Modra zastava je primerna takrat, ko (Modra zastava–FEE, 2010):

- je neprofitna organizacija,
- je nevladna organizacija,
- je neodvisna organizacija,
- ima za cilj ekološko izobraževanje in zaščito okolja.

V primeru, da takšna organizacija v državi kandidatki ne obstaja, je lahko tudi ustanovljena na novo. Ko je takšna organizacija izbrana, mora najprej postati članica FEE, kar pomeni, da sprejema njihov statut, ima sposobnost zbrati sredstva za plačilo članarine, ima zmožnosti voditi program Modra zastava, ter pripravljenost sodelovati tudi v drugih aktivnostih FEE. Odbor direktorjev FEE nato odloči, ali je vloga organizacije za pristop k ekološkemu programu ustrezna ter, ali deli enaka prepričanja in cilje kot FEE (Modra zastava–FEE, 2010).

FEE in koordinacijski odbor Modre zastave imajo pri vključevanju novih držav pozitivne izkušnje. Za uvedbo programa Modra zastava mora biti izbrana organizacija (članica FEE) skozi štiri korake procesa implementacije (Modra zastava–FEE, 2010):

- organizirati delavnico o Modri zastavi,
- oblikovati nacionalni odbor za Modro zastavo,
- izdelati plan izvedljivosti projekta Modra zastava,
- voditi program skozi poizkusno fazo (preverjati ustreznost poizkusnih lokacij, odpravo nepravilnosti).

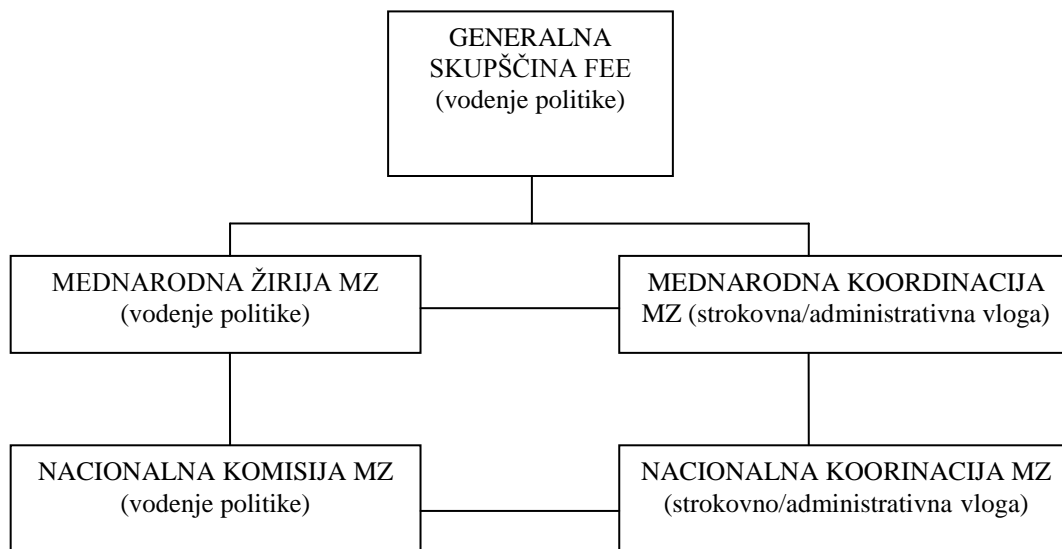
Ko izbrana organizacija opravi vse potrebne faze vpeljave ekološkega programa v državi, lahko začne z zbiranjem prijav zainteresiranih kopališč in občin. Za pridobitev Modre zastave mora zainteresirano kopališče/marina skupaj z občino kandidirati pri nacionalnem koordinatorju programa. Sistem poteka skozi različne faze (Modra zastava–FEE, 2010):

- priprava razpisne dokumentacije, za katero je zadolžen nacionalni koordinator za program Modra zastava, dokumentacija je objavljena na spletni strani,

- prijava na razpis s strani upravljalcev kopališč ter pristojnih občin in upravljalcev marin. Prijava mora biti skupna, torej upravitelj kopališča skupaj z občino,
- analiza razpisne dokumentacije, za katero je zadolžen nacionalni koordinator za program Modra zastava,
- obravnava kandidatov in odločanje o ustreznosti posameznega kandidata na nacionalni ravni, za kar je zadolžena Nacionalna komisija za program Modra zastava,
- pošiljanje zahtevane dokumentacije in posebne izjave Nacionalne komisije, s podpisom katere člani komisije zagotavljajo, da so preučili vse predlagane kandidate in da potrjeni kandidati v celoti izpolnjujejo veljavne kriterije programa Modra zastava in spoštujejo ustrezna navodila,
- obravnava kandidatov in odločanje o ustreznosti naključno izbranih nacionalnih kandidatov na mednarodni ravni, za kar je zadolžena Mednarodna žirija za program Modra zastava,
- predaja Modrih zastav upravljalcem za uspešno pridobitev,
- kontrolni pregledi kopališč in marin med (kopalno) sezono, torej v času, ko na kopališču ali marini visi Modra zastava.

Zaradi lažje ponazoritve delovanja sistema, je v Sliki 4 prikazana hierarhija posameznih teles ekološkega programa Modra zastava, kjer društvo Doves zaseda mesto nacionalnega koordinatorja, ki program vodi v skladu s pravili FEE.

*Slika 4: Hierarhija upravnih teles Modre zastave*



*Vir: Modra zastava – FEE, 2010.*

Na prostoru občine, je potrebno izvajati najmanj pet različnih okoljsko vzgojnih aktivnosti: To hkrati pomeni, da ni potrebno vseh udeležati na vsakem kopališču. Tudi ni nujno, da se vse aktivnosti nanašajo le na vodno/obvodno okolje, njihov cilj je izboljševanje celotnega

lokalnega okolja. Obstaja več različnih vrst aktivnosti, ki so razdeljene v štiri skupine in sicer (Modra zastava–FEE, 2010):

- objave, kot so letaki, nalepke, razglednice, objave v šolskih in občinskih glasilih, publikacije, majice, posterji, reklame na radiu/televiziji,
- aktivnosti – pasivno sodelovanje, kot so razstave, filmi, video kasete, predstavitve, okrogle mize,
- aktivnosti – aktivno sodelovanje, kot so vodeni ogledi, vzgojne igre (vprašanja – odgovori, okoljska tekmovanja, organizirano čiščenje plaže), akcija »Pomladansko čiščenje in urejanje okolja«, ekološka patrolja, foto in slikarska tekmovanja, projekti sanacije naravnega okolja, recikliranje, uvajanja naravi prijazne tehnologije,
- »obnavljajoče« aktivnosti, kot so usposabljanje učiteljev in drugih ustreznih ljudi za vzgojo mladih.

Priporočljivo je, da so nekatere izmed teh aktivnosti osredotočene na promocijo sonaravnega razvoja celotne občine.

#### 3.2.2.1 Ciljne skupine

Obravnavane aktivnosti so namenjene različnim ciljnim skupinam: obiskovalcem/turistom, domačim prebivalcem, zaposlenim v turističnih in drugih dejavnostih, ribičem, ipd. Pri tem je pomembno, da lokalne oblasti, skupaj z drugimi območnimi dejavniki, sprejmejo skupen program vzgoje in odnosa/skrbi mnogih različnih interesentov, ki vplivajo na uporabo javnega okolja (Modra zastava–FEE, 2010).

Obravnavane aktivnosti so hkrati sestavni del krovnega okoljskega komunikacijskega programa, ki vključuje mnoge omenjene ciljne skupine in se nanaša na odgovornost občin pri izvajanju »Lokalnega načrta 21« (Modra zastava–FEE, 2010).

Informacije o izvajanju okoljskih aktivnosti, morajo biti predstavljene na ustreznih informacijskih točkah na kopališčih in v turističnih časopisih, ali izobešene v informacijskih centrih. Iz njih je razvidna predvsem vsebina posamezne okoljske aktivnosti in kraj ter čas njihovega izvajanja. Informacije o aktivnosti vsebujejo njen cilj in namen, ciljno skupino, vsebino ter opis uporabljene metode, ki ustreza izbrani ciljni skupini ter doseganju opredeljenega cilja in namena (Modra zastava–FEE, 2010).

Za vsako izmed petih aktivnosti je potrebno opisati naslednje podatke (Modra zastava–FEE, 2010):

- naziv aktivnosti,
- namen oziroma cilj aktivnosti,
- ciljna skupina,

- vsebina in sporočilo aktivnosti,
- način/metoda posredovanja sporočila aktivnosti,
- priloge, vzorci.

Nacionalna komisija in Evropska žirija za podeljevanje Modre zastave lahko to odvezmeta že med sezono, če bi se ugotovilo neizpolnjevanje kriterijev programa Modra zastava (Modra zastava–FEE, 2010).

### **3.2.3 Izzivi Modre zastave danes**

Leta 2009 je bilo podeljenih preko 3.450 Modrih zastav naravnim kopališčem in marinam. Trenutno s programom sodelujejo naslednje države: Bahami, Belgija, Brazilija, Bolgarija, Kanada, Hrvaška, Ciper, Danska, Dominikanska republika, Anglija, Finska, Nemčija, Grčija, Islandija, Nova Zelandija, Irska, Italija, Jamajka, Latvija, Litva, Malta, Črna Gora, Maroko, Nizozemska, Severna Irska, Norveška, Poljska, Portugalska, Puerto Rico, Rusija, Romunija, Škotska, Slovenija, JAR, Španija, Švedska, Tunizija, Turčija in Wales. Med tem imajo še države kot so Aruba, Jordanija, Saint Martin in Ukrajina poizkusno fazo, kjer morajo dokazati sposobnost zagotavljanja kriterijev, preden se jim odobri izpeljavo programa Modra zastava. Zanimanje pa so pokazale tudi ZDA, Argentina, Ekvador, Združeni Arabski Emirati, ter države JV Afrike (Modra zastava–FEE, 2010).

Od nastanka programa Modra zastava leta 1987, je bilo podeljenih že več kot 53.000 Modrih zastav, v letu 2010 je bilo preseženo število 50.000. Program Modra zastava je bil od nekdanj naklonjen promociji izobraževanja o ekoloških problemih, varnosti in ekoloških storitvah. Zaradi nenehnega strmenja k višjim standardom, so leta 2007 spremenili kriterije o ustreznosti kopalnih voda ter vpeljali dialog s strokovnjaki. Vpeljali so nove standarde, ki so bili svetovno primerljivi, leto 2010 pa je bilo prvo, ko so te nove standarde sprejele in začele izpolnjevati določene države. V prehodnem obdobju, ki bo trajalo do konca leta 2012, imajo posamezne države možnost pristopiti k novim ali starim kriterijem o ustreznosti kopalnih voda. Odzivi na nove kriterije po prvem letu testne uporabe so pozitivni (Modra zastava–FEE, 2010).

Mednarodna žirija je sestavljena iz predstavnikov sodelujočih organizacij, ki so opisane v nadaljevanju. Sestavljajo jo strokovnjaki iz UNEP, UNWTO, ILS, IUCN, ICOMIA in FEE (Modra zastava–FEE, 2010).

Naslednji korak v programu Modra zastava, v letu 2011 je bilo aprilsko srečanje, ko so bili predstavljeni rezultati kandidatov za Modro zastavo za severno poloblo. Novi pristopni članici v programu Modra zastava v letu 2011, sta Trinidad in Tobago ter Deviški otoki (Modra zastava–FEE, 2010).

Raziskave o vplivu ekoloških programov ne predstavijo vedno vseh podatkov, tako je nekatere dejavnike, ki vplivajo na posamezne kategorije lahko meriti, druge (mikro in makro podatke o onesnaženju zraka) pa skoraj nemogoče. Zaradi tega je tudi spremljanje in merjenje vpliva poslovanja posameznega podjetja v celotnem življenjskem ciklu zelo omejeno. Poleg tega so pogosto kategorije ekoloških programov vezane na povezane skupine kriterijev, ne upoštevajo pa vseh merljivih ekoloških indikatorjev (Sasidharan, Sirakaya & Kerstetter 2002, str. 161–174).

V prihodnosti je en glavnih izzivov za program Modra zastava povezan tudi z ostalimi ekološkimi programi. Od leta 1985, ko se je pojavil prvi ekološki program, so se razvijali in širili zelo hitro. Kljub temu pa ostaja vpliv ekoloških programov na ekologijo, izobraževanje in zaščito naravnega okolja precej neznan. Področje za izboljšavo so tudi kriteriji programa Modra zastava, ki ne posvečajo pozornosti ekologiji kopališč z mivko in zanemarjajo vključevanje lokalne kulture in vrednot (Boevers, 2008, str. 529–531).

### **3.2.4 Sodelujoče organizacije**

Pri mednarodnem programu Modra zastava sodelujejo mnogi mednarodni partnerji, ki omogočajo izvedbo programa. Njihova vloga se razlikuje glede na njihovo dejavnost ter potrebo po sodelovanju zaradi specifičnih strokovnih znanj. Nekatere organizacije sodelujejo zaradi velikosti njihovega vpliva na okolje, kar kaže na njihovo zavezanost k zmanjševanju negativnih vplivov na okolje. Nekatere organizacije sodelujejo pri oblikovanju politike, druge v mednarodni žiriji, nekatere sodelujejo le z zagotavljanjem informacij. Vsekakor pa je vsak prispevek dobrodošel.

#### **3.2.4.1 Program Združenih narodov za okolje (UNEP)**

Program Združenih narodov za okolje (angl.: *United Nations Environment Programme*, v nadaljevanju UNEP), oddelek za tehnologijo, industrijo in ekonomijo je pomemben partner FEE pri informiranju javnosti o ekološkem turizmu. Kot primer dobre prakse, uporablja Modro zastavo. Hkrati tudi pomaga pri širitvi programa izven meja Evrope. S pomočjo UNEP-a je FEE lahko začel z uvajanjem programa Modre zastave v karibskem območju in JV Aziji. UNEP sodeluje tudi v mednarodni žiriji Modre zastave (UNEP–Združeni Narodi, 2010).

#### **3.2.4.2 Svetovna zveza za varstvo narave (IUCN)**

Svetovna zveza za varstvo narave (angl.: *International Union for Conservation of Nature*, v nadaljevanju IUCN) sodeluje pri mnogih projektih po vsem svetu. Njihov glavni cilj je ekološko osveščanje in ohranjanje naravnega okolja. Na obalnem področju delujejo pri

ohranitvi raznolikosti morskega življenja, zaščiti okolja in sonaravni uporabi naravnega okolja. IUCN je pomemben partner programa Modra zastava, ki aktivno sodeluje na sestankih mednarodne žirije Modre zastave, ki so vsaki dve leti (IUCN–IUCN, 2010).

#### 3.2.4.3 Svetovna turistična organizacija (UNWTO)

UNWTO je najpomembnejša mednarodna turistična organizacija, ki ima glavno nalogo razvijati trajnostni turizem in z njegovo pomočjo zmanjševati revščino v nerazvitih državah. UNWTO je med pomembnejšimi partnerji programa Modra zastava. Sodeluje z obveščanjem javnosti o ekološkem turizmu v povezavi z Modro zastavo ter pomaga pri širitvi programa na nova območja. Tudi UNWTO sodeluje v mednarodni žiriji Modre zastave (UNWTO–Združeni Narodi, 2010).

#### 3.2.4.4 Mednarodna organizacija za reševanje življenj (ILS)

Mednarodna organizacija za reševanje življenj (angl.: *International Life Saving Federation*, v nadaljevanju ILS) je glavna avtoriteta na svetu pri reševanju človeških življenj zaradi utopitve. Poleg tega organizira ostale svetovne organizacije za reševanje življenj. Njihovo področje delovanja je izboljševanje varnosti v vodi, reševanje iz vode, organizacija reševalcev iz vode (ILS–ILS, 2010).

