

Zavod za podjetništvo, turizem in mladino Brežice

ANALIZA ANKET ZA TURISTIČNO GOSPODARSTVO V DESTINACIJI BREŽICE



ZPTM Brežice, februar 2025

KAZALO

1 Contents

2	UVOD	1
3	VSEBINA – JEDRO	2
3.1	Prevladujoča dejavnost podjetja.....	2
3.2	Opravljanje prevladujoče dejavnost podjetij v letih	3
3.3	Število zaposlovanj preko leta	3
3.4	Ocenitev, v kolikšni meri veljajo trditve za podjetje	3
3.5	Ukrepi, ki so bili uvedeni za zmanjšanje rabe energije	21
3.6	Ukrepi, uvedeni za zmanjšanje porabe vode	21
3.7	Ukrepi, uvedeni za zmanjšanje količine plastičnih odpadkov.....	21
3.8	Ukrepi, uvedeni za zmanjšanje količine odpadne hrane.....	22
3.9	Objavljanje dosežkov na področju uvajanja trajnostnih praks	22
3.10	Vključevanje zaposlenih v izobraževalne tečaje	22
3.11	Sodelovanje pri aktivnostih lokalne turistične organizacije.....	23
3.12	Ukrepi za spodbujanje lokalne biotske raznovrstnosti ter varstvo in ohranjanje krajine 23	
3.13	Podpiranje lokalne skupnosti oziroma lokalnih znamenitosti	23
3.14	Potencialne posledice podnebnih sprememb za turizem v destinaciji.....	23
3.15	Pridobljeni odstotki energije iz obnovljivih virov energije.....	24
3.16	Kupljeni odstotki blaga, hrane in pijač pri lokalnih proizvajalcih.....	24
3.17	Odstotek storitev, ki jih opravljajo lokalni ponudniki	25
3.18	Pripravljenost delitve podatkov o porabi energije in naknadno kontaktiranje	26
3.19	Pripravljenost delitve podatkov o porabi vode in naknadno kontaktiranje	26
4	ZAKLJUČEK	27
5	LITERATURA IN VIRI	28

KAZALO SLIK

Graf 1: Prevladujoča dejavnost podjetja.	2
Graf 2: Redno spremljamo porabo energije iz različnih virov.	4
Graf 3: Izvajamo ukrepe za zmanjšanje porabe energije.	5
Graf 4: Uporabljamo obnovljive vire energije.	5
Graf 5: Redno spremljamo porabo vode.	6
Graf 6: Izvajamo ukrepe za zmanjšanje porabe vode.	7
Graf 7: Recikliramo odpadno vodo.	7
Graf 8: Redno spremljamo količino proizvedenih odpadkov.	8
Graf 9: Ločujemo odpadke v skladu z navodili občine oziroma komunalnega podjetja. .	9
Graf 10: Izvajamo ukrepe za zmanjšanje plastičnih odpadkov.	9
Graf 11: Izvajamo ukrepe za zmanjšanje količine odpadne hrane.	10
Graf 12: Uporabljamo okolju prijazne izdelke.	11
Graf 13: Goste spodbujamo k varčevanju z energijo in vodo ter zmanjšanju količine in ločevanju odpadkov.	11
Graf 14: Goste spodbujamo k uporabi trajnostnih oblik transporta za prihod v destinacijo in gibanje po njej.	12
Graf 15: Imamo oblikovano strategijo, akcijski načrt ali politiko za uvajanje trajnostnih praks.	13
Graf 16: Redno spremljamo, objavljamo in komuniciramo dosežke na področju trajnostnih praks.	14
Graf 17: Imamo jasno oblikovan pravilnik napredovanja, plačne politike in disciplinskih postopkov za zaposlene.	15
Graf 18: Zaposlene redno izobražujemo.	15
Graf 19: Goste spodbujamo k pitju vode iz pipe.	16
Graf 20: Smo seznanjeni z možnostjo prejemanja spodbud za pridobljen ekološki oz. trajnostni certifikat.	17
Graf 21: Aktivno sodelujemo z lokalno turistično organizacijo.	17

Graf 22: Izvajamo ukrepe za spodbujanje lokalne biotske raznovrstnosti ter varstvo in ohranjanje krajine.	18
Graf 23: Podpiramo lokalno skupnost oziroma lokalne znamenitosti.	19
Graf 24: Dajemo v čim večji meri prednost lokalnim pridelovalcem in proizvajalcem.	20
Graf 25: Se zavedamo potencialnih podnebnih sprememb za turizem v naši destinaciji.	20
Graf 26: Kolikšen odstotek energije pridobivate iz obnovljivih virov energije?	24
Graf 27: Kolikšen odstotek blaga, hrane in pijač kupite pri lokalnih proizvajalcih?	25
Graf 28: Kolikšen odstotek storitev za vas opravljajo lokalni ponudniki?	26

2 UVOD

Trajnostna naravnost slovenskega turizma se uveljavlja in širi skozi destinacije s pomočjo Zelene sheme slovenskega turizma. To je nacionalni program in certifikacijska shema, ki pod krovno znamko Slovenia Green združuje vsa prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji. Destinacijam in ponudnikom nudi orodja za izboljšanje njihovega trajnostnega delovanja ter skozi znamko Slovenia Green trajnostno delovanje tudi promovira (Slovenska turistična organizacija, b. d.a).

Destinacije morajo za pridobitev znaka Slovenia Green destination izpolnjevati kriterije Green destination standard. Na podlagi izpolnjenih kriterijev, destinacija prejeme bronasti, srebrni, zlati ali platinasti znak. Ponudniki morajo najprej pridobiti enega izmed mednarodno prepoznanih okoljskih znakov in s strani sheme verificiranih trajnostnih znakov (Slovenska turistična organizacija, b. d.a).

Destinacija Brežice je leta 2018 podpisala zeleno politiko Slovenskega turizma in se s tem vključila v Zeleno shemo. Pri tem je destinacija po ocenjevanju pridobila naziv in znak Slovenia Green silver, kar je predstavljalo pomemben dosežek pri prepoznavanju trajnostnih prizadevanj in zelene destinacije (Visit Brežice, b. d.a). Ponovno ocenjevanje poteka na 3 leta in leta 2022 so Brežice pridobile najvišje priznanje Zelene sheme slovenskega turizma za destinacije, in sicer znak: - Slovenia Green Platinum (Slovenska turistična organizacija, b. d.b.)

V sklopu trajnostne destinacije pa k temu spodbujajo tudi ponudnike in imajo mnoge nastanitve in restavracije z znakom Slovenia Green in Green Key. Med nastanitvami, ki nosijo znak Slovenia Green Accommodation so: Villa Les, Hotel Terme v Termah Čatež, MC Hostel Brežice ter Gostilna Pension Les, ki poleg Slovenia Green Accommodation nosi tudi znak Slovenia Green Cuisine ter Gostilna ob sotočju in prenočišča Budič, ki ima okoljski znak Green Key. Med restavracijami, ki ponujajo okolju prijazno kuhinjo, mnoge nosijo znaka Slovenia Green Cuisine in Green Key, to so Stara gostilna Krulc, gostilna Erban, Restavracija Amor, Restavracija Štefanič, in Gostilna Cetin. Turistična kmetija Vimpolšek ima znak Green Key, medtem ko Ošterija Debeluh poleg teh dveh znakov ponosno nosi tudi Michelinovo priznanje (Visit Brežice, b. d.b.). Destinacija Brežice ima pod svojim okriljem tudi del Kozjanskega parka, ki ima znak Slovenia Green Park, ter naravni park Jovsi, ki je del Nature 2000 (Visit Brežice, b. d.c).

Zavod za podjetništvo, turizem in mladino Brežice je opravil anketiranje lokalnih ponudnikov, preko e-pošte na temo turističnega gospodarstva, za pridobitev ključnih informacij zavedanja o trajnosti in morebitnih uvedbah ukrepov za nadaljnji trajnostni razvoj dejavnosti ponudnikov.

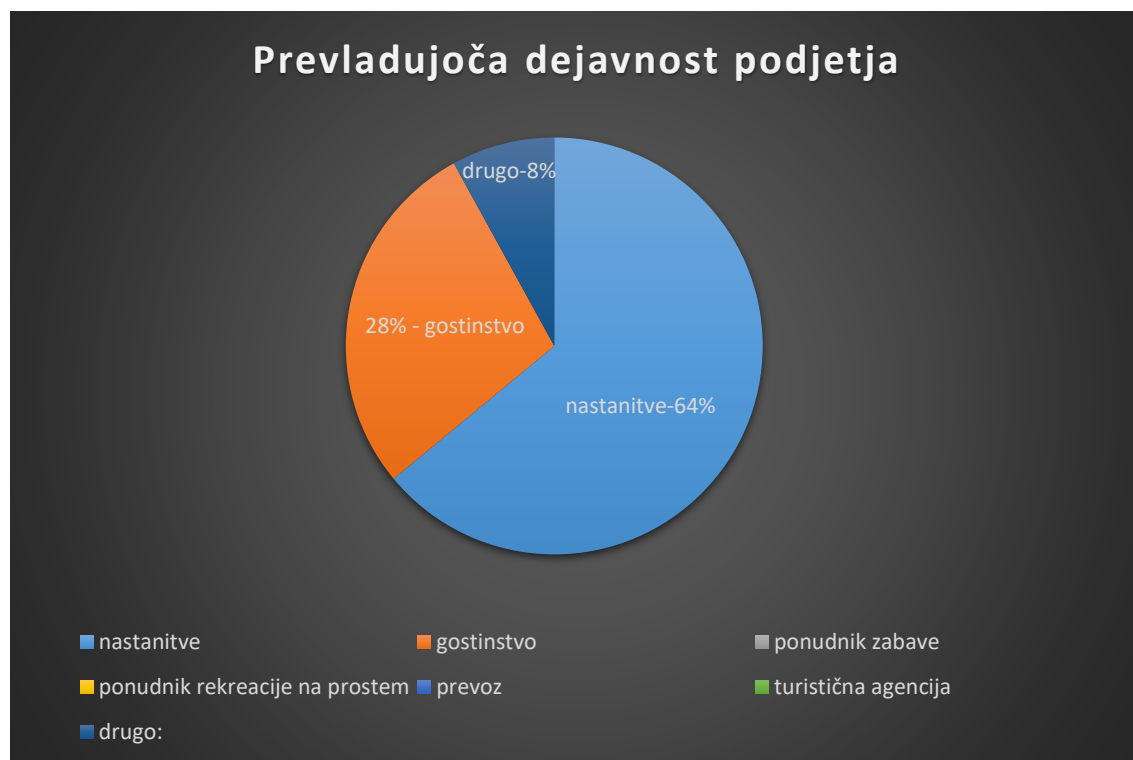
3 VSEBINA – JEDRO

Anketiranje je bilo izvedeno s pomočjo vnaprej pripravljenih vprašalnikov, ki so bili zasnovani, da pridobijo podatke o trajnostni naravnosti lokalnih ponudnikov. Izvedeno je bilo preko e-pošte, pri čemer so ponudnikom vprašalnik posredovali večkrat (3x), da se pridobi čim več izpolnjenih anket. Pri tem je 25 ponudnikov reševalo anketo, a se pri nekaterih vprašanjih za relevantne smatra le 12 odgovorov, saj nekateri niso odgovarjali na vsa zadana vprašanja.

3.1 Prevladujoča dejavnost podjetja

Pri tem vprašanju smo želeli izvedeti kaj je prevladujoča dejavnost anketirancev, sama osnova vprašanja pa je vsebovala že možne odgovore in sicer nastanitvena dejavnost, gostinstvo, ponudnik zabave, ponudnik rekreacije na prostem, prevoz, turistična agencija ali drugo. Pri izbiranju odgovora drugo je bilo potrebno zapisati, kaj je za njih prevladujoča dejavnost. Graf 1 prikazuje označene odgovore za prevladujočo dejavnost podjetja. 64% vprašanih ima, kot prevladujočo dejavnost nastanitve, 28% gostinstvo, za ponujene odgovore ponudnik zabave, ponudnik rekreacije na prostem, prevoz ali turistična agencija ni bilo zabeleženih odgovorov. Dva anketiranca sta označila odgovor drugo, pri čemer sta zapisala upravljanje stanovanj ter resort.

Graf 1: Prevladujoča dejavnost podjetja.



