

## **ANALIZA ANKET**

Občina Kanal ob Soči je od leta 2018 vključena v Zeleno shemo slovenskega turizma in nosilka bronaste znaka Slovenia Green Destination, s katerim se zavezuje za trajnostno delovanje. V letu 2022 mora občina pridobljeni znak obnoviti, zato smo v postopku obnove znaka pridobili tudi mnenje o turizmu v občini. V ta namen smo izvedli ankete med deležniki (prebivalci, obiskovalci destinacije in turističnim gospodarstvom). Vse skupaj je bilo zbranih 143 anket (63 anket prebivalcev, 70 anket obiskovalcev in 10 anket turističnega gospodarstva).

### **Analiza anket s strani obiskovalcev**

Obiskovalce, tako tuje kot domače, smo anketirali osebno v Turistično informacijskem centru Kanal, anketa pa je bila na voljo obiskovalcem tudi na spletni strani TIC-a Kanal.

Rezultati anket so pokazali, da je destinacijo obiskalo največ domačih gostov, od tujcev pa je bilo največ nemških državljanov. K nam so večinoma pripotovali v paru, sledijo pa družine in tisti, ki potujejo sami. Povprečno pri nas ostanejo 0 – 2 dni, povprečen čas bivanja v destinaciji pa je bil 1,6 dni. Med bivanjem v destinaciji je največ obiskovalcev uporabljalo avto (49%), 34% jih je hodilo peš, 12% s kolesom in 4% z avtobusom. Glavni motiv prihoda v našo destinacijo je bil obisk naravnih in kulturnih znamenitosti.

Med anketiranci smo preverili tudi kakšno je zadovoljstvo s ponudbo v destinaciji. Zelo nezadovoljni so bili z gostinsko ponudbo in ponudbo za nakupovanje. Nekoliko slabše so ocenili tudi ponudbo kulturnih vsebin in javni prevoz. Na drugi strani pa so bili zelo zadovoljni z označenostjo dostopa na območjih znamenitosti, z prijaznostjo in gostoljubnostjo domačinov, priložnostjo za pohodništvo in kolesarjenje, možnostjo potovanja peš ali s kolesom, urejenostjo okolice in občutkom varnosti v destinaciji. Med stvarmi, ki so jih še posebej izpostavili so slaba ponudba hrane, premalo ne živilskih trgovin in slabe povezave javnega prometa. Vsi vprašani so v destinacijo prispeli v lastni organizaciji.

### **Analiza anket s strani prebivalcev**

Prebivalci so imeli možnosti izpolnitve ankete na spletni strani TIC-a Kanal, anketo so lahko izpolnili fizično v TIC-u Kanal, anketo pa je prejelo tudi vsako gospodinjstvo v lokalnem časopisu Most. Rezultati so pokazali, da je 34% anketiranih prebivalcev zadovoljnih z razvojem turizma v občini Kanal ob Soči. Dobra polovica (51%) anketirancev je zadovoljna z delom organizacije, ki skrbi za razvoj turizma v občini, 43% anketirancev meni, da so dobro obveščeni o razvoju turizma v občini Kanal ob Soči. Slaba tretjina (31%) anketiranih prebivalcev meni, da ima možnost sodelovati pri razvoju turizma v naši destinaciji. Večina anketiranih meni, da pozitivni učinki turizma v občini Kanal ob Soči odtehtajo negativne. Večina vprašanih tudi meni, da v visoki sezoni v naši destinaciji število obiskovalcev ni previsoko in moteče. Anketiranci v turizmu ne vidijo povzročitelja slabših zdravstvenih razmer v občini, prav tako menijo, da turizem ne vpliva na rast življenjskih stroškov in rast cen nepremičnin v občin. Po večinskem mnenju turizem tudi ni povzročitelj prekomernega onesnaževanja. Četrtnina anketiranih prebivalcev pravi, da turizem v naši destinaciji povečuje prometne težave, ne vpliva pa na varnost v občini.