ILS je pomemben partner FEE pri postavljanju varnostnih meril na plažah in v marinah z Modro zastavo. ILS in FEE trenutno sodelujeta pri predstavitvi ocene varnosti pri programu Modra zastava. ILS prav tako sodeluje v mednarodni žiriji Modre zastave (Modra zastava–FEE, 2010).

#### 3.2.4.5 Obalna unija (EUCC)

Obalna unija (angl.: *Coastal & Marine Union*, v nadaljevanju EUCC) je združenje z 2.700 člani in ima članske organizacije v 40 državah. Ustanovljena je bila leta 1989 z namenom spodbujanja ohranjanja obalnih območij ter zaradi premostitve vrzeli med znanstveniki, okoljevarstveniki, menedžerji, načrtovalci in politiki. Od takrat je zrasla v največjo mrežo obalnih strokovnjakov. V Evropi ima 14 nacionalnih podružnic in uradov v sedmih državah (EUCC–EUCC, 2010).

EUCC–obalna unija je namenjena ohranjanju in vzdrževanju zdravega morja in obal, tako za ljudi kot živali. EUCC se zavzema za najboljše prakse z razvojem obalnih in morskih politik, mobilizacijo strokovnjakov in zainteresiranih strani, ki zagotavljajo informacije in nasvete in izvajanje demonstracijskih projektov. EUCC je pomemben partner FEE zaradi

izmenjave informacij na tematiko obalnega upravljanja, poleg tega je član mednarodne žirije Modre zastave (Modra zastava–FEE, 2010).

#### 3.2.4.6 Mednarodni svet pomorskih industrijskih združenj (ICOMIA)

Mednarodni svet pomorskih industrijskih združenj (angl.: *International Council of Marine Industry Associations*, v nadaljevanju ICOMIA) ima varstvo okolja za temeljno vrednoto. Iz tega razloga zbirajo različne uporabne informacije o okolju in izdajajo dokumente in publikacije na tem področju. Področja delovanja na področju varstva okolja so sledeča (ICOMIA–ICOMIA, 2010):

- ekološko razmišljanje in okolje,
- informativni list o bakreni barvi na čolnih,
- razgradnja izrabljenih čolnov in ladij,
- smernice za zmanjšanje porabe goriva in emisij zaradi razlitja goriva,
- ICOMIA vodnik za ravnanje z odpadki,
- obravnava sive vode,
- osnovna načela za oceno življenjskega cikla,
- ICOMIA strategije trajnostnega čolnarjenja.

ICOMIA sodeluje s programom Modra zastava kot član mednarodne komisije. K programu prispevajo svoje strokovno znanje o marinah in navtiki. Prav tako sodeluje član združenja FEE v komisiji programa ICOMIA (ICOMIA–ICOMIA, 2010).

#### 3.2.4.7 Evropska unija

Evropska Unija ne potrebuje posebne predstavitve, zato sem predstavil področje sodelovanja EU s programom Modra zastava. Vizija EU na področju okolja je: »Varstvo okolja je bistvenega pomena za kakovost življenja sedanje in prihodnjih generacij. Največji izziv je, kako varstvo okolja dolgoročno in trajnostno združiti s stalno gospodarsko rastjo. Iskanje rešitev je še nujnejše ob spopadanju s podnebnimi spremembami. Okoljska politika Evropske unije temelji na prepričanju, da visoki okoljski standardi spodbujajo inovacije in poslovne priložnosti ter, da je treba tesno povezati ekonomsko, socialno in okoljsko politiko « (Evropska unija, 2010).

Program Modra zastava pomaga generalnemu direktoratu za okolje pri vpeljavi direktive o čistoči kopalne vode, ter upravljanju z odpadno vodo v mestih (Modra zastava–FEE, 2010).

### 3.2.4.8 Nadzor grebenov

Fundacijo je leta 1996 ustanovil morski ekolog dr. Gregor Hodgson, deluje kot mednarodna neprofitna organizacija, namenjena ohranjanju dveh ekosistemov: tropskih koralnih grebenov in skalnatega grebena v Kaliforniji. S sedežem v Los Angelesu in prostovoljnimi skupinami v več kot 80 državah deluje organizacija na ustvarjanju partnerstev med prostovoljci, vladnimi agencijami, podjetji, univerzami in drugimi neprofitnimi organizacijami. Cilji organizacije so (Nadzor grebenov–Reef Check, 2010):

- izobraževanje javnosti o vrednosti grebenskih ekosistemov in vpliv sedanje krize na morsko življenje,
- ustvariti globalno omrežje skupine prostovoljcev, usposobljenih na področjih Reef Check znanstvenih metod, ki redno spremljajo in poročajo o zdravju grebenov,
- olajšanje sodelovanja, ki proizvaja ekološko prijazne in gospodarsko trajnostne rešitve,
- in spodbujanje lokalnih skupnosti, da ukrepajo za zaščito preostalih nedotaknjenih grebenov in rehabilitacijo poškodovanih morskih grebenov na svetu.

Povezava s programom Modra zastava je na področju nadzora kriterijev za naravna kopališča, kjer imajo ta v svojem območju koralne grebene. Organizaciji sodelujeta pri skupnem postavljanju meril in zaščitnih ukrepov (Modra zastava–FEE, 2010).

## **4 RAZISKAVA O VPLIVU MODRE ZASTAVE NA TURISTIČNO POVPRASEVANJE**

### **4.1 Namen, cilji in metodologija raziskave**

Namen raziskave, ki je del magistrskega dela je, opredeliti dejavnike, ki vplivajo na izbiro kopališča pri turistih in na podlagi rezultatov priti do izsledkov na podlagi katerih je mogoče preveriti hipoteze, sprejeti sklepe in podati priporočila.

Cilji raziskave so pridobiti uporabne podatke, s katerimi bo mogoče odgovoriti na vprašanje, ali ima Modra zastava vpliv pri izbiri morskega kopališča v Sloveniji. Odgovoriti je potrebno na vprašanja, ali Modra zastava povečuje verjetnost ponovnega obiska, ali so moški in ženske različno naklonjeni trajnostnemu razvoju ter, ali so domačim in tujim turistom kriteriji Modre zastave enako pomembni. Poleg tega je cilj tudi uporabnost podatkov v praksi za društvo Doves, ki morajo biti primerni tudi za statistično obdelavo. Iz raziskave je potrebno pridobiti tudi uporabne zaključke za sprejem sklepov o ekološkem programu Mora zastava.



Pri doseganju ciljev raziskave je potrebno odgovoriti tudi na naslednja raziskovalna vprašanja:

- kakšen je odnos turistov do ekoloških vprašanj,
- ali imajo ekološki programi kakšen vpliv na obnašanje potrošnikov,
- kako vplive ekoloških programov meriti,
- kakšne vrste pozitivnih vplivov ekoloških programov obstajajo,
- kateri dejavniki pospešujejo razvoj ekoloških programov v zadnjih desetletjih,
- kateri so najbolj pogosti razlogi za obisk posamezne turistične destinacije.

Osnova za pisanje teoretičnega dela magistrskega dela je sistematično iskanje in kritično proučevanje domače in tuje strokovne literature z obravnavanega področja ter primerov iz strokovnih revij in spleta. Uporabljena je tako slovenska, kot tudi tuja literatura z angleškega in nemškega govornega področja, objavljena v knjigah, člankih in prispevkih, pri čemer je poudarek predvsem na domačih in tujih, tako znanstvenih, kot poljudnih raziskavah. Pri proučevanju praktičnih primerov uporabe Modre zastave so uporabljeni še drugi viri, kot so na primer informacije iz uradnih spletnih strani Modre zastave ter društva Doves, vladne publikacije in uradne statistike o turizmu, referenčni priročniki, navodila in obrazci za upravitelje kopališč z Modro zastavo, rezultati raziskav o ekoloških programih na splošno, kot tudi o ekološkem programu Modra zastava, osebni obisk kopališč z Modro zastavo, anketiranje in pregled kopališč po kriterijih ter vsi razpoložljivi viri, ki pokrivajo proučevano tematiko.

#### **4.1.1 Metoda zbiranja podatkov**

Raziskava je bila opravljena v roku enega meseca, leta 2010, med glavno kopalno sezono, na treh izbranih kopališčih v slovenskem Primorju, ki imajo Modro zastavo (Kopališče Talaso Strunjan, Centralna plaža Okolje Portorož, ter Kopališče Simonov zaliv). Kopališča so bila izbrana zaradi njihove dobre obiskanosti in širokega nabora različnih nacionalnih kot tudi starostnih skupin. Pomembno dejstvo je bilo tudi, da imajo vsa Modro zastavo že več let in bi lahko z raziskavo pridobil podatke ali Modra zastava vpliva na vračanje turistov. Zaradi boljšega vzorca je bila raziskava izvedena ob različnih urah, saj niso vse starostne skupine v različnih delih dneva enako zastopane na kopališču. Časovni razpon je bil daljši zaradi dejstva, da različne demografske skupine v različnih obdobjih obiskujejo kopališča, na primer starejši bolj proti koncu sezone, ko so klimatske razmere milejše.

Podatki za namen raziskave, so bili zbrani s pomočjo strukturirane ankete, ki je oblikovana s sodelovanjem društva Doves. Anketa je sestavljena iz dveh sklopov. Prvi sklop so vprašanja o Modri zastavi, vplivu na izbiro kopališča in ocena kriterijev Modre zastave. Večina vprašanj je v obliki Likertove lestvice, nekaj vprašanj je izbirnih, kjer so anketiranci izbirali samo med dvema možnostma, ter vprašanja, kjer so imeli na voljo več

odgovorov. Drugi sklop ankete pokriva socio-demografska vprašanja o anketirancih, kjer so preprosta vprašanja o ekonomskem statusu, spolu, letnici rojstva in državi bivanja. Anketa obsega pet strani in je oblikovana dovolj pregledno, da so vprašanja vizualno in vsebinsko med seboj ločena. Anketa je pripravljena v štirih jezikovnih različicah – slovenskem, angleškem, nemškem in italijanskem jeziku.

Anketa, ki je bila uporabljena je bila oblikovana v sodelovanju z društvom Doves, ki je sodelovalo zaradi izključne potrebe po takšnih podatkih, torej je bila v ozadju uporabna vrednost v praksi. Zaradi oblike vprašanj in iz tega pridobljenih podatkov, sama anketa predstavlja pri magistrskem delu določeno omejitev. Anketa je prikazana v Prilogi 1.

Reševanje ankete je v povprečju zahtevalo ob manjši podpori približno 10 minut , vendar brez pomoči pri ključnih vprašanjih, kjer je bilo potrebno pokazati že obstoječe poznavanje programa Modre zastave. Nekaterim obiskovalcem so se zdela vprašanja zahtevna, drugi jih niso razumeli. Do te mere sem jim nudil pomoč pri razumevanju. Vsi ostali podatki so odraz odgovorov obiskovalcev.

#### **4.1.2 Populacija in vzorec**

Populacija, ki jo preučujem za namen magistrskega dela, so turisti, ki obiščejo Slovenijo, oziroma domači turisti, ki se odločijo za obisk morskega kopališča v Sloveniji. Nadalje je populacija definirana tako, da v Sloveniji obiščejo kopališče z Modro zastavo. Točno število turistov ni znano, saj večina kopališč z Modro zastavo ne vodi točne evidence o obisku gostov. To je mogoče dokaj točno voditi le na kopališču Talaso Strunjan, ki ima tudi vstopnino. Na podlagi razpoložljivih podatkov je imelo kopališče Talaso Strunjan v letu 2009 19.647 obiskovalcev, leta 2010 je bilo 16.005 obiskovalcev in leta 2011 je bilo 25.299 obiskovalcev. Število obiskovalcev se nanaša le na zunanje obiskovalce, ki so plačali vstopnino, medtem ko podatka o obisku gostov hotela ne vodijo, saj imajo obisk brezplačen.

Na ravni Slovenije (SURS, 2009) je število obiskovalcev obalnih kopališč v letu 2008 znašalo 407.827 obiskovalcev, od tega je bilo 137.343 dnevnih obiskovalcev. Bolj podrobna struktura obiskovalcev kopališč ni na voljo, novejši podatki na spletu niso razpoložljivi.

Danes si je težko zamisliti, da bi bilo mogoče ugotoviti značilnosti pojava kako drugače kot z vzorčenjem. Razlogi so časovne, finančne in praktične narave, kar sili raziskovalca, da poizkuša raziskati pojav na vzorcu (Bregar, Ograjenšek & Bavdaž, 2005, str. 32).

Izbrana je bila metoda ne slučajnostnega vzorčenja, saj so bila v prvem koraku od vseh kopališč v Sloveniji izbrana kopališča z Modro zastavo, nato sem med temi kopališči izbral

taka, za katera sem ocenil, da so najbolj reprezentativna. V zadnjem koraku vzorčenja sem anketiral osebe, ki so se nahajale na plaži v tistem trenutku tako, da niso imele vse enote v populaciji enake možnosti sodelovati v raziskavi. Ker ne poznamo lastnosti populacije, pri analizi podatkov ni mogoče posploševanje. Vzorec za raziskavo vpliva Modre zastave na izbiro kopališča na primeru Slovenije vsebuje 100 oseb.

Usmeritev raziskave je vodila tudi uporabna vrednost podatkov za društvo Doves, ki je nacionalni koordinator programa Modre zastave za Slovenijo. Iz tega razloga je bila raziskava usmerjena na področje kriterijev Modre zastave in vplivov, na odločitve obiskovalcev pri izbiri morskega kopališča v Sloveniji.

Omejitve raziskave:

- raziskava je omejena na področje Slovenije, na obalno regijo in na morska kopališča ki imajo Modro zastavo,
- anketiranje je omejeno na trenutne obiskovalce kopališča, ki so bili izbrani iz množice vseh obiskovalcev in so bili pripravljene sodelovati v raziskavi,
- v raziskavi se posvečam vidiku izbire morskega kopališča, na podlagi Modre zastave, pomenu kriterijev in kategorij programa Modre zastave za obiskovalce kopališč, zanemarim pa stroškovni in dohodkovni vidik ekoloških programov,
- slabost raziskave je nezmožnost izvedbe primerjalne raziskave, saj v času raziskovanja v Sloveniji ni bilo primerljivega ekološkega programa,
- potrebno je omeniti omejitev pri podajanju iskrenih odgovorov, saj je področje ekologije medijsko zelo popularno, anketiranci so želeli dajati vtis, da jim je to pomembno; omejitev je nezmožnost ocene tega deleža anketirancev,
- uradni statistični podatki o obiskanosti kopališč, so bili nazadnje objavljeni leta 2009 (za leto 2008), kar je omejitev glede na hitro spreminjanje trendov v turizmu. Podana je samo ocena obiskovalcev morskih kopališč, brez podatkov za katera kopališča gre.

Enota opazovanja pri raziskavi je obiskovalec kopališča z Modro zastavo, ki predstavlja svojo populacijo. Iz socio-demografskega vidika sem pri raziskavi zbral o anketirancih naslednje podatke:

- starost,
- spol,
- država bivanja,
- ekonomska aktivnost.

