

Zeleni turizem v Sloveniji

Področje: TURIZEM

Vrsta naloge: raziskovalna

Lara Oštir,
Sara Ranfl

9. B

Mentorica: Nevenka Šega

2024

OŠ Martina Krpana

KAZALO VSEBINE

KAZALO VSEBINE	2
KAZALO SLIK	3
POVZETEK	5
UVOD	6
TEORETIČNI DEL.....	8
1. KAJ JE TURIZEM.....	8
2. VPLIV OKOLJA NA TURIZEM.....	8
3. TRAJNOSTNI TURIZEM	8
3.2. ZAČETKI ZELENEGA TURIZMA	10
EMPIRIČNI DEL.....	18
1. ANKETA	18
2. PRIMERJAVA CEN	33
3. INTERVJU	36
RAZPRAVA.....	46
ZAKLJUČEK.....	50
1. IDEJNA ZASNOVA ZELENEGA VIKEND ODDIHA	51
SEZNAM VIROV IN LITERATURE	55
PRILOGE	57
PRILOGA 1: ANKETNI VPRAŠALNIK	57
PRILOGA 2: DOGOVOR Z INTERVJUVANCEM.....	60

KAZALO SLIK

Slika 1: Zemljevid zelenih destinacij v letu 2017	11
Slika 2: Zemljevid zelenih destinacij v letu 2021	11
Slika 3: Tabela izpustov CO ₂ v okolje na posamezno osebo za 800 km	13
Slika 4: Logotip Slovenia Green	13
Slika 5: Zemljevid zelenih destinacij v Sloveniji po programu Slovenia Green	14
Slika 6: Oznake programa Travel Sustainable.....	15
Slika 7: Logotip EKO marjetica	15
Slika 8: Logotip Zeleni ključ	16
Slika 9: Hotel ONE 66	51
Slika 10: Zemljevid Ljubljane z lokacijo hotela ONE	52
Slika 11: Sprehod čez Rožnik in Tivoli	53

ZAHVALA

Zahvaljujeva se vsem staršem učencev naše šole, ki so sodelovali in rešili anketo o poznavanju zelenega turizma, o svojih morebitnih izkušnjah z njim ter o turističnih navadah. Posebna zahvala gre tudi voditeljici oddaje Na lepše, ki si je vzela čas in odgovorila na vprašanja za najin intervju.

Še posebej se zahvaljujeva svoji mentorici Nevenki Šega, ki naju je vodila skozi proces izdelave raziskovalne naloge, nama svetovala ter naju bodrila.

Zahvaljujeva se tudi učiteljici slovenščine Mateji Kacjan, ki je lektorirala najino raziskovalno nalogo, in ravnateljici Barbari Žitnik Ternovec, ki podpira mlade raziskovalce in raziskovalno delo na Osnovni šoli Martina Krpana.

POVZETEK

Zeleni turizem deluje po načelih trajnostnega turizma s poudarkom na skrbi za naravo. Nanaša se na prilagajanje in blaženje podnebnim spremembam v povezavi s turizmom. Slovenija je država, kjer je ta zelo raznolika, možnosti za razvoj zelenega turizma pa so zato zelo dobre. Namen najine raziskovalne naloge je bil odkriti, kaj je zeleni turizem, kako je razvit in razširjen po Sloveniji ter v kolikšni meri in zakaj se ljudje odločajo oz. ne odločajo zanj. Anketirali sva starše učencev naše šole in izvedli intervju z voditeljico oddaje Na lepše, gospo Marjano Grčman. Ugotovili sva, da večina vprašanih ve, kaj je zeleni turizem, kar sva preverili tudi z vprašalnikom. Večina vprašanih je zeleni turizem opredelila kot naravi prijazen turizem. Točno polovica anketirancev je že vsaj enkrat v življenju dopustovala zeleno, 4 % pa se vedno poslužuje te oblike turizma. Kot razlog, zakaj se ga ne, so najpogosteje navedli to, da niso navajeni. Nekaj več kot 60 % je povedalo, da se jim zdi zeleni turizem dražji kot običajni, kar sva potrdili tudi s primerjavo cen zelenih in nezelenih namestitev. Želeli sva ugotoviti tudi, koliko možnosti za zeleni turizem dejansko ponuja najina neposredna okolica (Ljubljana). S tem namenom sva naredili tudi načrt za zeleni vikend v Ljubljani.

KLJUČNE BESEDE: zeleni turizem, trajnostni turizem, turistične navade

UVOD

Zadnja leta si ljudje na različnih področjih prizadevamo, da bi bili čim bolj EKO, zeleni in trajnostni. Ta EKO vdira na vsa področja našega življenja in tako je tudi prav, saj bomo lahko Zemljo le tako rešili pred propadom. Kaj pa, ko pride do počitnic, dopusta in potovanj? Smo tam tudi tako zeleni? Zdi se nama, da se veliko ljudi na dopustu nekako izklopi iz načina življenja, ki bi ščitil naravo. Prepustijo se udobju in skušajo kar se da uživati, tudi na načine, ki naravi škodujejo. Zanimalo naju je, če se da dopustovati tudi na naravi in ljudem bolj prijazen način. Ugotovili sva, da je odgovor na najino vprašanje zeleni oziroma trajnostni turizem in da se zadnja leta kar hitro širi tudi po Sloveniji.

Z željo preveriti, za kakšno obliko turizma gre in v kolikšni meri je le-ta prisoten pri nas, sva se odločili, da bova o tej temi napisali raziskovalno nalogo. Želeli sva pridobiti podatke iz prve roke, zato sva starše učencev naše šole povprašali o tem, če vedo, kaj je zeleni turizem in če se ga poslužujejo. Zanimalo naju je tudi, koliko možnosti za trajnostni turizem se ponuja v najinem domačem mestu z okolico, s tem namenom sva naredili tudi načrt za zeleni vikend v Ljubljani. Obenem pa sva naredili tudi intervju z voditeljico oddaje Na lepše, gospo Marjano Grčman.

NAMEN RAZISKOVALNE NALOGE:

Namen raziskovalne naloge je bil odkriti, koliko ljudi ve, kaj je zeleni turizem, ali so ga že kdaj izkusili v praksi in njihove turistične navade. Zanimalo naju je tudi, kako pogosto ljudje letijo in kaj najbolj vpliva na izbiro njihove turistične namestitve, ter če ob tem pomislijo tudi na naravo. Prav tako naju je zanimalo, koliko možnosti za tako dopustovanje imamo v Ljubljani.

RAZISKOVALNA VPRAŠANJA:

Kaj je zeleni turizem?

Kakšna je priljubljenost zelenega turizma v Sloveniji?

Zakaj se ljudje odločajo za tako vrsto turizma?

Ali je zeleni turizem cenovno manj dostopen?

Kakšne vrste nastanitev nudi zeleni turizem v Sloveniji?

V katerem delu Slovenije je največ zelenih turističnih namestitev?

Ali ima Slovenija glede na druge države, članice EU, dobro razvit zeleni turizem?
Ali zeleni turizem nudi enako mero udobja kot običajni?

HIPOTEZE:

1. Večina ljudi ve, kaj je zeleni turizem in pozna njegove osnovne značilnosti.
2. V Sloveniji se za zeleni turizem odloča manj kot četrtna ljudi.
3. Zeleni turizem je v večini primerov cenovno manj dostopen.
4. Ljudje menijo, da zeleni turizem nudi manjšo mero udobja.
5. Slovenija ima glede na druge države, članice EU, dobro razvit zeleni turizem.
6. Ljudje se večinoma ne ozirajo na to, na kakšen način (trajnostno ali ne) bodo prišli do svoje namestitve.
7. V zadnjih letih se zeleni turizem v Sloveniji razvija zelo hitro.
8. V najinem domačem okolju (Ljubljana z okolico) je veliko možnosti za zeleni oddih.

METODE DELA:

1. Metoda dela z literaturo: Za teoretični del najine raziskovalne naloge sva podatke poiskali na spletu in v knjižnici.
2. Metoda anketiranja: S spletno anketo sva pri starših učencev pridobili podatke za praktični del najine naloge. Vprašalnik je imel 10 vprašanj in je bil anonimen.
3. Metoda intervjuja: Intervjuvali sva gospo Marjano Grčman, voditeljico oddaje Na lepše.
4. Izdelava predloga idejne zasnove na primeru domačega mesta.

KRAJ IN ČAS IZVEDBE:

Raziskava je potekala od oktobra 2023 do februarja 2024 na Osnovni šoli Martina Krpana.

TEORETIČNI DEL

1. KAJ JE TURIZEM¹

To je gospodarska dejavnost, ki temelji na potovanju oz. začasni spremembi bivanja ljudi zaradi oddiha, razvedrila ali poslovne dejavnosti.

2. VPLIV OKOLJA NA TURIZEM

Okolje in turizem sta med seboj zelo prepletena. Sama oblikovanost okolja vpliva že na možnosti razvoja turizma na nekem območju. Turizem lahko na naravno pa tudi družbeno okolje vpliva tako negativno kot tudi pozitivno.

3. TRAJNOSTNI TURIZEM

Trajnostni turizem je vrsta turizma in hkrati temeljna usmeritev slovenskega turizma.² Svetovna turistična organizacija ga opisuje kot turizem, ki upošteva tekoče in bodoče ekonomske, socialne, kulturne in okoljske vplive in se usmerja v potrebe obiskovalcev, industrije, okolja in lokalnega prebivalstva.

Omogočiti mora optimalno rabo virov ter prispevati k ohranjanju naravnih vrednot in biološke pestrosti. Hkrati mora spoštovati lokalno prebivalstvo, njegovo kulturo, dediščino, tradicijo in prispevati k medkulturnemu razumevanju in tolerančnosti. Pri načrtovanju, tudi dolgoročnem, mora upoštevati socialne in ekonomske koristi za prebivalstvo (priložnosti za zaposlitev).³

Svetovna turistična organizacija je zapisala 12 ciljev trajnostnega turizma:

- sposobnost ekonomskega preživetja (turističnim destinacijam in podjetjem zagotoviti konkurenčnost in sposobnost preživetja in razvoja),
- blaginja za lokalne skupnosti,
- kakovost zaposlitev (število in kakovost delovnih mest, ustrezno plačilo in pogoji za delo),
- socialna pravičnost (poštena razdelitev koristi od turizma po vsej skupnosti, kjer se turizem odvija),

¹ Turizem: <https://eucbeniki.sio.si/geo9/2630/index3.html> (19. 10. 2023)

² Trajnostni turizem: <https://www.gov.si teme/trajnostni-turizem/> (19. 10. 2023)

³ Gojčič, Trendi v velneškem in ekološkem turizmu, str. 120

- zadovoljstvo obiskovalcev (varne in izpolnjujoče izkušnje zanje),
- lokalni nadzor (vključevanje in krepitev lokalne skupnosti v načrtovanje, upravljanje in razvoj turizma v njihovem okolju),
- blagostanje skupnosti (ohranjanje in izboljšanje kakovosti življenja v lokalnih skupnostih, krepitev dostop do virov, storitev ...),
- kulturno bogastvo (spoštovanje in krepitev dediščine),
- ohranjanje in krepitev kakovosti krajine, kjer se turizem odvija, in preprečiti slabšanje okolja,
- biotska raznovrstnost (zavarovati in ohraniti naravna območja, habitate, prostoživeče rastline in živali ter čim bolj zmanjšati negativne vplive nanje),
- učinkovitost virov (čim bolj zmanjšati rabo redkih in neobnovljivih virov pri razvoju in delovanju turističnih zmogljivosti),
- okoljska čistost (čim bolj zmanjšati onesnaženost zraka, vode in prsti ter količine odpadkov, ki jih ustvarjajo turistična podjetja in obiskovalci).⁴

Če jih povzamemo, je to vrsta turizma, ki temelji na štirih glavnih stebrih:

- a) OKOLJSKI: Cilj je zmanjšati onesnaženost vode, zemlje in zraka, količino odpadkov ter krepitev kakovost in značilnost pokrajine, predvsem pa ohraniti naravo, rastline in živali. To pomeni tudi, da turisti potujejo bližje svojemu domu – po lastni in sosednji državi.
- b) GOSPODARSKI: Cilj je zagotoviti konkurenčnost turističnih krajev in podjetij, da se bodo lahko razvijali in prinašali uspešnost na dolgi rok. Njihov cilj je tudi uporaba lokalnih materialov, izdelkov in proizvodov ter raba lokalne delovne sile.
- c) DRUŽBENO-KULTURNI: Cilj je izboljšati kakovost življenja v lokalnih skupnostih ter spoštovati kulturno in zgodovinsko dediščino, prizadevajo si tudi za to, da vedo, koga želijo privabiti. Na ta način so koristi za lokalno skupnost večje, saj znajo temu prilagoditi turistično ponudbo.⁵
- d) PODNEBNI: Cilj je zmanjšati vplive turizma na podnebje in ga prilagoditi podnebnim spremembam.⁶

⁴ Prav tam, str. 120, 121

⁵ Turizem: <https://eucbeniki.sio.si/geo9/2630/index3.html> (19. 10. 2023)

⁶ Trajnostni turizem: <https://www.gov.si teme/trajnostni-turizem/> (19. 10. 2023)

Zeleni turizem torej išče ravnotežje med vsemi temi stebri, kar pomeni pot k ravnovesju tako v naravi kot tudi v družbi. Predvsem pa je pomembno, da najdemo tak turistični razvoj, ki bo kar najbolj pripomogel k blaginji v naravi in družbi.

3.1. KAJ JE ZELENİ TURIZEM?

Zeleni turizem poimenujemo turizem, ki se nanaša na prilagajanje in blaženje podnebnih sprememb v povezavi s turizmom. Vključuje vse poglede trajnostnega razvoja, ki temelji na štirih glavnih stebrih (zapisani zgoraj). Biti mora družbeno odgovoren.

Da je turistično podjetje resnično zeleno, mora biti trajnostno usmerjeno na vseh ravneh odločanja in razvoja organizacije. Gre za trajnostna potovanja v destinacije, kjer so rastlinstvo, živalstvo in kulturna dediščina osnovne atrakcije. Izbira zelenih potovanj tudi pomeni podporo lokalnim restavracijam in hotelom, nakupom izdelkov domače obrti, uporabo storitev lokalnih prebivalcev. Cilj je podpora svojemu gospodarstvu in zmanjšanje negativnih vplivov na okolje in skupnost.⁷

3.2. ZAČETKI ZELENEGA TURIZMA

Zeleni turizem se je razvil kot odziv na negativne vplive takratnega turizma v drugi polovici 20. stoletja. Ključni mejniki v razvoju trajnostnega turizma vključujejo Konferenco Združenih narodov o okolju in razvoju leta 1992, kjer so sprejeli Agendo 21, ki je obravnavala vse okoljske probleme takratnega sodobnega sveta ter ukrepe za omilitev le-teh. Eden od teh ukrepov je bil tudi trajnostni turizem.

