

ZELENA SHEMA SLOVENSKEGA TURIZMA

REZULTATI ANKETIRANJA PREBIVALCEV, TURISTIČNEGA GOSPODARSTVA IN OBISKOVALCEV DESTINACIJE KRAS IN BRKINI V LETU 2023

Glavni namen raziskave: ocena zadovoljstva s turistično ponudbo, prepoznavanje trajnostne naravnosti destinacije in turističnega gospodarstva, pridobivanje predlogov za izboljšanje in nadaljnji razvoj turizma v destinaciji Kras in Brkini.

Čas izvedbe raziskave: julij–november 2023.

Velikost in odzivnost populacije:

1. Prebivalci

148 izpolnjenih vprašalnikov. Anketiranci so bili ženskega (69 %) in moškega spola (31 %). Največ je bilo starih med 45 in 64 let (45 %), sledijo stari med 25 in 44 let (39 %), najmanj pa je bilo starih 65 let ali več (11%) in do 24 let (5 %). Večina anketiranih (75 %) je imela status zaposlene osebe, 16 % je bilo upokoencev, 4 % dijakov oz. študentov, ostalo pa so bile osebe z drugimi statusi.

2. Obiskovalci

330 vprašalnikov, izpolnjenih ob obisku Turistično-informacijskih centrov Sežana, Lokev in Štanjel, Parka Škocjanske jame, Kobilarne Lipica, Štanjela in Mitskega parka.

3. Turistično gospodarstvo

Osebnostno je bilo anketiranih 9 ponudnikov turističnega gospodarstva.

PREBIVALCI

Prebivalci so na trditve odgovarjali z izbiro: 1 - se sploh ne strinjam, 2 - ne strinjam se, 3 - niti se strinjam, niti se ne strinjam, 4 - strinjam se, 5 - zelo se strinjam.

Rezultati	Povprečna ocena
37 % prebivalcev je zadovoljnih z razvojem turizma v destinaciji.	3,0
35 % prebivalcev je zadovoljnih z delom organizacije, ki skrbi za razvoj turizma v destinaciji, 28 % je neopredeljenih in 38 % nezadovoljnih.	2,9
38 % prebivalcev je o razvoju turizma v destinaciji dobro obveščenih.	3,1
31 % prebivalcev je zadovoljnih z možnostmi vključitve v načrtovanje razvoja turizma, 22 % je neopredeljenih, 47 % pa nezadovoljnih.	2,8
68 % prebivalcev meni, da ima turizem več pozitivnih kot negativnih učinkov.	3,1
12 % prebivalcev meni, da je v visoki sezoni število obiskovalcev previsoko in moteče, 88 % pa jih je nasprotnega mnenja.	2,1

37 % prebivalcev meni, da imajo zaradi turizma večjo izbiro storitev.	2,2
70 % prebivalcev meni, da jim turizem omogoča boljše možnosti za preživljanje prostega časa.	3,3
93 % prebivalcev meni, da turizem v destinaciji NE povzroča slabših zdravstvenih razmer, 7 % jih meni obratno.	1,8
70 % vprašanih meni, da se zaradi turizma njihovi življenjski stroški NISO povišali.	2,0
31 % prebivalcev meni, da so se zaradi turizma povišale cene nepremičnin.	2,8
59 % prebivalcev meni, da turizem NE povzroča prekomernega onesnaževanja, 27 % je neopredeljenih, 14 % jih meni obratno.	2,3
35 % prebivalcev meni, da turizem povečuje prometne težave v destinaciji, 47 % pa jih meni obratno.	2,9
6 % prebivalcev se zaradi turizma v destinaciji počuti manj varno, nasprotnega mnenja je 78 % vprašanih.	1,8
72 % prebivalcev meni, da turizem skrbi za ohranitev narave.	3,1
66 % prebivalcev meni, da turizem skrbi za ohranitev kulture.	3,1
72 % prebivalcev meni, da ima lokalna skupnost od turizma in turistov koristi.	3,3
70 % vprašanih opaža, da destinacija razvija zeleni turizem.	3,2

Anketiranci so bili ženskega (69 %) in moškega spola (31 %). Največ je bilo starih med 45 in 64 let (45 %), sledijo stari med 25 in 44 let (39 %), najmanj pa je bilo starih 65 let ali več (11%) in do 24 let (5 %). Večina anketiranih (75 %) je imela status zaposlene osebe, 16 % je bilo upokojencev, 4 % dijakov oz. študentov, ostalo pa so bile osebe z drugimi statusi. Manj kot tretjini vprašanih oz. njihovih družinskih članov turistična dejavnost predstavlja neposredni vir dohodkov – 28 %.