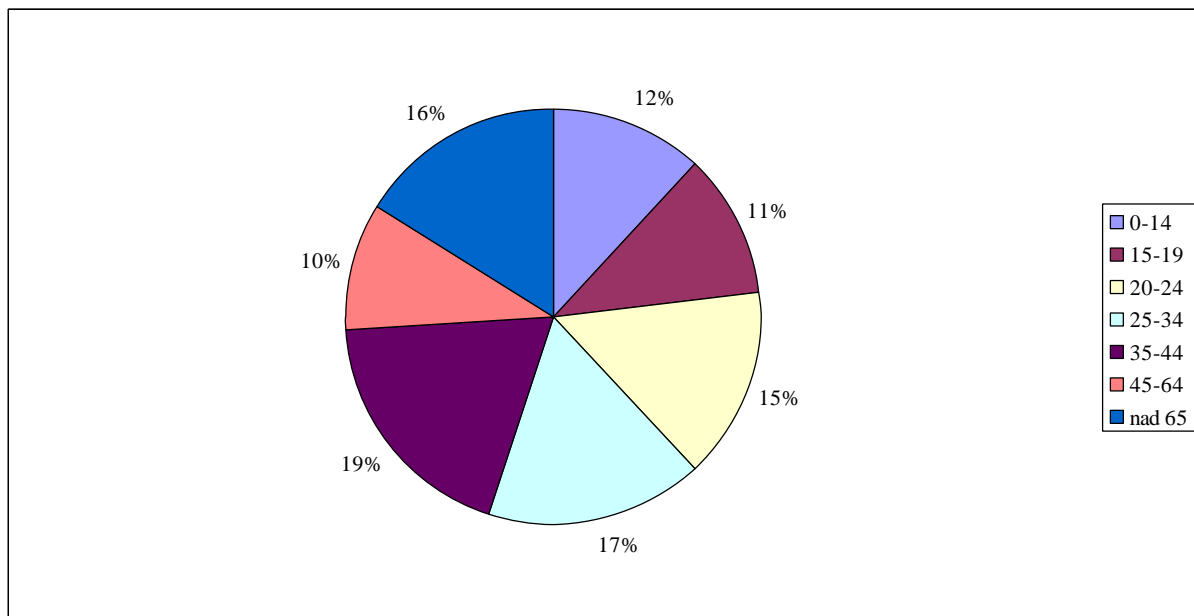
Glede na možnosti določanja različnosti med vrednostma spremenljivk, jih ločimo na imenske, urejenostne, razmičnostne in razmernostne. Nadalje je imenska lestvica najnižja v razvrstitvi, lastnost spremenljivk je, da njihove vrednosti omogočajo le razlikovanje med

dvema vrednostma. Edina ugotovitev, ki je mogoča je, ali sta vrednosti enaki ali ne. Temu pogoju najbolj ustrezajo spremenljivke, ki imajo vrednosti izražene imensko (spol, narodnost, itd.). Pri teh spremenljivkah lahko ugotovimo le to, da ne moremo določiti prednosti ene enote pred drugo. Iz teh razlogov ni smiselno izvajati kakršne koli računske operacije, mogoče jih je razvrstiti v skupine, jih prešteti po skupinah in na tej osnovi ugotoviti pogostost enot za posamezno skupino (Rovan & Košmelj, 2000, str 18–19).

Rezultati raziskave po socio-demografskih kategorijah so predstavljeni najprej grafično v obliki strukturnih krogov, nato so rezultati obrazloženi še v besedilu. Bolj podrobna analiza ni potrebna, saj so vrednosti spremenljivk v obliki imenske lestvice. Glede na spol je bilo že pri izvedbi raziskave precej pozornosti, da bosta oba spola enako zastopana, torej je v raziskavo zajetih 50 % moških in enako žensk. Populacijo sem razdelil na sedem starostnih razredov glede na življenjski slog, ki se spreminja in s tem tudi navade ljudi. Tako pomeni:

- 1. razred starost od 0 do 14 let,
- 2. razred od 15 do 19 let,
- 3. razred od 20 do 24 let,
- 4. razred od 25 do 34 let,
- 5. razred od 35 do 44 let,
- 6. razred od 45 do 64 let,
- 7. razred nad 65 let.

*Slika 5: Starostni razred anketirancev*

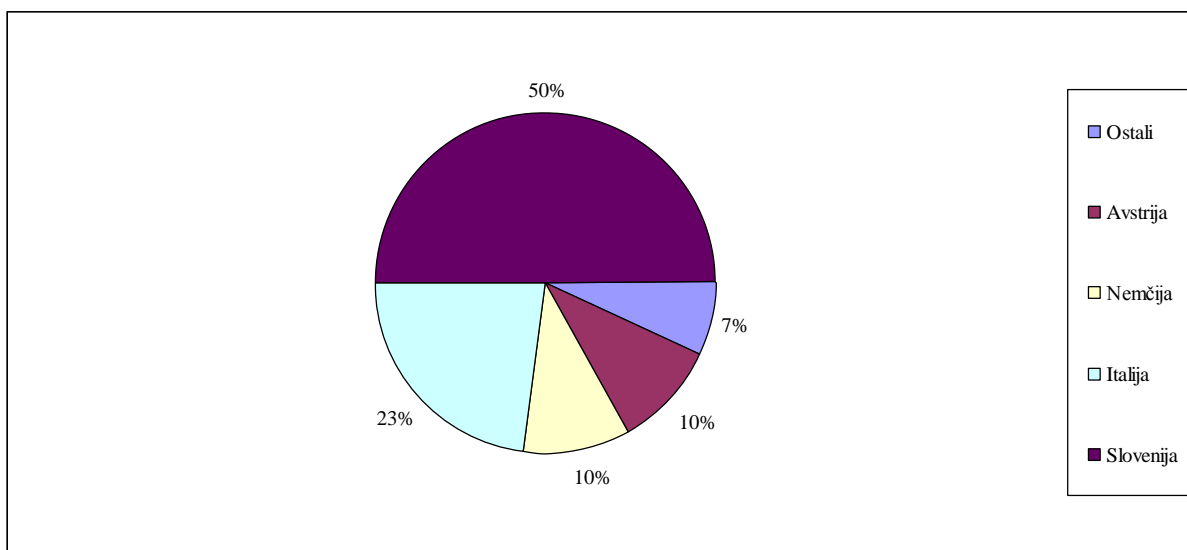


Iz Slike 5 je razvidno, da je bilo iz prvega razreda 12 % anketirancev, iz drugega razreda 11 %, iz tretjega starostnega razreda 15 %, iz četrtega razreda 17 %, iz petega 19 %, iz šestega 10 % in iz sedmega razreda 16 % vzorca. Za namen raziskave sem oblikoval sedem

starostnih razredov zaradi razlik v življenjskem slogu, ki vplivajo na potrošniške preference.

V nadaljevanju so predstavljeni rezultati vprašanja glede države bivanja, ki prikazujejo strukturo anketiranih obiskovalcev morskega kopališča po narodnosti.

*Slika 6: Država bivanja*

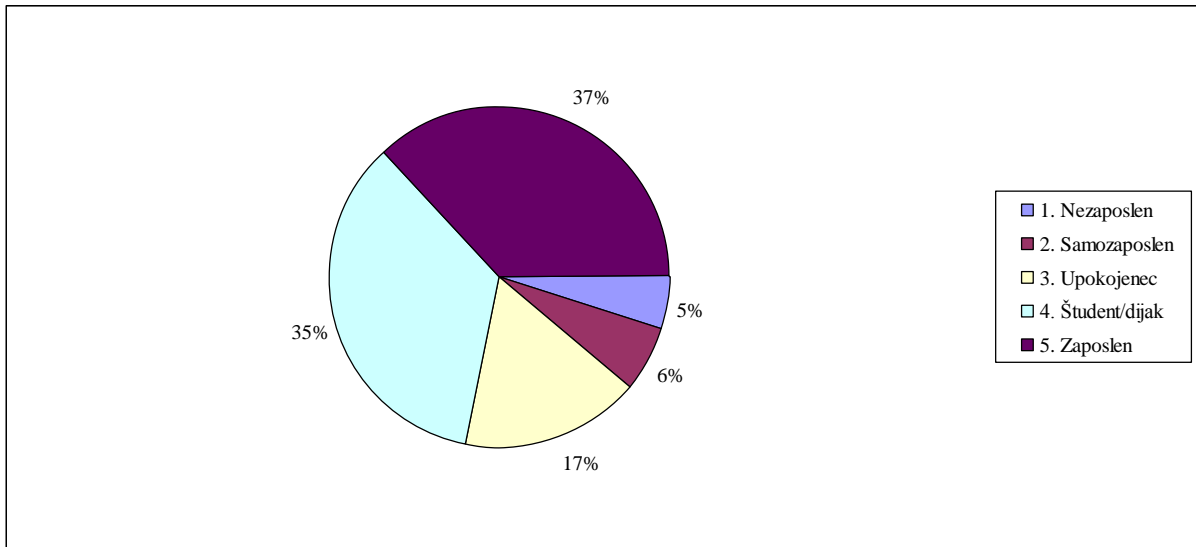


Anketiranci so večinoma prihajali iz Slovenije, in predstavljajo 50 %, saj so bili med njimi tudi tako imenovani vikend gosti, ali pa celo dnevni izletniki, 23 % je bilo Italijanov, 10 % Nemcev, 10 % Avstrijcev, ter 7 % drugih narodnosti, med njimi Rusi, Nizozemci in Belgijci. Namen tako raznolike nacionalne strukture anketirancev je bilo predstaviti neodvisno mnenje in pravi odraz mnenja obiskovalcev slovenskih kopališč z Modro zastavo, ne glede na narodnost.

Ekonomska aktivnost anketirancev nam lahko pove več o načinu preživljanja dopusta, ter potrošnih navadah. 37 % vprašanih je bilo zaposlenih, 17 % je bilo upokojencev, 5 % je bilo nezaposlenih, 35 % vprašanih je bilo študentov, dijakov oz. šolarjev, ter 6 % samozaposlenih.

Iz predstavljenih rezultatov je jasno razvidno, da popolne porazdelitve po posameznih razredih ekonomske aktivnosti nisem dosegel. Vseeno pa sem mnenja, da so rezultati reprezentativni in predstavljajo primerno podlago za izvedbo analize.

Slika 7: Status ekonomske aktivnosti



#### 4.1.3 Tip raziskave

Tip raziskave je pojasnjevalen, nakaže na določene smernice in povezave med spremenljivkami. Vprašanja so oblikovana glede na njihov namen in se razlikujejo od preprostih dihotomnih vprašanj, kjer je potrebno izbrati med dvema možnostma in nekoliko bolj kompleksnimi vprašanji, kjer morajo anketiranci odgovarjati v obliki Likertove lestvice (od 1–sploh se ne strinjam, do 5–popolnoma se strinjam). V tem delu gre za induktivno obliko raziskave, kjer sem najprej anketiral mnenje obiskovalcev in nato na podlagi pridobljenih podatkov izpeljal določene ugotovitve.

Te ugotovitve sem prenesel v prakso v obliki vprašanj, ki so bila oblikovana tako, da ne bi zavajala anketirancev ter tako, da jih niso napeljevala k pričakovanemu, ali pravilnemu odgovoru, kar je pri preiskavi javnega mnenja o neki splošni tematiki zelo pomembno. Rezultati so predstavljeni v posebni obliki grafov, ki so prirejeni za prikazovanje rezultatov Likertove lestvice, ter z drugimi osnovnimi grafičnimi pripomočki.

Ocene kakovosti oziroma določene spremenljivke po subjektivni presoji lahko štejemo le za ravni kakovosti, ki dopuščajo urejanje, ni pa možno na tej osnovi sprejeti sklepov o velikosti razlik kakovosti oziroma spremenljivk. Tako lahko povzamemo, da je vrednost spremenljivke pri urejenostni lestvici (Likertovi) lahko izražena opisno ali številsko. Nikakor pa pri urejenostni lestvici ni možno določiti, ali je vrednost posamezne enote večja, in za koliko je večja od vrednosti za kako drugo enoto. Mogoče je določiti le vrstni red enot. Pri izračunavanju vrednosti parametrov in njihovih ocen, je mogoče v takem primeru uporabiti le tiste metode, ki upoštevajo rangiranje (Rovan & Košmelj, 2000, str. 19–20).

Preveril sem poznavanje pomena Modre zastave za obiskovalce in vpliva na odločitev o izbiri morskega kopališča, ter posledično povezavo z izbiro turistične destinacije, oziroma vračanjem v turistično destinacijo. Na kratko sem tudi preveril splošno poznavanje kriterijev, ki jih zagotavlja Modra zastava in pozitivnih lastnosti, ki jih prinaša za obiskovalce.

V nadaljevanju predstavljam izsledke iz analize rezultatov pridobljenih z raziskavo. Najprej so, predvsem grafično, predstavljeni rezultati ankete obiskovalcev izbranih kopališč. Za tem sledijo tudi opisi predstavljenih rezultatov v besedilu.

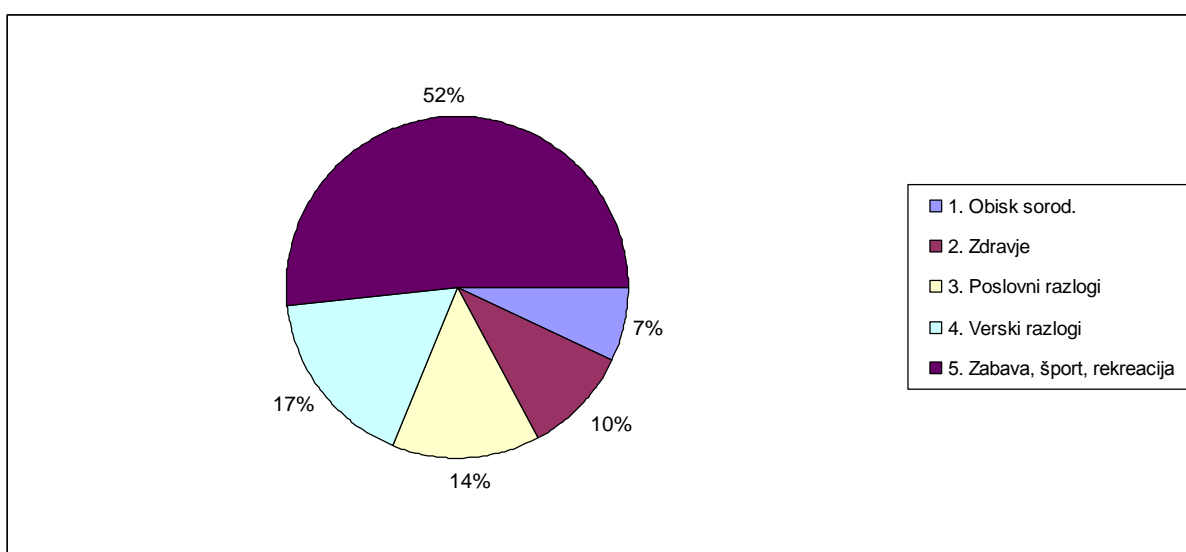
## 4.2 Rezultati raziskave in preverjanje hipotez

V nadaljevanju magistrskega dela se posvečam predstavitvi rezultatov zbranih z anketo in preverjanju hipotez. Podatki iz ankete so, kjer je to smiselno, predstavljeni v sliki s kratkim opisom. Podatki v obliki Likertove lestvice so prikazani v prirejenem grafikonu, poleg tega sem dodal tudi podatke o povprečju in standardnem odklonu za vsako vprašanje posebej.

Pri vprašanju o prvem obisku kraja so anketiranci odgovorili, da je 70 % delež anketirancev obiskal turistični kraj že predhodno, medtem ko je 30 % anketirancev turistični kraj obiskalo prvič.

Pri drugem vprašanju sem se posvetil razlogom, zaradi katerih so obiskovalci izbrali prav to turistično destinacijo. Zaradi reprezentativnosti podatkov, vprašanja ali je na to vplivala Morda zastava, nisem zastavil direktno.

