

ZELENO POSLOVANJE TURISTIČNIH KMETIJ Z NASTANITVIJO: ORODJE RAZVOJA RURALNIH DESTINACIJ

MAJA BORLINIČ GAČNIK,¹ MARTINA SENEKOVIČ,²
TANJA LEŠNIK ŠTUHEC¹

Univerza v Maribor, Fakulteta za turizem, Brežice, Slovenija
maja.zibert1@um.si, martina.senekovic@student.um.si, tanja.lesnik@um.si

Sinopsis Turizem na podeželju strokovna literatura enači s pojmom turizem na kmetiji oziroma ga predstavlja kot podredno vejo. Jasno je, da razvoj podeželskega turizma kot oblika podjetniške dejavnosti zahteva utemeljitve številnih vidikov, ki spodbujajo nadaljnji razvoj dejavnosti, zato se sprašujemo, ali dejavnosti, vezane na razvoj in upravljanje podeželskih destinacij, neposredno naslavlja tudi elemente trajnostnega razvoja. S polstrukturiranimi intervjuji smo med nosilci dejavnosti turizma na kmetijah preverili, kaj posameznim kmetijskim gospodarstvom z nastanitvijo pomeni vključenost njihove dejavnosti v okoljske sheme in kaj jim ob tem predstavlja Zelena shema slovenskega turizma. Prav tako smo med odločevalci na različnih ravneh upravljanja družbe, posredno ali neposredno povezanih z nosilci dejavnosti turizma na kmetijah, preverili, kakšno je njihove mnenje o vključevanju turističnih kmetij z nastanitvijo v okoljske sheme. Ugotovljamo, da imamo v Sloveniji še veliko priložnosti za nadaljnji trajnostni razvoj podeželja. Med možnimi načini vidimo tudi vključevanje ponudnikov nastanitvenih obratov na podeželju v okoljske sheme in kolektivne blagovne znamke, vzpostavljene po modelu

Izvorno slovensko.

Ključne besede:
turistična kmetija,
nastanitev,
okoljski znak,
Zelena shema
slovenskega
turizma,
Izvorno slovensko

GREEN OPERATING OF TOURIST FARMS WITH ACCOMMODATION: A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF RURAL DESTINATIONS

MAJA BORLINIČ GAČNIK,¹ MARTINA SENEKOVIČ,²
TANJA LEŠNIK ŠTUHEC¹

University of Maribor, Faculty of Tourism, Brežice, Slovenia,
maja.zibert1@um.si, martina.senekovic@student.um.si, tanja.lesnik@um.si

Abstract Rural tourism is equated by the academic literature with the concept of tourism on farms or is represented as a subsidiary branch. The development of rural tourism as a form of entrepreneurial activity requires justification of many aspects that encourage further development of activities, so we wonder whether activities related to the development and management directly address elements of sustainable development. On the basis of semi-structured interviews, we checked among the holders of tourism activities on farms what the inclusion of their activities in environmental schemes and the Green Scheme of Slovenian Tourism means to individual agricultural holdings. We examined their opinion on the inclusion of tourist farms in environmental schemes among decision-makers at various levels of the company's management who are directly or indirectly related to tourism operators. We noticed that Slovenia still has many opportunities for further sustainable rural development. We see two possible ways by including providers of rural accommodation establishments in environmental schemes and by approaching a collective brand based on the "Authentic from Slovenia" model.

Keywords:
tourist farm,
tourist farm with
accommodation,
eco-label,
Green Scheme of
Slovenian tourism,
Authentic from
Slovenia

1 Uvod

Trajnostno načrtovanje razvoja ne le gospodarstva, temveč družbe na splošno, je v zadnjih dveh desetletjih postalo osnovni izziv in cilj nacionalnih in mednarodnih strategij razvoja. Enako se dogaja na področju razvoja turizma. Kljub številnim poskusom, široko zastavljenemu konceptu trajnostnega upravljanja destinacij (prek Zelene sheme slovenskega turizma) ocenjujemo, da miselnost trajnostnih konceptov upravljanja nastanitvenih ponudb pri ponudnikih ruralnega turizma v Sloveniji še ni prišla do točke, do katere bi morala priti (Žibert in Prevolšek, 2021). Jasno je, da ima trajnostni koncept razvoja turizma v Sloveniji strateško prednost pred številnimi drugimi državami, zato bo v prihodnje treba vložiti veliko truda tudi v razvoj trajnostnih turističnih storitev na področju ponudbe ruralnega turizma.