Primerjava zelenega turizma v Sloveniji v letih 2017 in 2021:

Iz spodnjih slik lahko sklepamo, da se zeleni turizem zadnja leta pri nas razvija izredno hitro.

⁷ Gojčič, Trendi v velneškem in ekološkem turizmu, str. 123



⁸ Zemljevid zelenih destinacij v letu 2017: <http://arhiv.e-obcina.si/KulturniDom24102022/www.visit-postojna.si/si/moja-zelena-obcina/zelena-shema-slovenskega-turizma-postojna.html> (25. 2. 2024)

⁹ Pomočjavid zelenih destinacij v letu 2021: <https://www.bled.si/sl/navdih/blog/2022062816002949/bled-jezlata-destinacija-zelene-sheme-slovenskega-turizma-kako-ta-deluje/> (25. 2. 2024)

3.3. IZZIVI ZELENEGA TURIZMA

Izzivi zelenega turizma vključujejo prekomerno turistično obremenitev, izgubo biotske raznovrstnosti ter vpliv na lokalno prebivalstvo, kot so prenatrpanost turistične destinacije in ohranjanje tradicionalnega življenja. V Sloveniji se soočajo s specifičnimi izzivi glede ohranjanja naravnih parkov, kot so Triglavski narodni park, ter ravnotežja med turističnim razvojem in ohranjanjem okolja. Povečan obisk turistov lahko prav tako postavi pritisk na infrastrukturo, vključno s prometnimi povezavami, parkirišči, vodovodnimi sistemi in drugimi storitvami.¹⁰

3.4. ZELENI TURIZEM IN PROMET

Na ogljični odtis turizma najbolj vpliva pot, ki jo opravimo, da do neke destinacije pridemo. Izpusti letalskega potniškega prometa predstavljajo kar 2,5 % vseh svetovnih emisij toplogrednega plina ogljikovega dioksida. Prav zato si ponudniki zelenega turizma prizadevajo, da bi njihovi gosti tudi potovali na okolju bolj prijazen način. Prva rešitev za to bi bila, da je turistična namestitev čim bližje primarnega bivališča stranke, tj. skrajšanje poti potovanja. Pomembno je tudi, da na neki destinaciji ostanemo dlje časa (Primer: Turist iz Nemčije se pripelje iz Berlina v Ljubljano (približno 750 km), kjer želi dopustovati 'zeleno'. Potem naj tukaj (v Sloveniji) ostane dlje časa, npr. en teden).

¹⁰ Podnebne spremembe in vplivi na razvoj turizma: https://www.ds-rs.si/sites/default/files/dokumenti/zbornik_podnebne_spremembe_in_vplivi_na_razvoj_turizma.pdf (12. 1. 2024)

Prevozno sredstvo	Izpust CO ₂ (v kg)
Letalo (1 oseba)	122,4
Avtobus (na osebo pri polnem avtobusu, 35 sedežev)	23,60
Avtomobil (1 oseba)	20 – če je avto poln (98,15 – ena oseba v avtu)
Vlak (1 oseba)	12,2 (na osebo, če gre za srednje zapolnjen vlak)

V preglednici¹¹ je prikazano, koliko kg CO₂ za sabo pusti posameznik na 800 km dolgi poti z določenim prevoznim sredstvom.

Slika 3: Tabela izpustov ogljikovega dioksida v okolje na posamezno osebo za 800 km

3.5. ZNAKI, S KATERIMI OZNAČUJEMO »ZELENOST« DESTINACIJE

V tem delu bova predstavili znake, pod katerimi lahko prepoznamo zelene destinacije v Sloveniji, Evropi in po svetu.

a) Zelena shema slovenskega turizma¹²:

Združuje vsa prizadevanja za zeleni turizem v Sloveniji.

Za znamko Slovenia Green promovira zeleni turizem pri nas.

Ponudnikom ponuja konkretne ideje za izboljšanje trajnostnega delovanja.



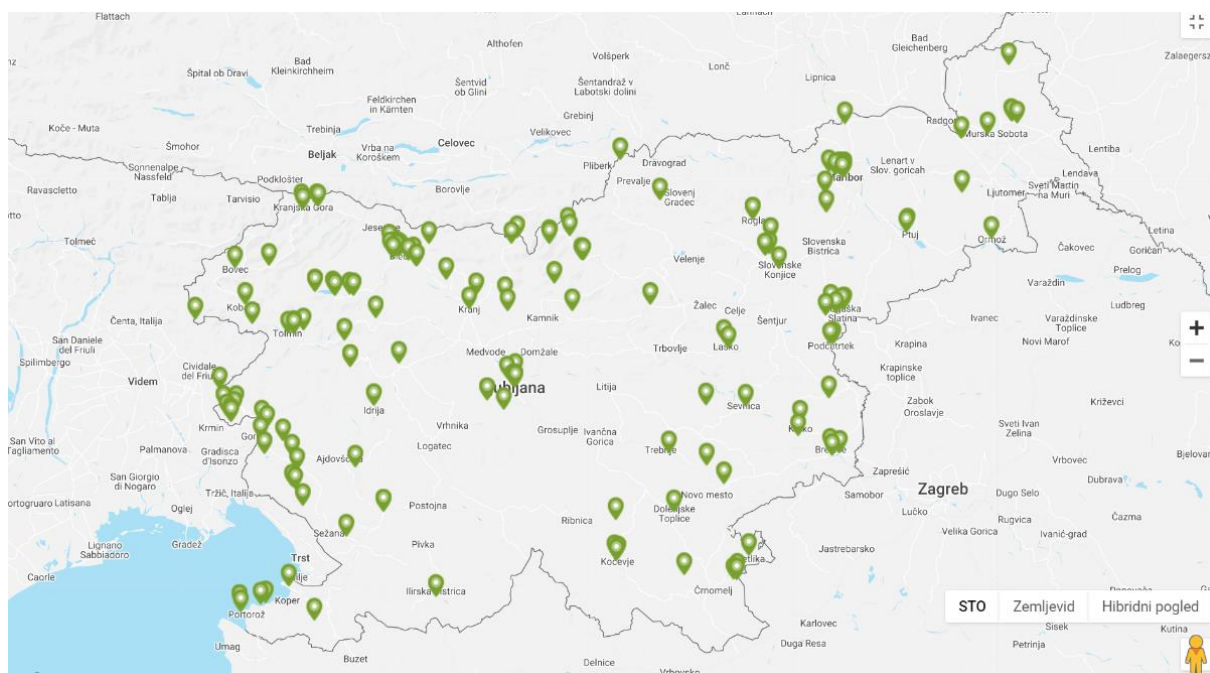
Slika 4: Logotip Slovenia Green¹³

¹¹ Vpliv na okolje: file:///C:/Users/uporabnik/Downloads/Vpliv-na-okolje-pri-razli%C4%8Dnih-na%C4%8Dnih-potovanja.pdf (12. 1. 2024)

¹² Zelena shema slovenskega turizma: <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/zelena-shema-slovenskega-turizma> (19. 10. 2023)

¹³ Slovenia green: <https://www.goodplace.si/portfolio/slovenia-green/> (19. 10. 2023)

Program Slovenija Green ponuja več kot 100 turističnih možnosti za bolj trajnostni obisk Slovenije.



Slika 5: Zemljevid zelenih destinacij v Sloveniji po programu Slovenia Green¹⁴

Iz zemljevida lahko sklepamo, da je zeleni turizem razširjen po vsej Sloveniji. Prisoten je v vseh večjih krajih in pa tudi v nekaterih manjših krajih in vaseh.

b) **Program Travel Sustainable** je oznaka, s katero aplikacija za spletne rezervacije Booking promovira trajnostno usmerjene namestitve po vsem svetu. Turistični ponudniki lahko pridobijo eno od naslednjih stopenj: Stopnja 1, Stopnja 2, Stopnja 3 ali Stopnja 3+. Program temelji na petih trajnostnih praksah:

- **ENERGIJA IN TOPLOGREDNI PLINI:** Ta praksa veleva, da mora biti vsaj 80 % hrane lokalnega izvora (ponujen mora biti tudi vegetarijanski in veganski meni). Zajema pa tudi to, da mora biti električna energija v namestitvi 100 % obnovljiva.
- **ODPADKI:** To zajema predvsem to, da namestitev ne ponuja plastičnih izdelkov za enkratno uporabo (slamice, plastični kozarčki in pribor ...) in

¹⁴ Zelene destinacije Slovenije: <https://www.delo.si/nedelo/slovenijo-ohranjamo-za-zanamce/>

pijač, pakiranih v plastenke. Ponudniki morajo imeti vzpostavljen načrt recikliranja.

- DESTINACIJA IN SKUPNOST: Nastanitev gostom daje na voljo informacije o lokalnih ekosistemih, dediščini in kulturi ter pravilih obnašanja za obiskovalce.
- VODA: Gostom je na voljo program večkratne uporabe brisač, prav tako se lahko odpovejo možnosti čiščenja sobe.
- NARAVA: Namestitev ne sme imeti zaprtih neudomačenih živali. V kolikor imajo zelene površine ali vrt, morajo podpirati biotsko raznovrstnost.

V kolikor želi destinacija pridobiti naziv Stopnja 3+, mora poleg zgoraj naštetih pogojev imeti še enega ali več drugih certifikatov, ki opredeljujejo zelenost destinacije, npr. Slovenia Green.



Slika 6: Oznake programa Travel Sustainable¹⁵

c) **EKO marjetica (Ecolabel)**¹⁶ je znak Evropske unije, ki ga lahko dobijo izdelki ali storitve, ki v primerjavi z istovrstnimi izdelki pustijo manjše posledice okolju. Ta znak imajo tudi nekatere turistične namestitve.



Slika 7: Logotip EKO marjetica¹⁷

¹⁵ Znaki programa Travel Sustainable: <https://www.booking.com/searchresults.sl.html?landmark=255481> (21. 1. 2024)

¹⁶ Okoljska marjetica: <https://www.lep-planet.si/2010/07/okoljska-marjetica-ecolabel-simbol-za-okolje/> (21. 1. 2024)

¹⁷ Znak Eko marjetica: <https://ecolabel.si/> (21. 1. 2024)

- d) **Zeleni ključ** je certifikat, ki ga lahko pridobijo trajnostno naravnane namestitve po vsem svetu. Program si prizadeva za uporabo okolju prijaznih praks, ki bi čim bolj zmanjšali ogljični odtis turizma na okolje. Naziv je pridobilo tudi kar nekaj slovenskih namestitev.¹⁸



Slika 8: Logotip Zeleni ključ ¹⁹

3.8. MOŽNOSTI TURISTIČNIH NAMESTITEV ZELENEGA TURIZMA

V tem delu bova predstavili možnost zelenih namestitev in navedli tudi konkretne primere v Sloveniji.

a) Eko hoteli

V Sloveniji imamo kar nekaj hotelov, ki se trudijo slediti trajnostnim načelom.

To vključuje uporabo obnovljivih virov energije, učinkovito rabo vode, recikliranje odpadkov ter uporabo ekoloških materialov pri gradnji, kot sta les in kamen. Večina takih hotelov ima tudi možnost, da ne zamenjajo vseh brisač in posteljnine vsak dan, ampak le takrat, ko gost oceni, da je to potrebno.

Bohinj ECO Hotel & Wellnes²⁰: To je prvi ekološki hotel v Sloveniji. Nudi polnilno postajo za električna in hibridna vozila. V hotelski restavraciji strežejo jedi slovenske in mednarodne kuhinje ter posebne vegetarijanske jedi, pripravljene iz ekološko certificiranih sestavin lokalnega izvora.

b) Eko hostli

Gre za vrsto hotelov, ki se jih navadno poslužujejo mladi. Sobo si ponavadi deli več gostov, zato je cena v večini primerov nižja. Eko hostli običajno uporabljajo okolju prijazne prakse, materiale in tehnologije, da zmanjšajo svoj vpliv na okolje. To lahko vključuje uporabo obnovljivih virov energije,

¹⁸ Zeleni ključ: <https://www.zelenikljuc.si/> (12. 1. 2024)

¹⁹ Zeleni ključ: <https://www.galerijaokusov.si/domov/zeleni-kljuc> (12. 1. 2024)

²⁰ Dostop: <https://www.bohinj-eco-hotel.si/sl/hotel/> (12. 1. 2024)

recikliranje, uporabo organskih in lokalno pridelanih materialov (npr. stavba, zgrajena iz lesa) ter promocijo trajnostnega načina življenja med gosti (predvsem spodbujanje recikliranja, varčevanja z vodo in elektriko ...).

*Hostel Ormož*²¹: Vodstvo hostla svoje goste aktivno spodbuja k odgovornemu ravnanju s pitno vodo, energijo in odpadki ter k uporabi okolju prijaznih prevozov.

c) Ekološke vikend hiše in koče

Te namestitve prevladujejo na Gorenjskem in na Krasu. Ponujajo tišino, mir in ohranjanje lokalnih ekosistemov.

*EKO koča Nanos*²²: Prizadevajo si za ohranjanje biodiverzitete, na strehi imajo postavljeno sončno elektrarno, vodo pa pridobivajo iz kapnice.

d) Agro-turistične kmetije

To je ena najbolj zaželenih in razširjenih vrst kmečkega turizma pri nas.

Turistom omogoča, da doživijo podeželsko življenje, se povežejo z naravo in uživajo v lokalni kulinariki ter tradicijah. Ponujajo tudi lokalno pridelano hrano, ki je največkrat ekološke pridelave.

*Eko kmetija Garbec*²³: Ta kmetija se je zgledovala po sebi podobnih kmetijah iz Avstrije. Imajo veliko ponudbo domače hrane, kot so meso in mesni izdelki ter mlečni izdelki, pa tudi zelenjava.

e) Ekološki kampi

V Sloveniji prevladujejo na Gorenjskem. Goste spodbujajo k trajnostni naravnosti. Objekti, ki so del kampa, pa so zgrajeni iz naravi prijaznih materialov. V zadnjih letih se je pri nas začel uveljavljati glamping, ki gostom nudi udobno kampiranje in je hkrati tudi prijazno naravi.

*EKO kamp Koren*²⁴: Leži ob reki Soči in ponuja mnogo doživetij, od plezanja do raftinga. Že od svojega začetka je usmerjen k sonaravnemu izvoru. Imajo tudi oznako EKO marjetica.

²¹ Zelena shema slovenskega turizma: <https://www.slovenia.info/sl/novinarsko-sredisce/novice/22462-zeleni-shemi-slovenskega-turizma-se-je-pridruzil-hostel-ormoz> (12. 1. 2024)

²² Eko koča Nanos: <https://www.ekokocananos.si/> (12. 1. 2024)

²³ Kmetija Gerbec: <https://ekokmetijagerbec.com/> (12. 1. 2024)

²⁴ Kamp Koren: <https://www.kamp-koren.si/predstavitev/> (21. 1. 2024)

EMPIRIČNI DEL

V tem delu naloge je zbrano in predstavljeno najino raziskovalno delo. Z njim skušava podati odgovore na vprašanja, ki sva si jih zastavili ob začetku izdelave naloge, ter potrditi oziroma ovreči postavljene hipoteze.