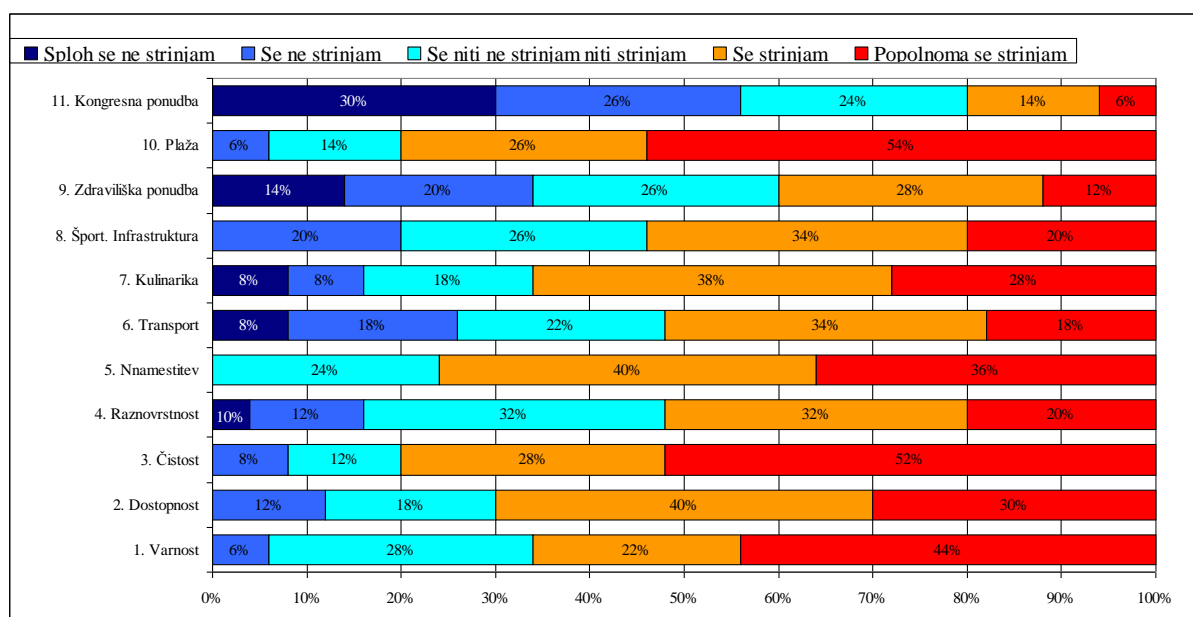
Slika 8: Glavni razlogi za obisk turističnega kraja



Pomembnost elementov turistične ponudbe pri izbiri turistične destinacije je vprašanje, ki sem ga oblikoval kot oceno pomembnosti posameznega elementa za obiskovalce. Pri izbiri so imeli anketiranci Likertovo lestvico od 1 (sploh se ne strinjam), do 5 (popolnoma se strinjam).

Rezultati kažejo na to, da je 42 % obiskovalcev v turistični kraj prišlo zaradi počitka in sprostitve, 30 % zaradi zabave, sprostitve in rekreacije ter 10 % iz verskih razlogov. Iz teh rezultatov (v Sliki 8) lahko sklepamo, da turistični kraj v večini primerov obiskovalci kopališč obiskujejo v času svojega dopusta, zaradi športa, rekreacije in kopanja. Za te kategorije pa se močno zavzema tudi program Modre zastave.

Slika 9: Prikaz pomembnosti elementov turistične ponudbe



S pomočjo takšne oblike vprašanja, sem lahko prikazal pomembnost elementov turistične ponudbe, kot jo ocenjujejo obiskovalci kopališča. Vsa vprašanja so postavljena tako, da zavzemajo nekatere izmed najbolj pomembnih kategorij programa Modra zastava ter nekaj vprašanj, ki pokrivajo ostale oblike turistične ponudbe.

Iz rezultatov je razvidno, da je pri izbiri turistične destinacije varnost najpomembnejša za 44 % obiskovalcev (popolnoma se strinjajo), strinja se 22 % obiskovalcev, nevtralnih pa je 28 % anketiranih. Popolnoma se strinja, da je dostopnost turističnega kraja pomembna, 30 % anketiranih, strinja se 40 % obiskovalcev. Popolnoma se strinja o pomembnosti čistoče turističnega kraja pri izbiri 52 % vprašanih, strinja se 28 % anketiranih.

Raznovrstnost kulturne dediščine, je pri izbiri turistične destinacije ocenjena skoraj nevtralnno, saj je 32 % anketirancev izbralo nevtralni odgovor ter enak odstotek, da je raznovrstnost pomembna. Kakovost namestitve je pomembna oziroma s trditvijo se strinja



40 % obiskovalcev, 36 % se popolnoma strinja ter 24 % pravi, da nima pomena pri izbiri turistične destinacije. Organiziranost lokalnega transporta v turističnem kraju je v tem sklopu vprašanj najbolj enakomerno razporejena, saj se 18 % vprašanih popolnoma strinja, da je pomembna, 34 % se strinja ter 22 % vprašanih jo označuje kot nepomembno raven pri izbiri turistične destinacije, kar kaže na pomanjkanje ekološke zavesti pri anketirancih, saj se vprašanje neposredno navezuje na uporabo lokalnega transporta. S pomembnostjo ponudbe lokalne kulinarike se popolnoma strinja 28 % anketirancev, strinja se jih 38 %, za 18 % pa je nevtralna. Razpoložljivost športne infrastrukture in rekreacijskih dejavnosti je za nevtralno izbralo 26 % vprašanih, strinja se 34 %, kar sovpada z rezultati prejšnjega vprašanja, kjer je bilo razvidno, da skoraj tretjina obiskovalcev obišče turistični kraj zaradi športa, rekreacije in zabave. Zdraviliška ponudba je v 26 % ocenjena kot nevtralna, 28 % se strinja s vplivom ponudbe zdraviliških storitev na izbiro turistične destinacije, torej so pri tem vprašanju anketiranci relativno nevtralni. Plaža je pri izbiri turistične destinacije pomembna s čimer se popolnoma strinja 54 % vprašanih, 26 % pa se strinja, kar je logično glede na kraj anketiranja in čas poletne kopalne sezone. Kongresna ponudba je od vseh elementov turistične ponudbe ocenjena kot najmanj pomembna. Kljub temu, da se Portorož in Piran ponašata z bogato kongresno ponudbo, ni bilo pričakovati, da bi imela večji pomen pri izbiri turistične destinacije v času letnega dopusta na kopališču.

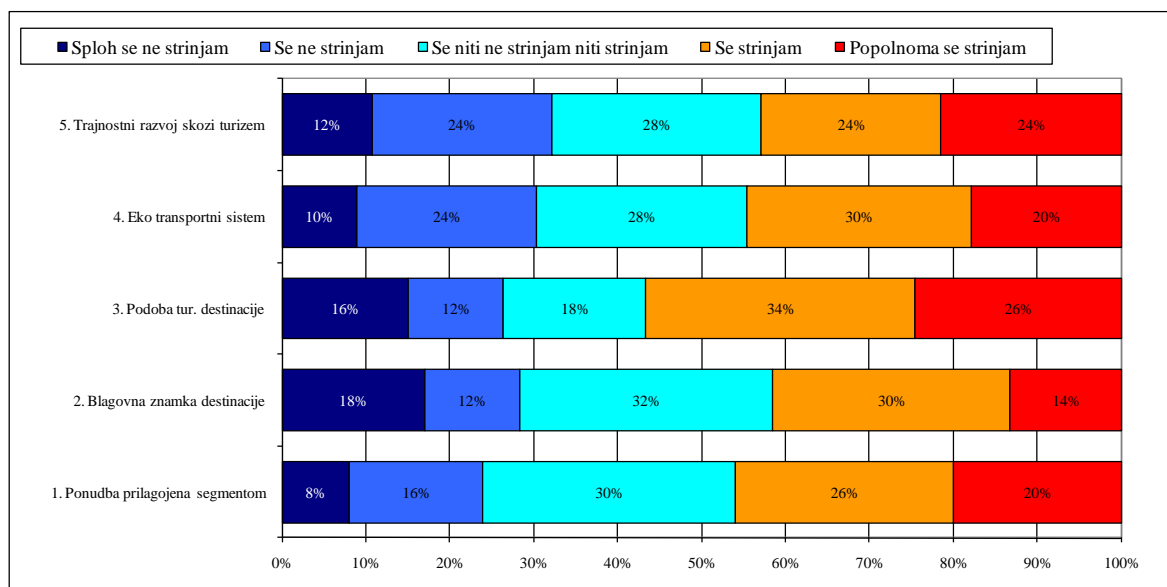
*Tabela 1: Prikaz povprečja in standardnega odklona za elemente turistične ponudbe*

<b>Element ponudbe\Statistični kazalnik</b>	<b>Povprečje</b>	<b>Standardni odklon</b>	<b>Najvišja ocena</b>	<b>Najnižja ocena</b>
1. Varnost	4.04	0.98	5	2
2. Dostopnost	3.88	0.98	5	2
3. Čistost	4.24	0.95	5	2
4. Raznovrstnost	3.52	1.07	5	1
5. Namestitev	4.12	0.77	5	3
6. Transport	3.36	1.20	5	1
7. Kulinarika	3.70	1.19	5	1
8. Šport. Infrastruktura	3.54	1.03	5	2
9. Zdraviliška ponudba	3.04	1.24	5	1
10. Plaža	4.28	0.92	5	2
11. Kongresna ponudba	2.40	1.22	5	1

Pri četrtem vprašanju je bilo anketirancem postavljeno direktno vprašanje o pomenu Modre zastave pri izbiri destinacije. Pri tem je 54 % vprašanih potrdilo, da je imela Modra zastava ključni vpliv pri izbiri destinacije, medtem, ko je 46 % vprašanih odgovorilo, da ni imela nikakršnega vpliva. Edini sklep, ki ga je mogoče sprejeti je, da so anketiranci z manjšo večino izbrali destinacijo tudi zaradi razloga, da ima Modro zastavo vsaj eno kopališče. Pri taki neznačilni razliki je težko sklepati o vplivu pri izbiri destinacije.

Z naslednjim vprašanjem želim analizirati neposredni odziv obiskovalcev glede pomena Modre zastave, ki vpliva pri izbiri turistične destinacije. Kriteriji, ki sem jih uporabil so sklopi glavnih kriterijev programa Modra zastava.

Slika 10: Prikaz pomembnost kriterijev po Modri zastavi pri izbiri turistične destinacije



Prilagojena ponudba različnim segmentom, je redka lastnost turističnih krajev v Sloveniji, kar je morda tudi razvidno iz rezultatov ankete. Največji delež vprašanih je do tega vprašanja nevtralen, kar 30 %. Nato sledi ocena, da se strinja 26 % anketirancev, ni pa bilo zaznati verjetnosti, da bi se glede na prilagojeno ponudbo za različne segmente obiskovalci odločali za ali proti obisku destinacije. Blagovna znamka destinacije je eno glavnih področij, ki jih turistične destinacije razvijajo v zadnjem desetletju, saj se s tem poskušajo pozicionirati kot luksuzne, družinske ali športno turistične destinacije. Da je blagovna znamka pomembna, se strinja 40 % vprašanih, kot nevtralnno jo označuje 32 %, 18 % se popolnoma ne strinja s trditvijo. Iz rezultatov lahko sklepamo, da pomen blagovne znamke destinacije v Sloveniji ni ključnega pomena pri izbiri, vseeno pa ima vpliv. Podoba turistične destinacije je pomembna, strinja se 34 % anketiranih, popolnoma se strinja 26 %. Pri tem vprašanju je pomembno, da je podoba turistične destinacije njen zunanji izgled, podoba v očeh obiskovalcev in glavni vir privlačnosti zaradi katere se obiskovalci odločijo za določeno turistično destinacijo.

Ekološki transportni sistem je odlika redkih turističnih destinacij v Sloveniji. Pričakovati je, glede na ekološke trende in čedalje večje zavedanje obiskovalcev, da bo tudi ta kategorija postala bolj pomembna v očeh turistov. O pomembnosti se strinja 30 % vprašanih, 20 % se popolnoma strinja, 28 % pa je nevtralnih do tega vprašanja. Vprašati se je potrebno, ali niso rezultati nekoliko zavajajoči zaradi trenda ekološkega obnašanja, saj ekološkega javnega transportnega sistema v uporabni obliki v Sloveniji ne poznamo, kot ga tudi ni v krajih, kjer je bila izvedena anketa.

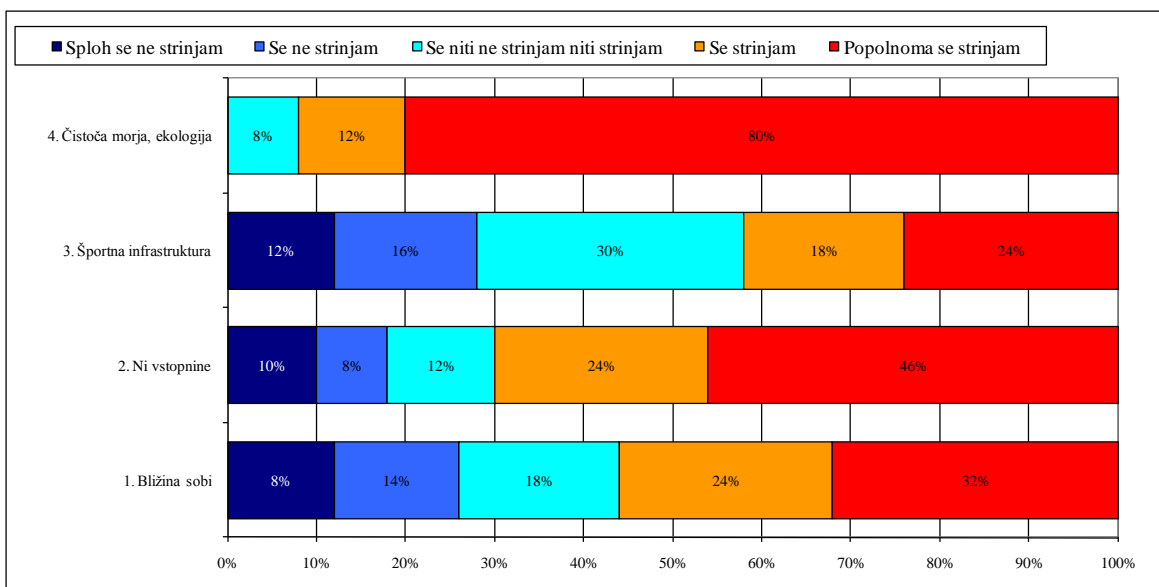
Tabela 2: Prikaz povprečja in standardnega odklona kriterijev Modre zastave

Pomembnost kriterijev\Statistični kazalnik	Povprečje	Standardni odklon	Najvišja ocena	Najnižja ocena
1. Ponudba prilagojena segmentom	3.34	1.20	5	1
2. Blagovna znamka destinacije	3.16	1.28	5	1
3. Podoba tur. destinacije	3.48	1.37	5	1
4. Eko transportni sistem	3.38	1.22	5	1
5. Trajnostni razvoj skozi turizem	3.36	1.30	5	1

Pomen trajnostnega razvoja skozi turizem je en glavnih ciljev programa Modre zastave in tudi organizacije UNWTO. Postavi se vprašanje, ali je to tako ključnega pomena v nerazvitih državah glede na to, da se večino svetovnega turizma odvija ravno tam. S pomembnostjo trajnostnega razvoja se popolnoma strinja 24 % anketiranih, enak odstotek se s tem konceptom strinja, 28 % je bilo nevtralnih. Razumevanje trajnostnega razvoja skozi turizem je pri večini anketiranih slabo ali le delno.

Vprašanje o pomembnosti kategorij Modre zastave, se neposredno nanaša na pozitivne vplive, ki jih Modra zastava prinese za obiskovalce kopališča. Iz vprašanja to ni takoj razvidno, tako da so anketiranci ocenjevali lastnosti plaže, ki so jim pomembne.