INTERPRETACIJA REZULTATOV: zeleno označeni odgovori potrjujejo naklonjenost prebivalcev destinacije Kras in Brkini turizmu in trajnostnemu razvoju, s tem pa tudi izvajanje aktivnosti Zelene sheme slovenskega turizma.

Prvi ukrepi ORE Krasa in Brkinov, ki skrbi za razvoj turizma destinacije Kras in Brkini, bodo usmerjeni v rdeče označene odgovore, ki narekujejo večje vključevanje prebivalcev v načrtovanje razvoja turizma in boljše obveščanje lokalne skupnosti o dogajanju na področju turizma in delu pristojne organizacije.

OBISKOVALCI

Anketiranje smo opravili med domačimi (26 %) in tujimi obiskovalci (75 %); skupaj je bilo rešenih 330 vprašalnikov. Med tujci je bilo največ Italijanov (20 %), Francozov (9 %), Nemcev (7 %), Madžarcev (5 %) in Špancev (5 %)

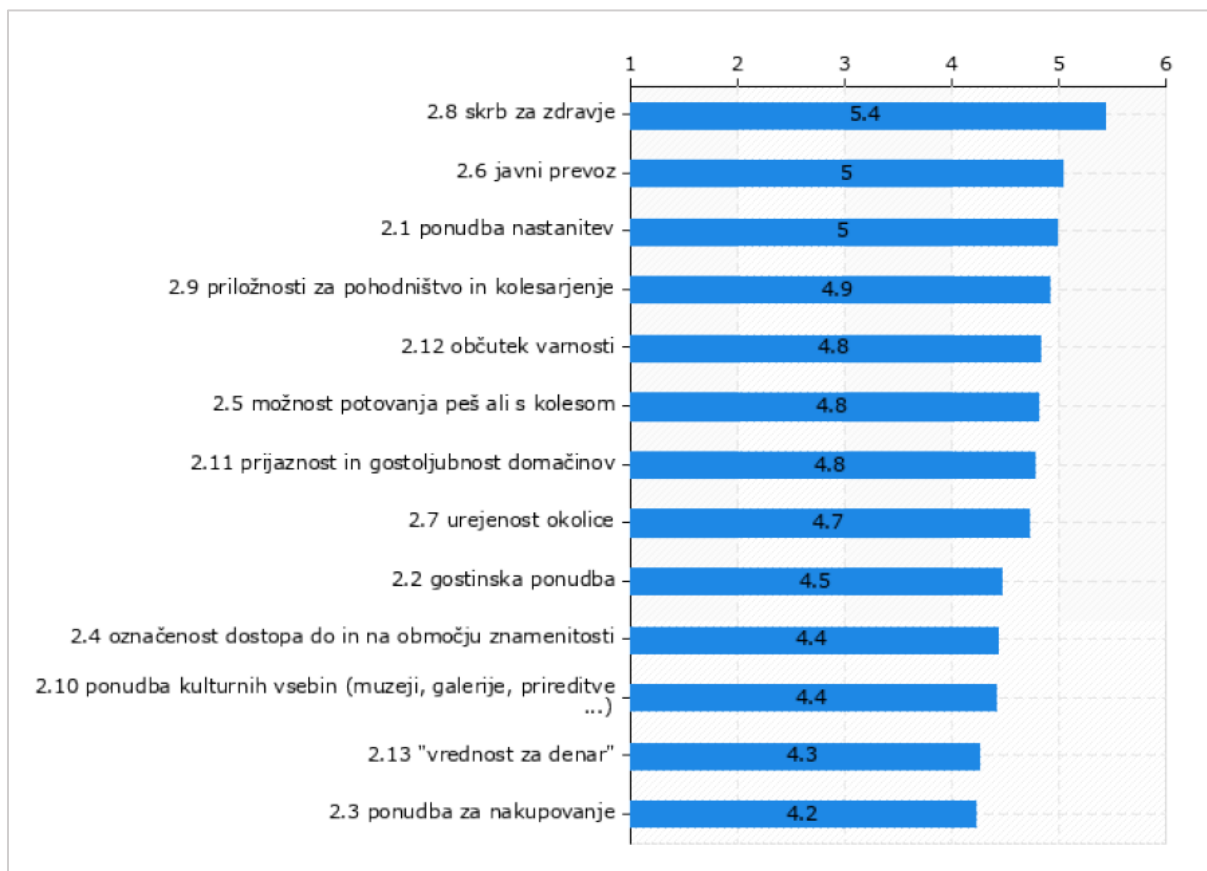
Turisti destinacijo Kras in Brkini najpogosteje obiščejo v paru (42 %) ali z družino (35 %), redkeje s prijatelji (11 %) ali sami (5 %). Večinoma na destinaciji ne prespijo oz. prespijo enkrat (65 %), dvakrat (17 %) ali trikrat (7 %). Petkrat ali več jih prespi 6 % vprašanih.