Da bi to lahko storili, sva uporabili različna orodja oz. metode dela:

- izvedli sva anketni vprašalnik med starši učencev, ki obiskujejo našo šolo,
- pregledali sva možnosti zelenih in običajnih nastanitev v slovenskih pokrajinah ter jih na manjšem vzorcu cenovno primerjali,
- opravili sva intervju z go. Marjano Grčman, novinarko, ki pripravlja in vodi oddajo Na lepše,
- izdelali sva idejno zasnovo zelenega turističnega produkta za najino mesto.

1. ANKETA

Namen ankete je bil preveriti, kako anketiranci ocenjujejo svoje vedenje o zelenem turizmu, koliko in kaj anketiranci vedo o njem, ali tudi sami dopustujejo zeleno, zakaj se tako odločajo ...

VZOREC: Anketirali sva starše učencev naše šole. Vzorec zajema 261 anketirancev.

INSTRUMENT: Uporabili sva spletni anketni vprašalnik 1ka.

METODA OBDELAVE PODATKOV: Podatki, pridobljeni z anketo, so prikazani v preglednicah in grafih.

REZULTATI: Analiza spletnega anketnega vprašalnika za starše učencev naše šole.

Legenda odgovorov v preglednicah:

- %: izračunani odstotki glede na število odgovorov
- št. odg.: število odgovorov

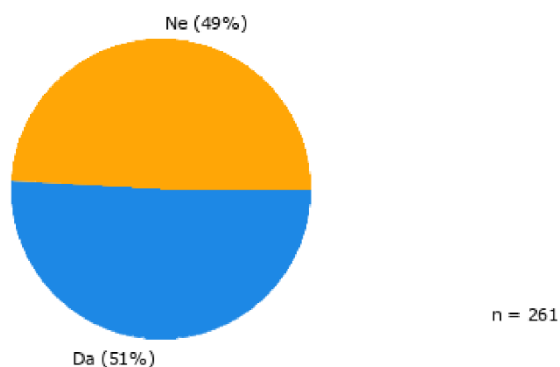
1. vprašanje: Ali veste, kaj je zeleni turizem?

Preglednica 1: Odgovori anketirancev na prvo vprašanje.

Vprašanje 1	Ali veste, kaj je zeleni turizem?		
	Odgovori anketirancev	Št. odg.	%
	Da	133	51 %
	Ne	128	49 %
Skupaj		261	100 %

Graf 1: Odgovori anketirancev na prvo vprašanje.

Ali veste, kaj je zeleni turizem? (n = 261)



Iz preglednice lahko razberemo, da dobra polovica vprašanih (51 %) meni, da ve, kaj je zeleni turizem.

2. vprašanje: V kolikor je bil odgovor na prvo vprašanje pritrdilen, s svojimi besedami opišite, kaj je zeleni turizem.

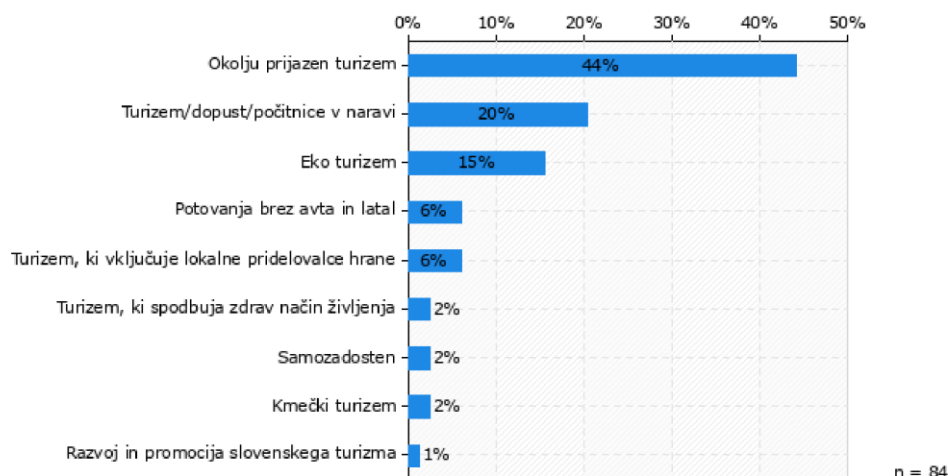
Preglednica 2: Odgovori anketirancev na drugo vprašanje.

*Odgovore anketirancev sva razdelili v 10 kategorij (*Na to vprašanje je odgovorilo le 84 od 133 vprašanih, ki so na vprašanje 1 odgovorili pritrdilno).

Vprašanje	V kolikor je bil odgovor na prvo vprašanje pritrdilen, s svojimi besedami opišite, kaj je zeleni turizem.		
2			
	Odgovori	Št. odg.	%
	Okolju prijazen turizem	37	44 %
	Turizem/dopust/počitnice v naravi	17	20 %
	Turizem, ki spodbuja zdrav način življenja	2	2 %
	Potovanja brez avta in latal	5	6 %
	Samozadosten	2	2 %
	Eko turizem	13	15 %
	Kmečki turizem	2	2 %
	Razvoj in promocija slovenskega turizma	1	1 %
	Turizem, ki vključuje lokalne pridelovalce hrane	5	6 %
Skupaj		84	100 %

Graf 2: S svojimi besedami opišite, kaj je zeleni turizem.

V kolikor je bil odgovor na prvo vprašanje pritrdilen, s svojimi besedami opišite, kaj je zeleni turizem. (n = 84)



3. vprašanje: Označite DA, če menite, da trditev za zeleni turizem drži, in NE, če menite obratno.

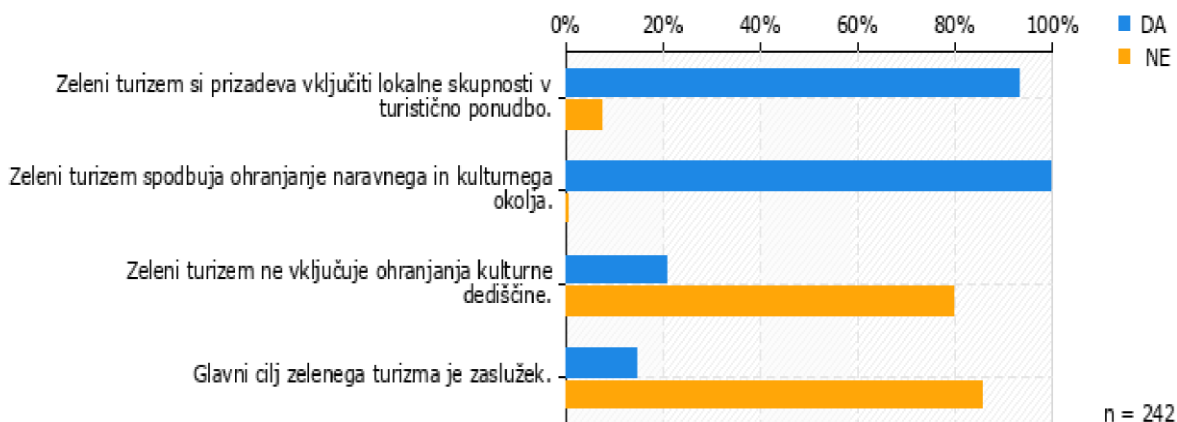
Preglednica 3: Odgovori anketirancev na tretje vprašanje.

Vprašanje 3	Označite DA, če menite, da trditev za zeleni turizem drži, in NE, če menite obratno.		
	Odgovori	Št. odg.	%
Trditev 3 a	Zeleni turizem si prizadeva vključiti lokalne skupnosti v turistično ponudbo.		
	DA	224	93 %
	NE	17	7 %
Skupaj		241	100 %
Trditev 3 b	Zeleni turizem spodbuja ohranjanje naravnega in kulturnega okolja.		
	DA	241	100 %
	NE	1	0 %
Skupaj		242	100 %

Trditev 3 c	Zeleni turizem ne vključuje ohranjanja kulturne dediščine.		
	DA	49	21 %
	NE	190	79 %
Skupaj		239	100 %
Trditev 3 d	Glavni cilj zelenega turizma je zaslužek.		
	DA	35	15 %
	NE	206	85 %
Skupaj		241	100 %

Graf 3: Odgovori anketirancev na tretje vprašanje.

Označite DA, če menite, da trditev za zeleni turizem drži, in NE, če menite obratno. (n = 242)



S tem vprašanjem sva želeli preveriti znanje o zelenem turizmu pri nas (tudi tistih, ki so odgovorili, da ne vedo, kaj je zeleni turizem).

Na prvo vprašanje/trditev (Zeleni turizem si prizadeva vključiti lokalne skupnosti v turistično ponudbo.) je 93 % ljudi odgovorilo pravilno, torej z DA.

Na drugo vprašanje/trditev (Zeleni turizem spodbuja ohranjanje naravnega in kulturnega okolja.) je od 242 vprašanih le eden odgovoril narobe. Z DA (pravilno) je torej odgovorilo 100 % vprašanih ljudi.

Na tretje vprašanje/trditev (Zeleni turizem ne vključuje ohranjanja kulturne dediščine.) je z NE (pravilno) odgovorilo 79 % vseh vprašanih.

Na zadnje vprašanje/trditev (Glavni cilj zelenega turizma je zaslužek.) je pravilno (torej z NE) odgovorilo 85 % anketirancev.

Iz teh podatkov lahko sklepamo, da večina ljudi ve, kaj je zeleni turizem, saj je na vsako od vprašanj pravilno odgovorilo vsaj 79 %.

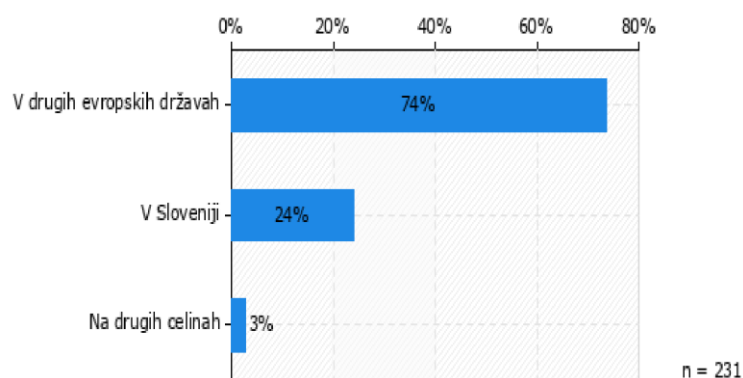
4. vprašanje: Kje največkrat dopustujete?

Preglednica 4: Odgovori anketirancev na četrto vprašanje.

Vprašanje 4	Kje največkrat dopustujete?		
	Odgovori	Št. odg.	%
	V Sloveniji	55	24 %
	V drugih evropskih državah	170	74 %
	Na drugih celinah	6	3 %
Skupaj		231	100 %

Graf 4: Odgovori anketirancev na četrto vprašanje.

Kje največkrat dopustujete? (n = 231)



Iz preglednice in grafa 4 lahko razberemo, da najmanj ljudi največkrat dopustuje na drugih celinah (3 %), sledi Slovenija (24 %). Največ ljudi, kar 74 %, pa dopustuje v drugih evropskih državah.

5. vprašanje: Ali se odločate za zeleni turizem?

Preglednica 10: Odgovori anketirancev na peto vprašanje.

Vprašanje 5	Ali se odločate za zeleni turizem?		
	Odgovori	Št. odg.	%
	Da, vedno dopustujem na ta način	9	4 %
	Da, občasno	93	40 %
	Da, enkrat sem dopustoval na ta način	13	6 %
	Ne	93	40 %
	Drugo	23	10 %
Skupaj		231	100 %

Drugo:

Med odgovori pod izbiro Drugo je pet anketirancev odgovorilo »Ne vem«, ostali odgovori so:

Običajno ne veš, ali je turistična ponudba "zelena" oz. takšna, da posveča skrb varstvu narave.

Če gremo na svoj vikend na morju, se držimo nekaterih načel zelenega turizma.

Redko dopustujemo – morje na Hrvaškem, in to je to.

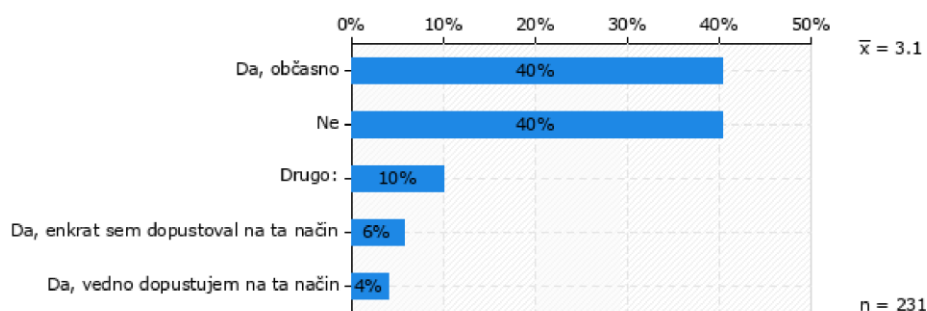
»Zelenost« je boljša izbira (ni pa razlog za izbiro izbrane lokacije).

Ko je to mogoče.

Imamo psa in naša izbira namestitve gre v to smer, kjer lahko biva tudi naš pes.

Graf 5: Odgovori anketirancev na peto vprašanje.

Ali se odločate za zeleni turizem? (n = 231)



40 % anketiranih se nikoli ne odloči oz. se še ni odločilo za zeleni turizem. Prav toliko % ljudi tako dopustuje le občasno. Enkrat je tako dopustovalo 6 % vprašanih, 4 % pa se za to odločajo vedno.

6. vprašanje: Zakaj se ne odločate za zeleni turizem (možnih je več odgovorov)?

Preglednica 6: Odgovori anketirancev na šesto vprašanje.

Vprašanje 6	Zakaj se ne odločate za zeleni turizem?		
	Odgovori	Št. odg.	%
Trditev 1	Odločam se za zeleni turizem.		
	Ne	185	81 %
	Da	43	19 %
Skupaj		228	100 %
Trditev 2	Je predrago.		
	Ne	187	82 %
	Da	41	18 %
Skupaj		228	100 %
Trditev 3	Menim, da ne zagotavlja enake mere udobja.		
	Ne	216	95 %

	Da	12	5 %
Skupaj		228	100 %
Trditev 4	Nisem navajen.		
	Ne	147	64 %
	Da	81	36 %
Skupaj		228	100 %
Trditev 5	Premalo ponudbe.		
	Ne	168	74 %
	Da	60	26 %
Skupaj		228	100 %
Trditev 6	Drugo		
	Ne	187	82 %
	Da	41	18 %
Skupaj		228	100 %

Med odgovori pod izbiro Drugo so se glede na pogostost pojavili:

11 %: Ne vem.