3.2 Opravljanje prevladujoče dejavnost podjetij v letih

Od 25 veljavnih odgovorov je povprečno podjetje opravljalo njihovo prevladujočo dejavnost 15,6 let. To pomeni, da so podjetja v raziskavi v povprečju dolgoletna in imajo bogate izkušnje na svojem področju. Dolgoročna prisotnost podjetja na trgu lahko kaže na stabilnost in zanesljivost v njegovem poslovanju, kar lahko vpliva na zaupanje strank, partnerjev in investitorjev. Takšna podjetja so pogosto že razvila uveljavljene blagovne znamke, preverjene poslovne procese ter dobro razumejo dinamiko svojega trga, kar jim omogoča, da se učinkovito prilagajajo spremembam in izzivom v industriji.

3.3 Število zaposlovanj preko leta

Pri tem vprašanju so bila zastavljena tri podvprašanja in sicer redno zaposleni (za določen ali nedoločen čas, za polni ali krajši delovni čas); začasni delavci (študentje, upokoјenci, sezonski delavci, pomoč družinskih članov...); ali pripravniki.

Podjetja v raziskavi povprečno zaposlujejo različne skupine ljudi skozi leto. Razčlenitev po vrsti zaposlenih je naslednja, povprečno podjetje zaposluje 43,9 rednih delavcev. To pomeni, da so redno zaposleni glavni vir delovne sile in predstavljajo stabilno zaposlenost v podjetju. Povprečno število začasnih delavcev znaša 15,2. Ta skupina vključuje delavce, ki so zaposleni za krajša obdobja, pogosto zaradi sezonskih potreb ali specifičnih projektov, ter pomoč, ki jo nudijo družinski člani ali drugečasne oblike zaposlitve. Podjetja pa v povprečju zaposlijo 1,6 pripravnikov. To kaže na vključevanje mladih kadrov in omogočanje njihovega usposabljanja in izkušenj na delovnem mestu, a v manjšem odstotku. Skupaj te številke odražajo raznolike oblike zaposlitve, ki jih podjetja uporabljajo, da bi zadostila potrebam po delovni sili skozi leto.

3.4 Ocenitev, v kolikšni meri veljajo trditve za podjetje

Pri tem so možnosti izbire številke od 4 do 0, pri čemer vrednosti pomenijo: 4 = da, v polni meri, 3 = da, a lahko še napredujemo, 2 = ne, vendar razmišljamo o tem, 1 = ne, o tem ne razmišljamo in 0 = ni relevantno, ker aktivnosti niso povezane z našo dejavnostjo.

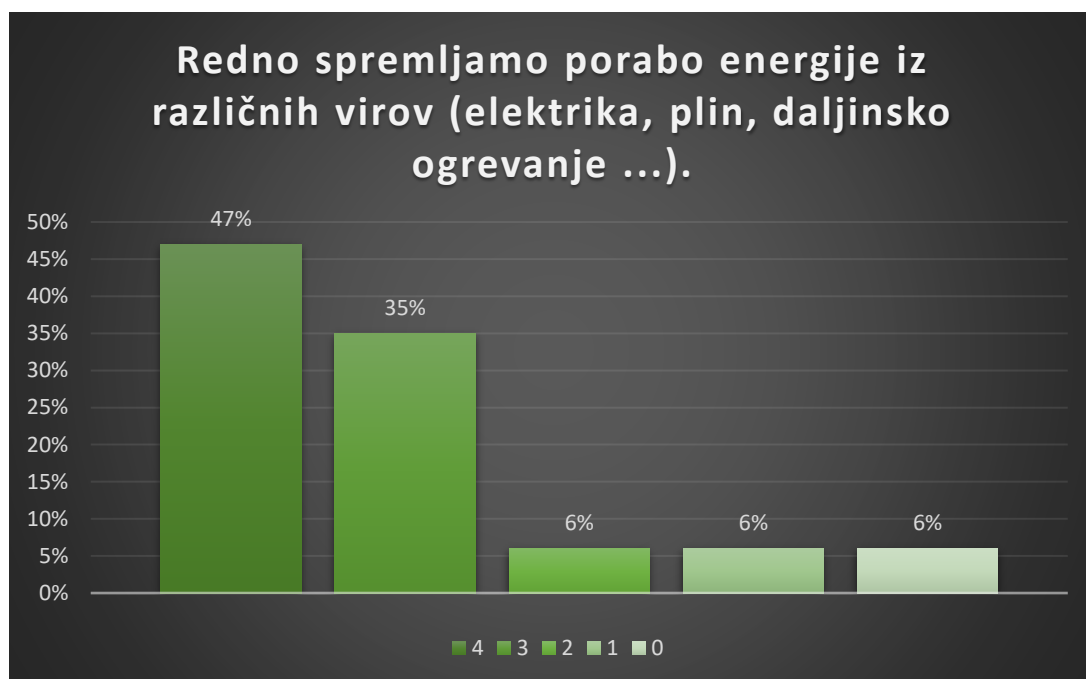
Pri tem bomo vsako trditev in odgovore analizirali posamično. Zastavljenih je bilo 24 trditev pri čemer je bilo veljavnih odgovorov 17.

Redno spremljanje porabe energije iz različnih virov (elektrika, plin, daljinsko ogrevanje...)

Trditev »Redno spremljamo porabo energije iz različnih virov (elektrika, plin, daljinsko ogrevanje...)«. prinaša pozitivne rezultate, saj 47% vprašanih se je z trditvijo v polni meri

strinjalo in 35% meni, da lahko na tem še izboljšajo svoje aktivnosti. 6 % podjetij še ne spremlja porabe, vendar o tem razmišljajo in načrtujejo izboljšave, 6 % podjetij ne spremlja porabe energije in ne razmišljajo o tem in prav tako 6 % podjetij meni, da ta aktivnost ni relevantna za njihovo dejavnost. Spodnji graf prikazuje te podatke v stolpčnem grafikonu in lahko opazimo, da so stolpci za vrednosti 4 in 3 višji, kar odraža, da je velika večina podjetij redno vključena v spremljanje porabe energije, vendar še vedno obstajajo možnosti za izboljšave in rast na tem področju.

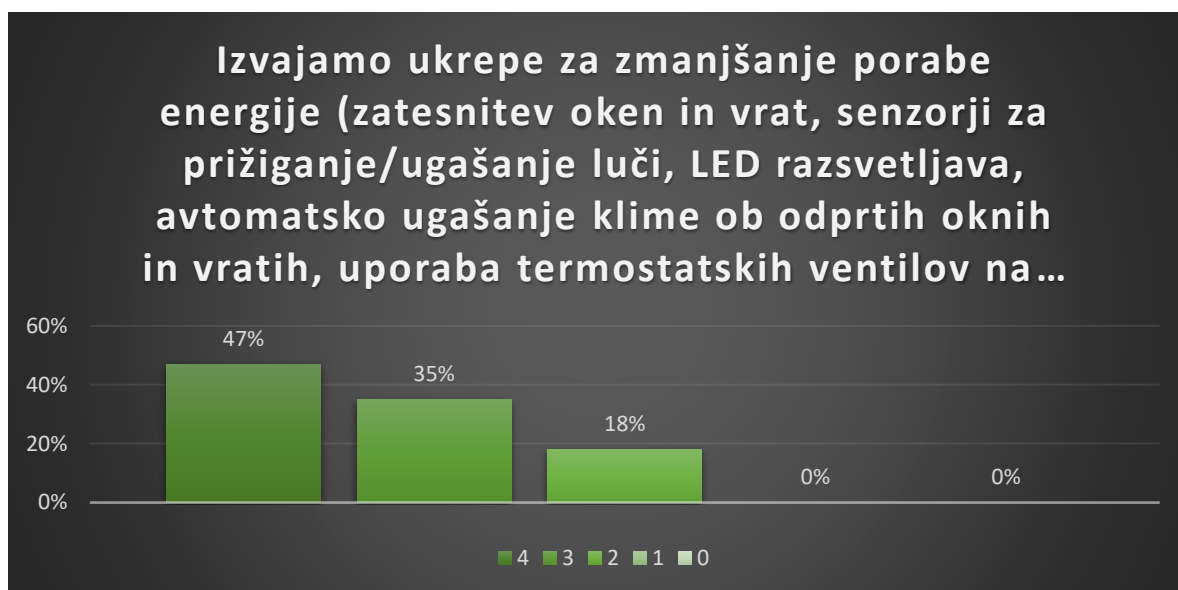
Graf 2: Redno spremljamo porabo energije iz različnih virov.



Izvajanje ukrepov 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...)

Pri tej trditvi se ponovno 47% vprašanih z trditvijo v polni meri strinja, 35% meni da lahko še naredijo izboljšave ter ostalih 18% teh aktivnosti ne izvaja, vendar razmišljajo o tem. To nakazuje da več kot polovica vprašanih že izvaja ukrepe za zmanjševanje porabe energije. Skupaj te ugotovitve kažejo, da je v podjetjih že precejšnja osveščenost o pomenu varčevanja z energijo, vendar obstaja tudi potreba po nadaljnjih prizadevanjih za izboljšanje učinkovitosti in večjo vključitev in spodbudo tistim, ki še niso začeli izvajati teh ukrepov.

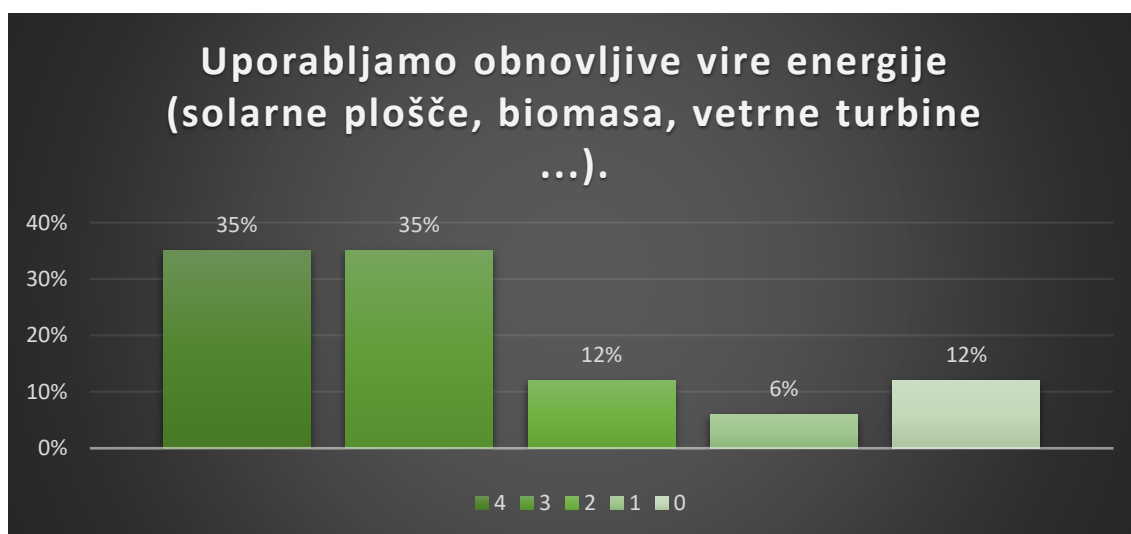
Graf 3: Izvajamo ukrepe za zmanjšanje porabe energije.



Uporaba obnovljivih virov energije (solarne plošče, biomasa, vetrne turbine...)

Rezultati kažejo, da je uporaba obnovljivih virov energije v obravnavanem vzorcu precej razširjena, saj jih v celoti uporablja 35 % anketiranih. Enak delež (35 %) jih sicer uporablja, vendar vidijo možnosti za izboljšave. Dodatnih 12 % jih trenutno ne uporablja obnovljivih virov, a o tem razmišljajo, kar kaže na potencial za širšo implementacijo v prihodnosti. Na drugi strani 6 % anketirancev obnovljivih virov ne uporablja in o njihovi uporabi ne razmišlja. Pri 12 % vprašanih pa ta tematika ni relevantna za njihovo dejavnost.