Za prevoz med bivanjem v destinaciji obiskovalci večinoma uporabljajo avtomobil (71 %), med ostalimi oblikami premikanja po destinaciji prevladuje hoja (15 %) in avtobus (7 %).

Glavni namen obiska predstavlja v veliki meri obisk znamenitosti (48 %), sledi obisk z namenom počitka (29 %) in rekreacije (14 %). Manj je zanimanja za zabavo in kulinariko (4 %) in obisk sorodnikov in prijateljev (3 %). 2 % vprašanih je destinacijo obiskala z namenom poslovnega obiska ali izobraževanja.

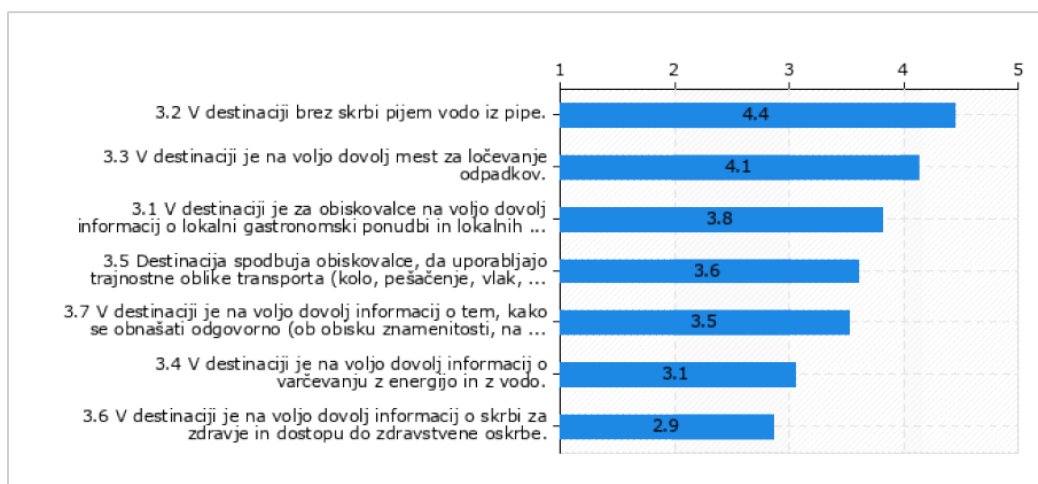


Obiskovalci so stopnjo svojega zadovoljstva s ponudbo in značilnostmi destinacije Kras in Brkini izrazili z ocenami: 1 - se sploh ne strinjam, 2 - ne strinjam se, 3 - niti se strinjam, niti se ne strinjam, 4 - strinjam se, 5 - zelo se strinjam.



V vseh podanih kategorijah so bili obiskovalci v povprečju zadovoljni ali zelo zadovoljni. Najmanj so bili obiskovalci zadovoljni s ponudbo za nakupovanje (povprečno ocenjena z 4,2).

Obiskovalci so srednje seznanjeni z vidiki trajnosti, kot so naravni, okoljski, kulturni, družbeni in varnostni. Obiskovalci so zelo dobro informirani (povprečna ocena 4,1–4.4) o pitni vodi iz pipe in ločevanju odpadkov. Več informacij pa si bi želeli o varčevanju z energijo in z vodo ter o skrbi za zdravje in dostopu do zdravstvene oskrbe (povprečna ocena 2,9–3,1).