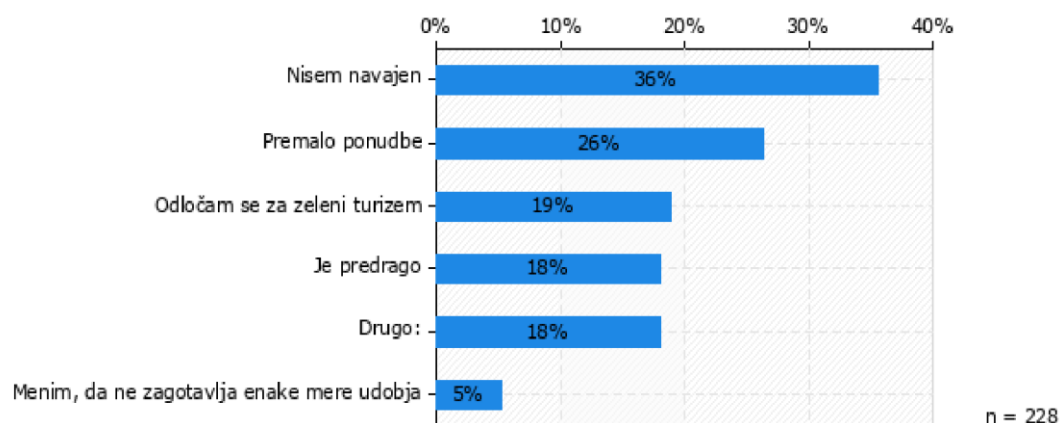
4 %: Imam svoj apartma.

5 %: Nezaupanje.

4 %: Ne oziram se na to, ali je ponudba zelena.

Graf 6: Odgovori anketirancev na šesto vprašanje.

Zakaj se ne odločate za zeleni turizem? (n = 228)



Iz grafa 6 je razvidno, da se 36 % ljudi za zeleni turizem ne odloča zaradi tega, ker niso navajeni. 26 % ljudi meni, da je na trgu premalo ponudbe, 18 % pa, da je predrago. 5 % vprašanih meni, da ne zagotavlja enake mere udobja. Kot druge razloge so anketiranci največkrat navedli, da ne vedo zakaj, temu sledi odgovor, da se ne ozirajo na zeleno turistično ponudbo. Nekateri taki ponudbi ne zaupajo ali pa imajo svoj apartma. 19 % pa se jih odloča za zeleni turizem.

Vprašanje 7: Ali menite, da zeleni turizem nudi enako mero udobja kot običajni?

Preglednica 7: Odgovori anketirancev na sedmo vprašanje.

Vprašanje 7	Ali menite, da zeleni turizem nudi enako mero udobja kot običajni?		
	Odgovori:	Št. odg.	%
	Da, celo več	34	15 %
	Da, približno enako	146	64 %
	Ne	32	14 %
	Drugo	17	7 %
Skupaj		229	100 %

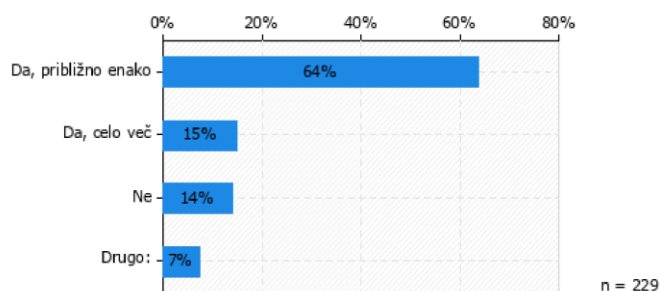
Med odgovori pod izbiro Drugo so deleži in izbire sledeče:

4 %: Ne vem.

3 %: Odvisno od človeka.

Graf 7: Odgovori anketirancev na sedmo vprašanje.

Ali menite, da zeleni turizem nudi enako mero udobja kot običajni? (n = 229)



Večina ljudi (64 %) meni, da zeleni turizem zagotavlja približno enako mero udobja, 15 % pa, da še celo večjo. 14 % anketirancev pa se s tem ne strinja. Nekateri so navedli tudi, da je to odvisno od vsakega posameznika oz. da tega ne vedo. To lahko razberemo iz grafa 7.

8. vprašanje: Ali menite, da je zeleni turizem dražji kot običajni?

Preglednica 8: Odgovori anketirancev na osmo vprašanje.

Vprašanje 8	Ali menite, da je zeleni turizem dražji kot običajni?		
	Odgovori	Št. odg.	%
	Da	141	62 %
	Ne	68	30 %
	Drugo	20	9 %
Skupaj		229	100 %

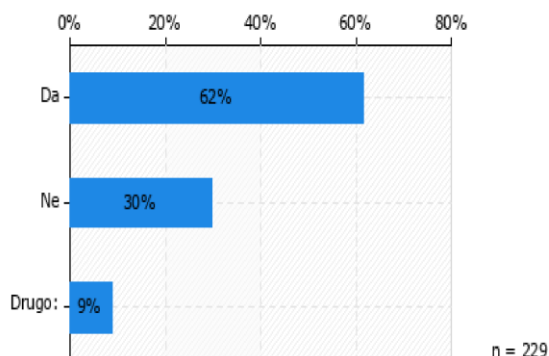
Pod izbiro Drugo sta dva odgovora, v odstotkih pa sta takole zastopana:

5 %: Načeloma da, ni pa nujno.

4 %: Ne vem.

Graf 8: Odgovori anketirancev na osmo vprašanje.

Ali menite, da je zeleni turizem dražji kot običajni? (n = 229)



Iz grafa 8 je razvidno, da 62 % vprašanih meni, da je zeleni turizem dražji kot običajni, 30 % pa meni obratno. Nekateri (2 %) pa menijo tudi, da načeloma da, ni pa nujno.

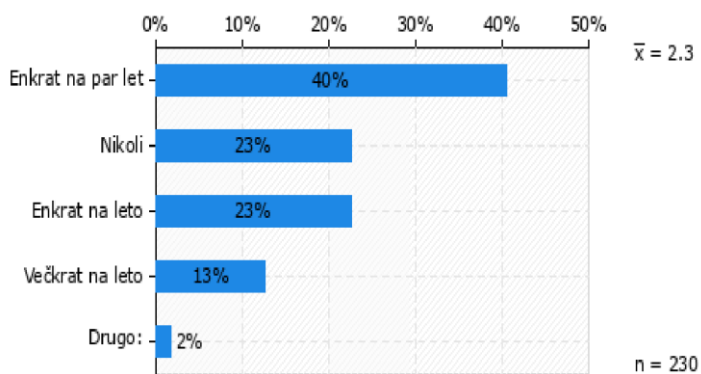
9. vprašanje: Kako pogosto letite?

Preglednica 9: Odgovori anketirancev na deveto vprašanje.

Vprašanje 9	Kako pogosto letite?		
	Odgovori	Št. odg.	%
	Nikoli	52	23 %
	Enkrat v nekaj letih	93	40 %
	Enkrat na leto	52	23 %
	Večkrat na leto	29	13 %
	Drugo	4	2 %
Skupaj		230	100%

Graf 9: Odgovori anketirancev na deveto vprašanje.

Kako pogosto letite? (n = 230)



Iz grafa 9 je razvidno, da 23 % vprašanih ne leti nikoli, prav toliko pa jih leti enkrat na leto, nekoliko pogosteje, torej večkrat na leto, leti 13 %, 40 % pa jih leti enkrat v nekaj letih.

10. vprašanje: Kaj vse vpliva na izbiro vaše turistične namestitve (možnih je več odgovorov)?

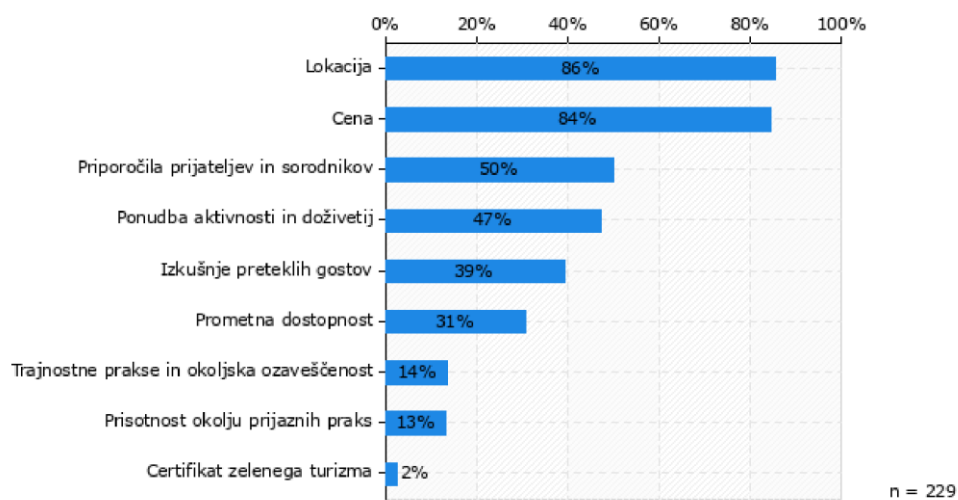
Preglednica 10: Odgovori anketirancev na deseto vprašanje.

Vprašanje 10	Kaj vse vpliva na izbiro vaše turistične namestitve?		
	Odgovori	Št. odg.	%
Odgovor 1	Cena		
	Ne	36	16 %
	Da	193	84 %
Skupaj		229	100 %
Odgovor 2	Lokacija		
	Ne	33	14 %
	Da	196	86 %
Skupaj		229	100 %
Odgovor 3	Prometna dostopnost		
	Ne	159	69 %
	Da	70	31 %
Skupaj		229	100 %
Odgovor 4	Izkušnje preteklih gostov		
	Ne	139	61 %
	Da	90	39 %
Skupaj		229	100 %
Odgovor 5	Priporočila prijateljev in sorodnikov		
	Ne	115	50 %
	Da	114	50 %
Skupaj		229	100 %

Odgovor 6	Trajnostne prakse in okoljska ozaveščenost		
	Ne	198	86 %
	Da	31	14 %
Skupaj		229	100 %
Odgovor 7	Prisotnost okolju prijaznih praks		
	Ne	199	87 %
	Da	30	13 %
Skupaj		229	100 %
Odgovor 8	Ponudba aktivnosti in doživetij		
	Ne	121	53 %
	Da	108	47 %
Skupaj		229	100 %
Odgovor 9	Certifikat zelenega turizma		
	Ne	224	98 %
	Da	5	2 %
Skupaj		229	100 %

Graf 10: Odgovori anketirancev na deseto vprašanje.

Kaj vse vpliva na izbiro vaše turistične namestitve? (n = 229)



Iz odgovorov je razvidno, da na izbiro turistične destinacije anketirancev najbolj vpliva lokacija (86 %), z 2 % manj ji sledi cena destinacije. Polovica jih je povedala, da na njihovo odločitev vplivajo priporočila prijateljev in sorodnikov, nekoliko manj (39 %) pa, da na to vplivajo ocene preteklih gostov. Slaba polovica (47 %) se pri izbiri zanaša tudi na ponudbo aktivnosti in doživetij, slaba tretjina (31 %) pa na prometno dostopnost. 14 % se pri iskanju namestitve ozira tudi na trajnostne prakse in okoljsko ozaveščenost, 1 % manj pa tudi na prisotnost okoljskih praks, le 2 % vprašanih pa zanima, ali ima njihova destinacija certifikat zelenega turizma.

1.1. ANALIZA ANKETE

Iz ankete lahko razberemo, da približno polovica anketirancev ve, kaj je zeleni turizem. Od tega ga je največ ljudi opisalo kot okolju prijazen turizem, turizem/dopust/počitnice v naravi, ali eko turizem. Anketirani so v veliki večini vedeli, kakšne so značilnosti zelenega turizma, vendar jih še vedno večina dopustuje v drugih evropskih državah, kar zaradi transporta vsekakor ni zeleno. Tudi na izbiro njihove dopustne destinacije okolju prijazni faktorji nimajo večjega vpliva, odločilni so predvsem cena, lokacija ter priporočila prijateljev in sorodnikov. Za zeleni turizem se odloča malo manj kot polovica anketirancev, le 4 % pa na tak način dopustuje vedno. Tisti anketiranci, ki se ne odločajo za zeleni turizem, kot razlog najpogosteje navajajo, da niso navajeni takega turizma oz. da je premalo tovrstne ponudbe. Udobje očitno pri tem ni odločilni faktor, saj približno 80 % vprašanih meni, da je zeleni turizem približno enako udoben ali pa celo bolj udoben od običajnega. Je pa 62 % anketirancev mnenja, da je zeleni turizem dražji. Poleg cene na izbiro turistične namestitve najbolj vpliva lokacija, okolju prijazne prakse imajo presenetljivo majhen vpliv (okoli 15 %).

2. PRIMERJAVA CEN

Primerjava cen zelenih in nezelenih namestitev²⁵

V tem delu sva poskušali pridobiti primerjave cen zelenih in nezelenih možnosti namestitev s približno enako oceno, ponudbo in čim bližjo medsebojno lokacijo. Pri tem sva bili pozorni na to, da zajameva namestitve iz vsake slovenske pokrajine (uporabili sva delitev Slovenije na pokrajine, kot jo uporabljamo pri pouku geografije). Prav tako sva poleg navedli, če imajo kakršno koli dodatno ponudbo, npr. zajtrk in večerjo ali bazen, savno, fitnes, ki je vključena v ceno. Navedene cene veljajo za dve osebi za eno noč izven sezone (za februar 2024 oz. v primeru glampinga za maj 2024). Pri tem sva si pomagali s spletno aplikacijo za rezervacije Booking. Vse zelene namestitve imajo certifikat Slovenia Green.

Hotela v Alpskih pokrajinah

Preglednica 1: Primerjava cen zelene in nezelene namestitve v Alpskih pokrajinah.

	Eko hotel Bohinj (zelena namestitve)	Hotel Jezero
Cena	158 €	165 €
Zajtrk/večerja vključena v ceno	Zajtrk	Zajtrk
Dodatna ponudba vključena v ceno	Parkirišče	Bazen, savna, parkirišče

Hotela ležita v bližini Bohinjskega jezera. Sta zelo sodobno opremljena in imata na Bookingu približno enako oceno.

²⁵ Namestitve: podatki za vse namestitve so dostopni na: <https://www.booking.com/index.sl.html> (14. 1. 2024)

Apartmaja v Predalpskih pokrajinah

Preglednica 2: Primerjava cen zelene in nezelene namestitve v Predalpskih pokrajinah.