Eden izmed vzrokov za poglobljen razvoj trajnostih konceptov upravljanja turistične stroke je tudi izbruh nove koronavirusne bolezni COVID-19 v letu 2020. Številni strokovnjaki menijo, da sta prav trajnostni razvoj in osredotočeno načrtovanje edini možni poti za ponovno vzpostavitev turistične stroke v stanje, kot je bilo pred pojavom epidemije (Higgins-Desbiolles, 2020; Brouder, 2020; Niewiadomski, 2020). Še več, Gössling, Scott in Hall (2021) v svoji študiji svetujejo, da bi bilo za doseg trajnostnega turizma po pandemiji COVIDA-19 potrebno dolgoročno preoblikovanje destinacij v bolj odporne na turistične tokove. Rešitev naj bi prinašale oblike turizma, ki jih generirajo domači turisti. Kot primer se predlagajo zelene oblike turizma, in sicer aktivnosti v naravi, še zlasti na zavarovanih območjih v povezavi z agroturizmom, oziroma trajnostne dejavnosti, povezane z razvojem kreativnega turizma na podeželju (RRA Zeleni Kras, d.o.o., 2021), ki postaja neke vrste pobeg iz stresnega urbanega okolja v/na zelene otoke miru, ki opolnomočijo človeka ter omogočajo ponovno krepitev vezi med člani družine (Združenje turističnih kmetij Slovenije, 2022a) in stik s samim seboj (npr. gozdne kopeli) (Skupaj z naravo.si, b. d.).

Poglavje obravnava raziskavo med slovenskimi ponudniki ruralnega turizma (ponudniki turističnih kmetij z nastanitvijo), s katero smo preverili, zakaj se ponudniki nastanitev ne vključujejo številčneje v Zeleno shemo slovenskega turizma (v nadaljevanju: ZSST), kakšne so izkušnje tistih, ki so v shemo že vključeni in kakšno je o tem mnenje odločevalcev na različnih ravneh upravljanja družbe. Utemeljiti želimo tudi kategorijo Domačija, ki v sklopu sistema razvoja kolektivnih

blagovnih znamk, vzpostavljenih po modelu Izvorno slovensko, odpira vpogled v trajnostno, družbeno odgovorno, samooskrbno, kreativno celico pametnega podeželja.

2 Podeželje in turizem

V petdesetih letih prejšnjega stoletja se je zaradi družbenih struktur in različnih vladnih procesov začelo izrazito prestrukturiranje kmetijstva. Predvsem se je znotraj razvitih tržnih ekonomij začela kazati potreba po večjem sodelovanju, ureditvi lokalne uprave in načrtnem razvoju podeželja (Marsden in Murdoch, 1998). Razvoj podeželja je dobival v razvitem delu sveta od devetdesetih let 20. stoletja nove poudarke, ki so nastajali zaradi razvojnih razlik med podeželjem in mestom ter zaradi želje urbanega prebivalstva po kakovostnih življenjskih standardih, ki jih podeželje izkazuje še danes. Potreba po rekreaciji v razmeroma neokrnjenem in mirnem okolju, proč od hrupa, prometa in nenehnih motilcev pozornosti, je ponovno pripeljala družbo v odkrivanje podeželja. Slovenija je v primerjavi z drugimi državami evropskega prostora posebnost, saj je bila v povojnem obdobju njena urbanizacija zelo zmerna. Zaradi omogočenih dnevnih migracij so ljudje lahko ostajali na podeželju ter za lastno preživetje in zaradi potrebe po obdelani zemlji skrbeli za krajinsko podobo, ki je mozaično razdrobljena (Kladnik in Ravbar, 2003) in kar vabi k obisku.