Slika 11: Prikaz pomembnosti kategorij pri izbiri plaže za kopanje



Bližina sobi, kjer prebivajo med dopustom je ključnega pomena, popolnoma se strinja 32 % in se strinja 24 % vprašanih, saj je eden glavnih razlogov za obisk turističnega kraja v poletni sezoni ravno vsakodnevno obiskovanje plaže. Zelo prepričljivo se popolnoma strinja o pomembnosti plaže brez vstopnine 46 % anketirancev, saj v nekaterih državah razen privatnih plaž takšnega pojava niti ne poznajo. S prisotnostjo športne infrastrukture se strinja 18 % vprašanih, popolnoma strinja 24 %, 30 % pa je nevtralnih.

Tabela 3: Prikaz povprečja in standardnega odklona kategorij pomembnih obiskovalcem

Pomembnost pri izbiri kopališča\Statistični kazalnik	Povprečje	Standardni odklon	Najvišja ocena	Najnižja ocena
1. Bližina sobi	3.50	1.38	5	1
2. Ni vstopnine	3.88	1.34	5	1
3. Športna infrastruktura	3.26	1.32	5	1
4. Čistoča morja, ekologija	4.72	0.60	5	3

Ti rezultati sovpadajo tudi z ugotovitvami iz predhodnega vprašanja o razlogih za obisk. Čistoča morja, plaže ter ekologija je razumljivo vprašanje, ki je za vse obiskovalce največjega pomena. Z veliko večino 80 % so anketiranci to kategorijo pri izbiri plaže označili s popolnoma se strinjam, 12 % se strinja.

Slika 12: Prikaz ocene kriterijev Modre zastave s strani anketirancev

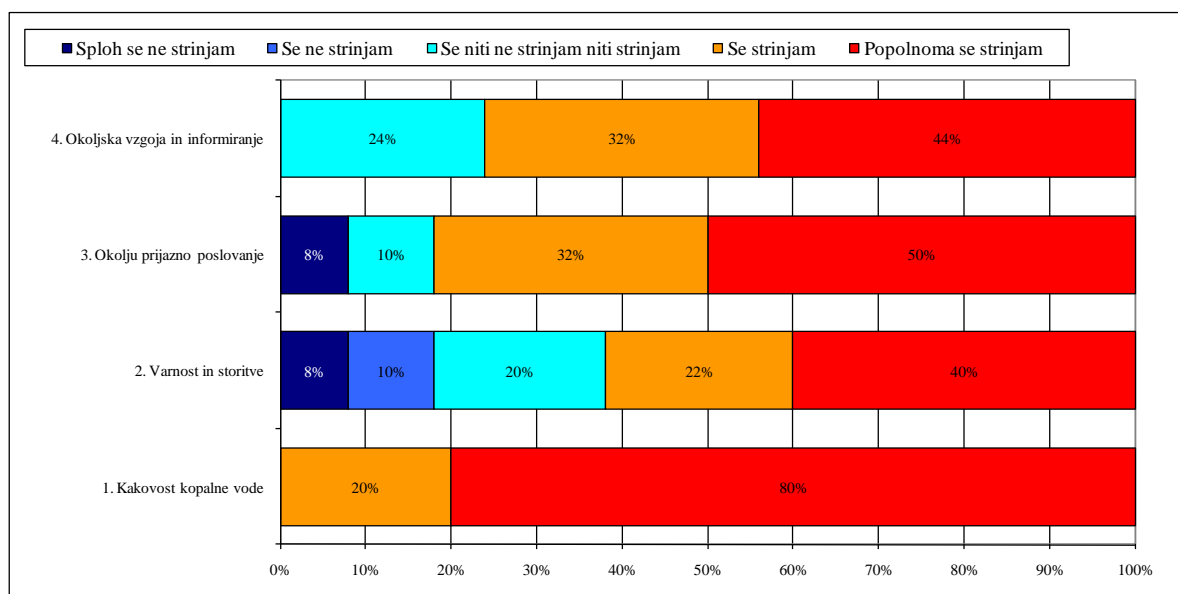


Tabela 4: Prikaz povprečja in standardnega odklona kriterijev Modre zastave

Kategorija\Statistični kazalnik	Povprečje	Standardni odklon	Najvišja ocena	Najnižja ocena
1. Kakovost kopalne vode	4.80	0.40	5	4
2. Varnost in storitve	3.76	1.30	5	1
3. Okolju prijazno poslovanje	4.16	1.14	5	1
4. Okoljska vzgoja in informiranje	4.20	0.80	5	3

#### 4.2.1 H1: Posamezni kriteriji Modre zastave so enako pomembni ženskam in moškim

S prvo hipotezo preverjam, ali med ženskimi in moškimi turisti obstajajo razlike v dojemanju pomembnosti posameznih kriterijev Modre zastave. Hipotezo sem preveril na podlagi procedure preizkusa domneve o razliki med aritmetičnima sredinama. Ker je prvi

vzorec izbran iz populacije žensk na kopališču, drugi pa iz populacije moških, v tem primeru govorimo o neodvisnih vzorcih. Za preverjanje domneve sem upošteval enostranski preizkus, pri tem je potrebno poudariti, da je izbira preizkusnega izraza odvisna od enakosti oziroma neenakosti varianc za proučevano spremenljivko v populacijah.

Za preverjanje prve hipoteze sem postavil ničelno in alternativno domnevo, kjer ( $\mu_m$ ) pomeni aritmetično sredino ocen moških in ( $\mu_z$ ) aritmetično sredino ocen žensk:

$$H_0 : \mu_m = \mu_z ; H_1 : \mu_m \neq \mu_z$$

Rezultate v obliki Likertove lestvice sem obdelal s programom SPSS. S tem načinom sem preveril, ali se le-te med seboj kaj razlikujejo. Rezultati obdelave so v Prilogi 2.

*Tabela 5: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij kakovost kopalne vode*

Spol\Statistični kazalnik	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Preizkus skupin	Stopinje prostosti	$\alpha$ (značilnost)
Moški	4.74	0.44	-1.502	93	0.137
Ženske	4.86	0.35			

Pri kriteriju kakovost kopalne vode, na podlagi vzorčnih podatkov zavrnemo ničelno domnevo, pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,003$  in sprejmemo sklep, da varianci ocen žensk in moških nista enaki.

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve, da je povprečna ocena med spoloma enaka, pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,137$ . To pomeni, da ne moremo trditi, da je ocena kriterija kakovost kopalne vode odvisna od spola.

*Tabela 6: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij varnost in storitve*

Spol\Statistični kazalnik	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Preizkus skupin	Stopinje prostosti	$\alpha$ (značilnost)
Moški	3.18	1.41	-4.986	80	0
Ženske	4.34	0.85			

Pri kriteriju varnost in storitve, na podlagi vzorčnih podatkov zavrnemo ničelno domnevo, pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,00$  in sprejmemo sklep, da varianci ocen žensk in moških nista enaki.

Na podlagi vzorčnih podatkov zavrnemo ničelno domnevo, pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,00$  in sprejmemo sklep, da je povprečna ocena kriterija varnost in storitve višja pri ženskah.

*Tabela 7: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij okolju prijazno poslovanje*

Spol\Statistični kazalnik	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Preizkus skupin	Stopinje prostosti	$\alpha$ (značilnost)
Moški	3.94	1.22	-2.391	98	0.019
Ženske	4.44	0.84			

Pri kriteriju okolju prijazno poslovanje, na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve, da sta populacijski varianci enaki, pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,113$ .

Na podlagi vzorčnih podatkov zavrnemo ničelno domnevo, pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,019$  in sprejmemo sklep, da je povprečna ocena kriterija okolju prijazno poslovanje višja pri ženskah.

*Tabela 8: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij okoljska vzgoja in informiranje*

Spol\Statistični kazalnik	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Preizkus skupin	Stopinje prostosti	$\alpha$ (značilnost)
Moški	4.16	0.82	-1.009	98	0.315
Ženske	4.32	0.77			

Pri kriteriju okoljska vzgoja in informiranje na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve, da sta populacijski varianci enaki pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,732$ .

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve, da je povprečna ocena med spoloma enaka pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,315$ . To pomeni, da ne moremo trditi, da je ocena kriterija kakovost kopalne vode odvisna od spola.

Na podlagi predstavljenih rezultatov sledi, da je pri dveh kriterijih Modre zastave razlika značilna, kar pomeni da ocene niso odvisne od spola, pri dveh kriterijih pa so ocene odvisne od spola anketiranca. Predstavljeni rezultati nam tako ne podajo jasne ocene, na podlagi katere bi bilo mogoče sprejeti jasen sklep, ali so posamezni kriteriji Modre zastave enako pomembni ženskam in moškim.

Vprašanje, ali se turisti vračajo na kopališče, ki ima Modro zastavo je načrtno zastavljeno direktno, saj so bili anketiranci seznanjeni z namenom ankete, torej je bilo potrebno ugotoviti ali Modra zastava vpliva na ponovne obiske, ali jim je to pomembno, ter če se zavedajo, da so v času ankete na kopališču, ki ima Modro zastavo. Tudi ti rezultati niso prepričljivi v nobeni smeri, kar kaže na relativno neprepoznavnost ekoloških znakov med obiskovalci morskih kopališč. 54 % vprašanih je odgovorilo, da se vračajo na kopališče zaradi Modre zastave in 46 %, da nima Modra zastava pri njihovih odločitvah nobenega vpliva.

#### 4.2.2 H2: Modra zastava za kopališča ima pomen pri izbiri morskega kopališča

Za preverjanje hipoteze 2 sem uporabil podatke iz Slike 13, kjer so morali obiskovalci pri četrtem vprašanju odgovoriti, koliko jim pomeni čistoča morja, plaže, ekologija in izobraževalni programi v povezavi z izbiro morskega kopališča. Vprašanje dejansko povzema vse glavne skupine kriterijev Modre zastave in pomen pri izbiri kopališča, ki sem jih povezal z odgovori na vprašanje, ali je Modra zastava vplivala na izbiro destinacije. Postavil sem ničelno in alternativno domnevo:

$$H_0 : f_{DA} = f_{NE} ; H_1 : f_{DA} \neq f_{NE}$$

Primerjati je potrebno dejanske frekvence s teoretičnimi frekvencami, ki izražajo stanje neodvisnosti med opisnima spremenljivkama. Pri preverjanju ničelne domneve o neodvisnosti, uporabimo  $\chi^2$  preizkus. Rezultati obdelave s statističnim programom SPSS so v Prilogi 3.

Tabela 9: Prikaz rezultatov statistične obdelave za preizkus hipoteze 2

Kriterij\Vrednost	Vrednost hi-kvadrat preizkusa	$\alpha$ (značilnost)
Pearsonov hi-kvadrat	4.22	0.121

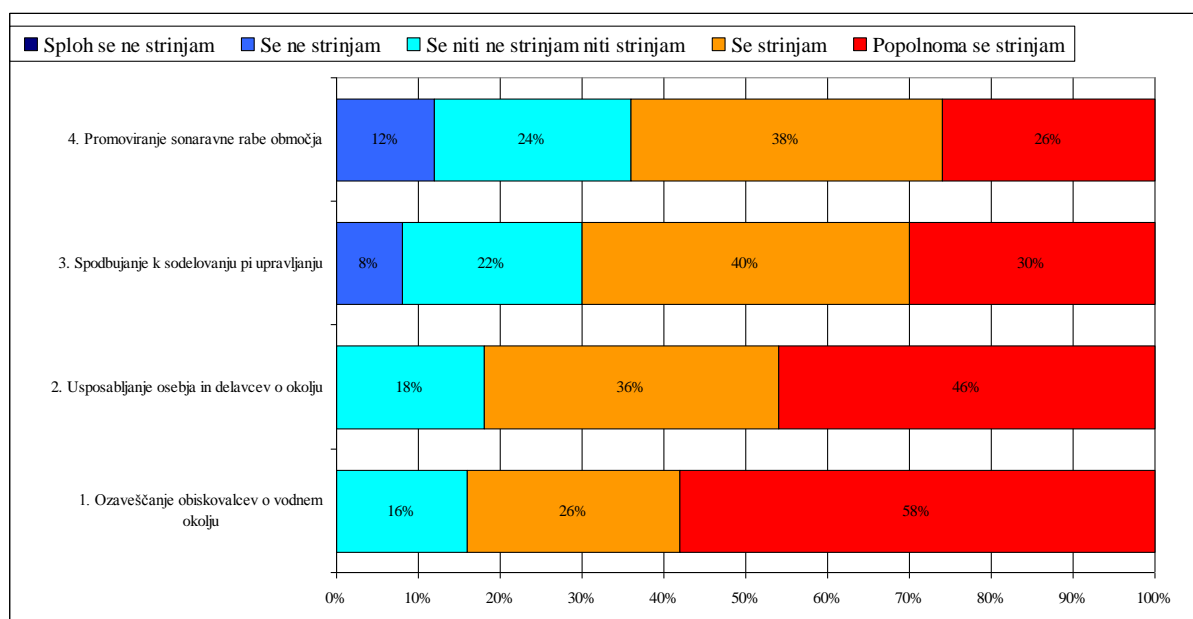
Tabela 10: Prikaz kontingenčne tabele za preizkus hipoteze 2

		Vpliv na izbiro		
		DA	NE	Skupaj
Ocena kategorij MZ	3	7	1	8
	4	7	5	12
	5	40	40	80
Skupaj		54	46	100

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrni ničelne domneve o enakosti dejanskih in teoretičnih frekvenc. Ne moremo torej trditi, da sta spremenljivki kriteriji Modre zastave in izbira kopališča na podlagi Modre zastave medsebojno povezani. Sklep sprejmemo pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,121$ .

Okoljska ozaveščenost je ključni del izobraževalnega programa pri Modri zastavi, ki kopališčem nalaga različne izobraževalne programe, preko katerih obiskovalci spoznavajo pravilno ravnanje. Ozaveščanje obiskovalcev o vodnem okolju je po navadi predstavljeno na oglasnih deskah, kar ni najbolj aktiven način spodbujanja k okoljskem izobraževanju. Kljub temu, se s tem vprašanjem popolnoma strinja 58 % vprašanih, 26 % se strinja, 16 % pa je nevtralnih do ozaveščanja o vodnem okolju. Delež obiskovalcev, ki so se kakšnega izobraževanja dejansko udeležili je zanemarljiv.

Slika 13: Prikaz ocene pomena kategorij okoljske osveščeniosti



Usposabljanje delavcev je pomemben del programa, saj ravno tako lahko največ dobre prakse prenesajo na lokalno prebivalstvo in obiskovalce. S to kategorijo se popolnoma strinja 46 % anketirancev, strinja se 36 %, nevtralna je za 18 % anketirancev.

Tabela 11: Prikaz povprečja in standardnega odklona kategorij okoljske osveščeniosti

Kategorija okoljske osveščeniosti\Statistični kazalnik	Povprečje	Standardni odklon	Najvišja ocena	Najnižja ocena
1. Ozaveščanje obiskovalcev o vodnem okolju	3.50	1.38	5	3
2. Usposabljanje osebja in delavcev o okolju	3.88	1.34	5	3
3. Spodbujanje k sodelovanju pri upravljanju	3.26	1.32	5	2
4. Promoviranje sonaravne rabe območja	4.72	0.60	5	2

Spodbude k sodelovanju pri upravljanju z obalnim okoljem je kategorija, ki je bila anketirancem najmanj razumljiva, saj ne razumejo kako lahko pripomorejo pri upravljanju z okoljem na svojem kratkem oddihu na obali. Zato se s to kategorijo popolnoma strinja 30 % vprašanih, strinja se 40 %, 22 % je nevtralnih.