	Posestvo Trnulja (zelena namestitve)	Apartma MURKO P-2
Cena	144 €	63 €
Zajtrk/večerja vključena v ceno	/	/
Dodatna ponudba vključena v ceno	Parkirišče, pralni stroj	Parkirišče, zunanji bazen

Posestvo Trnulja je opremljeno z zelo moderno opremo, ki je pretežno naravnega lesenega videza. Apartma MURKO P-2 je nekoliko manj sodobno opremljen, a še vedno povsem funkcionalen. Na Bookingu ima še celo nekoliko višjo oceno.

Hostla v Obpanonskih pokrajinah

Preglednica 3: Primerjava cen zelene in nezelene namestitve v Obpanonskih pokrajinah.

	Hostel Ormož (zelena namestitve)	UNI Hostel
Cena	49 €	66 €
Zajtrk/večerja vključena v ceno	/	Zajtrk
Dodatna ponudba vključena v ceno	Parkirišče	Parkirišče

Prvi hostel leži v Ormožu, drugi pa v centru Maribora. Hostel Ormož ima na Bookingu nekoliko višjo oceno.

Glamping v Dinarskokraških pokrajinah

Preglednica 4: Primerjava cen zelene in nezelene namestitve v Dinarskokraških pokrajinah.

	Kolpa Resort glamping, šotor Aronija (zelena namestitvev)	Kamp The sunrise hill, glamping hiška
Cena	131,6 €	68 €
Zajtrk/večerja vključena v ceno	Zajtrk ob doplačilu 13 €/osebo	/
Dodatna ponudba vključena v ceno	Biološki bazen, parkirišče	Parkirišče

Prvi glamping v obliki ogrevanega šotora s posteljo leži v okolici Metlike. Drugi, v obliki majhne lesene glamping hiške, pa v Pivki. Na Bookingu imata obe namestitvi približno enako oceno.

Počitniške hiške v Obsredozemskih pokrajinah

Preglednica 5: Primerjava cen zelene in nezelene namestitve v Obsredozemskih pokrajinah.

	Turistična kmetija Saksida, bungalovi (zelena destinacija)	Wine paradise – Glamping resort
Cena	237 €	216 €
Zajtrk/večerja vključena v ceno	Zajtrk ob doplačilu 16 €/osebo	Zajtrk
Dodatna ponudba vključena v ceno	Bazen, parkirišče	Dva bazena, parkirišče

Turistična kmetija Saksida leži v Vipavski dolini, Wine paradise – Glamping resort pa na Koprskem gričevju. Na Bookingu ima Wine paradise – Glamping resort nekoliko boljšo oceno.

2.1. ANALIZA PRIMERJAVE CEN

Iz podatkov v zgornjih preglednicah lahko razberemo, da so bile v 3/5 primerov zelene namestitve dražje. Nezeleni namestitvi sta bili dražji v primeru Hotela Jezero, kjer je sta v ceno vključena tudi bazen in savna, in pa v primeru Hostla UNI, saj leži v samem centru mesta Maribor.

3. INTERVJU

Za izvedbo intervjuja sva se odločili zato, da bi dobili še pogled na zeleni turizem v Sloveniji od nekoga, ki se na svojem strokovnem, poklicnem področju z njim ukvarja. Odločitev ni bila težka. Po pomoč sva se obrnili na Slovensko turistično organizacijo, ki ima pregled nad celotno panogo v Sloveniji, a nama žal ni uspelo pridobiti sogovornika. Pomislili sva na novinarko Marjano Grčman, ki jo pozna s TV ekranov, saj spremlja njeno oddajo Na lepše. Zdela se nama je prava izbira, saj je spremljanje turizma njeno delovno področje. In prav sva imeli, saj se je izkazala kot odlična sogovornica in poznavalka najine raziskovalne teme.

Intervju sva izvedli 6. februarja 2024, ko sva jo obiskali na njenem delovnem mestu, v pisarni na RTV Slovenija. Potekal je približno 30 minut. Pogovor sva posneli, izdelali zapis in ga dali v pregled intervjuvanki.

Vprašanje 1: Kako bi opisali razvoj zelenega turizma pri nas skozi čas, odkar vodite oddajo Na lepše? Se vam zdi, da se v zadnjih letih turizem bolj usmerja v trajnostno smer?

Odgovor: Jaz mislim, da smo, odkar se jaz ukvarjam s turizmom in odkar sem prišla v oddajo Na lepše, torej od leta 2001, naredili prav tektonske premike v smeri zelenega turizma. Leta 2016, ko je Slovenija skupaj s Slovensko turistično organizacijo začela z Zeleno shemo slovenskega turizma in se na ta način z nacionalno usmeritvijo zavezala k bolj trajnostnemu razvoju celotne dežele, so tudi vsi ponudniki in destinacije začeli »preklapljati« na zeleni razvoj. Vsi ponudniki in destinacije, ki se certificirajo v tem programu, prejmejo znak Slovenia Green, ki je hkrati tudi znamka, skozi katero se predstavlja trajnostna turistična prizadevanja Slovenije.

Leta 2016 je tudi Ljubljana postala najbolj zelena prestolnica Evrope in od tedaj pa do danes smo naredili ogromno, kar se tiče ozaveščenosti gostov, turističnih delavcev in nasploh javnosti o varovanju okolja. Ponudniki namestitev (hoteli, sobodajalci) skrbijo, da se mi kot gostje čim bolj »zeleno« vedemo, da porabimo čim manj brisač, da je vsa infrastruktura znotraj hotela (tudi energetika) usmerjena v čim manjšo porabo, da so tudi gostinci usmerjeni v »zero waste«, kar se tiče hrane. Pri dobavni verigi hrane in gostih, ki pridejo na destinacijo, se meri ogljični odtis.

Trajnostno je tudi to, da se delavci dodatno izobražujejo v duhu večjega zadovoljstva na delovnem mestu in posledično tudi dviga kakovosti storitev.

Vajine generacije se zmeraj bolj odločajo za nastanitve, destinacijo na podlagi tega, koliko je skrbna do okolja, kako zelena v resnici je. Na eni strani tudi bolj promoviramo, da k nam prihajajo gostje v radijih do 700 km oziroma iz naših bližnjih trgov, od koder se lahko z avtom pripeljejo v Slovenijo.

Je pa realnost na terenu takšna, da trajnostni turistični razvoj Slovenije zavira slab javni promet. Če prebirate spletne komentarje ljudi, ki so se skušali po Sloveniji premikati z vlaki ali pa z drugim javnim prevozom, ugotovite, da je veliko nezadovoljstva. Predvsem kolesarji imajo izjemne težave. Ob tem vozni redi in komunikacija niso dobri, velikokrat informacije niso zadostne, ljudje jih ne razumejo. Vsi turistični delavci bi si želeli učinkovito javno infrastrukturo, brez tega ne bomo zares zeleni.

Kakorkoli pod črto – menim, da smo naredili velike preskoke v glavah gostov, potrošnikov kot tudi pri turističnih delavcih. Mislim, da smo vsi prišli do spoznanja, da bolj kot smo zeleni, več prihranimo, pa tudi bolj zanimivi bomo za goste same.

Trajnostna ponudba mora na eni strani imeti čim manjši negativni okoljski odtis, po drugi strani pa ustvarja pozitivne priložnosti za lokalno ekonomijo in razvoj.

Vprašanje 2: Kaj vi vidite kot idealen zeleni turizem?

Odgovor: Idealen zeleni turizem bi bil, če bi imeli tudi zelene transporte. Na primer, da bi se lahko v službo pripeljali, ne da stojimo v kolonah na avtocesti, ampak da bi imeli hiter železniški prevoz, avtobusni prevoz, da bi lahko v konkurenčnem času prišli v službo. Idealen zeleni turizem se mi zdi tudi to, da ne bi bilo vse skoncentrirano na prestolnico, ampak da bi bilo bolj regionalno razpršeno – ti centri moči, se pravi možnosti za službo, izobrazbo, da ne bi bila Ljubljana center vsega. Da ne bi bili priča dolgim kolonom na avtocesti, ker potem bi se tudi cel turizem manj

skoncentriral na ključne točke slovenskega turizma, na to hrbtenico, ampak bolj razpršil. Idealen turizem vidim v razpršenih turističnih tokovih, v destinacijah, ki znajo pametno upravljati s svojimi gosti, in destinacije, ki pametno upravljajo s svojimi gosti, nimajo težav s prekomernim turizmom.

Vprašanje 3: Ali se za zeleni turizem v naši državi pretežno odločajo domači ali tuji gostje?

Odgovor: Sprva so se seveda tujci, po uvedbi bonov pa se mi zdi, da tudi domači gostje dobivajo vedno večjo zavest o pomenu zelenega turizma. Zeleni turizem je tek na dolge proge in vključuje ne samo terenske delavce, ki ozaveščajo hotelirje, gostinske ponudnike, ampak tudi dober marketing na dolgi rok, iskreni marketing. To pomeni, da če obljubljaš nekaj zelenega, da ti kot gost dejansko to dobiš. Tako da jaz mislim, da so se v prvi vrsti odločali tuji gostje za zelene odločitve, ker so tudi dražje, po moje so bili to v večini Američani oz. ti trgi, ki so bolj cenovno močni, in šele potem domači gost, ki je, kar se tiče pomoči, šibkejši od na primer Azijca ali pa Američana.

Vprašanje 4: Ali se vam zdi, da se cene zelenih in nezelenih namestitev bistveno razlikujejo?

Odgovor: Ja, seveda. Zelene nastanitve so absolutno dražje, za okoli 30 %, ker ti plačaš to, da je cel hotel izboljšal infrastrukturo, da je spremenil način, kako bo prihranili pri porabi vode, elektrike in to stane. Na dolgi rok pa bo hotel, ki tega ni naredil, na slabšem, kar se tiče konkurenčnosti. V končni fazi pa smo prišli tudi do točke, ko se plača živa delovna sila v turizmu. Izginjajo hoteli, kjer so receptorji na pultu, vedno več je digitalizacije, ko te sprejme robot – avtomatski check in in check out. In tam, kjer bo delovna sila, bo pač storitev dražja.

Vprašanje 5: Ali si vi kot ustvarjalka oddaje Na lepše prizadevate za to, da bi ljudem v oddaji zeleni turizem čim bolj približali? Na kakšen način?

Odgovor: Jaz se trudim v oddaji čim bolj približati iskreni turizem. Turizem, ki ni populističen in ki ni vedno na prvih straneh. Skušamo približati gledalcem destinacije, ki niso samo del klasične turistične hrbtenice v Sloveniji, da ni to samo Bled, Ljubljana, Lipica, Bohinj in Piran, da niso samo te »zlajnane« podobe, ki smo jih mogoče že naveličani. Saj so zelo lepe, ampak včasih za ustvarjanje same vsebine

malo prazne. Pa s tem nočem delati krivice, Ljubljana na primer ogromno dela na teh dobrih zgodbah, na tem, kako privabiti goste tudi v posezoni, v mrtvih mesecih (tak primer je tudi nedavni Festival LUV ali pa novembrski festival November Gourmet). Dajemo poudarek temu, da predstavljamo destinacije, ki se ne najdejo z nekaj kliki na googlu, destinacije, kjer so iskreni ljudje, ki s svojo ponudbo ne najdejo vedno poti na prve strani. Tam se mi zdijo dobre zgodbe. Je pa to navadno na meji naše države. Ali pa raritete so zmeraj dobre, da jih predstavimo v naši oddaji, ker tam je tako »žmohtno«¹ jih predstaviti na kameri. Absolutno pa, ja, poskušamo tudi gledalce učiti, zakaj se odločati za neko zeleno nastanitev, zakaj podpreti usmeritev nekega turističnega delavca v smer zelenosti. To je tudi poslanstvo javne televizije.

Vprašanje 6: Če bi morali z odstotki oceniti – kolikšen je delež zelenega turizma pri nas glede na vse turistične ponudbe pri nas?

Odgovor: Ni vse zeleno, kar se piše in sliši zeleno, in pogosto se ta krilatica zeleno tudi izrablja. Ne bi si upala mahati s številkami, ker imamo na terenu izjemno skope dokaze o tem, kakšni so pravzaprav dejanski vplivi turizma na naravno in družbeno okolje. Zato tudi težko izpostavljam področja, kjer je veliko prostora za izboljšanje. Sem pa prepričana, da moramo več delati na tem, da okrepimo sposobnost turistov, da se odgovorneje vedejo do naravnega in družbenega okolja v Sloveniji. V praksi to pomeni, da povzročijo manj odpadkov, da porabijo manj pitne vode, manj električne energije, da manj posegajo po motoriziranih turističnih doživetjih, da spoštujejo in pomagajo ohranяти lokalno družbeno-kulturno okolje ipd. Izboljšati moramo torej takšno vedenje turistov, to je tudi najbolj učinkovit in uspešen način za dvig stopnje trajnostnega turizma.

Kar se tiče števil – tu vam lahko postrežem z ugotovitvami izr. prof. s Fakultete za turistične študije Univerze na Primorskem Emila Juvana, ki je leta 2022 za medije povedal, da povprečni turist v slovenskem hotelu na krožniku pri zajtrku pusti 15 g in na večerji 50 g užitne hrane. To pomeni, da turisti v Sloveniji letno pridelajo več 100 ton prehranskih odpadkov in to žal ni 'zeleno', prav tako ni odgovorno do družbe. Navedel je tudi, da štirizvezdični hotel porabi kar 35 litrov vode za čiščenje sobe - 1,5 kWh za čiščenje sobe in 100 ml čistil za čiščenje sobe. To pa ustvarja razkorak med 'zelenim imidžem' Slovenije kot turistične destinacije in dejanskim turizmom. Ampak kot rečeno – zadnjih podatkov o tem pa nimam.

Vprašanje 7: Ali imate s terena kakšne konkretne primere, s katerimi morda kakšna destinacija posebej pozitivno izstopa z vidika trajnosti?

Odgovor: Ja, kar mi prvo pride na pamet, je destinacija Bohinj. Tam si trajnostne principe razlagajo na primeru dnevne sobe. Če si predstavljamo, da je destinacija naša dnevna soba, vanjo povabimo ljudi, ki so nam blizu, katere cenimo in ki imajo podobne vrednote, kot jih imamo mi. V naši dnevni sobi velja tudi cela vrsta pravil: obujemo si copate, sedimo na za to predvidenem mestu, ne drobimo, ne polivamo. Na ta način skušajo zlasti v lokalnem okolju spodbuditi pozitiven odnos do turizma. Skozi prisposodbo je lažje razložiti, kaj je trajnostni turizem. Če je torej Slovenija dnevna soba, kamor prihajajo turisti na obisk, na tak način lažje razmišljamo, česa bi si želeli in česa si ne želimo, da se dogaja v naši dnevni sobi.