Med **PREDLOGI** za izboljšanje zelene turistične ponudbe v destinaciji obiskovalci navajajo: vzpostavitev boljših povezav javnega prevoza s turističnimi znamenitostmi, več parkirnih mest za avtodome, boljšo infrastrukturo za odpadke (koši za smeti), večjo možnost izbire za vegetarijance in vegane, označbe v tujih jezikih itd.

28 % obiskovalcev pozna znamko za trajnost v turizmu Slovenia Green, medtem ko ostalih 72 % pred reševanjem ankete znamke ni poznalo.

Anketiranci so bili ženskega (53 %) in moškega spola (47 %). Največ je bilo starih med 25 in 44 let (41 %), sledijo stari med 45 in 64 let (35 %), najmanj pa je bilo starih 65 let ali več (10 %) in do 24 let (14 %). Večina anketiranih (66 %) je imela status zaposlene osebe, 16 % je bilo upokoјencev, 14 % dijakov oz. študentov, ostalo pa so bile osebe z drugimi statusi.

INTERPRETACIJA REZULTATOV:

Glavni namen obiska destinacije Kras in Brkini so znamenitosti. Obiskovalci so bili ob obisku v povprečju zadovoljni ali zelo zadovoljni, kar govori v prid kvaliteti turističnih produktov. Za nadaljnji razvoj je izjemnega pomena naklonjenost prebivalstva trajnostnemu turizmu.

Destinacija deluje na področju obveščanja o trajnosti v pravi smeri. V prihodnje bo potrebno večjih poudarek dati na trajnostni mobilnosti (kolesa, javni prevoz).

Lokalna turistična organizacija bo v prihodnje še več aktivnosti usmerjala v razvoj ponudbe enogastronomije, spodbujanje obiskovalcev in domačinov k zmanjševanju CO₂/uporabo e vozil, kolesarjenje, pohodništvo. Razvoj in promocija novih zelenih in visokokakovostnih 5-zvezdičnih produktov, ki bodo goste zadržali v destinaciji dlje časa in jih bodo hkrati spodbudili k večji potrošnji.

TURISTIČNO GOSPODARSTVO

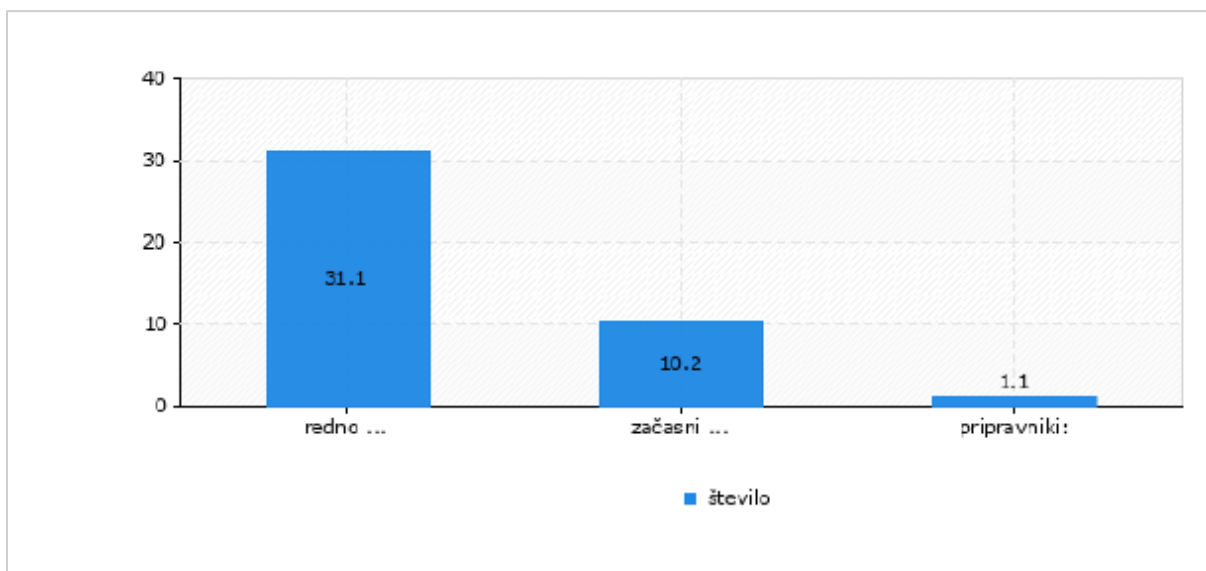
Med pravilno izpolnjenimi anketami je bilo 33 % nastanitev, 11 % gostincev, 11 % ponudnikov rekreacije na prostem, 44 % anketiranega turističnega gospodarstva pa opravlja drugo dejavnost. Med njimi so bili vinarji, ponudniki naravnih znamenitosti, ponudniki igralništva, in ponudniki, ki imajo tako nastanitev kot gostinsko dejavnost.