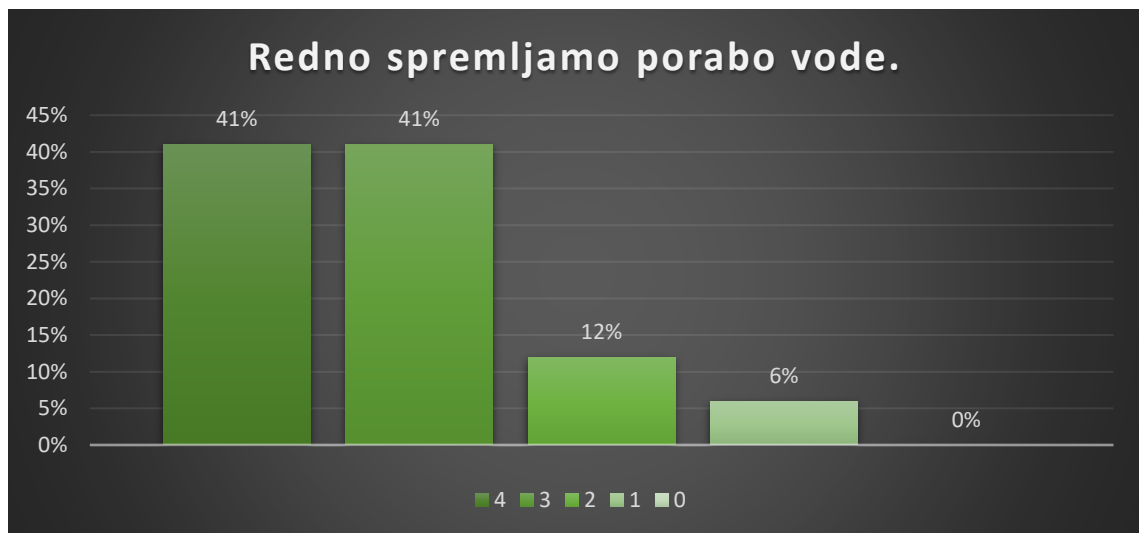
Graf 4: Uporabljamo obnovljive vire energije.



Redno spremljanje porabe vode.

Velika večina anketirancev (82 %) vsaj do neke mere spremlja porabo vode. Med njimi jih 41 % to počne v polni meri, enak delež (41 %) pa sicer spremlja porabo, vendar vidi prostor za izboljšave. Dodatnih 12 % sicer še ne spremlja porabe vode, vendar o tem razmišlja, medtem ko 6 % tega ne počne in o tem tudi ne razmišlja. Noben anketiranec ni ocenil, da spremljanje porabe vode ni relevantno za njegovo dejavnost, kar kaže na splošno zavedanje o pomenu tega vidika trajnostnega ravnanja.

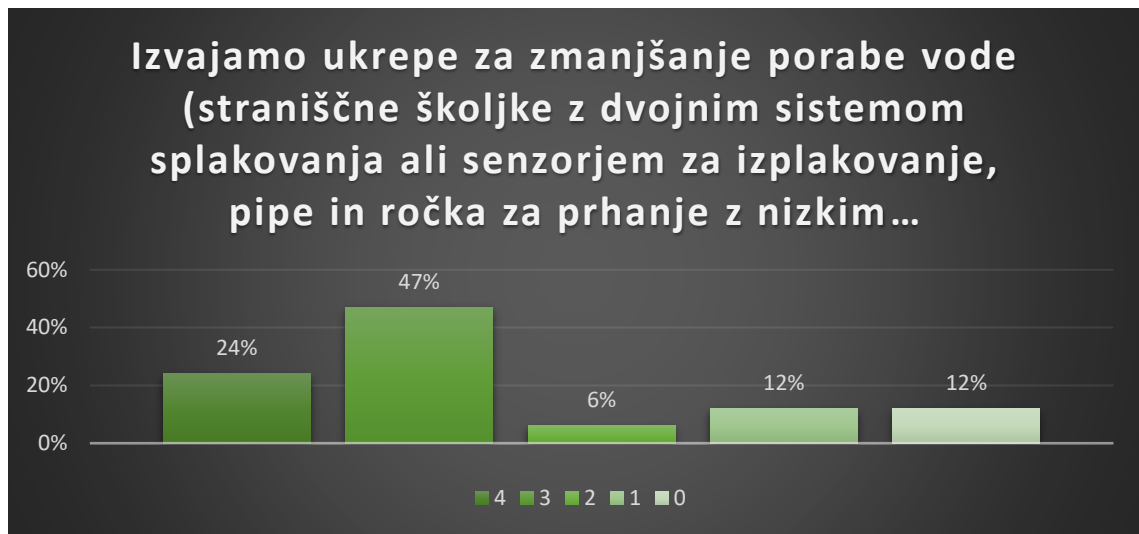
Graf 5: Redno spremljamo porabo vode.



Izvajanje ukrepov 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...).

Rezultati kažejo, da večina anketirancev že izvaja ukrepe za zmanjšanje porabe vode, vendar obstaja prostor za izboljšave. Natančneje, 24 % jih poroča, da te ukrepe izvajajo v celoti, medtem ko jih 47 % meni, da bi jih lahko še nadgradili. Majhen delež (6 %) se ukrepov sicer še ne poslužuje, vendar o njih razmišlja, medtem ko 12 % anketirancev o tem sploh ne razmišlja. Dodatnih 12 % jih meni, da ta ukrep zanje ni relevanten, saj ni povezan z njihovo dejavnostjo. Rezultati nakazujejo, da obstaja zavedanje o pomenu varčevanja z vodo, vendar bi bile lahko dodatne spodbude ali izobraževanje koristne za večjo implementacijo teh praks.

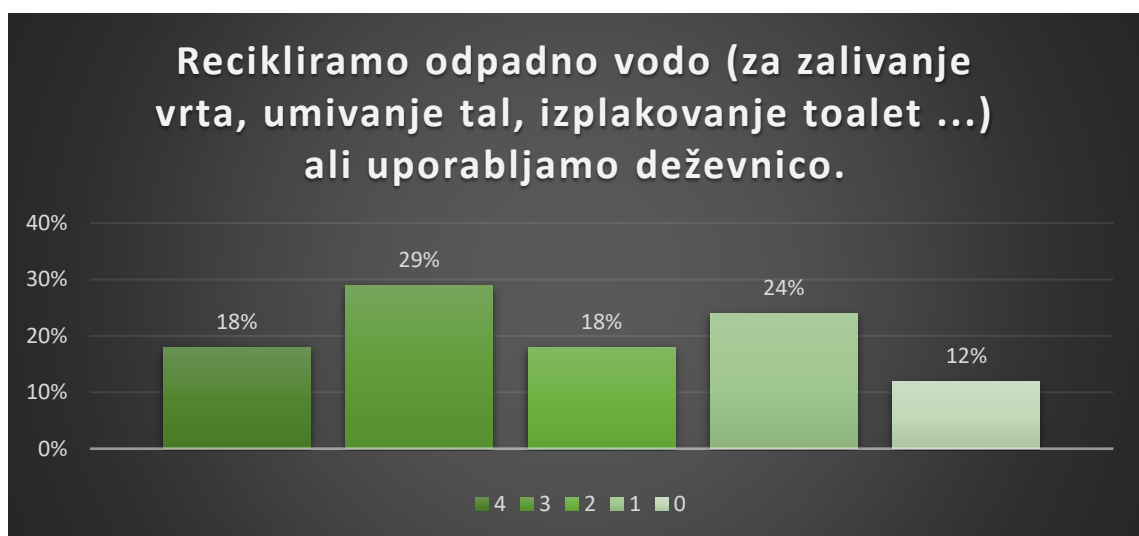
Graf 6: Izvajamo ukrepe za zmanjšanje porabe vode.



Recikliranje odpadne vode (za zalivanje vrta, umivanje tal, izplakovanje toalet...) ali uporabljanje deževnice.

Rezultati kažejo, da skoraj polovica anketirancev (47 %) že uporablja reciklirano odpadno vodo ali deževnico v določeni meri – 18 % jih to počne v polni meri, medtem ko 29 % meni, da bi lahko svojo prakso še izboljšali. Dodatnih 18 % sicer tega še ne počne, vendar o možnosti razmišljajo, kar nakazuje potencial za širšo implementacijo v prihodnosti. Po drugi strani pa 24 % anketirancev takšne prakse ne uporablja in o tem tudi ne razmišlja, kar lahko pomeni pomanjkanje interesa ali informacij. Pri 12 % vprašanih pa ta tematika ni relevantna, saj njihove dejavnosti niso povezane z uporabo reciklirane vode ali deževnice.

Graf 7: Recikliramo odpadno vodo.



Redno spremljanje količine proizvedenih odpadkov.

Nato se tematika trditev spremeni na odpadke in sicer »Redno spremljamo količino proizvedenih odpadkov«, pri čemer večina anketiranih (64 %) vsaj do neke mere spremlja količino proizvedenih odpadkov, od tega jih 35 % to počne v celoti, 29 % pa meni, da bi lahko spremljanje še izboljšali. Dodatnih 18 % tega sicer trenutno ne izvaja, a o uvedbi razmišljajo, medtem ko 6 % anketiranih odpadkov ne spremlja in o tem tudi ne razmišlja. Preostalih 12 % je ocenilo, da spremljanje količine odpadkov ni relevantno za njihovo dejavnost.

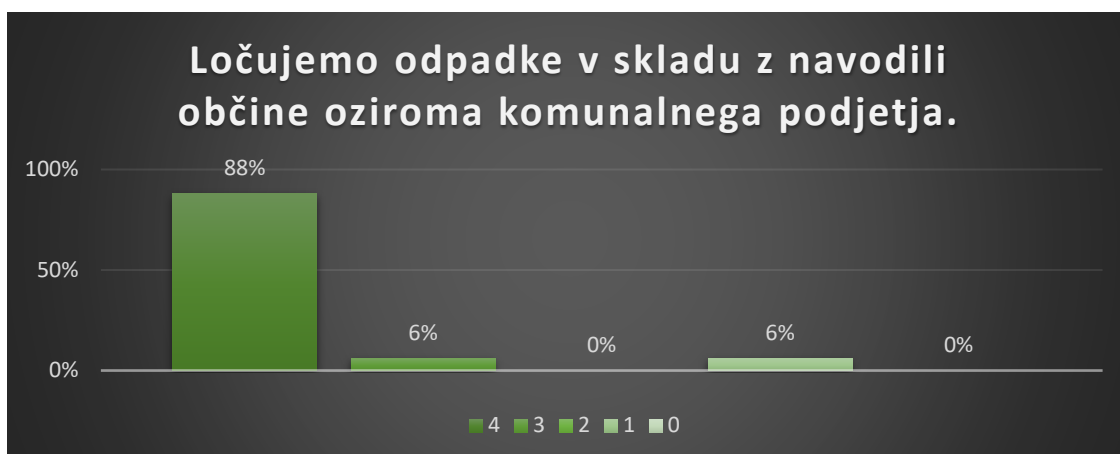
Graf 8: Redno spremljamo količino proizvedenih odpadkov.



Ločevanje odpadkov v skladu z navodili občine oziroma komunalnega podjetja.

Trditev »Ločujemo odpadke v skladu z navodili občine oziroma komunalnega podjetja.«, je prinesla dobre rezultate. Rezultati kažejo, da velika večina anketirancev (88 %) dosledno ločuje odpadke v skladu z navodili občine ali komunalnega podjetja. Dodatnih 6 % sicer ločuje odpadke, vendar meni, da bi lahko svojo prakso še izboljšali. Zanimivo je, da nihče izmed vprašanih ne razmišlja o uvedbi ločevanja odpadkov, če tega še ne izvaja, saj tako ni noben odgovoril od sodelujočih. Hkrati 6 % anketirancev ne ločuje odpadkov in o tem tudi ne razmišlja. Prav tako nihče ni navedel, da vprašanje zanje ni relevantno zaradi narave njihove dejavnosti. Ugotovitve kažejo na visoko stopnjo ozaveščenosti o pravilnem ravnanju z odpadki, čeprav pri manjšem deležu obstaja prostor za izboljšave. Pri tem 6% vprašanih ponazarja 1 podjetje, kar pomeni da le eno podjetje tega ne počne in o tem ne razmišlja.

Graf 9: Ločujemo odpadke v skladu z navodili občine oziroma komunalnega podjetja.



Izvajanje ukrepov za zmanjšanje plastičnih odpadkov.

Prav tako pozitivni rezultati z možnimi izboljšavami so bili pri trditvi «Izvajamo ukrepe za zmanjšanje plastičnih odpadkov». Rezultati kažejo, da večina anketirancev že izvaja ukrepe za zmanjšanje plastičnih odpadkov, pri čemer jih 47 % to počne v polni meri. Nadaljnjih 41 % ukrepe sicer izvaja, vendar vidi možnosti za izboljšave. Manjši delež, 6 %, se ukrepov še ne poslužuje, a o tem razmišlja, medtem ko enak delež (6 %) o tej temi sploh ne razmišlja. Noben anketiranec ni navedel, da ukrepi niso relevantni za njihovo dejavnost, kar kaže na splošno prepoznano pomembnost tega vprašanja.