Vtis s terena je tudi, da so številni bohinjski hoteli res zeleni, in da tudi ustvarjajo cele pakete in butična doživetja v smeri zelenosti, da je turistična ponudba prilagojena po meri domačinov in šele nato turistov. Zdi se mi, da delajo dobre in pametne korake. Bohinj pa je tudi del mreže Julijskih Alp in Triglavskega narodnega parka in upravljajo tudi z daljinsko potjo »Julijana trail«, ki goste ne usmerja na vrhove, ampak v dolino. Da ne greš na Triglav, ampak na primer lahko hodiš po Baški grapi, kar pa tudi priča o zeleni naravnosti – da odkrivaš kraje, ki niso na »prvo žogo«, si pustiš čas, da odkrivaš tiste stranske koticke, življenje domačinov in hodiš tam, kjer ni masovnega turizma. Bohinj pa je en dober primer tega. Zelena destinacija pa je dobro upravljana tudi pod pogojem, če imajo vodstvo, ki verjame v turizem, ki je po malem zaljubljeno v lokalno okolje in pa tudi, da sodelujejo z občino. Brez tega dvojnega sodelovanja težko pelješ zeleno strategijo.

Vprašanje 8: Se vam zdi, da Slovenci zaupamo oznakam, ki opredeljujejo zeleni turizem, kot npr. Slovenija green?

Odgovor: Recimo, da zmeraj bolj. Ta znamka je postala nekakšen »trust brand«, ampak kot rečeno, mogoče bolj tujci kot pa Slovenci. Zdi se mi, da smo Slovenci pregovorno malo zadržani in sumničavi do takšnih znamk in razmišljamo »Kaj pa je tam zadaj?«. Ampak to je vse stvar marketinga, turizem je vedno tek na dolge proge, da ti nekoga vzgojiš in prepričaš v neko stvar, ni od danes do jutri, to res traja leta, da ti ustvariš »brand« zelene destinacije.

Vprašanje 9: V katerem delu Slovenije se vam zdi, da imamo največ zelenih destinacij?

Odgovor: Jaz mislim, da je v to zeleno shemo vključenih res veliko ponudnikov in težko bi opredelila, kje je največ zelenih destinacij. Praktično je vsaka destinacija postala zelena, ampak kot rečeno, bi tukaj spet mogoče izpostavila Bohinj kot ta zeleni primer dobre prakse.

Velik del Bohinja leži v Triglavskem narodnem parku, kar narekuje še posebno skrb za ohranjanje naravnega okolja. Po drugi strani pa domačini že stoletja to obvladajo in s svojo gorenjsko trmo sožitje z naravo ohranjajo še danes. Primer dobre prakse, kar se tiče javnega prevoza, pa je tudi podatek, da so se zaradi velike prometne obremenitve Bohinjci lotili ponujanja alternativ. Tako se lahko do Bohinjske Bistrice pripeljete z avtobusom ali vlakom, nato pa presedete na kolo ali uporabite poseben avtobusni prevoz do jezera ali izhodišč za planinske ture. Bohinj ima tudi kar nekaj "zelenih" produktov: **Z električno ladjico čez jezero**, kulinarično delavnico **Kuhajmo po bohinjsko** in **Muharjenje na Mostnici in Savi Bohinjki** – butično doživetje po načinu »ulovi in spusti«, ki se ga lahko udeleži le pet ribičev na dan.

Vprašanje 10: Oddaja Na lepše obravnava pretežno slovenski turizem. Kaj pa izven naših meja? Se vam zdi, da imamo dobro razvit zeleni turizem glede na Evropo in svet?

Odgovor: Zgodbe, ki jih obravnavamo izven naših meja, se navadno dotikajo različnih borz, na katerih se pojavlja naša država. To je ITBM Berlin ali pa Londonska turistična borza ali pa borze za povezave z industrijo srečanj, tako da v teh primerih naredimo zgodbe zunaj. Zgodbe zunaj pa naredimo tudi v primerih, ko je na primer Slovenija primer dobre prakse. Tako smo šli na primer v Makedonijo, kjer so imeli turistično borzo in so Slovenijo izpostavili kot primer dobre prakse, kako upravljati tudi zeleni turizem. Poleti sem bila v regiji Haute De France, kjer je bila aktualna gastronomska regija. Tam so Slovenijo v bistvu zelo pozitivno, spet kot primer dobre prakse, navajali v smislu uvajanja zelenega turizma, dobrega sodelovanja Slovenske turistične organizacija in Ministrstva za gospodarstvo in turizem. Tako da sem bila presenečena, kako dober imidž zelenega turizma imamo v tujini. Smo tudi primer dobre prakse glede na to, da smo zelo majhni. Lahko postanemo tudi primer dobre prakse, kako uvajati nekakšne inovativne turistične modele, kar se digitalizacije tiče. Majhni smo in imamo obvladljiv teritorij in smo lahko na številnih področjih pionirji, kar

se tiče digitalizacije, upravljanja turističnih tokov, prekomernega turizma, kako se boriti proti gentrifikaciji²⁶ mest in tako naprej. Majhni smo in to je velik privilegij. Ne sanjajmo, da bomo postali druga Švica, postanimo prva Slovenija – tudi na področju inovativnih turističnih praks.

Vprašanje 11: Česa v Sloveniji še nismo dovolj izkoristili glede na možnosti, ki se ponujajo v tujini?

Odgovor: Če govorimo o zelenem turizmu, je prvi predpogoj, da imamo tudi zeleni promet, in dokler ne bomo imeli urejenih železnic in dokler se ne bomo znebili zastojev na cesti, mi težko govorimo, da smo v celoti »zeleni«. Tako da tisto, kar mislim, da moramo izpiliti na dolgi rok, je infrastruktura. To zagotovo, mislim pa, da se drugi bolj lahko po nas zgledujejo. Ravno zaradi stvari, ki sem jih prej povedala – majhni smo, kontrolirane stvari imamo in lahko smo pionirji dobrih praks in inovacij, zaradi katerih se bodo drugi po nas zgledovali, ne mi po njih. Ta zelena shema je že primer, po katerem se drugi lahko zgledujejo po nas in tudi številne rešitve, kar se tiče pametnih mest, so primer, ko se hodijo drugi učit k nam.

Vprašanje 12: Kaj bi po vašem mnenju naša država lahko še naredila, da bi še bolj spodbudila razvoj zelenega turizma?

Odgovor: Kakor sem že povedala – prometno infrastrukturo. Po drugi strani je pa tako, da se vedno sprašujemo, kaj bi država lahko naredila za nas, zdaj pa se moramo vprašati, kaj pa jaz lahko naredim? Ne za državo, ampak za to, da bo meni lažje. Pogosto je to tako, da ti kot turistični delavec ne verjameš dovolj v to obrt, v to gospodarsko panogo, ki se prepogosto krivično smatra kot samo nekaj za na lepše in ne moremo samo pričakovati, kaj bo država zate naredila. Ti moraš biti v današnjem času toliko inovativen in iznajdljiv, da boš sam znal poskrbeti zase s pomočjo evropskih sredstev in nekaterih virov, ki jih ima država zase. V prvi vrsti je to strast do te gospodarske panoge, vse ostalo pa potem pride zraven. Država vedno lahko naredi še več, ampak jaz mislim, da je glede turizma naša država kar skrbna. Če izvzamemo lastništvo hotelov, je vprašanje, kaj od te turistične infrastrukture naj še

²⁶ Gentrifikacija je spreminjanje pretežno bivalnih mestnih predelov z lokalnim prebivalstvom s pozidavo, prenovo v predele s turistično, storitveno namembnostjo višjega razreda. Vir: FRAN, <https://www.fran.si/iskanje?Query=gentrifikacija&View=2> (26. 2. 2024)

ostane v lasti države, zakaj je to »smotno« in katere stvari naj opravljajo zasebniki. Ampak to je že stvar druge debate. Absolutno ni dobro, da vso državno srebrnino razprodamo, kar se tiče turizma.

Vprašanje 13: Glede na vaše izkušnje, kje se vam zdi, da gostje in kje ponudniki storitev vidijo prednosti in slabosti zelenega turizma?

Odgovor: Pa vidve, če bi se odločali, kje prespati in katere destinacije koristiti, ali bi gledali na to, kako zeleni so? Ali bi gledali na to, da s tem, ko ti prenočiš v nekem hotelu, prispevaš k ohranitvi nekega lokalnega okolja? Ali bi vama bilo to pomembno? Ker ve ste ta generacija, ki prihaja, in na kateri bo to baziralo. Ima pa vajina generacija dosti bolj v ospredju to zeleno noto, to skrb za okolje kot pa generacija 60, 70-letnikov, kjer je res mogoče bolj merilo nizka cena. Danes se veliko stvari gleda zraven. Turizem bo postajal vedno dražji in zmeraj dražja bodo postajala tudi potovanja. Okoli nas se dogajajo vojne, podnebne spremembe dražijo stvari. Turizem bo vedno preživel, ker je zelo trdoživa panoga, ne bo pa vseskozi poceni potovat. Tako da jaz mislim, da gostje vidijo prednosti zelenega turizma v tej ozaveščenosti in skrbi, da hočejo sami s svojim obiskom prispevati, ne da se bo lokalna skupnost zaradi njihovega turističnega obiska okrnila, uničila, poškodovala, ampak da bodo s svojim obiskom prispevali k revitalizaciji neke lokalne skupnosti, preživetju neke kulture, kulturne dediščine. Mislim, da bo na dolgi rok to tudi bolj poanta zelenega turizma, da bodo gostje na destinaciji ostajali dlje, da bi destinacijo spoznali globlje, bolj podrobno spoznali ljudi, njihovo kulturo in prostor, kjer so bili. To je pa na koncu tudi za ponudnike bolje. Največ onesnaženosti pustiš ravno ti kot enodnevni gost.

Vprašanje 14: Ali menite, da ima zeleni turizem v Sloveniji prihodnost, ali je to le ena izmed številnih »modnih muh«?

Odgovor: Ne, tisti, ki ne bo zeleno usmerjen, ne bo preživel. To je dejstvo. Ker če si ti zelen, imaš sončne elektrarne ..., si znižuješ stroške, to je v bistvu stvar ekonomije. Tako da jaz mislim, da bo preživel, da ni to ena izmed modnih muh. Pa tudi mislim, da prihajajo vajine generacije, ki so bolj okoljsko ozaveščene in bolj gledajo, na kakšen način bodo potovale. Je pa vprašanje, v kakšni obliki bo generiral v prihodnje, kako se po spreminjal, kakšen vpliv bo imela tukaj umetna inteligenca, kako daleč bomo pustili digitalizacijo ali želimo, da je vse v turizmu digitalno, vodeno z umetno

inteligenco, kaj bo ostalo analognega, kje vse bo človeški faktor? Saj turizem je ena redkih panog, kjer ne more biti vse digitalizirano, kjer bo človeška delovna sila vedno prisotna.

Vprašanje 15: Bi želeli še sami kaj dodati?

Odgovor: Primer zelenega turizma so tudi številna prizadevanja slovenske turistične organizacije in en primer je tudi produkt Slovenia Unikue Experiences, ko izberejo med butičnimi in tudi zelenimi turističnimi doživetji le najboljše. To so zelo lokalna, avtentična doživetja, taka, ki jih lahko doživiš samo pri nas in to samo na določenem delu Slovenije. In tukaj res izbiramo, da so ponudniki z občutkom za zeleno, trajnost in ponujajo na najvišji ravni, kar se tiče ponudbe. Ne v smislu luksuza, ampak v smislu avtentičnega, iskrenega produkta in tukaj res preverjamo, ali so posamezni ponudniki zeleni, imajo vse »green key«, ali so vključeni v zeleno shemo. Ali imajo res odnos do zelenega turizma, ali ga res živijo in udeležujejo v svojih butičnih produktih?

Kaj bi še želeli sporočiti ali povedati v zvezi s to tematiko, pa vas nisva vprašali?

Potujte in skakajte čez planke. Ker s tem odpadajo predsodki in strahovi. Pa sem in tja odpotujte kam tudi sami. Ko potuješ sam, potuješ dlje.

3.1. ANALIZA INTERVJUJA

Pogovarjali sva se z gospo Marjano Grčman, ki že od leta 2001 vodi oddajo Na lepše. S to oddajo si želi ljudem čim bolj približati turistične destinacije, ki niso vedno na prvih straneh, prav tako pa tudi zelene destinacije. Sama meni, da smo v času, odkar vodi oddajo, naredili tektonske premike v smeri zelenega turizma. Posebej je izpostavila leto 2016, ko je bila uvedena Zelena shema slovenskega turizma in znak Slovenia Green, ki ga prejmejo zelene destinacije. Istega leta je Ljubljana postala najbolj zelena prestolnica Evrope. Od takrat do danes je bilo narejeno ogromno na področju ozaveščanja ljudi o zelenem turizmu. Še več izboljšav na tem področju bi pridobili z boljšim javnim prometom in če bi turizem bolj regionalno razpršili. Kot dober primer zelene destinacije je gospa navedla Bohinj, kjer ponudniki turističnih

nastanitev ponujajo dejansko zelena doživetja. Za bolj pristno doživetje turiste usmerjajo na manj obljudene destinacije, prav tako gostom ponujajo veliko alternativnih prevoznih sredstev. Zelene nastanitve so absolutno dražje (za okoli 30 %), vendar je to razumljivo, saj je potrebno v okolju prijazno nastanitev precej vložiti. Bo pa na dolgi rok takšna nastanitev bolj konkurenčna, ker pri zelenem turizmu ne gre le za »modno muho«, ampak se cela družba giblje v to smer. Gospa Grčman ni imela podatkov o deležu zelenega turizma pri nas, je pa opozorila, da marsikdo tudi izrablja krilatico »zeleno«. Omenila je tudi ugotovitve o tem, da gosti v slovenskih hotelih na krožnikih pustijo precej užitne hrane, kar vsekakor ni zeleno. V primerjavi s tujino nam na tem področju gre kar dobro in na tujih turističnih borzah je Slovenija pogosto izpostavljena kot primer dobre prakse. Smo majhna država, imamo obvladljiv teritorij in smo lahko zgled drugim z različnimi inovativnimi rešitvami. V prihodnosti bodo gosti čedalje bolj gledali na to, da s svojim obiskom prispevajo k oživljanju neke lokalne skupnosti in njene kulture. To bo pomenilo tudi, da bodo na destinaciji ostali dlje, kar je bolje za okolje, saj največ onesnaženosti pustiš kot enodnevni gost. Na koncu intervjuja je gospa Grčman izpostavila še produkt Slovenia Unique Experiences, ki vključuje turistične ponudnike, ki ponujajo avtentična in iskrena doživetja.