REZULTATI

Anketirano turistično gospodarstvo svojo dejavnost opravlja različno dolgo: od 1 do 9 let (22 %), od 10 do 49 let (44 %), od 50 do 100 let (22 %) in več kot 100 let (11 %).

Vsi anketirani imajo med letom redno zaposlenega vsaj 1 delavca (za določen ali nedoločen čas, za polni ali krajši delovni čas), 88,9 % anketiranih pa ima zaposlena vsaj 2 začasna delavca (študenti, upokoјenci, sezonski delavci ...), vsaj 1 pripravnika pa zaposluje 44,4 % anketiranih.





Anketirano turistično gospodarstvo ima v povprečju 31,1 redno zaposlenih delavcev, 10,2 začasnih delavcev in 1,1 pripravnika.

V nadaljevanju so prikazani rezultati o delovanju turističnega gospodarstva na področju trajnosti, kjer številka 4 pomeni = da, v polni meri, 3 = da, a lahko še napredujemo, 2 = ne, vendar razmišljamo o tem, 1 = ne, o tem ne razmišljamo.

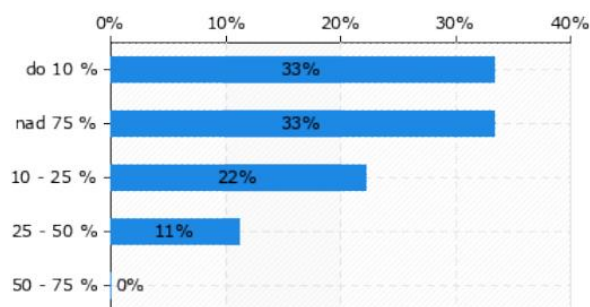
Energija

V našem podjetju ...	Povprečna ocena
2.1 redno spremljamo porabo energije iz različnih virov (elektrika, plin, daljinsko ogrevanje ...)	3,89
2.2 izvajamo ukrepe za zmanjšanje porabe energije (zatesnitev oken in vrat, senzorji za prižiganje/ugašanje luči, LED razsvetljava, avtomatsko ugašanje klime ob odprtih oknih in vratih, uporaba termostatskih ventilov na radiatorjih ...).	3,78
2.3 uporabljamo obnovljive vire energije (solarne plošče, biomasa, vetrne turbine ...).	2,78

Večji del anketiranih (88,9 %) je odgovorilo, da porabo energije spremljajo v polni meri. Uspešni so tudi pri izvajanju ukrepov za zmanjševanje porabe energije. Večina anketiranih je kot varčevalni ukrep navedlo: uporabo varčne razsvetljave (led žarnice in svetila na senzor) in aparatov, uporaba toplotne črpalke in sončne elektrarne. **37,5 % anketiranih goste k spodbujanju trajnostnemu ravnanju s trajnostnimi - zelenimi iskricami za goste.**

Slabša pa je povprečna ocena pri uporabi obnovljivih virov energije. 44,4 % anketiranih ponudnikov ima lastno sončno elektrarno.

Odstotek energije pridobivane iz obnovljivih virov energije:



33 % anketiranih pridobiva nad 75 % energije iz obnovljivih virov. 66 % anketiranih pridobiva do 50 % energije iz obnovljivih virov, **33 % anketiranih pa manj kot 10 %**.

67 % anketiranih ponudnikov je pripravljenih deliti podatke o porabi energije z lokalno turistično organizacijo.

Voda

V našem podjetju ...	Povprečna ocena
2.4 redno spremljamo porabo vode.	4,0
2.5 izvajamo ukrepe za zmanjšanje porabe vode (straniščne školjke z dvojnimi sistemom splakovanja ali senzorjem za izplakovanje, pipe in ročka za prhanje z nizkim pretokom vode, kapljično namakanje vrtov ...).	3,78
2.6 recikliramo odpadno vodo (za zalivanje vrta, umivanje tal, izplakovanje toalet ...) ali uporabljamo deževnico.	3,33
2.18 goste spodbujamo k pitju vode iz pipe.	3,56

77,8 % turističnega gospodarstva v polni meri izvaja ukrepe za zmanjševanje porabe vode. Slabša pa je **povprečna ocena (3,33) pri recikliranju odpadne vode**. Anketirani so učinkoviti tudi pri spodbujanju gostov k pitju vode iz pipe.