### **Analiza anket s strani turističnega gospodarstva**

Turistično gospodarstvo smo povabili k izpolnitvi ankete preko e-pošte, stopili pa smo tudi osebno do ponudnikov.

Ankete smo prejeli od ponudnikov nastanitev 60%, gostinskih ponudnikov 30% in od turistične agencije (10%). Med zaposlenimi v turističnem gospodarstvu prevladujejo zaposleni s polnim delovnim časom, sledijo zaposleni s skrajšanim delovnim časom, v sezoni se poslužujejo tudi sezonskih delavcev, pripravnikov, študentov ali dijakov.

Pri vprašanih vezanih na učinkovito rabo energije je 50% vprašanih povedalo, da redno spremlja porabo energije, 20% jih spremlja, vendar so mnenja, da lahko še napredujejo. Pri ukrepih za zmanjšano rabo vode jih je 10% odgovorilo, da uporabljajo kotliček na dvojno splakovanje in stroje z manjšo uporabo, 10% pa da uporabljajo varčni wc kotliček in varčni tuš. Pri ukrepih za zmanjšanje količine plastičnih odpadkov jih je 10% navedlo uporabo samo steklene embalaže, 10% jih je ukinilo vso plastično embalažo, 10% jih uporablja biorazgradljive materiale, 10% ponudnikov gostom daje napotke za ponovno uporabo plastenk. Pri ukrepih za zmanjšanje količine odpadne hrane jih je 10% odgovorilo, da imajo svoj bio vrt, 10% pa da pripravijo primerne porcije hrane, se poslužujejo hrane po naročilu, sprotno naročajo potreben material. Lokalno skupnost in lokalne znamenitosti najbolj podpirajo z podajanjem informacij gostom in aktivno sodelujejo in promovirajo turistične znamenitosti. Kot potencialne posledice podnebnih sprememb za turizem v destinaciji vidijo v kuriščih na drva, v ekstremno visokih temperaturah in posledično sušah, poplavah in nevihtah, velik problem pa vidijo tudi v daljšem obdobju padavin, ki bi še dodatno skrajšali že tako kratko poletno sezono. Pri vprašanju o porabi energije iz obnovljivih virov jih je kar 80% odgovorilo, da uporabijo zgolj 10% take energije in le 20% jih uporablja med 25-50% te energije. Pri vprašanju kolikšen odstotek blaga, hrane, pijače, ki jo uporabljajo izvira iz lokalnega okolja, 60 % anketiranih meni, da nad 75% materiala nabavijo pri lokalnem ponudniku, 20% jih nabavi 25-50% pri lokalnem ponudniku in 20% jih nabavi do 25%. 40% jih je odgovorilo, da nad 75% storitev za njih opravijo lokalni ponudniki, 20% jih je odgovorilo, da je ta delež med 50 in 75% in 40% jih pravi, da je delež do 25%. Nihče od vprašanih pa ni pripravljen z nami deliti podatkov o porabi energije in o porabi vode za potrebe nadaljnje analize.

Ankete so nam pokazale, da bo v naši destinaciji v prihodnje še več aktivnosti potrebno usmerjati v ozaveščanje ter promoviranje trajnostnega poslovanja turističnega gospodarstva preko spodbujanja oblikovanja zelenih produktov, izvajanja trajnostnih ukrepov na področju varovanja okolja, energetske učinkovitega poslovanja, spodbujanja k investicijam na področju trajnostnega poslovanja, uporabi obnovljivih virov, poudarjanju pomena uporabe lokalnih pridelkov in proizvodov, spodbujanju h vključevanju v projekte za izgradnjo nizkoogljične družbe, iskanje virov financiranja za trajnostne investicije, ... Cilj destinacije je izboljšanje vseh nižjih kazalnikov ob naslednjem merjenju oz. anketah v naslednjem meritvenem obdobju.