Graf 10: Izvajamo ukrepe za zmanjšanje plastičnih odpadkov.



Izvajanje ukrepov za zmanjšanje količine odpadne hrane.

Analiza rezultatov je pokazala, da se večina anketiranih že ukvarja z zmanjševanjem količine odpadne hrane, vendar z različnimi stopnjami uspešnosti. Natančneje, 35 % jih ukrepe izvaja v polni meri, medtem ko enak delež (35 %) sicer že sprejema ukrepe, vendar meni, da jih je mogoče še izboljšati. Nekateri (6 %) se s to problematiko še ne ukvarjajo, vendar o tem razmišljajo, medtem ko 18 % vprašanih o tem sploh ne razmišlja. Preostalih

6 % pa meni, da vprašanje zanje ni relevantno, saj njihove dejavnosti niso povezane z ravnanjem z odpadno hrano. Skupaj te ugotovitve kažejo, da je večina vprašanih vsaj delno angažirana v zmanjševanju odpadne hrane, vendar obstajajo razlike v stopnji zavedanja in uspešnosti ukrepov. Potrebno je še več osveščanja in podpore, zlasti za tiste, ki ukrepov še ne izvajajo ali menijo, da jih lahko izboljšajo.

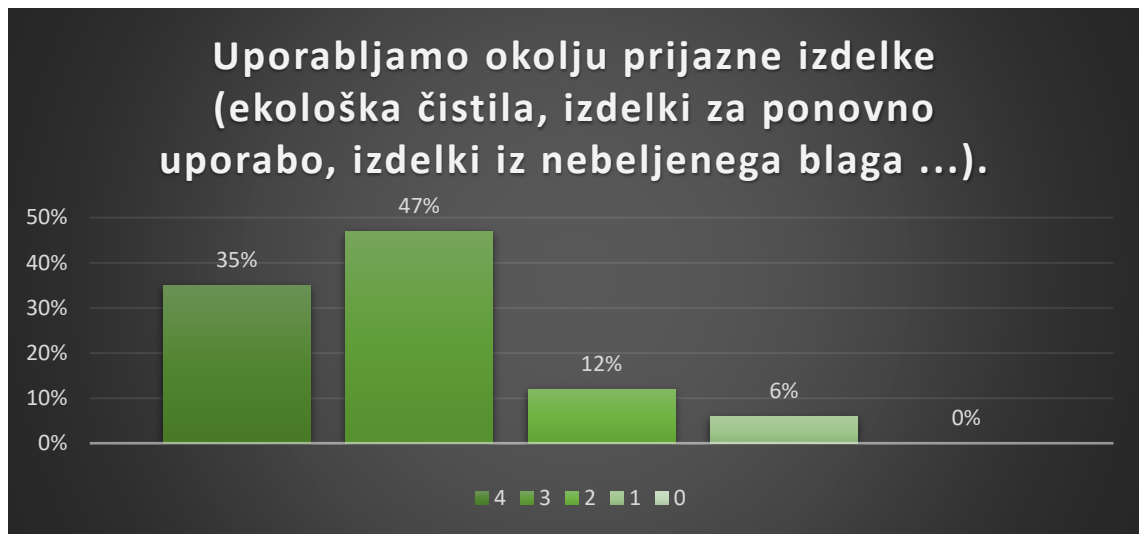
Graf 11: Izvajamo ukrepe za zmanjšanje količine odpadne hrane.



Uporaba okolju prijaznih izdelkov (ekološka čistila, izdelki za ponovno uporabo, izdelki iz nebeljenega blaga...).

Rezultati kažejo, da večina anketirancev (82 %) že uporablja okolju prijazne izdelke, pri čemer jih 35 % to izvaja v polni meri, 47 % pa meni, da bi lahko svojo prakso še izboljšali. Dodatnih 12 % anketiranih sicer trenutno ne uporablja takšnih izdelkov, vendar o tem razmišljajo, kar nakazuje potencial za širšo implementacijo trajnostnih praks. Le 6 % vprašanih ne uporablja okolju prijaznih izdelkov in o tem tudi ne razmišlja, medtem ko nihče ni ocenil, da ta tematika zanje ni relevantna. To kaže na splošno ozaveščenost in pripravljenost za nadaljnje izboljšave na področju trajnostne rabe izdelkov.

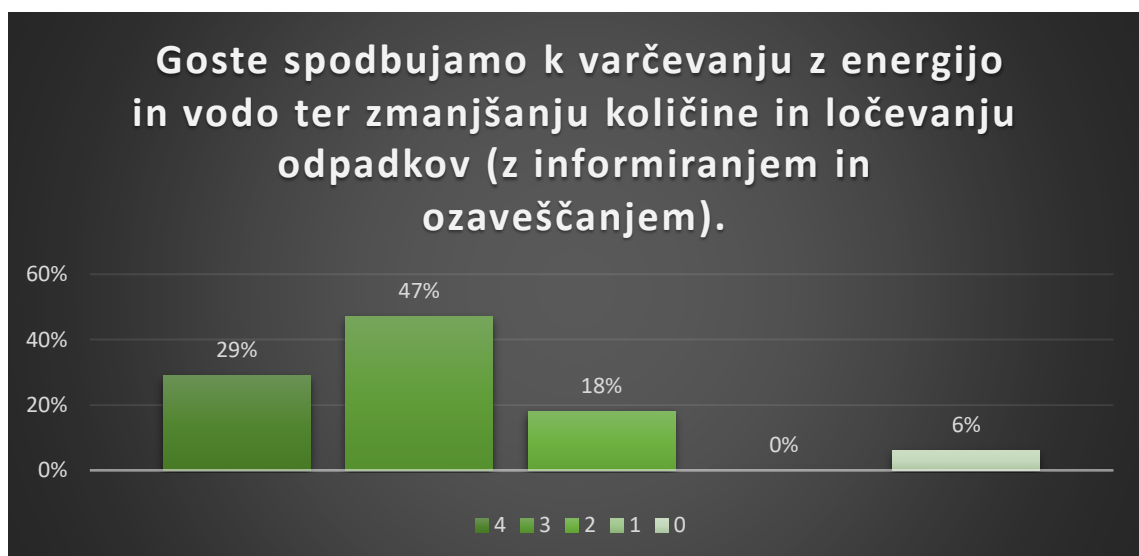
Graf 12: Uporabljamo okolju prijazne izdelke.



Spodbujanje gostov k varčevanju z energijo in vodo ter zmanjšanju količine in ločevanju odpadkov (z informiranjem in ozaveščanjem).

Rezultati kažejo, da velika večina anketirancev (76 %) že spodbuja goste k varčevanju z energijo in vodo ter k zmanjšanju in ločevanju odpadkov, pri čemer jih 29 % to izvaja v polni meri, 47 % pa meni, da bi lahko svoje aktivnosti na tem področju še izboljšali. Dodatnih 18 % tovrstnih ukrepov sicer še ne izvaja, vendar o njih razmišlja, kar kaže na možnost širitve trajnostnih praks v prihodnje. Nihče od vprašanih ni navedel, da o tem ne razmišlja, medtem ko je za 6 % anketirancev ta tematika ne relevantna, saj njihove dejavnosti niso povezane s tovrstnimi aktivnostmi.

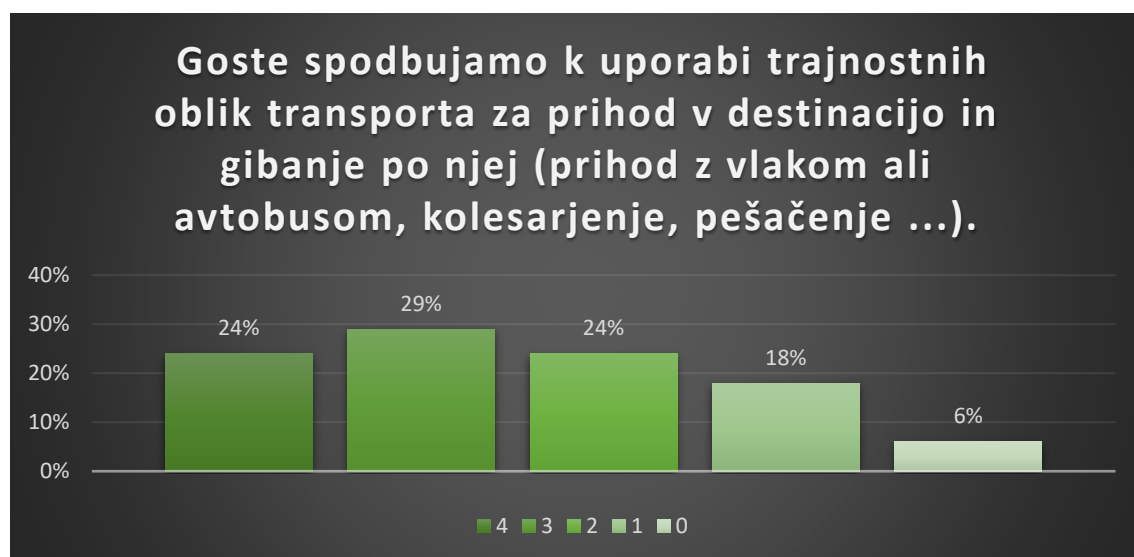
Graf 13: Goste spodbujamo k varčevanju z energijo in vodo ter zmanjšanju količine in ločevanju odpadkov.



Spodbujanje gostov k uporabi trajnostnih oblik transporta za prihod v destinacijo in gibanje po njej (prihod z vlakom ali avtobusom, kolesarjenje, pešačenje...).

Rezultati trditve »Goste spodbujamo k uporabi trajnostnih oblik transporta za prihod v destinacijo in gibanje po njej (prihod z vlakom ali avtobusom, kolesarjenje, pešačenje...)« kažejo, da več kot polovica anketiranih (53 %) že spodbuja goste k uporabi trajnostnih oblik transporta. Pri tem jih 24 % to izvaja v polni meri, 29 % pa meni, da bi lahko svoje prizadevanje še izboljšali. Dodatnih 24 % trenutno tega ne izvaja, vendar o uvedbi takšnih spodbud razmišlja, kar kaže na potencial za širšo implementacijo trajnostnih mobilnostnih praks. Po drugi strani 18 % anketiranih, gostov k trajnostnemu transportu ne spodbuja in o tem tudi ne razmišlja ter 6 % meni, da ta tematika zanje ni relevantna.

Graf 14: Goste spodbujamo k uporabi trajnostnih oblik transporta za prihod v destinacijo in gibanje po njej.



Podjetje ima oblikovano strategijo, akcijski načrt ali politiko za uvajanje trajnostnih praks.

Pri trditvi »Imamo oblikovano strategijo, akcijski načrt ali politiko za uvajanje trajnostnih praks«, ima le 36 % anketirancev že oblikovano strategijo, akcijski načrt ali politiko za uvajanje trajnostnih praks, pri čemer jih polovica (18 %) teh meni, da bi jo lahko še izboljšali. Dodatnih 35 % o uvedbi takšnega dokumenta razmišlja, kar nakazuje na potencial za širše vključevanje trajnostnih smernic v poslovne strategije. Kljub temu 18 % vprašanih ne razmišlja o oblikovanju takšnega načrta, medtem ko 12 % meni, da ta tematika ni relevantna za njihovo dejavnost. Rezultati kažejo na razmeroma nizko stopnjo formaliziranosti trajnostnih strategij, vendar tudi na interes za njihov razvoj v prihodnje.

Graf 15: Imamo oblikovano strategijo, akcijski načrt ali politiko za uvajanje trajnostnih praks.



Redno spremljanje, objavljane in komuniciranje dosežkov na področju trajnostnih praks.

Trditev »Redno spremljamo, objavljamo in komuniciramo dosežke na področju trajnostnih praks« je prinesla kar slabe rezultate, saj le manjšina anketirancev (30 %) redno spremlja, objavlja in komunicira dosežke na področju trajnostnih praks, pri čemer jih 12 % to izvaja v polni meri, 18 % pa meni, da bi lahko svojo prakso še izboljšali. Dodatnih 24 % trenutno tega ne počne, vendar o tem razmišlja. Po drugi strani pa enak delež anketirancev (24 %) takšnih aktivnosti ne izvaja in o njih tudi ne razmišlja. Prav tako jih 24 % meni, da ta tematika ni relevantna za njihovo dejavnost. To nakazuje na razmeroma nizko stopnjo aktivnega komuniciranja trajnostnih praks, a hkrati tudi na možnost nadaljnjega razvoja in vključevanja tovrstnih aktivnosti v prihodnje.