75,0 % anketiranih je kot ukrep za zmanjševanje rabe vode navedlo: **regulacijo pretoka vode v pipah, uporabo deževnice za zalivanje, sanitarno vodo**. 50,0 % anketiranih obiskovalce spodbuja s trajnostnimi iskricami.

56 % anketiranih ponudnikov je pripravljenih deliti podatke o porabi vode z lokalno turistično organizacijo.

Odpadki

V našem podjetju ...	Povprečna ocena
2.7 redno spremljamo količino proizvedenih odpadkov.	3,56
2.8 ločujemo odpadke v skladu z navodili občine oziroma komunalnega podjetja.	4,0
2.9 izvajamo ukrepe za zmanjšanje plastičnih odpadkov.	4,0
2.10 izvajamo ukrepe za zmanjšanje količine odpadne hrane.	3,67
2.11 uporabljamo okolju prijazne izdelke (ekološka čistila, izdelki za ponovno uporabo, izdelki iz nebeljenega blaga ...).	3,56
2.12 goste spodbujamo k varčevanju z energijo in vodo ter zmanjšanju količine in ločevanju odpadkov (z informiranjem in ozaveščanjem).	3,67

Turistični ponudniki so pri izvajanju ukrepov in informiranju na področju odpadkov zelo uspešni, **predvsem izstopa povprečna ocena pri ločevanju odpadkov (89 % v celoti izvaja) in ozaveščanju gostov k varčevanju z energijo, vodo in ter zmanjšanju količine in ločevanju odpadkov (89 % v celoti izvaja)**.

Vsi anketiranci so kot ukrep za zmanjševanje količine plastičnih odpadkov navedli uporabo steklene in druge večkrat uporabljive embalaže.

Vsi anketiranci so kot ukrep za zmanjševanje količine odpadne hrane navedli primerno odmerjeno količino prehrane pri obrokih in primerno načrtovanje, naročanje zaloge hrane. Pri pripravi hrane skušajo uporabiti surovine v celoti oz. ostanke kompostirajo.



Transport

V našem podjetju ...	Povprečna ocena
2.13 goste spodbujamo k uporabi trajnostnih oblik transporta za prihod v destinacijo in gibanje po njej (prihod z vlakom ali avtobusom, kolesarjenje, pešačenje ...).	3,5

Na področju spodbujanja trajnostnih oblik transporta je 50 % anketiranih, ki dejavnost v polni meri izvajajo, 50 % pa take oblike izvajajo, vendar se zaveda, da lahko na tem področju še napreduje.

Poslovanje - splošno

V našem podjetju ...	Povprečna ocena
2.14 imamo oblikovano strategijo, akcijski načrt ali politiko za uvajanje trajnostnih praks.	3,63
2.15 redno spremljamo, objavljamo in komuniciramo dosežke na področju trajnostnih praks.	3,63
2.16 imamo jasno oblikovan pravilnik napredovanja, plačne politike in disciplinskih postopkov za zaposlene.	3,0
2.17 zaposlene redno izobražujemo.	3,56
2.19 smo seznanjeni z možnostjo prejemanja spodbud za pridobljen ekološki oz. trajnostni certifikat (povračilo stroškov s strani MGRT, vstop v Zeleno shemo slovenskega turizma ...).	3,44
2.20 aktivno sodelujemo z lokalno turistično organizacijo (informiranje, vključevanje v aktivnosti, izobraževanja, članstvo v odborih ...).	3,78

Večina ponudnikov (87,5 %) ima oblikovano strategijo, akcijski načrt ali politiko za uvajanje trajnostnih praks. Ravno tako večina skrbi za redno komuniciranje dosežkov na področju trajnosti (87,5 %).

Ponudniki svoje zaposlene redno izobražujejo (povprečna ocena 3,56) in aktivno sodelujejo z lokalno turistično organizacijo (100 %). Delodajalci svoje zaposlene najpogosteje vključujejo v destinacijska srečanja s trajnostnim posvetom, izobraževanja glede varnosti in zdravja pri delu ter ogled dobre prakse in študijske ture doma in v tujini. Večina ponudnikov sodeluje pri destinacijskih akcijah in promociji, nekateri pa tudi na prireditvah in sejnih.