3 Turistične kmetije z nastanitvijo in drugimi dopolnilnimi dejavnostmi

V razvitih podeželskih in suburbanih predelih podeželja se vse več kmetijskih gospodarstev odloča za razvoj tržno zanimivih oblik večfunkcijskega kmetovanja. S tem se krepijo sposobnosti preživetja kmetij, pridobivajo se dodatni viri dohodka ter spodbujata konkurenčnost in inovativnost vseh vrst kmetij v vseh regijah (Žibert in drugi, 2020; Žibert in drugi, 2021; Pažek in Rozman, 2010). Čedalje bolj privlačno je ekološko kmetovanje, permakultura kot način življenja (Vrenko, 2014) in samooskrbno kmetijstvo (MKGP, 2016) ne le večjih, temveč tudi manjših kmetij in posameznikov. V zadnjih letih opazamo veliko rast priljubljenosti nabiralništva, zeliščarstva in vrtnarjenja in prav slednje postaja eden najhitreje rastočih konjičkov ne le Američanov, temveč tudi Slovencev (T. S. P., 2021). Mnoge (turistične) kmetije so v času pandemije COVIDA-19 ponudile trgu s spletno prodajo svoje in povezane

pridelke in živilske izdelke, bolj kreativne tudi hišne jedi in s sodobnimi digitalnimi orodji (April 8, digitalna agencija, d.o.o., 2021; Center za zdravje in razvoj, 2022) omogočile, da lahko kuharsko delavnico ustvarimo s paketom sestavin kar v lastnem gospodinjstvu in v času omejenega gibanja pričaramo nedeljsko kosilo ali navaden obrok v krogu družine (Gostilna Repovž, 2022).

Čedalje bolj očitno je, da za učinkovito poslovanje kmetije ni dovolj le primarna pridelava pridelkov, temveč je treba tem dodati lokalno vrednost z zgodbo (Lešnik Štuhec, 2021, str. 3), jih predelati in ponuditi po čim krajši poti od njive do krožnika (Lešnik Štuhec, 2021, str. 10), bodisi kot jed na krožniku v gostinski ponudbi na kmetiji ali v obliki vodenega doživetja na kmetiji (Kmetija Pod kostanji, 2022), ki ne samo, da uporabnika kreativno nagradi in opolnomoči, temveč omogoča tudi večjo ekonomsko korist ponudniku in njegovim partnerjem v verigi vrednosti.

Ena izmed dopolnilnih dejavnosti, ki jih lahko registrirajo posamezna kmetijska gospodarstva, je turizem na kmetiji. Tega na podlagi dejavnosti in slovenske zakonodaje delimo na gostinsko in negostinsko dejavnost. Število turističnih kmetij je v Sloveniji v zadnjih letih pred pojavom epidemije nove koronavirusne bolezni COVID-19 naraščalo (MKGP, 2020), razporeditev kmetij pa je po Sloveniji zelo neenakomerna. Med oblikami dopolnilne gostinske dejavnosti na kmetiji je tudi ponujanje storitev prenočevanja, jedi iz lokalnega okolja ter na kmetiji pridelane in predelane pijače¹. To vrsto dopolnilne dejavnosti na kmetiji imenujemo »turistična kmetija z nastanitvijo« (SKD 55.202 Turistične kmetije s sobami). Nastanitev na turistični kmetiji je omogočena na več načinov, vendar z največ 30 ležišči. Te so lahko 1) v sobah, 2) na skupnih ležiščih, 3) v apartmajih (stanovanjih), 4) na prostoru za kampiranje, 5) na prostoru za bivalna vozila, 6) lahko pa tudi v alternativnih oblikah prenočevanja, na primer na seniku, v čebelnjaku in v podobnih inovativnih oblikah nastanitve. Mednje spadajo tudi nastanitvene enote v glamuroznih kampih oziroma glampingih (Glamping SI, d.o.o., 2022), ki ponujajo bivanje v naravi ob zdravi hrani in tematskih zgodbah domačinov.