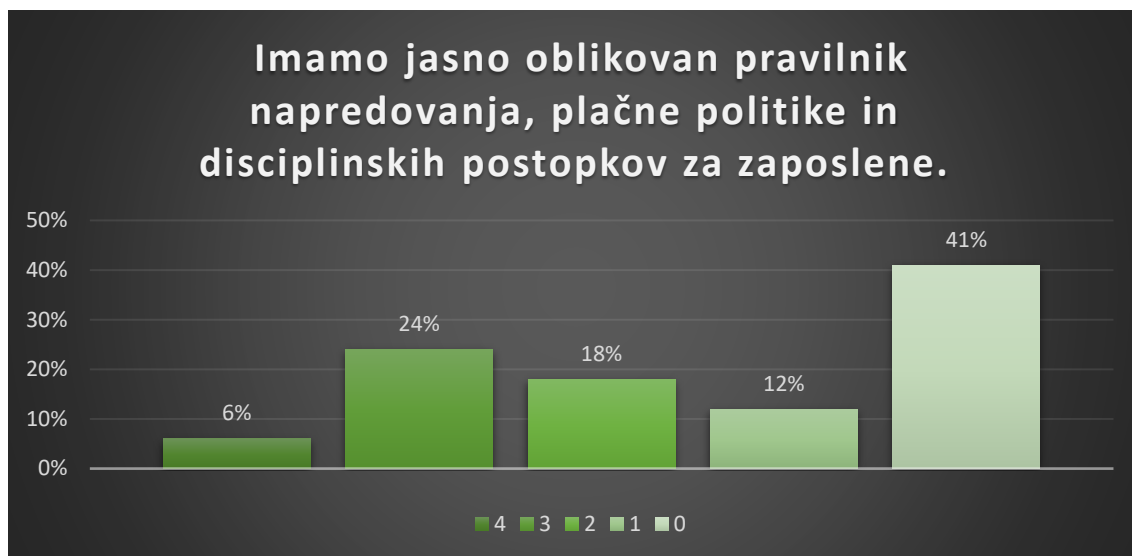
Graf 16: Redno spremljamo, objavljamo in komuniciramo dosežke na področju trajnostnih praks.



Jasno oblikovan pravilnik napredovanja, plačne politike in disciplinskih postopkov za zaposlene.

Ponovno presenetljivi rezultati so bili za trditev »Imamo jasno oblikovan pravilnik napredovanja, plačne politike in disciplinskih postopkov za zaposlene« pri čemer zopet a le manjši delež anketirancev (30 %) poroča o obstoju jasno oblikovanih pravilnikov glede napredovanja, plačne politike in disciplinskih postopkov, pri čemer jih le 6 % meni, da so ti v celoti urejeni, 24 % pa vidi prostor za izboljšave. Dodatnih 18 % sicer takšnih pravilnikov še nima, vendar o njih razmišlja, kar nakazuje na možnost prihodnjih izboljšav na tem področju. Hkrati 12 % vprašanih ne razmišlja o oblikovanju tovrstnih pravilnikov, kar lahko pomeni, da jim to ni prioriteta. Pomembno je tudi, da kar 41 % anketiranih meni, da ta tematika ni relevantna za njihovo dejavnost, kar lahko nakazuje na raznolikost organizacij, ki so sodelovale v anketi.

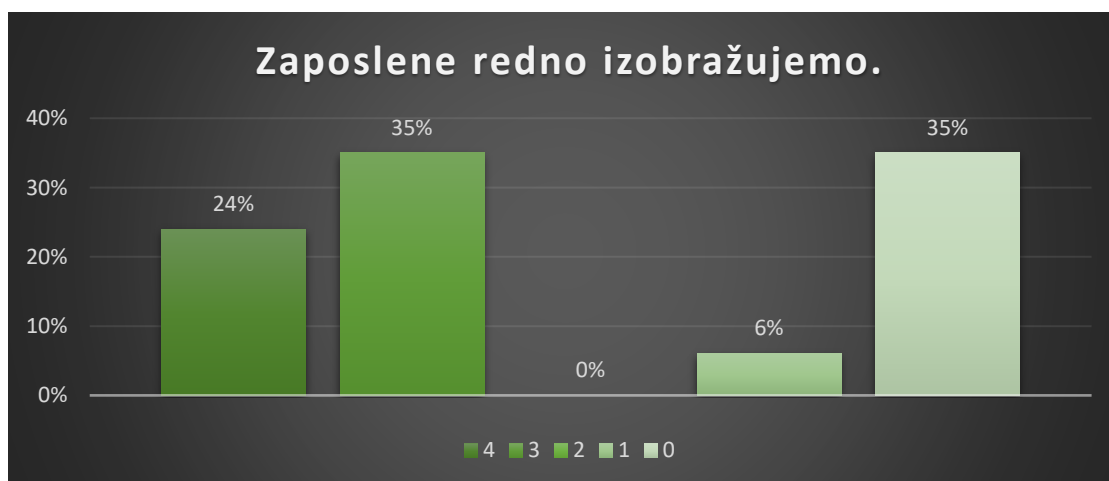
Graf 17: Imamo jasno oblikovan pravilnik napredovanja, plačne politike in disciplinskih postopkov za zaposlene.



Redno izobraževanje zaposlenih.

Nekoliko boljši rezultati pri trditvi povezani z zaposlenimi je za »Zaposlene redno izobražujemo«. In sicer rezultati kažejo, da se 59 % anketiranih organizacij ukvarja z rednim izobraževanjem zaposlenih, pri čemer jih 24 % to izvaja v celoti, 35 % pa meni, da bi lahko svojo prakso še izboljšali. Po drugi strani 6 % vprašanih ne izvaja izobraževanj in o njih tudi ne razmišlja. Pomemben delež anketiranih (35 %) meni, da ta tema zanje ni relevantna, kar nakazuje, da izobraževanje zaposlenih v nekaterih dejavnostih morda ni ključen element poslovanja.

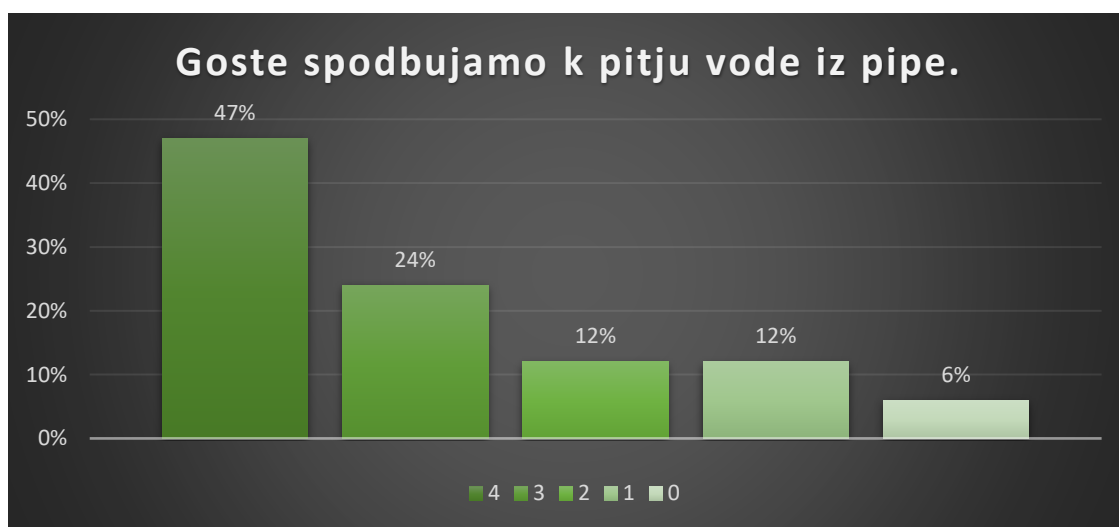
Graf 18: Zaposlene redno izobražujemo.



Spodbujanje gostov k pitju vode iz pipe.

Pri trditvi »Goste spodbujamo k pitju vode iz pipe«, so bili dobri rezultati z možnimi izboljšavami. Rezultati kažejo, da več kot dve tretjini anketirancev (71 %) že spodbuja goste k pitju vode iz pipe, pri čemer jih 47 % to izvaja v polni meri, 24 % pa meni, da bi lahko to še izboljšali. Dodatnih 12 % o tej praksi sicer še razmišlja, kar nakazuje možnost širšega sprejetja tega ukrepa v prihodnosti. Po drugi strani 12 % anketiranih gostov k pitju vode iz pipe ne spodbuja in o tem tudi ne razmišlja, medtem ko je za 6 % vprašanih ta tema ne relevantna zaradi narave njihove dejavnosti. Ugotovitve kažejo na dokaj visoko stopnjo ozaveščenosti o pomenu uporabe pitne vode iz pipe, hkrati pa ostaja prostor za nadaljnje izboljšave in večjo implementacijo te trajnostne prakse.

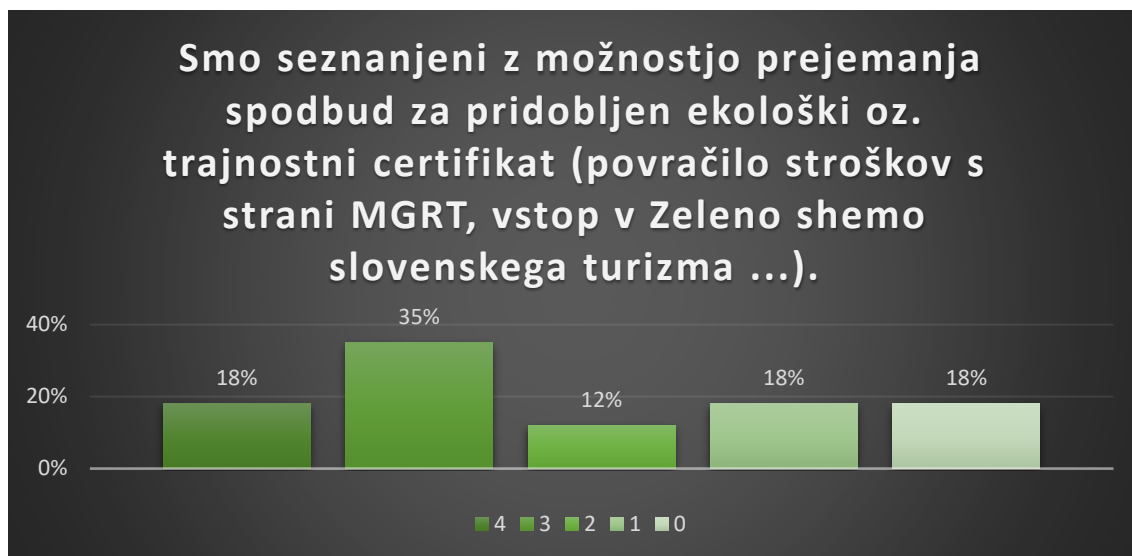
Graf 19: Goste spodbujamo k pitju vode iz pipe.



Seznanjenost z možnostjo prejemanja spodbud za pridobljen ekološki oz. trajnostni certifikat (povračilo stroškov s strani MGRT, vstop v Zeleno shemo slovenskega turizma...).

Rezultati kažejo, da je nekaj več kot polovica anketirancev (53 %) vsaj delno seznanjena z možnostmi prejemanja spodbud za pridobitev ekološkega ali trajnostnega certifikata. Med njimi jih 18 % to pozna v polni meri, 35 % pa meni, da bi lahko svoje poznavanje še izboljšali. Dodatnih 12 % o tej temi sicer trenutno nima znanja, vendar jih zanima in o tem razmišljajo. Po drugi strani 18 % anketiranih o tem ne razmišlja, prav tako 18 % ocenjuje, da ta tematika zanje ni relevantna. Ti podatki kažejo, da obstaja prostor za dodatno informiranje in ozaveščanje o spodbudah, ki so na voljo za trajnostno certificiranje.