Promoviranje sonaravne rabe rekreacijskih in turističnih območij je tudi ena od manj razumljivih kategorij; 26 % anketirancev se z njo popolnoma strinja, 38 % se strinja, nevtralnih pa je 24 % vprašanih. Pri zadnjem vprašanju so anketiranci predvsem spraševali kako lahko sami k temu pripomorejo in kako lahko vplivajo na upravitelje, da se bodo obnašali ekološko ustrezno. Razumeti je potrebno, da je to en vidik problematike, ko veliko ljudi trdi, da so jim posamezne kategorije pomembne ali ključnega pomena, vendar v veliko primerih ne vedo, kje bi se lahko vključili, ali se do sedaj še nikoli niso udeležili



nobene dejavnosti, ki bi pripomogla k osveščanju, izobraževanju ali promoviranju trajnostnega razvoja.

### 4.2.3 H3: Pomen trajnostnega razvoja skozi turizem se ne razlikuje po spolu

Zaradi čedalje večje politične podpore, postajajo vprašanja o okoljski osveščenosti in zaščiti okolja čedalje bolj medijsko izpostavljena. Večina anketiranih obiskovalcev se ima za okoljsko osveščene kljub temu, da ne uporabljajo javnega transporta in niso spremenili svojih potrošniških navad. Za namen preverjanja hipoteze 3 sem izbral preizkus skupin za neodvisne vzorce. Postavil sem ničelno in alternativno domnevo:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 ; H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

S tretjo hipotezo preverjam, ali med ženskimi in moškimi turisti obstajajo razlike v dojetanju pomena trajnostnega razvoja skozi turizem. Podatki se nanašajo na dva neodvisna vzorca. Izračuni statističnega programa SPSS so prikazani v Prilogi 4. Pri tem  $\mu_1$  pomeni aritmetično sredino ocen moških in  $\mu_2$  aritmetično sredino ocen žensk.

*Tabela 12: Prikaz rezultatov statistične obdelave o pomenu trajnostnega razvoja*

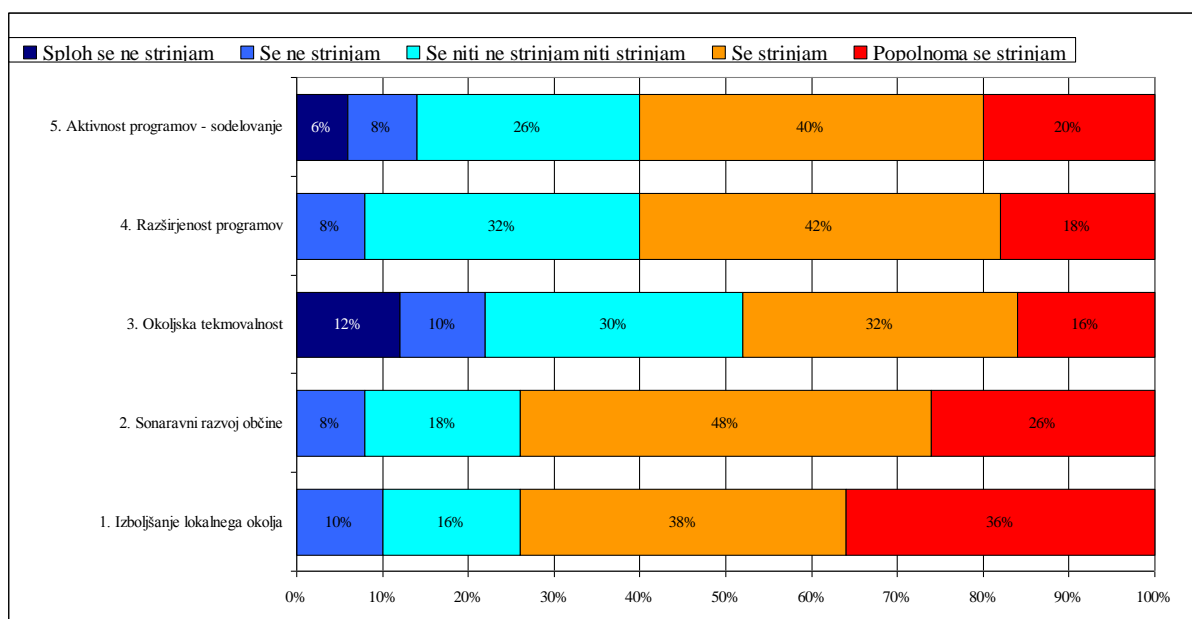
Spol\Statistični kazalnik	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Preizkus skupin	Stopinje prostosti	$\alpha$ (značilnost)
Moški	3.34	1.26	-0.153	98	0.879
Ženske	3.38	1.35			

Pri kriteriju okolju prijazno poslovanje, na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve, da sta populacijski varianci enaki.

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve, da je povprečna ocena med spoloma enaka pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,879$ . To pomeni, da ne moremo trditi, da je ocena trajnostnega razvoja skozi turizem odvisna od spola.

Izboljšanje lokalnega okolja je pomemben del programa Modra zastava, saj je eden ključnih delov ravno odnos do naravnega okolja tudi v okolici kopališča. To počnejo z različnimi akcijami za zaščito okolja in odpravo posledic, kjer je to potrebno.

Slika 14: Prikaz pomena programa Modre zastave za ekološko osveščenoost



Na vprašanje o pomenu izboljšanja naravnega okolja je 36 % vprašanih odgovorilo, da se popolnoma strinja, 38 %, da se strinja, 26 % vprašanih je bilo nevtralnih.

Sonaravni razvoj občine pomeni enakopraven razvoj vseh delov občine in ne samo kopališč in turistične infrastrukture. Obiskovalci so ocenjevali pomen sonaravnega razvoja občine glede na okoljsko osveščenoost, kar je 26 % ocenilo, da se popolnoma strinja, 48 % se strinja, 18 % je bilo nevtralnih.

Tabela 13: Prikaz povprečja in standardnega odklona pomena Modre zastave za ekološko osveščenoost

Ekološka osveščenoost\Statistični kazalnik	Povprečje	Standardni odklon	Najvišja ocena	Najnižja ocena
1. Izboljšanje lokalnega okolja	4.00	0.96	5	2
2. Sonaravni razvoj občine	3.92	0.87	5	2
3. Okoljska tekmovalnost	3.30	1.21	5	1
4. Razširjenost programov	3.70	0.86	5	2
5. Aktivnost programov - sodelovanje	3.60	1.08	5	1

Okoljska tekmovanja prispevajo aktivno vključitev obiskovalcev in lokalnega okolja v zaščito okolja in k okoljski osveščenoosti. 12 % anketirancev se sploh ne strinja, 30 % je nevtralnih, 32 % se strinja z okoljskimi tekmovanji, 16 % pa se popolnoma strinja o pomenu pri povečevanju ozaveščenosti. Nihče od anketiranih se takšnega tekmovanja ni dejansko udeležil.

Razširjenost programov je zgolj subjektivna ocena, koliko se to zdi pomembno obiskovalcem, ter kaže na zanimanje za ekološke programe. 32 % vprašanih je nevtralnih,

42 % se strinja, da je razširjenost ekoloških programov pomembna, 18 % je odgovorilo, da se popolnoma strinja.

Aktivnost programov in sodelovanje pomeni, koliko dejansko posamezni ekološki program naredi za izboljšanje okolja. V primeru Modre zastave je ravno povečevanje ekološke osveščenosti temeljni del izobraževanja o okoljski problematiki, torej je program na tem področju aktiven. 26 % vprašanih je bilo nevtralnih do aktivnosti programov, 40 % se strinja, da je to pomembno, popolnoma se strinja 20 % anektiranih.

#### 4.2.4 H4: Posamezni kriteriji Modre zastave so enako pomembni domačim in tujim obiskovalcem kopališč

Okoljska osveščenost je pogosta tema v medijih, zato je vsaj osnovno poznavanje pojma visoko. Pri obiskovalcih kopališč sem preveril tudi, koliko njim pomeni ta osveščenost in kaj so sami pripravljene narediti za to. Izsledki kažejo, da je osveščenost visoka, kategoriji kot sonaravni razvoj in skrb za okolje pa sta zelo pomembni tudi za obiskovalce.

Pri zgornjem vprašanju sem izpostavil ključne kategorije programa Modre zastave in s tem želel posredno preveriti, ali so obiskovalcem pomembne, odvisno od tega, ali so domačini, ali tujci. Veliko ljudi si ne vzame časa za preverjanje, če kopališče ima Modro zastavo ter če izpolnjuje vse zahtevane kriterije.

S četrto hipotezo preverjam, ali med domačimi in tujimi obiskovalci kopališč obstajajo razlike v dojetanju kriterijev Modre zastave. Uporabil sem podatke o oceni pomena kategorij Modre zastave za obiskovalce, podatki se nanašajo na dva neodvisna vzorca, zato sem izvedel preizkus skupin.

Rezultati obdelave so prikazani v Prilogi 5. Postavljeni ničelna in alternativna domneva sta sledeči, kjer  $\mu_1$  pomeni aritmetično sredino ocen za domače obiskovalce in  $\mu_2$  aritmetično sredino ocen za tuje obiskovalce:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 ; H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

Tabela 14: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij okoljska vzgoja in informiranje

Rezidentstvo\Statistični kazalnik	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Preizkus skupin	Stopinje prostosti	$\alpha$ (značilnost)
Domači	4.28	0.78	0.995	98	0.322
Tuji	4.12	0.82			

Pri kriteriju okoljska vzgoja in informiranje na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrni ničelne domneve, da sta populacijski varianci enaki pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,869$ .

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrni ničelne domneve, da je povprečna ocena glede na rezidentstvo enaka pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,322$ . To pomeni, da ne moremo trditi, da je ocena kriterija okoljska vzgoja in informiranje odvisna od rezidentstva.

*Tabela 15: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij okolju prijazno poslovanje*

Rezidentstvo\Statistični kazalnik	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Preizkus skupin	Stopinje prostosti	$\alpha$ (značilnost)
Domači	4.12	1.24	-0.348	98	0.728
Tuji	4.2	1.05			

Pri kriteriju okolju prijazno poslovanje na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrni ničelne domneve, da sta populacijski varianci enaki pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,341$ .

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrni ničelne domneve, da je povprečna ocena glede na rezidentstvo enaka pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,728$ . To pomeni, da ne moremo trditi, da je ocena kriterija okolju prijazno poslovanje odvisna od rezidentstva.

*Tabela 16: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij kakovost kopalne vode*

Rezidentstvo\Statistični kazalnik	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Preizkus skupin	Stopinje prostosti	$\alpha$ (značilnost)
Domači	4.86	0.35	1.502	93	0.137
Tuji	4.74	0.44			

Pri kriteriju kakovost kopalne vode na podlagi vzorčnih podatkov zavrnamo ničelno domnevo pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,003$  in sprejmemo sklep, da varianci ocen žensk in moških nista enaki.

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrni ničelne domneve, da je povprečna ocena glede na rezidentstvo enaka pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,137$ . To pomeni, da ne moremo trditi, da je ocena kriterija kakovost kopalne vode odvisna od rezidentstva.

*Tabela 17: Prikaz rezultatov statistične obdelave za kriterij varnost in storitve*

Rezidentstvo\Statistični kazalnik	Aritmetična sredina	Standardni odklon	Preizkus skupin	Stopinje prostosti	$\alpha$ (značilnost)
Domači	3.74	1.37	-0.076	98	0.94
Tuji	3.76	1.27			

Pri kriteriju okolju prijazno poslovanje na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve, da sta populacijski varianci enaki pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,452$ .

Na podlagi vzorčnih podatkov ne moremo zavrniti ničelne domneve, da je povprečna ocena glede na rezidentstvo enaka pri stopnji značilnosti  $\alpha = 0,94$ . To pomeni, da ne moremo trditi, da je ocena kriterija varnost in storitve odvisna od rezidentstva.

Na podlagi predstavljenih podatkov je razvidno, da pri vseh kriterijih Modre zastave ne moremo zavrniti ničelne domneve, da so aritmetične sredine po rezidentstvu enake. To pomeni, da lahko potrdimo hipotezo 4, da so posamezni kriteriji Modre zastave enako pomembni domačim in tujim obiskovalcem kopališč.

### **4.3 Primerjava z mednarodnimi raziskavami in priporočila**

Pred sklepom magistrskega dela sem na enem mestu zbral še nekaj najbolj relevantnih raziskav s področja ekoloških programov v zadnjih letih. Namen primerjave različnih raziskav je prikazati čim širšo sliko te problematike in zagotoviti primerjavo med različnimi državami.

Za primerjavo sem najprej predstavil rezultate raziskave o vplivih ekoloških programov na obiskanost kopališč. Raziskava je bila opravljena na Irskem, Hrvaškem, v ZDA, Turčiji, Walesu in Indoneziji objavljena pa v letu 2011.

Ugotovitve raziskave so, da obiskovalci kopališč ne poznajo ekoloških programov (vsaj 70 %), ko so morali anketiranci navesti vsaj en ekološki program, jih večina ni imela odgovora (67 %), med najpomembnejšimi dejavniki pri izbiri kopališča je bližina, pomembnost ekološke oznake je pozicionirana različno v posameznih državah, vendar povsod čisto na dnu ali blizu. Sklep raziskave je, da ni zaznati, da bi ekološki programi sploh kakorkoli vplivali na izbiro kopališča, pozitiven vpliv ekoloških programov je, da upravitelji kopališč poskrbijo za bolj ekološko poslovanje in boljše vzdrževanje infrastrukture. Smiselno je predvidevati, da bodo imeli ekološki programi tudi v prihodnje pozitivne vplive, poleg tega pa je velika možnost, da bodo upravljavci kopališč in lokalne skupnosti začeli kandidirati za ekološke programe, ki imajo manj stroge kriterije kot Modra zastava in so precej cenejši. Tak primer se je zgodil na Irskem. Odkar so leta 2001 predstavili nov ekološki program Zelena obala (angl. *Green Coast Award*), je število kopališč, ki pri njem sodelujejo poraslo do 40, medtem pa je število kopališč z Modro zastavo upadlo od 122 na 75 (McKenna, Williams & Cooper, 2011).

Pogosto prepričanje v strokovnih krogih je, da bo promoviranje trajnostnega razvoja, večje zavedanje o problemih in izobrazba povzročilo okolju bolj prijazno obnašanje s strani turistov. V vzhodni Avstraliji so preučevali vpliv 10 letnega programa za vzpodbujanje

ekološkega zavedanja in trajnostnega razvoja. Raziskava je razkrila, da program ni imel skoraj nobenega pozitivnega učinka, tako da so ga opustili (Miller, Rathouse, Scharles, Holmes & Tribe, 2010, str. 628–632).

Večina ekoloških programov obstaja šele nekaj let, v tem obdobju pa so uspeli privabiti le manjši delež potencialnih podjetij. Prezgodaj je govoriti o njihovem vplivu na trajnostni razvoj turizma. Ekološki programi temeljijo na predpostavki, da si ljudje želijo oznake na ekoloških proizvodih in storitvah. Kljub temu, da pri promociji ekoloških programov sodelujejo tudi turistični vodniki, publikacije in revije, so raziskave razkrile, da se večina turistov niti ne zaveda obstoja ekoloških programov v turizmu (Hamele, 2004).

Francoska raziskava razkriva podobne ugotovitve kot je predhodno navedeno. Pri vprašanju o prepoznavanju Modre zastave se je izkazalo, da 58 % francozov tega ekološkega programa ne pozna, kljub temu, da je bil razvit v Franciji. Nadalje, od tistih, ki so pritrdilno odgovorili pri poznavanju, le 23 % dejansko ve za kakšne vrste ekološki program gre in kateri so kriteriji. Zadnje vprašanje se je nanašalo na izbiro destinacije, če ima le-ta Modro zastavo. Od vprašanih je 49 % odgovorilo pritrdilno, preostali pa so izbrali med ostalimi možnostmi (mogoče, najbrž ne, ne). Tudi ta raziskava ni mogla potrditi pozitivnih vplivov Modre zastave na obnašanje turistov (Gachet, 2007).