¹ Za opravljanje dopolnilne dejavnosti turizem na kmetiji mora kmetija zagotoviti najmanj 50 % vrednosti lastnih surovin. Do 25 % vrednosti ponudbe lahko kmetija zagotovi z dokupom surovin, ki so pridelane na drugih kmetijah z lokalnega trga ali predelane na drugih kmetijah, ki imajo registrirano dopolnilno dejavnost predelava. Če nakup ni neposredno izveden na drugi kmetiji, mora biti z računa ali prevzema razviden izvor surovine. Do 25 % vrednosti ponudbe lahko kmetija dokupi surovine in izdelke v prosti prodaji. Zahtevani deleži se zagotavljajo v koledarskem letu.

4 Zeleno poslovanje turističnih kmetij z nastanitvijo

Danes sledimo številnim težnjam trajnostnega razvoja turističnega sektorja. Enako velja za revitalizacijo podeželja, zato ob tem kot skupni imenovalc obravnavamo zeleno poslovanje turističnih kmetij kot orodje za nadaljnji trajnostni razvoj podeželja. Trajnostna načela turizma se nanašajo na ekološki, ekonomski in družbeno-kulturni vidik razvoja, pri čemer je za zagotavljanje dolgoročne trajnosti treba med temi tremi vidiki vzpostaviti primerno ravnotežje (UNWTO, 2004). Eden od načinov, ki destinacijam pomaga pri razvoju in upravljanju ter nagrajevanju trajnostnega upravljanja destinacij in same ponudbe turističnih kapacitet, je sistem (zelenega) certificiranja destinacij in ponudnikov. Gre za učinkovito orodje, ki destinacijskim organizacijam pomaga meriti stopnje trajnostnega delovanja in posredno prek promocije podeljenih certifikatov komunicira s potrošniki (Slovenska turistična organizacija, 2022a). V Sloveniji imamo na ravni države in upravljanja turizma organizirano Zeleno shemo slovenskega turizma (v nadaljevanju: ZSST) (Slovenska turistična organizacija, 2022b). Gre za nacionalni program, certifikacijsko shemo in komunikacijsko orodje, namenjeno destinacijam, pa tudi ponudnikom nastanitev, naravnim parkom, turističnim agencijam, turističnim znamenitostim, restavracijam in plažam. S priključitvijo v ZSST destinacije in ponudniki pridobijo certifikat trajnostnega upravljanja, s tem pa tudi močno komunikacijsko orodje, ki vse prejemnike vključuje v nacionalne promocijske kampanje na najvišjih ravneh in tako omogoča dostop do pomembnih mednarodnih trgov (Slovenska turistična organizacija, 2022c).

Razvoj podeželskega turizma kot oblike podjetniške dejavnosti na podeželju zahteva utemeljitev številnih vidikov, ki morajo spodbujati nadaljnji razvoj dejavnosti in ob tem zagotoviti ustrezno raven konkurence, saj to pomembno vpliva na tržne razmere (Boiko, 2020). Žibert in Prevolšek (2021) sta v študiji obravnavala pet glavnih prednosti in dejavnikov turizma na podeželju, ki prispevajo k trajnostnemu razvoju podeželja in imajo hkrati sinergijske učinke turizma na podeželje. Predstavila sta ga 1) kot naravi prijazno dejavnost, 2) kot dejavnost, ki spodbuja trajnostno infrastrukturo, 3) kot dejavnost, ki svojo avtentičnost naslavlja kot konkurenčno prednost, 4) kot dejavnost, ki stremi k težnjam varčevanja z vodo in energijo, ter 5) kot dejavnost, pri kateri sta prijaznost in gostiteljskih družin na prvem mestu.