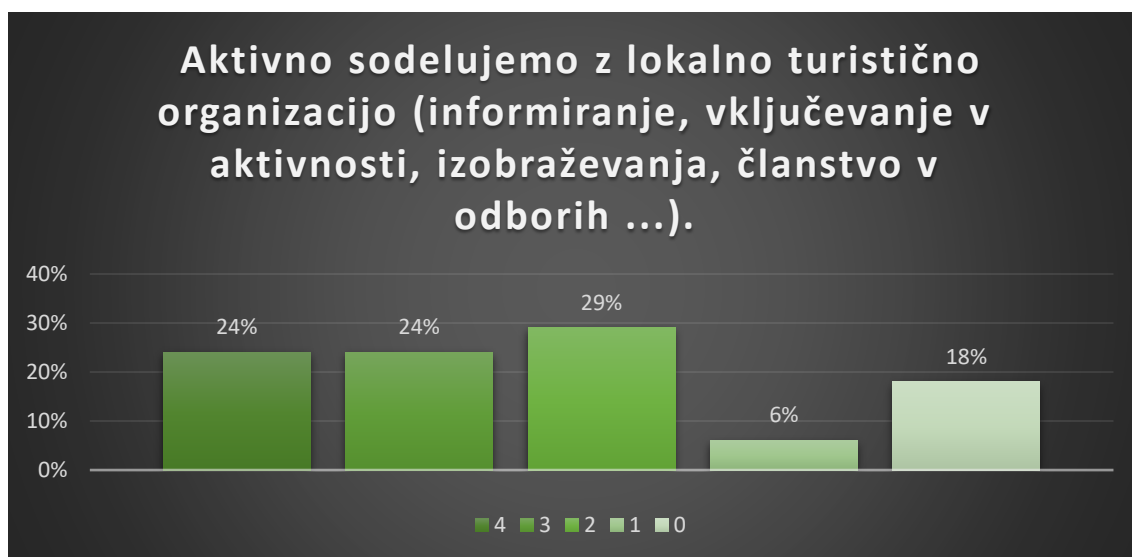
Graf 20: Smo seznanjeni z možnostjo prejemanja spodbud za pridobljen ekološki oz. trajnostni certifikat.



Aktivno sodelovanje z lokalno turistično organizacijo (informiranje, vključevanje v aktivnosti, izobraževanja, članstvo v odborih...).

Skoraj polovica anketirancev (48 %) že sodeluje z lokalno turistično organizacijo, pri čemer jih 24 % to izvaja v polni meri, enak delež (24 %) pa meni, da bi lahko svoje sodelovanje še izboljšali. Poleg tega 29 % anketiranih trenutno ne sodeluje, vendar o tem razmišlja, kar kaže na potencial za večjo vključenost v prihodnosti. Manjši delež (6 %) ne sodeluje in o tem tudi ne razmišlja, medtem ko je za 18 % sodelovanje z lokalno turistično organizacijo ne relevantno zaradi narave njihove dejavnosti. Ti podatki kažejo na precejšnje zanimanje za sodelovanje, hkrati pa opozarjajo na možnosti za izboljšave in večjo povezanost z lokalnim turističnim sektorjem.

Graf 21: Aktivno sodelujemo z lokalno turistično organizacijo.



Izvajanje ukrepov za spodbujanje lokalne biotske raznovrstnosti ter varstvo in ohranjanje krajine.

Rezultati kažejo, da se 59 % anketiranih že ukvarja z ukrepi za spodbujanje lokalne biotske raznovrstnosti ter varstvo in ohranjanje krajine, pri čemer jih 35 % to izvaja v polni meri, 24 % pa meni, da bi lahko svoje prakse še izboljšali. Dodatnih 35 % o teh ukrepih sicer še razmišlja, kar kaže na potencial za širšo implementacijo trajnostnih praks v prihodnosti. Le 6 % vprašanih ne izvaja tovrstnih aktivnosti in o njih tudi ne razmišlja, medtem ko nihče ni ocenil, da ta tematika zanje ni relevantna. To nakazuje visoko stopnjo ozaveščenosti in pripravljenosti za nadaljnje izboljšave na tem področju.

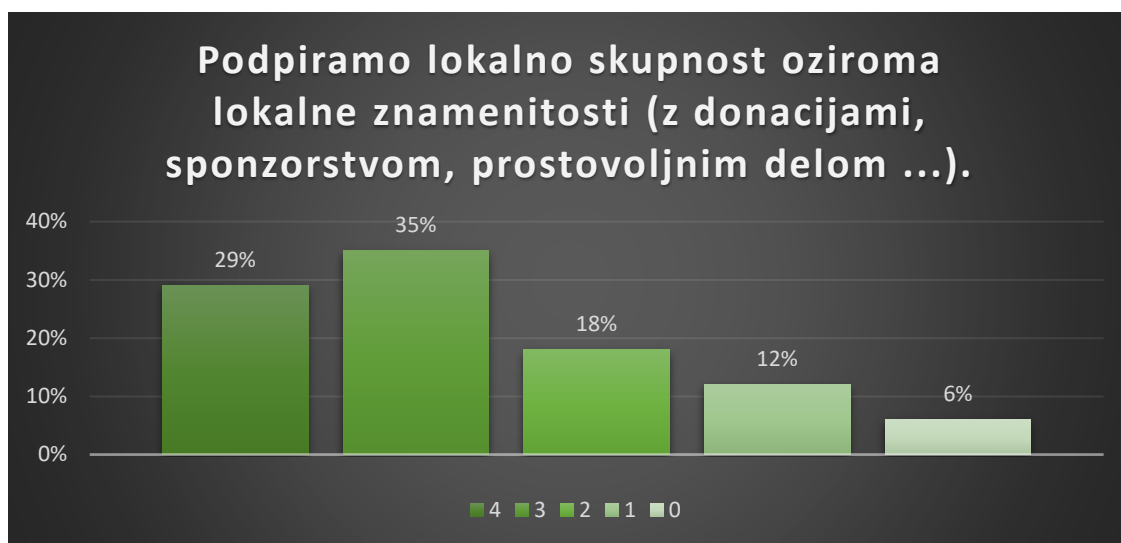
Graf 22: Izvajamo ukrepe za spodbujanje lokalne biotske raznovrstnosti ter varstvo in ohranjanje krajine.



Podpiranje lokalne skupnosti oziroma lokalnih znamenitosti (z donacijami, sponzorstvom, prostovoljnim delom).

Tudi trditev »Podpiramo lokalno skupnost oziroma lokalne znamenitosti (z donacijami, sponzorstvom, prostovoljnim delom ...)« je pokazala dobre rezultate z možnostmi izboljšave. Rezultati kažejo, da večina anketirancev (64 %) podpira lokalno skupnost oziroma lokalne znamenitosti, pri čemer 29 % to počne v polni meri, 35 % pa meni, da bi lahko svojo podporo še izboljšali. Dodatnih 18 % vprašanih o tem razmišlja, vendar še ne izvaja takšnih aktivnosti, medtem ko 12 % ne podpira lokalne skupnosti in o tem ne razmišlja. Le 6 % anketiranih je ocenilo, da tema ni relevantna za njihovo dejavnost. Te ugotovitve kažejo, da je v večini primerov prisotna pripravljenost za sodelovanje in podpora lokalnim pobudam, z možnostjo nadaljnje nadgradnje.

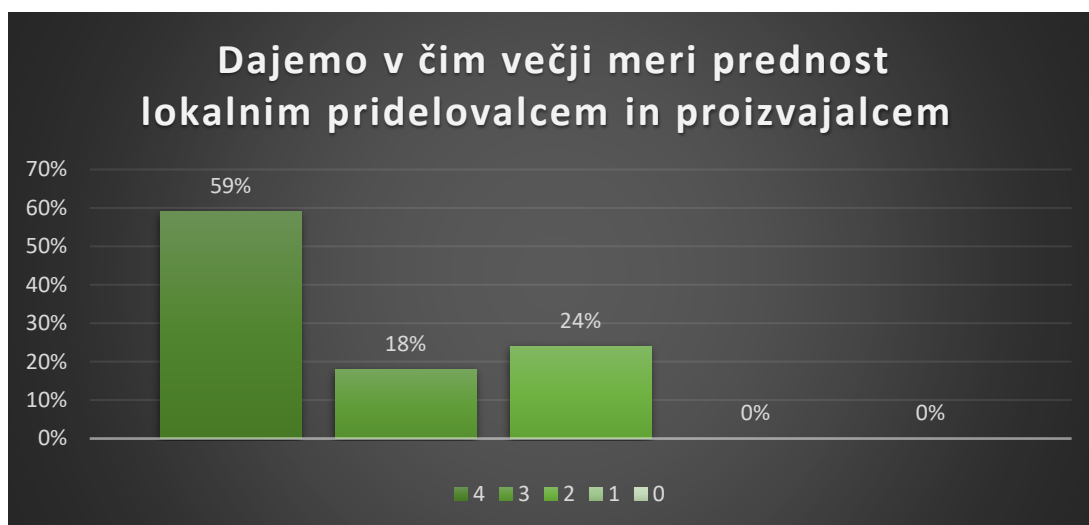
Graf 23: Podpiramo lokalno skupnost oziroma lokalne znamenitosti.



Prednost lokalnim pridelovalcem in proizvajalcem.

Visoko pozitivni rezultati pa so se pokazali pri trditvi »Dajemo v čim večji meri prednost lokalnim pridelovalcem in proizvajalcem«. Rezultati anketiranja kažejo, da ima večina anketirancev (77 %) močno zavedanje o pomenu podpore lokalnim pridelovalcem in proizvajalcem, saj 59 % jih to izvaja v polni meri. To pomeni, da so lokalni proizvajalci in pridelovalci pomemben del njihove nabavne politike, kar odraža podporo lokalnemu gospodarstvu in trajnostnemu razvoju. 18 % anketirancev priznava, da sicer dajejo prednost lokalnim ponudnikom, vendar menijo, da bi lahko to prakso še izboljšali, kar nakazuje na željo po nadaljnjem okrepitvi povezav z lokalnimi pridelovalci in izboljšanju svojih nabavnih procesov v prihodnosti. Na drugi strani 24 % anketiranih še ne daje prednosti lokalnim pridelovalcem, vendar o tem razmišljajo, kar pomeni, da obstaja interes. Zanimivo je, da nihče ni odgovoril, da o tem ne razmišljajo, kar nakazuje, da je podpora lokalnim pridelovalcem tema, ki se obravnava v okviru organizacijskih odločitev. Nenazadnje, prav tako ni nihče ocenil te teme kot ne relevantne, kar pomeni, da je podpora lokalnim proizvajalcem prepoznana kot pomembna ne samo za okolje, ampak tudi za gospodarski in družbeni razvoj. Skupno gledano rezultati nakazujejo na močno podporo trajnostnemu razvoju in lokalni proizvodnji, s tem pa tudi na zavedanje o pomenu trajnostnih praks v nabavi.

Graf 24: Dajemo v čim večji meri prednost lokalnim pridelovalcem in proizvajalcem.



Zavedanje potencialnih posledic podnebnih sprememb za turizem v naši destinaciji.

Rezultati nakazujejo, da je zavedanje o potencialnih posledicah podnebnih sprememb za turizem v destinaciji precej visoko. 41 % anketirancev se v celoti zaveda teh posledic, medtem ko 29 % meni, da bi lahko to zavedanje še izboljšali. 24 % vprašanih sicer še ne razmišlja o tem, vendar se zavedajo pomembnosti te teme in o tem razmišljajo, kar kaže na odprtost za prihodnje ukrepe. Le 6 % ne razmišlja o podnebnih spremembah v kontekstu turizma, vendar ni nobenih odgovorov, ki bi nakazovali, da ta vprašanja niso relevantna za dejavnost, kar pomeni, da je zavedanje o tej temi široko prisotno.

Graf 25: Se zavedamo potencialnih podnebnih sprememb za turizem v naši destinaciji.