V našem podjetju ...	Povprečna ocena
2.21 izvajamo ukrepe za spodbujanje lokalne biotske raznovrstnosti ter varstvo in ohranjanje krajine.	3,50

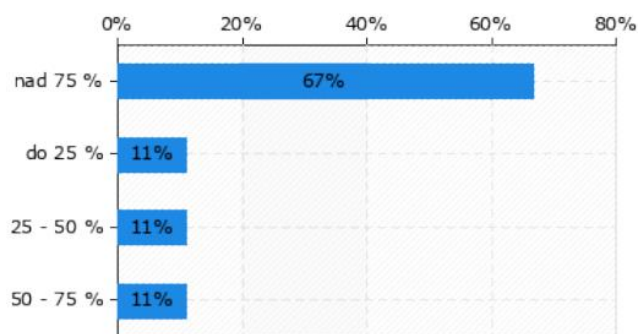
66,7 % ponudnikov je kot ukrep varstva in ohranjanja krajine izpostavilo ozaveščanje gostov o biotski raznovrstnosti Krasa (sodelovanje v Festivalu kraška gmajna, Natura 2000, izvajanje delavnic za ohranjanje narave). 57,1 % anketiranih promovira kraško gmajno in njeno biotsko raznovrstnost z uporabo lokalnih sestavin v svoji ponudbi.

V našem podjetju ...	Povprečna ocena
2.22 podpiramo lokalno skupnost oziroma lokalne znamenitosti (z donacijami, sponzorstvom, prostovoljnimi deli ...).	3,78
2.23 dajemo v čim večji meri prednost lokalnim pridelovalcem in proizvajalcem.	3,89
2.24 se zavedamo potencialnih posledic podnebnih sprememb za turizem v naši destinaciji.	3,89



Lokalno skupnost ponudniki podpirajo s promocijo lokalnih ponudnikov in sodelovanju z njimi – tako pri splošnem delovanju kot npr. pri dogodkih (77,8 %). 89 % vseh anketiranih daje v čim večji meri prednost lokalnim pridelovalcem in proizvajalcem ter se zaveda potencialnih posledic podnebnih sprememb za turizem. Anketiranci so kot posledico podnebnih sprememb za turizem navedli ekstremne vremenske pojave in posledično zmanjšanje količine lokalnih pridelkov in gostov. 55 % anketiranih kupi več kot 50 % blaga, hrane in pijače pri lokalnih proizvajalcih, 22 % pa pri lokalnih proizvajalcih kupi manj kot 25 % blaga.

Odstotek storitev, ki jih za ponudnika opravljajo lokalni ponudniki:



Več kot dve tretjini vprašanih (78 %) za opravljanje storitev v svojem poslovanju koristi lokalne ponudnike.

INTERPRETACIJA REZULTATOV

Turistično gospodarstvo v destinaciji razume izzive trajnostnega, energetskega učinkovitega, okolju prijaznega, zelenega poslovanja, a še ne izvaja ukrepov v zadovoljivem obsegu. Zato je potrebno, da se s pomočjo lokalnih skupnosti na tem področju ustvari spodbudno okolje, ki bo spodbujalo trajnostno poslovanje (predpisi, razpisi, finančne spodbude).

Lokalna turistična organizacija bo v prihodnje še več aktivnosti usmerjala v ozaveščanje ter promoviranje trajnostnega poslovanja turističnega gospodarstva preko spodbujanja oblikovanja zelenih produktov, izvajanja trajnostnih ukrepov na področju varovanja okolja, energetskega učinkovitega poslovanja, spodbujanja k investicijam na področju trajnostnega poslovanja, uporabi obnovljivih virov, poudarjanju pomena uporabe lokalnih pridelkov in proizvodov, spodbujanju vključevanju v projekte za izgradnjo nizkoogljične družbe, iskanje virov financiranja za trajnostne investicije, urejanje invalidom prijazna okolja ...

Cilj lokalne turistične organizacije je izboljšanje vseh rdeče označenih kazalnikov ob naslednjem merjenju oz. anketah v naslednjem meritvenem obdobju.

Sežana, 11. december 2023

Zelena koordinatorka

Katja Kralj

Strokovna vodja destinacije Kras in Brkini