5 Povezana doživetja podeželskega turizma

Znak kakovosti, imenovan Roter Hahn (slovensko Rdeči petelin), predstavlja na južnem Tirolskem uspešen način poslovanja regionalno združenih turističnih kmetij z nastanitvijo (Der Südtiroler Bauernbund – Roter Hahn, b. d.), pa tudi kmetij, ki ponujajo rokodelske izdelke, živilske izdelke in jedi, postrežene na gostinski način. Njihov skupni cilj je turistom ponuditi doživetja podeželskega turizma, ki z vidika upravljanja dejavnosti na visoko mesto uvršča pomembnost trajnostnih konceptov delovanja. Ob blagovni znamki podeželskih počitnic na turističnih kmetijah (1.665 v letu 2018), označenih z dvema do petimi cvetovi, gre hkrati za sistem, ki kmetom, to je lastnikom nastanitvenih kapacitet, ponuja trajnostne finančne koncepte za nadaljnji razvoj in ohranjanje obstoječih ponudb (Der Südtiroler Bauernbund – Roter Hahn, b. d.). Združenje je leta 2018 predstavljalo povezano ponudbo zavidljivih kapacitet, in sicer 24.845 postelj, s 463.625 prihodi turistov, ki so izvedli 2.847.503 prenočitev (Hannes Knollseisen, d. d., 2021). Blagovna znamka Rdeči petelin promovira kmetijske/kmečke proizvode, in sicer živilske in tudi rokodelske, poudarja gostoljubnost domačinov ter zagotavlja, da gostje na kmetiji zares živijo pristno podeželsko življenje. Znamka hkrati zagotavlja visoko kakovost trajnostnih storitev ter transparentno delovanje in poslovanje. V ta namen so vzpostavljeni strogi standardi – merila zagotavljanja kakovosti, ki jih redno merijo in spremljajo. Rdečo nit ponudbe in trajnostnega upravljanja predstavljajo kakovostna doživetja počitnic na kmetiji, pristnost podeželske gostinske ponudbe ter živilski izdelki in produkti samih kmetij oziroma podeželske obrti.

Tudi v Sloveniji se turistične kmetije med seboj povezujejo. Na nacionalni ravni že leta odlično deluje Združenje turističnih kmetij Slovenije, ki pa žal ni vzpostavilo standardov za zagotavljanje kakovosti s trajnostnega vidika upravljanja nastanitvenih kapacitet slovenskih turističnih kmetij. Kakovost storitev turističnih kmetij je kategorizirana z največ štirimi jabolki (ZTKS, 2022b), specializirane kmetije pa ponujajo izbrano ponudbo družinam z otroki, invalidom, osebam, ki jih zanima zdravo življenje, ljubiteljem konj in jahanja, otrokom brez spremstva staršev, kolesarjem, posebno oznako pa lahko nosijo tudi vinogradniške turistične kmetije (ZTKS, 2022c). Mnoge turistične kmetije so svojo ponudbo v teh dveh pandemičnih letih označile z znaki Green & safe in Green travelers, ki stojijo ob boku znakom okoljskih shem in ZSST (Slovenska turistična organizacija, 2022a).

V Sloveniji se v zadnjih desetih letih precejšen delež podeželja (več kot 40 % občin) razvija po modelu Izvorno slovensko (Lešnik Štuhec, b. d.; glej tretje poglavje v prvem sklopu monografije). V sodelovanju s številnimi strokovnjaki, povezanimi v Akademijo Izvorno slovensko, se vzpostavljajo teritorialne kolektivne blagovne znamke, ki spodbujajo trajnostno in kakovostno ponudbo izdelkov in storitev, z veliko mero lokalno dodane vrednosti (Lešnik Štuhec, 2021). Gre za neke vrste podeželske podjetniške centre, ki s pomočjo sredstev raznolikih nacionalnih, čezmejnih in internacionalnih razpisov omogočajo malim ponudnikom enakovreden nastop na trgu živilskih izdelkov, jedi in pijač, postreženih na gostinski način, rokodelskih izdelkov, nastanitvenih kapacitet, organiziranih gastronomskih prireditev in vodenih doživetij. Ponudniki, ki v celovito zgodbo povežejo omenjene kategorije ponudbe, predstavljajo glasnike teritorialne kolektivne blagovne znamke. Tako se na tretji ravni vzpostavljanja certificirane ponudbe razvijajo ambasadorji znamke (glej sliko 17 v tretjem poglavju prvega sklopa monografije) in med njimi tudi kategorija Domačija (Lešnik Štuhec, 2021, str. 122). Namenjena je turističnim kmetijam z nastanitvijo, ki poslujejo ekološko in več kot 80 % ponujene hrane na gostinski mizi zagotovijo iz lastne kratke dobavne poti od njive do krožnika, ob tem pa ponujajo raznolike možnosti kreativnega in aktivnega preživljanja dopusta na podeželju. Z delavnicami in vodenimi doživetji prek deljenja izkušenj, spretnosti in znanj pritegnejo predvsem družine z otroki vseh starosti ter jim omogočijo prebujanje ob nabiranju kokošjih jajc, ki so nato slastno umešana, v obliki omlete, palačink ali na oko, zlasti če jih spremljata dišeč hišni kruh in vložena zelenjava, ki je ohranila v kozarce ujete sončne žarke.