3.5 Ukrepi, ki so bili uvedeni za zmanjšanje rabe energije

Pri tem vprašanju so udeleženci prosto odgovorili na zadano vprašanje, brez dodatnih napotkov ali možnih odgovorov. Prejeli smo 7 veljavnih odgovorov, ki zajemajo upravljanje z ogrevanjem in hlajenjem in sicer, da se spodbuja goste k ugašanju ogrevanj/hlajenj prostorov in na ta način zmanjšanju porabe energije v času, ko ni potrebe po tem. Uporaba obnovljivih virov energije pri čemer sta bila dva podobna odgovora in sicer uporaba električnega avtomobila in sončne elektrarne, kar pomeni vključitev trajnostnih virov energije za zmanjšanje porabe fosilnih goriv ter odgovor elektrarne, kar nakazuje na dodatno uporabo obnovljivih virov energije, čeprav ni natančno opredeljeno, za kakšno vrsto elektrarne gre. Pridobili smo tudi dva odgovora v povezavi z učinkovito osvetlitvijo in avtomatskimi sistemi. Eden odgovor se je nanašal na uporabo varčnih žarnic, avtomatsko izklapljanje luči na senzor in nova okna ter vrata. To zmanjšuje porabo električne energije za osvetlitev ter povečuje energetske učinkovitost stavbe. Drugi odgovor te vrste pa je omenil uporabo luči na senzor, ki se samodejno ugasnejo, ko gost zapusti nastanitev. Ta ukrep pomaga zmanjšati nepotrebno porabo energije za osvetlitev. Eden anketiranec je zapisal vgradnjo troslojne zasteklitve, dodatna izolacija fasade in podstrešja, kontrolirano zračenje ter uporaba toplotne črpalke za sanitarno vodo. Ti ukrepi povečujejo energetske učinkovitost stavbe in zmanjšujejo potrebe po energiji za ogrevanje in hlajenje. Nenazadnje pa tudi menjava električnih grelcev s sevalnimi paneli, kar pripomore k večji energetske učinkovitosti pri ogrevanju.

3.6 Ukrepi, uvedeni za zmanjšanje porabe vode

Pri tem smo pridobili 4 veljavne odgovore in od tega sta bila dva odgovora namestitvev regulatorjev pretoka, kar jim omogoča nadzor nad količino vode, ki teče skozi pipe, kar zmanjšuje porabo vode brez vpliva na udobje uporabnikov. Eden anketiranec je zapisal kotlički z dvojnimi splakovanjem, kar omogoča izbiro med manjšim ali večjim količinskim splakovanjem, kar pripomore k zmanjšanju porabe vode. In zadnji odgovor je bil servisiranje vodovodnih pip, kar zagotavlja, da le-te ne puščajo in da voda teče samo, kadar je to potrebno, s čimer se prepreči nepotrebno zapravljanje vode.

3.7 Ukrepi, uvedeni za zmanjšanje količine plastičnih odpadkov

Prejeli smo 7 različnih veljavnih odgovorov in sicer obveščanje gostov o pravilnem ločevanju odpadkov ter zagotavljanje vseh potrebnih smetnjakov za ločeno zbiranje (npr. za papir, plastiko, steklo), kar prispeva k večjemu poudarku na recikliranju in zmanjšanju splošnih odpadkov. Polnjenje pridelkov v stekleno embalažo, ki je trajnostna izbira, saj je steklo lažje reciklirati in povzroča manj škode okolju. Nakup izdelkov v kartonih (kartonasti embalaži), namesto plastične prispeva k zmanjšanju plastike in večji uporabi okolju prijaznih materialov. Uporaba vrečk za smeti za recikliranje, spodbujanju gostov k pitju vode iz pipe, vzpostavitev sistema povratne embalaže in odstranitev plastične embalaže predstavlja pomemben korak k zmanjšanju plastičnih odpadkov in večji uporabi

ponovne embalaže. Ter zadnji odgovor je bil ni uporabe PVC izdelkov za enkratno uporabo (krožniki, vilice, noži, kozarci). Zavračanje plastičnih izdelkov za enkratno uporabo pripomore k zmanjšanju odpadkov in uporabi trajnostnih rešitev.

3.8 Ukrepi, uvedeni za zmanjšanje količine odpadne hrane

Prejeli smo 5 veljavnih odgovorov in sicer ozaveščanje in seznanjanje gostov ter sprotno naročanje. Priprava manjših porcij, uporaba kompostnika ter eden anketiranec je zapisal, da nimajo ukrepov. Poudarjanje pomembnosti trajnostnega ravnanja z odpadno hrano, je ključno za vključevanje gostov v okolju prijazne prakse. Nuditi manjše porcije hrane, kar zmanjšuje količino zavržene hrane in pripomore k večjemu spoštovanju virov ter zmanjšanju odpadkov. Uporaba kompostnika za biološke odpadke je odličen ukrep za zmanjšanje količine odpadkov, hkrati pa omogoča reciklažo hrane in ustvarjanje koristnega komposta za vrtnarjenje.

3.9 Objavljanje dosežkov na področju uvajanja trajnostnih praks

Na to vprašanje je odgovoril le en anketiranec, ki je zapisal »jih ne«, kar pomeni, da organizacija trenutno ne objavlja dosežkov na področju uvajanja trajnostnih praks. To lahko kaže na pomanjkanje proaktivne komunikacije o trajnostnih prizadevanjih ali na to, da organizacija še ni začela dokumentirati in deliti teh dosežkov. Morda bi bilo koristno, da se v prihodnosti razmisli o načinih obveščanja javnosti, kot so spletne strani, družbeni mediji, letna poročila ali sodelovanje z lokalnimi skupnostmi, da bi poudarili svoje okoljske dosežke in spodbudili druge k podobnim prizadevanjem.

3.10 Vključevanje zaposlenih v izobraževalne tečaje

Pridobili smo 5 odgovorov pri čemer je en anketiranec podal le » - « in eden, da tega ne izvajajo. Dva izmed vprašanih sta zapisala več odgovorov in sicer VPD, VPP ter HACCP. VPD je varnost pri delu in VPP je varstvo pri požaru. Takšni izobraževalni tečaji so zelo pomembni za varnost zaposlenih v podjetju in v primeru nesreče pripomorejo k pravilnemu odzivu. HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) je sistem za obvladovanje nevarnosti v živilski industriji. Poudarek na izobraževanjih o HACCP je pomemben za zagotavljanje skladnosti z varnostnimi standardi in prizadevanja za zagotavljanje varnosti hrane. Eden anketiranec je zapisal, da trenutno nimajo programov, so pa izvajali tečaj vinskega svetovalca, kar nakazuje na razvoj znanja in veščin v povezavi z vinskim turizmom, vendar to ni neposredno povezano z varnostjo ali trajnostnimi praksami. Kljub temu pa ta tečaj lahko pripomore k večji strokovnosti v industriji.

3.11 Sodelovanje pri aktivnostih lokalne turistične organizacije

Na vprašanje sta odgovorila dva anketiranca in prejeli smo naslednje odgovore: pobiranje smeti, organizacije, peka ter promocija destinacije. Vključevanje v organizacijo različnih dogodkov, aktivnosti ali prireditev v destinaciji, pomaga pri promociji lokalne kulture in turizma. Peka se lahko nanaša na sodelovanje pri gastronomskih dogodkih ali promociji lokalne kulinarike, kot so delavnice peke ali degustacije. Sodelovanje pri promociji destinacije vključuje aktivnosti, kot so oglaševanje, sodelovanje na sejnih, priprava promocijskih materialov in druge dejavnosti, ki prispevajo k prepoznavnosti destinacije. Skupaj ti odgovori kažejo na aktivno vključevanje v različne vidike turizma, bodisi skrb za okolje in čistočo, organizacijo dogodkov ali promocijo destinacije, kar pomaga krepiti turistično ponudbo in obisk destinacije.

3.12 Ukrepi za spodbujanje lokalne biotske raznovrstnosti ter varstvo in ohranjanje krajine

Prejeli smo 5 odgovorov, pri čemer se je uporaba krmilnice in ptičje hiške pojavila v dveh odgovorih, kakor tudi hoteli za žuželke, ter saditev avtohtonih vrst rastlin (npr. rože na travnikih). Eden od anketirancev je dodal integrirana pridelava grozdja in precizno škropljenje, kar pripomore k manjši uporabi pesticidov in izboljšuje zdravje ekosistemov. Eden zapisanih odgovorov je bil »sejem semena«, pobiranje odpadkov v občini, kupovanje hrane od lokalnih pridelovalcev ter koriščenje lokalnih obrtnih mojstrov. Podpiranje lokalnih pridelovalcev, kar zmanjšuje ogljični odtis in spodbuja trajnostno kmetijstvo. Podpora lokalnim obrtnikom pripomore k ohranjanju tradicije in kulturne dediščine ter zmanjšuje vpliv industrijske proizvodnje.

3.13 Podpiranje lokalne skupnosti oziroma lokalnih znamenitosti

Od 5 veljavnih odgovorov je bila dvakrat zabeležena finančna pomoč oziroma donacije, kar omogoča podporo različnim projektom in potrebam v skupnosti. Nabava izdelkov iz lokalnega okolja in donacija vin. Eden izmed vprašanih je aktiven član turističnega društva in sodeluje pri božičnih jaslicah, praznični okrasitvi kraja, čateževa energijska pešpot ter ploščad Sv. Vida. Eden pa je zapisal, da bo naslednje leto sadil 600 marelic in je iz Pišec, kar je dolgoročna podpora lokalnemu kmetijstvu in ohranjanju zelenih površin v regiji, ter na ta način ohranja tradicijo.

3.14 Potencialne posledice podnebnih sprememb za turizem v destinaciji

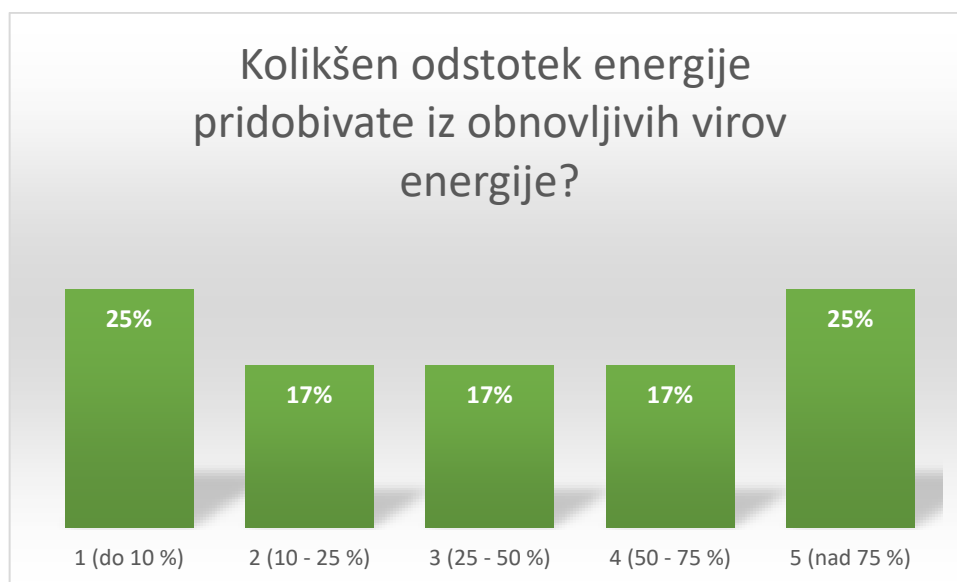
Prejeli smo 5 odgovorov pri čemer je en vprašan zapisal »marelice, tako da super«. Dva anketiranca sta zapisala poplave in neurja, ki lahko poškodujejo infrastrukturo in

zmanjšajo turistično privlačnost destinacije. Trije pa so omenili visoke temperature, ki vplivajo na zadovoljstvo turistov, oz. otoplitve, ki bi povzročile daljšo poletno sezono ter zmanjšanje prihodov turistov zaradi prevelikih vročin v poletnih mesecih in zato, zmanjšanje obiskov lokalnih znamenitosti in večji obisk reke Krke v poletnih mesecih, kakor tudi povečano porabo energije za hlajenje. Skupaj ti odgovori kažejo na številne izzive, ki jih podnebne spremembe prinašajo turizmu v vaši destinaciji, od vplivov na infrastrukturo, obisk turističnih točk, do sprememb v sezonskosti in porabi energije.

3.15 Pridobljeni odstotki energije iz obnovljivih virov energije

Pri tem vprašanju smo zastavili možne odgovore od 1 do 5, pri čemer 1 predstavlja do 10% energije, 2 - 10-25%, 3 – 25-50%, 4 – 50-75%, ter 5 – nad 75%. Prejeli smo 12 odgovorov, pri čemer je 25% vprašanih v vsaki skrajnosti možnih odgovorov. Torej 25% uporablja do 10% energije iz obnovljivih virov, kakor tudi nad 75%. Enakomerno razporejena skupina anketirancev (vsaka po 17 %) pridobiva med 10 in 75 % energije iz obnovljivih virov, kar kaže na postopno uvajanje trajnostnih virov energije. Ta segment nakazuje potencial za rast in možnost, da bi s praviimi spodbudami povečali delež obnovljivih virov energije. Odgovori nakazujejo precej polarizirano stanje – nekateri skoraj v celoti uporabljajo obnovljive vire, medtem ko jih drugi komaj vključujejo v svojo energetska mešanico. To lahko kaže na različne stopnje dostopa do obnovljivih virov, finančne zmožnosti ali razlike v energetska infrastrukturi.