Primerjava že obstoječih raziskav o ekoloških programih, nekatere izmed njih tudi o Modri zastavi, je pokazala, da imajo več skupnih točk. Najbolj poglobljena je, da ni opaziti spremembe pri obnašanju potrošnikov zaradi ekoloških programov. Te ugotovitve se skladajo tudi z ugotovitvami raziskave v tem magistrskem delu, ki je osredotočena na Slovenijo. Povzamem lahko, da med Slovenijo in ostalimi državami, ki so bile zajete v raziskave, ni značilnih razlik pri dojetanju ekoloških programov in lastnega vpliva na naravno okolje, niti ni opaziti razlik pri pomenu ekoloških programov pri izbiri destinacije ali kopališča.

FEE in društvu Doves, lahko na podlagi predstavljenih podatkov iz raziskave, kot tudi primerjave z mednarodnimi raziskavami podam naslednja priporočila.

Ekološki program Modra zastava je bil na začetku dobro sprejet, vendar gre v zadnjih letih razvoj v smer poenostavitve ekoloških programov, kjer zahteve pri kriterijih niso več tako stroge, zato, da je mogoče ekološki program hitreje in učinkoviteje razširiti. Program Modra zastava je za enkrat široko razširjen, vendar je v nekaterih področjih že opaziti upadanje kandidatov, ki prehajajo k drugim ekološkim programom, ki so bolj enostavni. Posledično pa je večina ekoloških programov nerazpoznavnih in s tem potrošnikom nepomembnih, saj imajo le nad-nacionalni ekološki programi več možnosti za prepoznavnost in širitev svojih idej pri ohranjanju naravnega okolja.

Pomemben vidik pri razvoju v prihodnje je tudi stroškovni. Modra zastava je precej drag program, predvsem v fazi implementacije in zagotavljanja vseh zahtevnih kriterijev. Kljub temu, da se morda zdi, da je turizem imun na tržna gibanja, mnoga kopališča in marine čedalje težje najdejo pozitivne strani investiranja v ekološki program. Po raziskavah namreč vidnih pozitivnih učinkov ni zaznati, potrošniki se ne obnašajo bolj skrbno do naravnega okolja, investicije pa so relativno visoke.

Ekološki program Modra zastava se bo moral preoblikovati tako, da bo bolj konkurenčen pri prihajajočih generacijah potrošnikov, kjer je zvestoba dobila popolnoma drugačne značilnosti. V današnjem svetu se vse spreminja zelo hitro, če nekaj ne ustreza potrošniku lahko vedno najde zamenjavo. Ponudba storitev, ki so brezplačne je čedalje večja, kar popolnoma spremeni ustaljene načine komuniciranja in poslovanja. Prihodnji ekološki programi bodo morali prevzeti nekaj glavnih smernic, ki se nakazujejo že danes. Izobraževanje, ki je ena najšibkejših točk ekoloških programov bo moralo postati bolj interaktivno in povezano z zabavnimi aktivnostmi. Ekološki programi bodo morali biti prosto dosegljivi, cenovno ugodni za kandidate, imeti razumevanje za specifične posameznih destinacij in graditi zvestobo na podlagi novih pristopov za komuniciranje s potrošniki, o potrebi in pomembnosti ekoloških programov.

## **SKLEP**

Skozi čas se je turizem nenehno razvijal in pridobival na pomenu. S povečanjem obsega svetovnega turizma so se začele pojavljati tudi prve težave kot posledica masovnega turizma. Težave so degradacija naravnega okolja, onesnaževanje in izraba naravnih virov.

Kot odgovor na čedalje večje težave, se je začel razvoj koncepta trajnostnega turizma, ki zagovarja sonaravno uporabo naravnih virov, ter razvoj skozi turizem za celotno okolico. Med glavnimi cilji trajnostnega turizma je predvsem zmanjševanje revščine v državah tretjega sveta.

V letu 1985 je bil razvit prvi ekološki program kot odgovor na čedalje večje zahteve po ekološkem poslovanju podjetij, ki so morala svojo zavezanost k ekologiji pokazati javnosti. Ekološki programi se razlikujejo glede usmeritve, pokrivanja področij, oblik za pridobitev in nagrajevanje. Pri razvoju ekoloških programov je manjkala skupna strategija razvoja, kar se je odrazilo kot veliko število ekoloških programov, ki delujejo vsak na svojem področju, ne dosegajo pa zastavljenih ciljev, saj potrošniki med njimi ne poznajo razlik. Premalo pozornosti je bilo posvečene tudi izobraževanju javnosti o ekoloških programih in njihovem namenu.

Program Modra zastava je mednarodni ekološki program, ki je prisoten v več kot 40 državah po vsem svetu. Prikazal sem zgodovino programa, ter njegovo zgodovino v

Sloveniji. Razložil sem postopek za pridobitev ekološke oznake in predstavil kriterije in izzive Modre zastave v prihodnosti.

Iz teh razlogov sem v magistrski nalogi preučil vpliv Modre zastave na izbiro morskega kopališča v Sloveniji z anketo na izbranih kopališčih, ki Modro zastavo imajo. Prikazati sem želel dejansko stanje, kako obiskovalci vidijo ekološki program Modra zastava in nadalje pomembnost izpolnjevanja kriterijev. Raziskava je bila izvedena v času poletne kopalne sezone s pomočjo ankete. Z rezultati ankete sem nato potrdil ali ovrgel hipoteze magistrskega dela.

Iz rezultatov je mogoče sklepati, da so kriteriji programa Modra zastava in ekološko obnašanje obiskovalcem pomembni pri izbiri kopališča. Vendar je dejanska sprememba potrošniških navad in vključitev v izobraževanja o ekologiji na precej nizki ravni. Torej je potencial ekoloških programov in tako tudi programa Modra zastava velik, vendar je potrebno bolj proaktivno pristopiti k vključevanju obiskovalcev kopališč in marin in spremeniti navade ljudi, dotlej bodo rezultati sicer prisotni, vendar ne povsem zadovoljivi in primerljivi s cilji programa Modra zastava.

Raziskave v zadnjih letih čedalje bolj očitno prikazujejo stanje, ki ne ustreza ciljem ekoloških programov. Zavedanje o problematiki je sicer čedalje večje, vendar potrošniki v večini primerov ne vidijo problema v svojem potrošniškem obnašanju ali načinu življenja, saj jim zadostuje že občutek, da o tej problematiki nekaj vedo. Kot rezultat je nastala velika populacija potrošnikov, obiskovalcev kopališč, ki trdijo, da sledijo kontekstu trajnostnega razvoja, namenjajo ekološkemu vprašanju svojo pozornost, po drugi strani pa niso svojih navad nič spremenili, ne uporabljajo javnega transporta, se ne udeležujejo delavnic in izobraževanj o ekološkem načinu življenja.

Program Modra zastava je dober primer ekološkega programa, ki zagovarja stroge kriterije, ki jih morajo izpolnjevati kopališča in marine. Prisoten je na širokem področju in se nenehno širi, prilagojen glede na geografske in kulturne specifične področja. Ena glavnih slabosti programa Modra zastava je visoka cena, ki jo za kandidiranje vsako leto plačajo kopališča in marine. Po drugi strani pa je veliko cenejših ekoloških programov, ki imajo manj zahtevne kriterije. Danes se dogaja, da zaradi nezmožnosti razlikovanja in površnega poznavanja ekoloških programov kopališča opuščajo Modro zastavo in se preusmerjajo k drugim ekološkimi programom, ali pa jih opuščajo na splošno. To pomeni nazadovanje za program Modra zastava, kljub širitvi v nove države izgublja svoje mesto v državah, kjer je prisotna že več let.

Raziskave ne morejo potrditi pozitivnih učinkov ekoloških programov na obnašanje potrošnikov, na njihovo zvestobo, ali pozitivnih vplivov na njihovo poslovanje. Kot je razvidno iz analize podatkov pod posameznimi hipotezami, tudi v tem magistrskem delu vplivov Modre zastave na izbiro kopališča v Sloveniji nisem potrdil. Tako je za veliko



kopališč in marin, logična poteza opustitev ekološkega programa. V prihodnosti se bodo ekološki programi morali prilagoditi modernemu načinu življenja, kjer je vse hitro dostopno in nato zavrženo v naslednjem trenutku, ko zvestoba nima več svojega pomena, saj je konkurenca velika, potrošniki pa sledijo principom, ki so medijsko odmevni in popularni. Ekološki programi in z njimi tudi Modra zastava, se bodo morali v prihodnosti preoblikovati v bolj povezane organizacije, ki bodo zagovarjale skupna stališča proti javnosti, postati bodo morali bolj fleksibilni in predvsem tudi cenovno ugodni za upravljavce kopališč in marin.

## LITERATURA IN VIRI

1. *Audubon International–Nacionalno društvo Audubo*. Najdeno 1. junija 2010 na spletnem naslovu <http://greenleaf.auduboninternational.org>
2. *Avstrijski ekološki program–Ministrstvo za kmetijstvo*. Najdeno 5. julija 2010 na spletnem naslovu <http://www.umweltzeichen.at/cms/home233/content.html>
3. Boevers, J. (2008). Assessing the Utility of Beach Ecolabels for Use by Local Management. *Coastal Management*, 36(5), 524–531.
4. Bregar, L., Ograjenšek, I. & Bavdaž, M. (2005). *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
5. Black, R., & Crabtree, A. (2007). *Quality assurance certification in ecotourism*. Kingston Dowling Ross: CABI Publishing.
6. *Blue Flag–FEE*. Najdeno 2. maja 2011 na spletnem naslovu <http://www.blueflag.org/Menu/Criteria>
7. Brebbia, A. C., & Pineda, F. D. (2006) *Sustainable tourism* (2nd ed.). Southampton: WIT Press.
8. Buckley, R. (2009). *Ecotourism: Principles and Practices*. Kingston Dowling Ross: CABI Publishing.
9. Castellani, V. & Sala, S. (2010). Sustainable performance index for tourism policy development. *Tourism Management*, 31(6), 871–880.
10. Diamantis, D. (2004). *Ecotourism: management and assessment*. Stamford: Thomson Learning EMEA.
11. *Ekološke oznake v turizmu – Big Room*. Najdeno 8. junija 2010 na spletnem naslovu <http://ecolabelling.org/type/tourism/>
12. *Ekološki program Evropske unije – Evropska komisija*. Najdeno 28. junija 2010 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm)
13. *EUCC–EUCC*. Najdeno 12. avgusta 2010 na spletnem naslovu [www.eucc.net](http://www.eucc.net)
14. *Evropska unija*. Najdeno 22. junija 2010 na spletnem naslovu [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)
15. Fennell, D. A. (2003). *Ecotourism policy and planning*. New York: CABI Publishing.
16. Fennell, D. A., & Cruise, M. D. (2007). *Codes of ethics in tourism: practice, theory, synthesis*. Amsterdam: View Publications.

17. Fischbeck, S. P., & Farrow R. S. (2001). *Improving regulation: cases in environment, health, and Safety*. Washington: Resources for the future Press.
18. Font X. (2001). Regulating the green message: the players in ecolabelling. X. Font, R. Buckley (ur.), *Tourism Ecolabelling: certification and promotion of sustainable management and safety*. (str. 1–18). Kingston Dowling Ross: CABI Publishing. Washington: Resources for the future Press.
19. Font, X., & Tribe, J. (2001). The process of developing an ecolabell. X. Font, R. Buckley (ur.), *Tourism Ecolabelling: certification and promotion of sustainable management and safety*. (str. 87–104). Kingston Dowling Ross: CABI Publishing. Washington: Resources for the future Press.
20. Fossati, A., & Panella, G.(2000). *Tourism and sustainable economic development*. New York: Springer.
21. Gachet, I. (2007, 15.–16. junij). Inquiry on Blue Flag in France. *Pavillonbleu*. Najdeno 24. maja 2011 na spletnem naslovu [http://www.pavillonbleu.org/publications/task,cat\\_view/gid,117](http://www.pavillonbleu.org/publications/task,cat_view/gid,117)
22. Goudie, A. (2000). *The human impact on the natural environment* (5th ed.). Cambridge: MIT Press.
23. Hamele, H. (2001). Ecolabels for tourism in Europe: The european ecolabel for tourism?. X.Font & R. Buckley (ur.), *Tourism Ecolabelling: certification and promotion of sustainable management, and safety* (str. 175–188). Kingston Dowling Ross: CABI Publishing. Washington: Resources for the future Press.
24. Hamele, H. (2004, 28. januar). Moving the market towards more sustainable practices. Najdeno 24. Maja 2011 na spletnem naslovu [http://www.cic-wildlife.org/uploads/media/Hamele\\_Overview\\_Eco-label\\_for\\_tourism\\_2004\\_eng.pdf](http://www.cic-wildlife.org/uploads/media/Hamele_Overview_Eco-label_for_tourism_2004_eng.pdf)
25. Harris, R., Griffin, T., & Williams, P. (2002). *Sustainable tourism: a global perspective*. Newark: Butterworth-Heinemann.
26. Harrison, R., Newholm, T., & Shaw, D. (2005). *Ethical consumer*. London: SAGE Publishing.
27. Holden, A. (2008). *Environment and tourism* (2nd ed.). New York: Routledge.
28. Huybers, T.(2007). *Tourism in developing countries*. Northampton: Edward Elgar Publishing.
29. ICOMIA–ICOMIA. Najdeno 24. julija 2010 na spletnem naslovu [www.icomia.org](http://www.icomia.org)
30. ILS–ILS, Najdeno 11. avgusta 2010 na spletnem naslovu [www.ilsf.org](http://www.ilsf.org)

31. IUCN–IUCN. Najdeno 11. avgusta 2010 na spletnem naslovu [www.iucn.org](http://www.iucn.org)
32. Kandari, O. P., & Chandra, A. (2004). *Tourism, Biodiversity and Sustainable Development*. New Delhi: Gyan Publishing House.
33. Kaufman, A. B. (2008). Ecolabels. M. Lück (ur.), *The Encyclopedia of Tourism and Recreation in Marine Environments* (str. 147–149). Wallingford: CABI Publishing.
34. Lew A. A., Michael H. C., & Williams M. A. (2004). *A companion to tourism*. Oxford: Wiley-Blackwell.
35. Lucas, R. A., Tilleman, A. W., & Hughes, L. E. (2003). *Environmental law and policy*. Edmonton: Montgomery Publication.
36. Mak, J. (2004). *Tourism and the Economy: understanding the Economics of Tourism*. Honolulu: University of Hawaii Press.
37. McKenna, J., Williams, A. T., Cooper, J. A. G. (2011). Blue flag or Red herring: Do beach awards encourage the public to visit beaches? *Tourism management*, 32(3), 576–588.
38. McLaren, D. (2003). *Rethinking tourism and ecotravel*. West Hartford: Kumarian Press.
39. Micheletti, M., Follesdal, A., & Stolle, D. (2006). *Politics, Products, and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present*. Somerset: Transaction Publishers.
40. Mihalič T. (2002). Environmental behaviour implications for tourist destinations and ecolabels. X. Font, R. Buckley (ur.), *Tourism Ecolabelling: certification and promotion of sustainable management* (str. 57–70). Kingston Dowling Ross: CABI Publishing., and safety. Washington: Resources for the future Press.
41. Mihalič, T. (2006a). *Tourism and its environments: ecological, conomic and political sustainability issues*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
42. Mihalič, T. (2006b). *Trajnostni turizem*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
43. Mihalič, T. (2008). *Turizem: ekonomski vidiki*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
44. Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, K., & Tribe, J. (2010). Public understanding of sustainable tourism. *Annals of Tourism Research* 37(3), 627–645.
45. Modra zastava–FEE. Najdeno 10. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.blueflag.org/>
46. Modra zastava–FEE. Najdeno 8. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.blueflag.org/>