Pogoj za vstop turistične kmetije z nastanitvijo v certificiranje so prejeti certifikati na prvi in drugi ravni določene teritorialne kolektivne blagovne znamke, in sicer za (i) rokodelske izdelke, (ii) pridelke in živilske izdelke, (iii) jedi in pijače, postrežene na gostinski način, (iv) nastanitvene kapacitete in (v) gastronomska vodena doživetja. Trenutno je najbližje pridobitvi naziva Domačija Ekološka turistična kmetija Urška, ki je bila prva nosilka okoljskega znaka EU Ecolabel, ki ga je pred nekaj leti zamenjala za Green Key, kot prva je pridobila tudi znak Green Cuisine. Kmetija je trdno zasidrana v Zeleni shemi slovenskega turizma (Eko kmetija Urška, 2022) in nosi certifikat blagovne znamke Okusi Rogle. Prav navzkrižni marketing in prodaja, ki ju izvajajo kreativne turistične kmetije z nastanitvijo, lahko pomenita novo obliko sodelovanja med ponudniki, kar prinaša večjo lokalno dodano vrednost podeželski destinaciji. Na tem mestu je zagotovo treba izpostaviti ekološko kmetijo in gostilno

Repovž (<https://gostilna-repovz.si>), ki z gostinsko ponudbo in spletno prodajo ponosno povezuje, predstavlja, trži in prodaja visokokakovostno ponudbo vrednostne verige partnerjev mejnega območja med Štajersko in Dolenjsko.

6 Metodologija raziskave

V sklopu raziskave nas je zanimalo, zakaj je v Zeleni shemi slovenskega turizma med ponudniki le 12 turističnih kmetij z nastanitvijo, čeprav imamo na podlagi podatkov MKGP (2020) v Sloveniji nekaj manj kot 600 kmetij z registrirano dopolnilno dejavnostjo turizem na kmetijah z nastanitvijo. Vseh kmetij z mednarodnim okoljskim znakom je sicer 14, vendar pa dve kmetiji nista vključeni v ZSST.

Za raziskovalno metodo smo izbrali kvalitativno metodo polstrukturiranega intervjuja, s katero smo ugotavljali, kakšna so stališča certificiranih kmetij z nastanitvijo in odločevalcev, ki so z njimi povezani, o vključevanju v okoljske sheme. Na podlagi teoretičnega pregleda in poznavanja stanja nas je pri raziskovanju vodilo naslednje raziskovalno vprašanje:

Zakaj se slovenske turistične kmetije z nastanitvijo številneje ne vključijo v Zeleno shemo slovenskega turizma (ZSST za ponudnike nastanitev)?

V okviru raziskovalnega vprašanja nas je zanimalo, kakšne so izkušnje kmetij z okoljskim znakom in kako lahko javne organizacije spodbujajo turistične kmetije za pridružitve k nacionalni trajnostni shemi.