Graf 26: Kolikšen odstotek energije pridobivate iz obnovljivih virov energije?

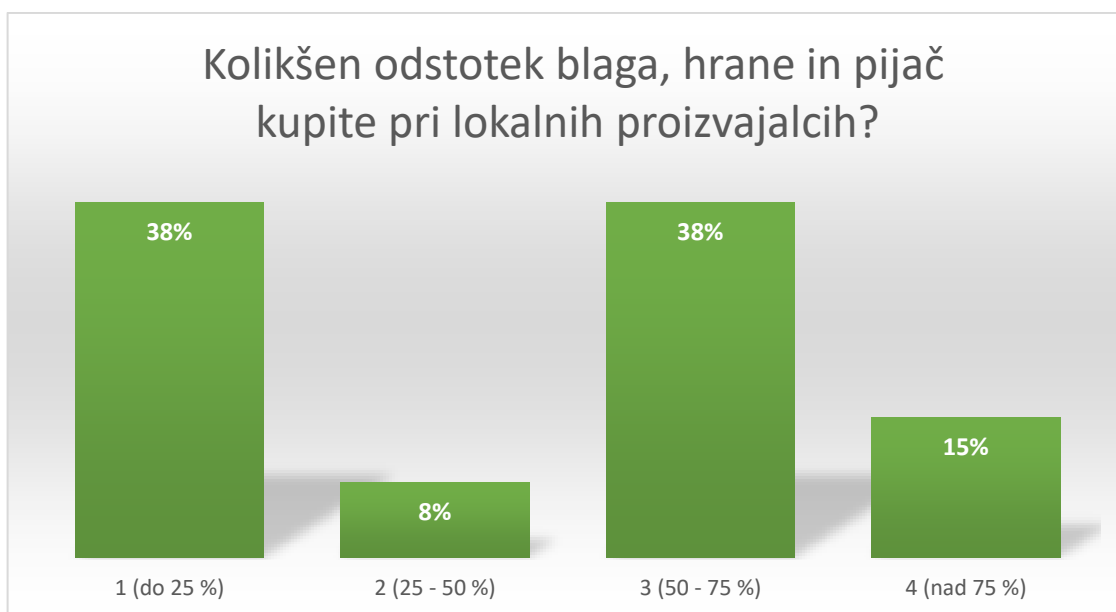


3.16 Kupljeni odstotki blaga, hrane in pijač pri lokalnih proizvajalcih

Pri tem vprašanju smo zastavili možne odgovore od 1 do 4, pri čemer 1 predstavlja do 10% energije, 2 – 25-50%, 3 – 50-75%, 4 – nad 75%. Prejeli smo odgovore od več

anketirancev, pri čemer se je najpogosteje pojavila najnižja kategorija (do 25 %) in srednje visoka kategorija (50–75 %), vsaka s 38 % deležem. Manjši delež anketirancev (8 %) kupuje med 25 in 50 % blaga, hrane in pijač pri lokalnih proizvajalcih, medtem ko jih 15 % več kot tri četrtine svojih nakupov opravi pri lokalnih ponudnikih. Rezultati kažejo na precej raznoliko nakupno vedenje. Večina anketirancev (76 %) kupuje manj kot 75 % svojih potreb pri lokalnih proizvajalcih, kar nakazuje, da lokalna ponudba kljub pomembnosti še vedno ne zadovoljuje vseh potreb potrošnikov. Po drugi strani pa 15 % anketirancev večino svojega blaga, hrane in pijač pridobi pri lokalnih proizvajalcih, kar kaže na skupino, ki zavestno podpira lokalno gospodarstvo. Visok delež anketirancev v kategoriji do 25 % (38 %) nakazuje, da obstajajo določene ovire pri večjem nakupu lokalnih izdelkov. Te bi lahko bile povezane z dostopnostjo, cenovno konkurenčnostjo ali raznolikostjo ponudbe. Podatki kažejo, da obstaja potencial za povečanje nakupov pri lokalnih proizvajalcih, še posebej med tistimi, ki trenutno kupujejo manjši delež lokalnih izdelkov. Možne spodbude, kot so boljša prepoznavnost lokalnih ponudnikov, dostopnost njihovih izdelkov v večjih trgovinah ali promocijske kampanje, bi lahko pomagale k večjemu deležu lokalnih nakupov.

Graf 27: Kolikšen odstotek blaga, hrane in pijač kupite pri lokalnih proizvajalcih?

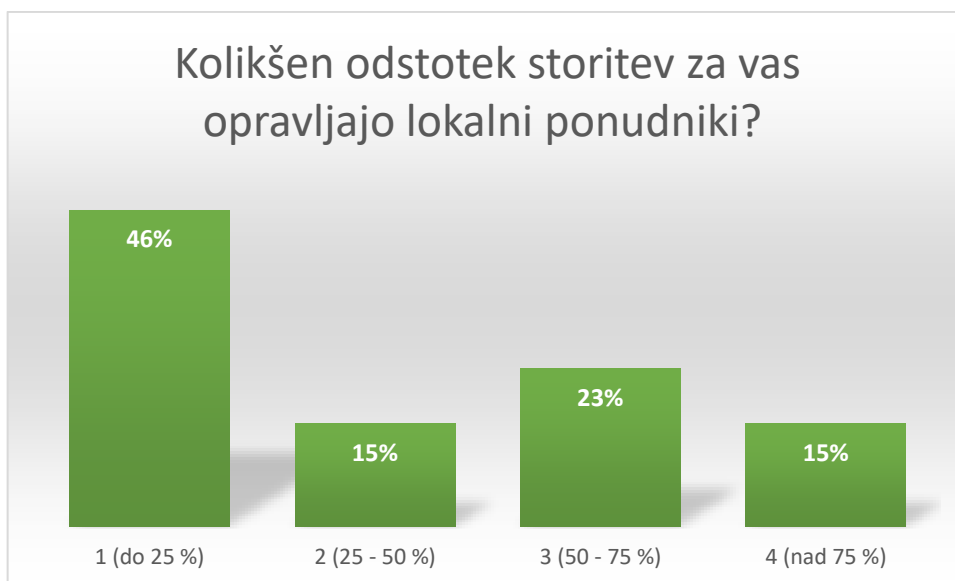


3.17 Odstotek storitev, ki jih opravljajo lokalni ponudniki

Prejeli smo odgovore od anketirancev glede deleža storitev, ki jih za njih opravljajo lokalni ponudniki. Tudi pri tem vprašanju smo postavili možne odgovore od 1 do 4, pri čemer 1 predstavlja do 10% energije, 2 – 25-50%, 3 – 50-75%, 4 – nad 75%. Največ anketirancev (46 %) je odgovorilo, da manj kot 25 % storitev zanje opravijo lokalni ponudniki. Sledi skupina, kjer lokalni ponudniki opravljajo med 50 % in 75 % storitev (23 % vprašanih). Manjši delež anketirancev (po 15 %) navaja, da lokalni ponudniki opravljajo od 25 do 50 % oziroma več kot 75 % storitev. Rezultati kažejo, da skoraj polovica anketirancev v večini ne uporablja storitev lokalnih ponudnikov, kar lahko

nakazuje na pomanjkanje ustreznih lokalnih storitev, dostopnost cenovno ugodnejših alternativ ali na preference za večje, pogosto globalne ponudnike. Po drugi strani skoraj 40 % vprašanih (tisti v kategorijah 50–75 % in nad 75 %) v precejšnji meri uporablja storitve lokalnih ponudnikov, kar kaže na obstoječo podporo lokalnemu gospodarstvu. Ti rezultati bi lahko bili povezani z regionalnimi dejavniki, gospodarskimi politikami ali osveščenostjo o pomenu lokalne ekonomije. Podatki nakazujejo prostor za izboljšanje pri spodbujanju uporabe lokalnih storitev, saj bi lahko dodatne spodbude, promocije in ozaveščanje vplivali na večjo podporo lokalnim ponudnikom, kar bi okrepilo lokalno gospodarstvo in zmanjšalo odvisnost od zunanjih virov.

Graf 28: Kolikšen odstotek storitev za vas opravljajo lokalni ponudniki?



3.18 Pripravljenost delitve podatkov o porabi energije in naknadno kontaktiranje

Od 11 odgovorov so bili 4 vprašani pripravljeni deliti dodatne podatke o porabi energije in 7 tega ni želelo storiti.

3.19 Pripravljenost delitve podatkov o porabi vode in naknadno kontaktiranje

Kot pri prejšnjem je bilo 11 odgovorov, od tega so 4 pripravljeni deliti dodatne podatke o porabi vode, 7 vprašanih pa tega ne želi storiti.

4 ZAKLJUČEK

Analiza anket turističnega gospodarstva je ponudila celovit vpogled v trajnostne prakse, izzive in priložnosti, s katerimi se soočajo turistični ponudniki. Rezultati kažejo, da se podjetja in organizacije v tem sektorju vse bolj zavedajo pomena trajnostnega razvoja in njegovega vpliva na dolgoročno uspešnost turizma. Mnogi že redno spremljajo in uvajajo ukrepe za zmanjšanje porabe vode, omejevanje plastičnih odpadkov in spodbujanje lokalne oskrbe, kar kaže na pozitiven premik v smeri okoljske odgovornosti. Prav tako je razvidno, da se povečuje zavedanje o posledicah podnebnih sprememb za turizem, kar odpira priložnosti za proaktivne prilagoditve in trajnostne strategije.

Kljub tem pozitivnim trendom pa analiza razkriva tudi določene pomanjkljivosti in izzive, ki jih je treba nasloviti za nadaljnji razvoj trajnostnega turizma. Med ključnimi izzivi izstopajo pomanjkanje informiranosti o spodbudah za pridobitev trajnostnih certifikatov, neizkoriščene možnosti sodelovanja z lokalnimi turističnimi organizacijami ter pomanjkljivo urejeni interni postopki v podjetjih, zlasti na področju plačnih politik, napredovanja in disciplinskih postopkov. Poleg tega je ugotovljeno, da se le manjši delež turističnih ponudnikov aktivno ukvarja s spremljanjem in komuniciranjem svojih trajnostnih dosežkov, kar pomeni izgubljeno priložnost za krepitev ugleda in večjo prepoznavnost na trgu.

Na podlagi teh ugotovitev je mogoče oblikovati priporočila za izboljšanje trajnostnega delovanja turističnega gospodarstva. Ključnega pomena bo krepitev informiranosti o trajnostnih certifikatih in možnostih sofinanciranja, spodbujanje večjega sodelovanja med ponudniki in lokalnimi organizacijami ter vzpostavitev jasnih pravilnikov, ki bodo omogočali boljše upravljanje zaposlenih in poslovnih procesov. Prav tako bo pomembno, da turistični akterji okrepijo komunikacijo o svojih trajnostnih praksah, saj s tem ne le izboljšajo svojo konkurenčnost, temveč tudi prispevajo k večji ozaveščenosti turistov in širše javnosti o pomenu trajnostnega turizma.

5 LITERATURA IN VIRI

- Slovenska turistična organizacija. (b. d.a). *Zelena shema slovenskega turizma*. Pridobljeno iz <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/zelena-shema-slovenskega-turizma>, 8. 3. 2025.
- Slovenska turistična organizacija. (b. d.b). *Imetniki znaka Slovenia Green*. Pridobljeno iz <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/zelena-shema-slovenskega-turizma/druzina-slovenia-green>, 24. 3. 2025.
- Visit Brežice. (b. d.a). *Zelena destinacija Brežice*. Pridobljeno iz <https://www.visitbrezice.si/trajnost/zelena-destinacija>, 8. 3. 2025.
- Visit Brežice. (b. d.b.). *Zeleni ponudniki v destinaciji*. Brežice. Pridobljeno iz <https://www.visitbrezice.si/trajnost/zeleni-ponudniki>, 8. 3. 2025.
- Visit Brežice. (b. d.c). *Slovenia Green*. Pridobljeno iz <https://www.visitbrezice.si/trajnost/slovenia-green>, 8. 3. 2025.