47. Nordijska ekološka oznaka–Nordijski ministrski svet. Najdeno 9. julija 2010 na spletnem naslovu <http://www.nordic-ecolabel.org/>
48. Ogljik–CT koncern. Najdeno 10. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://www.carbon-label.co.uk/>
49. Nadzor grebenov–Reef Check. Najdeno 19. julija 2010 na spletnem naslovu [www.reefcheck.org](http://www.reefcheck.org)
50. Rovan, J. & Košmelj, B. (2000). *Statistično sklepanje* (2. natis). Ljubljana: Ekonomska fakulteta
51. Sasidharan, V., Sirakaya & E., Kerstetter, D. (2002). Tourism management. T. Huybers (ur.), *Tourism in developing countries* (str. 581–679). Northampton: Edward Elgar Publishing.
52. Schaltegger, S., Burritt, R., & Petersen, H. (2003). *An introduction to corporate environmental management: striving for sustainability*. Sheffield: Greenleaf Publishing.
53. SURS–Statistični urad Republike Slovenije. (2012). *Statistične informacije, turizem, 6. april 2009*. Najdeno 30. januarja 2012 na spletnem naslovu [http://24ur.com/arhiv/novice/svet/78.html?&page\\_archive=78&p\\_all\\_items=69104](http://24ur.com/arhiv/novice/svet/78.html?&page_archive=78&p_all_items=69104)
54. Theobald, F. W. (2005). *Global Tourism*. Newark: Butterworth-Heinemann.
55. Turistična zveza–Skupnost Riccone. Najdeno 02. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.legambienteturismo.it>
56. UNEP–United Nations Environment Programme. (1998). *Ecolabels in the tourism industry*. Gigiri: UNEP – ecoprint.
57. UNEP–Združeni narodi. Najdeno 05. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.unep.org/>
58. UNWTO–Združeni narodi. Najdeno 11. maja 2010 na spletnem naslovu [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)
59. WCED–Organizacija. Najdeno 12. septembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
60. Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Newark: Butterworth-Heinemann.
61. Westlake, J. (2001). Ecolabelling in the context of Sustainable Tourism and Ecotourism. X. Font, R. Buckley (ur.), *Tourism Ecolabelling: certification and*

*promotion of sustainable management* (str. 29–41). Kingston Dowling Ross: CABI Publishing.

62. Zeleni certifikat–Latvijsko turistično združenje. Najdeno 03. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://www.eco.celotajs.lv>
63. Zeleni ključ–FEE. Najdeno 23. julija 2010 na spletnem naslovu <http://www.green-key.org/>
64. Zeleni planet–Zeleni Planet. Najdeno 22. julija 2010 na spletnem naslovu <http://www.greenglobeint.com/>
65. Zeleni turizem–Zeleni posel VB. Najdeno 2. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.green-business.co.uk>

## **PRILOGE**





## **KAZALO PRILOG**

Priloga 1: Primer ankete obiskovalcev kopališč z Modro zastavo.....	1
Priloga 2: Hipoteza 1 – Izpisi analitičnih obdelav s statističnim programskim paketom SPSS.....	6
Priloga 3: Hipoteza 2 – Izpisi analitičnih obdelav s statističnim programskim paketom SPSS.....	10
Priloga 4: Hipoteza 3 – Izpisi analitičnih obdelav s statističnim programskim paketom SPSS.....	11
Priloga 5: Hipoteza 4 – Izpisi analitičnih obdelav s statističnim programskim paketom SPSS.....	12



## Priloga 1: Primer ankete obiskovalcev kopališč z Modro zastavo

### Anketa za obiskovalce kopališča z Modro zastavo

1. Je to vaš prvi obisk v tem turističnem kraju? (ustrezno obkrožite)

1. Ne. → Navedite, kolikokrat ste v preteklosti že obiskali ta turistični kraj:

2. Da. \_\_\_\_\_

2. Kateri so glavni razlogi, da ste obiskali ta turistični kraj? (ustrezno obkrožite)

1. Počitek in sprostitev, kultura.
2. Obisk sorodnikov in prijateljev.
3. Poslovni razlogi: konferenca, kongres, seminar, druge oblike izobraževanja.
4. Zabava, šport in rekreacija.
5. Zdravje.
6. Verski razlogi.
7. Drugo, kaj : \_\_\_\_\_

3. V nadaljevanju navajam vrsto elementov turistične ponudbe in za vsakega od njih vas prosim, da ga ocenite, KAKO POMEMBEN je za vas posamezen element ko NA SPLOŠNO izbirate turistični kraj , od »1« – sploh se ne strinjam do »5« – popolnoma se strinjam.

ELEMENTI TURISTICNE PONUDBE	»KAKO POMEMBEN JE TA ELEMENT?«					
	Sploh se ne strinjam					komentar
	Popolnoma se strinjam					
1. Osebna varnost med bivanjem v turističnem kraju je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
2. Dostopnost turističnega kraja je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
3. Čistoča turističnega kraja je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
4. Raznoverstnost kulturne dediščine (npr. arhitektura, tradicija in običaji ... ) je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
5. Kakovost namestitve je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
6. Organiziranost lokalnega transporta v turističnem kraju je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	

7. Ponudba lokalne kulinarike je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
8. Razpoložljivost športne infrastrukture in rekreacijskih dejavnosti je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
9. Zdraviliška ponudba je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
10. Plaža je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
11. Kongresna ponudba je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	

4. Ali je modra zastava vplivala na vašo izbiro destinacije?

1. DA, kako \_\_\_\_\_
2. NE

5. Ocenite koliko je pri izbiri destinacije po sledečih kriterijih pomembna **Modra zastava**?

KRITERIJI	Sploh se ne strinjam					komentar
	Popolnoma se strinjam					
	1	2	3	4	5	
Prilagojena ponudba po segmentih je zame zelo pomembna.						
Blagovna znamka turistične destinacije je zame zelo pomembna.						
Podoba turistične destinacije je zame zelo pomembna.						
Ekološki transportni sistem je zame zelo pomemben.						
Trajnostni razvoj skozi turizem je zame zelo pomemben.						

6. Kaj vam je najbolj pomembno pri izbiri plaže za kopanje? od »1« – sploh se ne strinjam do »5« – popolnoma se strinjam.

KATEGORIJE	Sploh se ne strinjam					komentar
	Popolnoma se strinjam					
Bližina sobi/apartmaju je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
Zelo je pomembno, da plaža nima vstopnine.	1	2	3	4	5	
Športna infrastruktura je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
Čistoča morja, plaže, ekologija (izobraževanja, programi, itd) je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	

7. Ali ima plaža ki jo obiskujete Modro zastavo?

Da

Ne

8. Program modre zastave predstavlja sledeče kategorije, ocenite jih od »1« – sploh se ne strinjam do »5« – popolnoma se strinjam.

KATEGORIJE	Sploh se ne strinjam					komentar
	Popolnoma se strinjam					
Raven čistoče morja.	1	2	3	4	5	
Opozarja na nevarnosti za kopalce.	1	2	3	4	5	
Povečati eko zavedanje.	1	2	3	4	5	
Izboljšati ekološko kakovost turističnega proizvoda.	1	2	3	4	5	
Informirati o ekološki kakovosti.	1	2	3	4	5	
Izboljšati eko image	1	2	3	4	5	

turističnega proizvoda.						
----------------------------	--	--	--	--	--	--

9. Katere kategorije se vam zdijo glede okoljske ozaveščenosti pomembne? Ocenite jih od »1« – sploh se ne strinjam do »5« – popolnoma se strinjam.

KATEGORIJA	Sploh se ne strinjam					komentar
	strinjam			Popolnoma se		
	1	2	3	4	5	
Ozaveščanje obiskovalcev za ustrezen odnos napram vodenemu okolju je zame zelo pomembno.						
Usposabljanje osebja in ponudnikov turističnih storitev o okoljskih vprašanjih je zame zelo pomembno.						
Spodbujanje k sodelovanju pri upravljanju z obalnim/obrežnim prostorom je zame zelo pomembno.						
Promoviranje sonaravne rabe rekreacijskih in turističnih območij je zame zelo pomembno.						

10. Ocenite programe modre zastave po njihovem pomenu za ekološko osveščenost od »1« – sploh se ne strinjam do »5« – popolnoma se strinjam.

PROGRAMI	Sploh se ne strinjam					komentar
	strinjam			Popolnoma se		
	1	2	3	4	5	
Izboljševanje lokalnega okolja je zame zelo pomembno.						
Sonaravni razvoj celotne občine je zame zelo						

pomemben.						
Okoljska tekmovanja so zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
Razširjenost programov je zame zelo pomembna.	1	2	3	4	5	
Aktivnost programov, sodelovanje je zame zelo pomembno.	1	2	3	4	5	

## SOCIODEMOGRAFIJA

Država bivanja: \_\_\_\_\_

Kakšen je status vaše ekonomske aktivnosti? (ustrezno obkrožite)

1. Zaposlen
2. Samozaposlen.
3. Nezaposlen.
4. Upokojenec/rentnik.
5. Študent/dijak.
6. Drugo, kaj: \_\_\_\_\_

Letnica rojstva: \_\_\_\_\_

Spol (ustrezno obkrožite):

1. Moški.
2. Ženski.

Iskrena hvala za vaš čas in odgovore!

## Priloga 2: Hipoteza 1 – Izpisi analitičnih obdelav s statističnim programskim paketom SPSS

H1: kakovost kopalne vode

Group Statistics					
	spol	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ocena	1.00	50	4.7400	0.44309	0.06266
	2.00	50	4.8600	0.35051	0.04957

Independent Samples Test					
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
ocena	Equal variances assumed	9.519	0.003	-1.502	98
	Equal variances not assumed			-1.502	93.069

Independent Samples Test				
		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ocena	Equal variances assumed	0.136	-.12000	0.07990
	Equal variances not assumed	0.137	-.12000	0.07990

Independent Samples Test				
		t-test for Equality of Means		
		95% Confidence Interval of the Difference		
		Lower	Upper	
ocena	Equal variances assumed	-.27855	0.03855	
	Equal variances not assumed	-.27866	0.03866	

H1: Varnost in storitve

Group Statistics					
	spol	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ocena	1.00	50	3.1800	1.40973	0.19937
	2.00	50	4.3400	.84781	0.11990



**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
ocena	Equal variances assumed	15.832	0.000	-4.986	98
	Equal variances not assumed			-4.986	80.344

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ocena	Equal variances assumed	0.000	-1.16000	0.23264
	Equal variances not assumed	0.000	-1.16000	0.23264

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
ocena	Equal variances assumed	-1.62167	-0.69833
	Equal variances not assumed	-1.62294	-0.69706

H1: okolju prijazno poslovanje

**Group Statistics**

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ocena	1.00	50	3.9400	1.21907	0.17240
	2.00	50	4.4400	.83690	0.11836

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
ocena	Equal variances assumed	2.555	0.113	-2.391	98
	Equal variances not assumed			-2.391	86.793

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ocena	Equal variances assumed	0.019	-0.50000	0.20912
	Equal variances not assumed	0.019	-0.50000	0.20912

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
ocena	Equal variances assumed	-0.91499	-0.08501
	Equal variances not assumed	-0.91566	-0.08434

H1: okoljska vzgoja in informiranje

**Group Statistics**

	spol	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ocena	1.00	50	4.1600	0.81716	0.11556
	2.00	50	4.3200	0.76772	0.10857

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
ocena	Equal variances assumed	.118	.732	-1.009	98
	Equal variances not assumed			-1.009	97.621

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ocena	Equal variances assumed	0.315	-0.16000	0.15856
	Equal variances not assumed	0.315	-0.16000	0.15856

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
ocena	Equal variances assumed	-0.47467	0.15467
	Equal variances not assumed	-0.47468	0.15468

**Priloga 3: Hipoteza 3 - Izpisi analitičnih obdelav s statističnim programskim paketom SPSS**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
kategorijeMZ * vplivnaizbiro	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

**kategorijeMZ \* vplivnaizbiro Crosstabulation**

Count

		vplivnaizbiro		Total
		DA	NE	
kategorijeMZ	3.00	7	1	8
	4.00	7	5	12
	5.00	40	40	80
	Total	54	46	100

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.220 <sup>a</sup>	2	0.121
Likelihood Ratio	4.756	2	0.093
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.68.

**Priloga 4: Hipoteza 3 - Izpisi analitičnih obdelav s statističnim programskim paketom SPSS**

**Group Statistics**

spol		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ocena	1.00	50	3.3400	1.25536	0.17753
	2.00	50	3.3800	1.35360	0.19143

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	Df
ocena	Equal variances assumed	0.447	0.505	-0.153	98
	Equal variances not assumed			-0.153	97.449

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ocena	Equal variances assumed	0.879	-0.04000	0.26108
	Equal variances not assumed	0.879	-0.04000	0.26108

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
ocena	Equal variances assumed	-0.55811	0.47811
	Equal variances not assumed	-0.55814	0.47814

## Priloga 5: Hipoteza 4 - Izpisi analitičnih obdelav s statističnim programskim paketom SPSS

H4: Okoljska vzgoja in informiranje

Group Statistics					
	narodnost	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ocena	1.00	50	4.2800	0.78350	0.11080
	2.00	50	4.1200	0.82413	0.11655

Independent Samples Test					
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	Df
ocena	Equal variances assumed	0.027	0.869	0.995	98
	Equal variances not assumed			0.995	97.751

Independent Samples Test				
		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ocena	Equal variances assumed	0.322	0.16000	0.16081
	Equal variances not assumed	0.322	0.16000	0.16081

Independent Samples Test				
		t-test for Equality of Means		
		95% Confidence Interval of the Difference		
		Lower	Upper	
ocena	Equal variances assumed	-0.15913	0.47913	
	Equal variances not assumed	-0.15914	0.47914	

H4: Okolju prijazno poslovanje

Group Statistics					
	narodnost	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ocena	1.00	50	4.1200	1.23949	0.17529
	2.00	50	4.2000	1.04978	0.14846

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	Df
ocena	Equal variances assumed	0.917	0.341	-0.348	98
	Equal variances not assumed			-0.348	95.415

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ocena	Equal variances assumed	0.728	-0.08000	0.22971
	Equal variances not assumed	0.728	-0.08000	0.22971

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
ocena	Equal variances assumed	-0.53585	0.37585
	Equal variances not assumed	-0.53601	0.37601

H4: Kakovost kopalne vode

**Group Statistics**

	narodnost	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ocena	1.00	50	4.8600	0.35051	0.04957
	2.00	50	4.7400	0.44309	0.06266

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	Df
ocena	Equal variances assumed	9.519	0.003	1.502	98
	Equal variances not assumed			1.502	93.069

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ocena	Equal variances assumed	0.136	0.12000	0.07990
	Equal variances not assumed	0.137	0.12000	0.07990

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
ocena	Equal variances assumed	-0.03855	0.27855
	Equal variances not assumed	-0.03866	0.27866

H4: Varnost in storitve

**Group Statistics**

rezidentstv	o	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ocena	1.00	50	3.7400	1.36740	0.19338
	2.00	50	3.7600	1.27071	0.17970

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	Df
ocena	Equal variances assumed	0.569	0.452	-0.076	98
	Equal variances not assumed			-0.076	97.478

**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means		
		Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ocena	Equal variances assumed	0.940	-0.02000	0.26399
	Equal variances not assumed	0.940	-0.02000	0.26399



**Independent Samples Test**

		t-test for Equality of Means	
		95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper
ocena	Equal variances assumed	-0.54388	0.50388
	Equal variances not assumed	-0.54391	0.50391