RAZPRAVA

Skozi raziskovalno nalogo sva odkrivali pomen in razširjenost trajnostnega in zelenega turizma v Sloveniji. Zanimali so naju predvsem primeri iz prakse, zato sva se pretežno osredotočili na že obstoječe primere in raziskali, za katerimi znamkami se skrivajo zelene namestitve. Naredili sva tudi plan za zeleni vikend oddih v najini okolici (Ljubljana z okolico). Namen raziskovalne naloge je bil odkriti, koliko ljudi ve, kaj je zeleni turizem, ali so ga že kdaj izkusili v praksi in kakšne so njihove turistične navade. Najprej sva želeli izvedeti nekaj iz prve roke, torej od tistih, ki se poslužujejo različnih turističnih ponudb – tako zelenih kot tudi nezelenih. Zato sva s starši učencev naše šole izvedli spletno anketo, v kateri sva jih povprašali o njihovih morebitnih izkušnjah s to obliko turizma. Poleg tega sva želeli izvedeti še, kako nanj gledajo strokovnjaki, v ta namen sva izvedli tudi anketo z gospo Marjano Grčman, voditeljico oddaje Na lepše, in s tem še dodatno preverili hipoteze.

Hipoteza 1, da večina ljudi ve, kaj je zeleni turizem in pozna njegove osnovne značilnosti, **je potrjena**.

Najina hipoteza, da večina ljudi ve, kaj je zeleni turizem in da pozna njegove osnovne značilnosti, se je izkazala za pravilno, saj je dobra polovica (51 %) anketirancev povedala, da vedo, kaj je zeleni turizem. S svojimi besedami so ga najpogosteje opisali kot turizem, ki je okolju prijazen, kar sicer popolnoma ne ustreza njegovi definiciji. Njihova definicija vključuje le okoljski in podnebni steber, na gospodarskega in družbeno-kulturnega pa so pozabili. To se nama zdi razumljivo, saj se zeleno pretežno oglašuje le kot okolju prijazno.

V anketi sva zastavili tudi vprašanja, s katerimi sva želeli preveriti, kako dobro ljudje dejansko poznajo značilnosti zelenega turizma. Na prav vsakega od teh vprašanj je pravilno odgovorilo vsaj 79 %. Iz tega lahko sklepamo, da velika večina vprašanih pozna osnovne značilnosti zelenega turizma.

Hipoteza 2, da se v Sloveniji za zeleni turizem odloča manj kot četrtnina ljudi, **je delno potrjena**.

To hipotezo sva postavili, ker se nama zdi, da se kljub propagandi za zeleni turizem odloča malo ljudi, predvsem zaradi predsodkov, ki jih imajo do njega. Z anketnim vprašalnikom sva ugotovili, da se 40 % vprašanih za zeleni turizem ne odloča nikoli,

prav toliko se jih zanj odloča občasno, a takih, ki bi se zanj odločali vedno, je le 4 %. Torej se za zeleni turizem redno odloča manj kot četrtnina, a občasno se zanj odloča več kot četrtnina vprašanih. Zgovoren je tudi podatek, da pri izbiri turistične namestitve le 14 % anketirancev zanima, ali destinacija skrbi za trajnostne prakse in okoljsko ozaveščenost, le 13 % zanima, ali destinacija v svoje cilje vključuje trajnostne prakse, 2 % pa sta pri izbiri pozorna na certifikat zelenega turizma (Slovenia Green, Green key, Green label ...). Zato sva hipotezo delno potrdili.

Hipoteza 3, da je zeleni turizem v večini primerov cenovno manj dostopen, **je potrjena**.

Hipotezo, da je zeleni turizem v večini primerov manj dostopen, lahko potrdimo. To lahko potrdimo iz podatkov v preglednicah v teoretičnem delu, kjer so cene v 3/5 namestitev dražje v primeru zelene namestitve. Pri tistih dveh primerih, kjer je dražja nezeleni namestitev (Hotel Jezero in UNI Hostel), pa je prisotna dodatna ponudba (bazen, savna) ali pa bolj dostopna lokacija.

Prav tako kar 62 % vseh vprašanih meni, da je zeleni turizem dražji kot običajni, prav zaradi tega se jih kar 18 % te oblike turizma ne poslužuje.

Hipoteza 4, da ljudje menijo, da zeleni turizem nudi manjšo mero udobja, **ni potrjena**.

To hipotezo sva zastavili, saj sva si na začetku predstavljali, da če želiš biti trajnostno usmerjen, se moraš nečemu pač odpovedati. A ko sva začeli brskati po spletu, se je najin pogled na to nekoliko spremenil. Prav tako naju je presenetil podatek rezultatov ankete, kjer je večina (72 %) vprašanih povedala, da se jim zdi, da zeleni turizem nudi približno enako mero udobja, od tega je 14 % takih, ki menijo, da nudi še večjo mero udobja.

Hipoteza 5, da ima Slovenija glede na druge članice EU dobro razvit zeleni turizem, **je potrjena**.

Najino peto hipotezo, da ima Slovenija glede na druge članice EU dobro razvit zeleni turizem, morava potrditi. V intervjuju nama je gospa Grčman povedala, da se v tujini Slovenijo pogosto izpostavlja kot primer dobre prakse trajnosti v turizmu. Tukaj je izpostavila tudi, da je naša »majhnost« prednost, saj imamo lažje obvladljivo območje. Na tej točki pa je izpostavila tudi eno pomanjkljivost, in to je naša prometna infrastruktura. Pravi, da imamo na tem področju še ogromno možnosti za izboljšave, predvsem na področju javnega prometa.

Hipoteza 6, da se ljudje večinoma ne ozirajo na to, na kakšen način (trajnostno ali ne) bodo prišli do svoje namestitve, **ni potrjena**.

Najina hipoteza, da se ljudje večinoma ne ozirajo na to, na kakšen način bodo prišli do namestitve, se je izkazala za napačno. V teoretičnem delu sva ugotovili, da največji ogljični oddtis za seboj pusti letalski promet. Tega se enkrat ali pogosteje na leto poslužuje 36 %, enkrat na nekaj let pa leti 40 % vprašanih. Na ogljični oddtis vpliva tudi oddaljenost same destinacije, na tej točki sva bili pozitivno presenečeni, saj na drugih celinah najpogosteje dopustuje le 3 % anketirancev. Torej je ljudem pri izbiri destinacije vsaj malo pomembno tudi to, kako bodo do nje prišli.

Hipoteza 7, da se zeleni turizem v Sloveniji v zadnjih letih razvija zelo hitro, **je potrjena**.

To hipotezo sva postavili zaradi odziva najinih staršev, ko sva jim povedali, da bova delali raziskovalno nalogo na temo zelenega turizma. Povedali so nama namreč, da ko so bili oni mladi, se o tem ni veliko govorilo.

Ga. Grčman nama je povedala, da meni, da je bilo za Slovenijo prelomno predvsem leto 2016, ko je Ljubljana postala zelena prestolnica. Istega leta smo dobili tudi znamko Slovenia Green. Tudi v teoretičnem delu, kjer sva primerjali razširjenost destinacij z znakom Slovenia Green v letih 2017 in 2021, je jasno razvidno, da se zeleni turizem po Sloveniji hitro širi. Ga. Grčman je povedala tudi, da Slovenci vse bolj zaupamo znamkam, ki opredeljujejo zeleni turizem, na tej točki je dodala tudi, da se ga najbolj aktivno poslužujejo prav mladi. Iz tega lahko sklepamo, da ima zeleni turizem zagotovljeno prihodnost.

Hipoteza 8, da je v najinem domačem okolju (Ljubljana z okolico) veliko možnosti za zeleni oddih, **je potrjena**.

Najino zadnjo hipotezo lahko potrdiva, saj sva naredili plan za zeleni vikend oddih v Ljubljani (glej zaključek), ki je leta 2016 dobila laskavi naziv najbolj zelene prestolnice v Evropi. Skozi celotno planiranje je bilo najtežje doseči to, da bi skozi ves vikend uporabljali le javni prevoz. Drugih trajnostnih dejavnosti pa je v naši prestolnici ogromno.

Najina raziskovalna naloga potrjuje, da je zeleni turizem v Sloveniji v porastu in da ima vse bolj pomembno vlogo v trajnostnem razvoju turizma v naši državi. Zeleni turizem je med ljudmi je poznan, a pretežno skozi okoljski in podnebni steber. Žal pa se ljudje zanj ne odločajo v večji meri, saj je pri tem pomemben dejavnik predvsem

cena. Že danes smo na marsikaterem področju trajnostnih praks in zelenega turizma za zgled, zato je zelo pomembno, da še naprej spodbujamo ozaveščanje in razvoj obojega. S tem bomo lahko ohranili naravno in kulturno dediščino ter zagotavljali kakovostno turistično izkušnjo tako za nas kot za prihodnje generacije.

ZAKLJUČEK

Skozi raziskovalno nalogo sva ugotovili, da se v Sloveniji zadnja leta širi dokaj nova oblika turizma – zeleni turizem, ki je optimalen za našo državo, kjer imamo zelo bogato in raznoliko naravno okolje. Tako kot imamo različne pokrajine, v njih živijo tudi različni organizmi. Odgovorni smo za to, da spoštujemo tako živo kot tudi neživo naravo in s tem ohranjamo biotsko raznovrstnost. Naša odgovornost se mora odražati tudi v turizmu, zato je prav, da se tudi na dopustu držimo nekaterih priporočil. S tem izkazujemo spoštovanje naravi, pa tudi lokalnim prebivalcem.

Turistične nastanitve bi morale zato v čim večji meri slediti naštetim ukrepom:

- energija iz obnovljivih virov,
- varčevanje z energijo,
- ločevanje odpadkov,
- manj embalaže,
- brez plastičnih izdelkov za enkratno uporabo (slamice, plastični kozarčki ...),
- uporaba recikliranega papirja,
- pitje vode iz pipe,
- informiranje o »zelenih« ukrepih,
- vključevanje lokalnega okolja v ponudbo,
- ponudba lokalnih izdelkov,
- opozarjanje na zaščitena območja ...

Turisti poleg tega lahko pazimo na količino prtljage (posebej, če letimo), z nakupi lokalnih izdelkov podprimo lokalno skupnost, uporabljajmo javni prevoz.

Z željo upoštevati čim več zgornjih priporočil, sva se za zaključek najine raziskovalne naloge odločili, da bova naredili idejno zasnovo za zeleni vikend oddih v najinem domačem kraju (Ljubljana z okolico).

1. IDEJNA ZASNOVA ZELENEGA VIKEND ODDIHA V NAJINEM DOMAČEM OKOLJU (LJUBLJANI Z OKOLICO)

Ljubljana je leta 2016 razglašena za Zeleno prestolnico Evrope 2016. Je tudi nosilka platinastega znaka Slovenia Green Platinum. Lani (2023) je bila že osmič zapored uvrščena na seznam 100 najbolj trajnostnih destinacij na svetu s strani organizacije Green Destination. Zaradi vsega tega, pa tudi zato, ker naju zanima, koliko je dejanskih možnosti za zeleni turizem v naši prestolnici, sva se odločili narediti plan za aktiven zeleni vikend oddih.

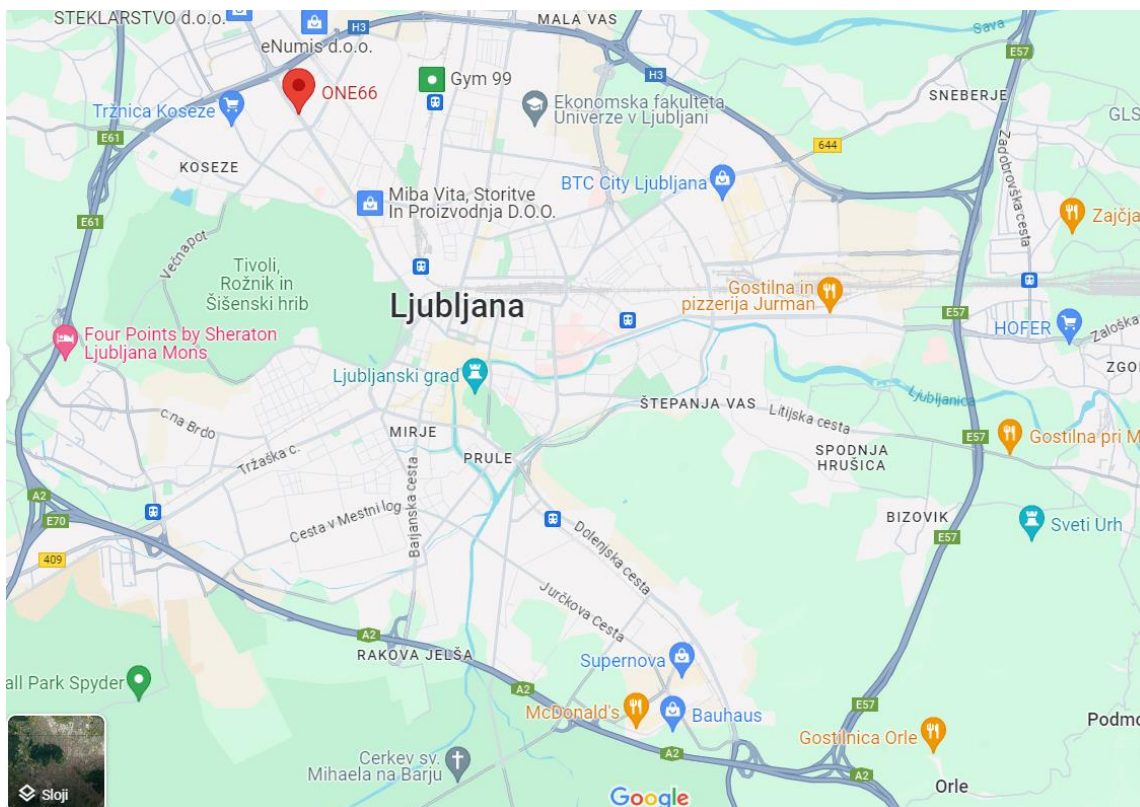
Želeli sva, da bi bil vikend zares trajnosten, zato sva ga splanirali tako, da od trenutka, ko pridemo do prenočitvene namestitve, pa vse do takrat, ko se naš vikend zaključi, ne uporabljamo osebnega avtomobila, ampak le javni prevoz. Odločili sva se tudi, da planirava zajtrk (hotel) in kosilo za vsak dan, izbiro večerje pa prepustiva obiskovalcu (zato le–ta ni vključena v program).

Zaradi lažje predstave sva določili datum vikenda 5. 7. 2024–7. 7. 2024 (petek–nedelja). Odločili sva se, da bomo vikend preživel v hotelu ONE 66, ki ima certifikat Slovenia Green in Zeleni ključ ter leži ob Celovški cesti in ima tako idealen dostop do javnega prevoza (na zemljevidu je označen z rdečim znakom).



Slika 9: Hotel ONE 66 ²⁷

²⁷ Hotel One: <https://www.booking.com/hotel/si/one66.sl.html> (16. 2. 2024)



Slika 10:Zemljevid Ljubljane z lokacijo hotela ONE ²⁸

5. 7. 2024 (petek): Prihod v hotel in sprehod čez Mali rožnik in Tivoli

15.00: Prihod v hotel ONE 66.

16.00: Sprehod čez Mali Rožnik in park Tivoli – navodila za pot (glej zemljevid):

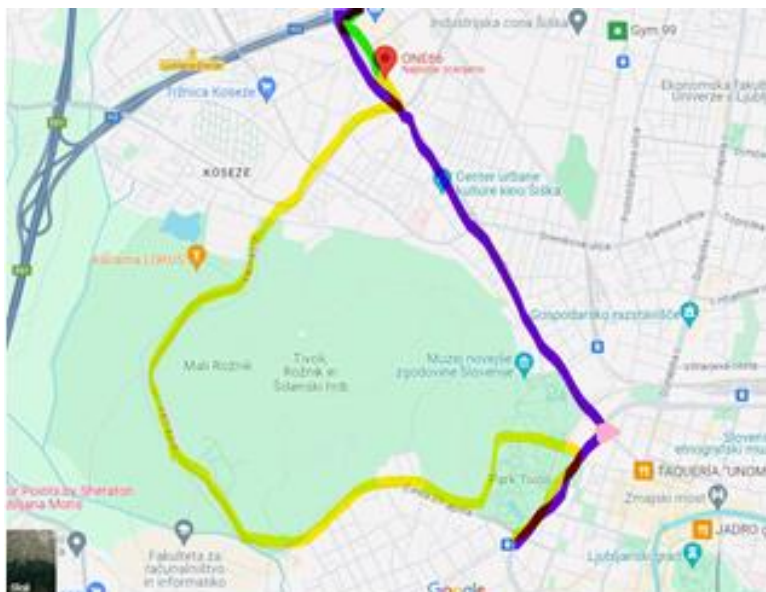
rumena črta: hoja (2 h), vijolična črta: avtobus LPP²⁹ številka 1, na križišču Celovške in Tivolske ceste (roza pika) prestop na avtobus številka 25 (20 min), zelena črta: hoja od avtobusne postaje Aleja do hotela (5min).

19.00: Predviden prihod v hotel.

²⁸ Zemljevid Ljubljane, lokacija hotela ONE:

https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1I9aNUPmgI4UEOxF11ybPN1_klpg&hl=en_US&ll=46.07537160000002%2C14.484567899999999&z=13 (16. 2. 2024)

²⁹ LPP – Ljubljanski potniški promet, vozni redi: <https://www.lpp.si/javni-prevoz/vozni-redi> (16. 2. 2024)



Slika 11: Sprehod čez Rožnik in Tivoli³⁰

6. 7. 2024 (sobota): Ogled centra Ljubljane in kosilo na Ljubljanskem gradu

8.00: Hotelski zajtrk.

9.30: Prihod na Slovenski turistični informativni center z LPP (Beethovnova ulica 7).

10.00: Turistični ogled: S kolesom na odkrivanje Ljubljane³¹ (Z vodnikom se boste s kolesom odpravili proti stari Ljubljani in po nabrežjih Ljubljanice do Špice, priljubljenega shajališča meščanov in obiskovalcev mesta. Preko mostu čez Gruberjev prekop se pripeljete do Botaničnega vrta, ki spada med najstarejše tovrstne vrtove v Evropi. Pot vas nato vodi v Krakovo, mali vrtičkarski biser sredi Ljubljane in proti parku Tivoli.).

12.00: Konec turističnega ogleda S kolesom na odkrivanje Ljubljane.

12.30: Sprehod do vzpenjače na ljubljanski grad/ pohod na ljubljanski grad.

13.30: Slovensko kulinarično doživetje med grajskimi zidovi³² (Gostilna na gradu – ena izmed 67 restavracij, ki so vključene v projekt Slovenia Green).

14.30: Ogled Lutkovnega muzeja in razglednega stolpa (na ljubljanskem gradu).

17.00: Prost sprehod po centru Ljubljane.

20.00: Odhod proti hotelu z LPP.

20.45: Predviden prihod v hotel.

³⁰ Prav tam.

³¹ S kolesom na odkrivanje Ljubljane: <https://www.visitljubljana.com/sl/obiskovalci/nacrtujte-svoj-obisk/ogledi-in-izleti/s-kolesom-na-odkrivanje-ljubljane-2/> (16. 2. 2024)

³² Gostilna na gradu: <https://www.tasteslovenia.si/sl/restavracije/gostilna-na-gradu/> (16. 2. 2024)

7. 7. 2024 (nedelja): Odhod iz hotela in ogled Krajinskega parka Ljubljansko barje

8.00: Hotelski zajtrk.

9.00: Odhod iz hotela.

10.00: Avtobus LPP (navodila za pot):

Začetek postaja Aleja – avtobus številka 1, prestop na postaji Konzorcij – avtobus številka 9, izstop na postaji BARJE P+R – izposoja koles BicikeLj (LPP), kolesarjenje do Mestnega parka Rakova Jelša.

10.40: Prihod do Mestnega parka Rakova Jelša.

11.00: Začetek ogleda: Pot med jelšami, s kolesom (Pot med jelšami ponuja pogled v življenje 6 izbranih ogroženih živalskih vrst. Spoznamo tudi vpliv človeka na spreminjanje Ljubljanskega barja in kako zahtevno je ohranjanje primernih življenjskih prostorov za ogrožene vrste. Pot je primerna za obisk peš ali s kolesom.)

14.00: Konec ogleda: Pot med jelšami.

14.30: Kosilo v Bio restavraciji Trnulja (Ponujajo 4 ekološke menije: mesni, ribji, vegetarijanski in veganski).

16.30: Samostojen ogled cerkve Sv. Mihaela na Barju.

17.30: Odhod proti domu (V kolikor ste v Ljubljano prišli z osebnim avtomobilom, se lahko vrnete proti hotelu ONE 66 ali pa se s Parka Rakova Jelša odpravite z njim).

Stroški za 2 osebi (stroški hrane, razen zajtrka niso všteti)

Preglednica 6: Stroški zelenega vikend oddiha v Ljubljani za 2 osebi.

Storitev:	Cena:
Hotel ONE 66 (2 nočitvi + 2 x zajtrk)	360 €
Turistični ogled: S kolesom na odkrivanje Ljubljane	60 €
Vstopnica za Ljubljanski grad in vzpenjača	32 €
Pot med jelšami	10 €
LPP– avtobus	10,4 €
LPP– BicikeLj	2 €
Skupaj	474,4 €

SEZNAM VIROV IN LITERATURE

SPLETNI VIRI:

- Bled. Zemljevid zelenih destinacij v letu 2021. Dostopno na URL naslovu:
<https://www.bled.si/sl/navdih/blog/2022062816002949/bled-je-zlata-destinacija-zelene-sheme-slovenskega-turizma-kako-ta-deluje/>
- Booking. Namestitve. Dostopno na URL naslovu:
<https://www.booking.com/index.sl.html>
- Booking. Znaki programa Travel Sustainable. Dostopno na URL naslovu :
<https://www.booking.com/searchresults.sl.html?landmark=255481>
- Bohinj ECO hotel. Dostop: <https://www.bohinj-eco-hotel.si/sl/hotel/>
- Delo. Zelene destinacije Slovenije. Dostopno na URL naslovu:
<https://www.delo.si/nedelo/slovenijo-ohranjamo-za-zanamce/>
- Eko kočja Nanos. Dostopno na URL naslovu: <https://www.ekokocjananos.si/>
- EU Ekolabel. Znak Eko marjetica. Dostopno na URL naslovu:
<https://ecolabel.si/>
- Eučbeniki. Geografija 9. Dostopno na URL naslovu:
<https://eucbeniki.sio.si/geo9/2630/index3.html>
- Eučbeniki: Geografija 9: Dostopno na URL naslovu:
<https://eucbeniki.sio.si/geo9/2630/index3.html>
- FRAN. Dostopno na URL naslovu:
[https://www.fran.si/iskanje?Query=gentrifikacija&View=2,](https://www.fran.si/iskanje?Query=gentrifikacija&View=2)
- Galerija okusov. Zeleni ključ. Dostopno na URL naslovu:
<https://www.galerijaokusov.si/domov/zeleni-kljuc>
- Good place – zeleni partner v turizmu. Slovenia green. Dostopno na URL naslovu: <https://www.goodplace.si/portfolio/slovenia-green/>
- Google maps. Zemljevid Ljubljane. Dostopno na URL naslovu:
https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1I9aNUPmgI4UEOxF11ybPN1_kIpg&hl=en_US&ll=46.07537160000002%2C14.484567899999999&z=13
- Gostilna na gradu. Dostopno na URL naslovu:
<https://www.tasteslovenia.si/sl/restavracije/gostilna-na-gradu/>
- Hotel One. Dostopno na URL naslovu:
<https://www.booking.com/hotel/si/one66.sl.html>

- Kamp Koren. Dostopno na URL naslovu: <https://www.kamp-koren.si/predstavitev/>
- Kmetija Gerbec. Dostopno na URL naslovu: <https://ekokmetijagerbec.com/>
- Lep planet. Okoljska marjetica. Dostop na URL naslovu: <https://www.lep-planet.si/2010/07/okoljska-marjetica-ecolabel-simbol-za-okolje/>
- LPP-Ljubljanski potniški promet. Vozni redi. Dostopno na URL naslovu: <https://www.lpp.si/javni-prevoz/vozn-redi>
- Občina Postojna. Zemljevid zelenih destinacij v letu 2017. Dostopno na URL naslovu: <http://arhiv.e-obcina.si/KulturniDom24102022/www.visit-postojna.si/si/moja-zelena-obcina/zelena-shema-slovenskega-turizma-postojna.html>
- Slovenija info. Zelena shema slovenskega turizma. Dostopno na URL naslovu: <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/zelena-shema-slovenskega-turizma>
- Slovenia info. Zelena shema slovenskega turizma. Dostopno na URL naslovu: <https://www.slovenia.info/sl/novinarsko-sredisce/novice/22462-zeleni-shemi-slovenskega-turizma-se-je-pridruzil-hostel-ormoz>
- Turistična zveza Slovenije. Podnebne spremembe in vplivi na razvoj turizma. Dostopno na URL naslovu: https://www.ds-rs.si/sites/default/files/dokumenti/zbornik_podnebne_spremembe_in_vplivi_na_razvoj_turizma.pdf
- Vlada Republike Slovenije. Trajnostni turizem. Dostopno na URL naslovu: <https://www.gov.si teme/trajnostni-turizem/>
- Visit Ljubljana. S kolesom na odkrivanje Ljubljane. Dostopno na URL naslovu: <https://www.visitljubljana.com/sl/obiskovalci/nacrtujte-svoj-obisk/ogledi-in-izleti/s-kolesom-na-odkrivanje-ljubljane-2/>
- Vpliv na okolje. Dostopno na URL naslovu: <file:///C:/Users/uporabnik/Downloads/Vpliv-na-okolje-pri-razli%C4%8Dnih-na%C4%8Dnih-potovanja.pdf>
- Zeleni ključ. Dostopno na URL naslovu: <https://www.zelenikljuc.si/>

LITERATURA:

- Gojčič, Slavk: Trendi v velneškem in ekološkem turizmu, Celje: Fakulteta za komercialne in poslovne vede, 2012

PRILOGE

PRILOGA 1: ANKETNI VPRAŠALNIK

Pozdravljeni! Sva Lara in Sara, učenki 9. razreda Osnovne šole Martina Krpana. V letošnjem šolskem letu sva se odločili napisati raziskovalno nalogo o priljubljenosti zelenega turizma pri nas. V ta namen vas prosiva, da si vzamete nekaj minut in izpolnite spodnjo anketo. Za vaš čas in odgovore se vam že vnaprej lepo zahvaljujema.

V1: Ali veste, kaj je zeleni turizem?

- ☐ Da
☐ Ne

V2: V kolikor je bil odgovor na prvo vprašanje pritrdilen, s svojimi besedami opišite, kaj je zeleni turizem.

V3: Označite DA, če menite, da trditev za zeleni turizem drži, in NE, če menite obratno.

	DA	NE
Zeleni turizem si prizadeva vključiti lokalne skupnosti v turistično ponudbo.	☐	☐
Zeleni turizem spodbuja ohranjanje naravnega in kulturnega okolja.	☐	☐
Zeleni turizem ne vključuje ohranjanja kulturne dediščine.	☐	☐
Glavni cilj zelenega turizma je zaslužek.	☐	☐

V4: Kje največkrat dopustujete?

- ☐ V Sloveniji
- ☐ V drugih evropskih državah
- ☐ Na drugih celinah

V5: Ali se odločate za zeleni turizem?

- ☐ Da, vedno dopustujem na ta način
- ☐ Da, občasno
- ☐ Da, enkrat sem dopustoval na ta način
- ☐ Ne
- ☐ Drugo:

V6: Zakaj se ne odločate za zeleni turizem (možnih je več odgovorov)?

- ☐ Odločam se za zeleni turizem
- ☐ Je predrago
- ☐ Menim, da ne zagotavlja enake mere udobja
- ☐ Nisem navajen
- ☐ Premalo ponudbe
- ☐ Drugo:

V7: Ali menite, da zeleni turizem nudi enako mero udobja kot običajno?

- ☐ Da, celo več
- ☐ Da, približno enako
- ☐ Ne
- ☐ Drugo:

V8: Ali menite, da je zeleni turizem dražji kot običajni?

- ☐ Da
- ☐ Ne
- ☐ Drugo:

V9: Kako pogosto letite?

- ☐ Nikoli
- ☐ Enkrat v nekaj letih let
- ☐ Enkrat na leto
- ☐ Večkrat na leto
- ☐ Drugo:

V10: Kaj vse vpliva na izbiro vaše turistične namestitve?

- ☐ Cena
- ☐ Lokacija
- ☐ Prometna dostopnost
- ☐ Izkušnje preteklih gostov
- ☐ Priporočila prijateljev in sorodnikov
- ☐ Trajnostne prakse in okoljska ozaveščenost
- ☐ Prisotnost okolju prijaznih praks
- ☐ Ponudba aktivnosti in doživetij
- ☐ Certifikat zelenega turizma

PRILOGA 2: DOGOVOR Z INTERVJUVANCEM

DOGOVOR MED ŠOLO IN INTERVJUVANCEM

Intervjuvanka MARJANA GRČMAN (ime in priimek) izjavljam, da je moje sodelovanje v intervjuju prostovoljno.

Hkrati dovolim, da Sara Ranfl in Lara Oštir, spraševalki, intervju za potrebe raziskovalne naloge (tema je zeleni turizem) zvočno posnameta.

Šola (v njenem imenu Nevenka Šega, mentorica) in avtorici se zavežejo, da bo po zapisu intervjuja zvočni posnetek izbrisan.

Prepis intervjuja in njegovo analizo boste lahko pregledati in ju uredili.

Predstavnica šole: Nevenka Šega

Podpis: N. Šega

Datum: 6. 2. 2024

Spraševalki: Lara Oštir, Sara Ranfl

Podpis: Lara Oštir Sara Ranfl

Datum: 6. 2. 2024

Intervjuvanka: MARJANA GRČMAN

Podpis: Grčman

Datum: 6. 2. 2024