Intervjuji so bili izvedeni v obdobju od avgusta do novembra leta 2021 s 13 predstavniki turističnih kmetij z nastanitvijo, ki imajo vsaj en mednarodni okoljski znak (Šenkova domačija, Pri Kovačniku, Tešnak, Toncevi, Ravnjak, Pirc, Želinc, Ramšak, Breg, Marjanca, Pr' Gavedarjo, Leban in Urška) in 5 odločevalci (Direktorat za turizem na MGRT, Direktorat za kmetijstvo na MKGP, Slovenska turistična organizacija, Zavod Tovarna trajnostnega turizma GoodPlace in Združenje turističnih kmetij Slovenije). Intervjuje smo izvedli prek telefona in/oz. video klicev. Pred samimi srečanji smo nosilec dejavnosti posredovali njim prilagojene vprašalnike, ki smo jih sestavili na podlagi ugotovitev tujih raziskav o certificiranju hotelskih nastanitev v Zahodni Angliji – GTBS po Jarvis, Weeden in Simcock (2010)

in v Evropskih Alpah – Bio Hotels po Pröbstl in Müller (2012) ter o okoljski shemi Green Key po Dunk, Gillespie in MacLeod (2016).

6.1 Interpretacija podatkov

Od nosilcev dopolnilnih dejavnosti na kmetijah, s katerimi smo v sklopu raziskave opravili intervjuje, smo izvedeli, da so se za pridobitev okoljskega znaka večinoma odločili zaradi okoljskega zavedanja. Večina predstavnikov, z izjemo enega, je šla skozi proces pridobitve okoljskega znaka preprosto, hitro in brez izzivov. Petim respondentom je pridobljeni okoljski znak pomagal k tesnejši zavezanosti k varovanju okolja, promociji in dodatni prepoznavnosti, trem dodatne stroške, dva menita, da jima okoljski znak ni prinesel ničesar, eden omenja boljšo organiziranost poslovanja, eden od nosilcev pa je ob tem izpostavil, da je s tem zadostil pogojem za vključitev v ZSST. Glede na zahtevana področja kriterijev, ki jih morajo kmetije izpolnjevati, če želijo pridobiti okoljski znak, je pet predstavnikov izpostavilo, da jim v sklopu pridobitve znaka ni bilo treba v okviru dejavnosti nič spreminjati, ostali pa omenjajo, da so spremenili predvsem naslednja področja: (i) informiranje gostov, (ii) področje ravnanja z odpadki, (iii) pranje in čiščenje, (iv) poraba vode in energije ter (v) upravljanje notranjega okolja. Kot pozitivno pri pridobitvi okoljskega znaka so predstavniki ocenili zmanjšanje negativnega vpliva na okolje, motivacijo zaposlenih do dela na kmetijskem in turističnem gospodarstvu, izdelavo tržne strategije in povrnitev stroškov naložbe. Za dve kmetiji so stroški okoljske sheme previsoki.

Ob nadaljnji analizi intervjujev, ki smo jih opravili v sklopu raziskovalnega dela, so nas zanimala tudi naslednja področja: (i) zadovoljstvo nosilcev dopolnilnih dejavnosti na kmetiji z vključitvijo v okoljsko shemo, (ii) stroški, ki so pri tem nastali, (iii) prednosti in morebitne pomanjkljivosti samih shem ter (iv) nadaljnji koraki v povezavi z raziskovanjem in uresničenjem zahtev, ki jih pridobitev okoljskega certifikata prinese nastanitvenemu obratu. Ob tem smo ugotovili, da je povprečni strošek pridobitve okoljskega znaka znašal med 500 in 650 evri, pri čemer poudarjamo, da je večina respondentov tak strošek pričakovala, petim respondentom pa se je strošek zdel previsok. Ugotavljamo, da se na vseh turističnih kmetijah zavedajo pomena okoljskega znaka in pri svojem delu uporabljajo trajnostne smernice delovanja. Predstavniki kmetijskih gospodarstev delijo mnenje, da okoljski znak vpliva na ohranjanje in varovanje naravne in kulturne dediščine ter vsaj polovico zavezuje k preudarnjšemu ravnanju, druga polovica pa je dediščino

varovala že pred pridobitvijo certifikata. Večini proučevanih kmetij, razen dvema, je vstop v ZSST prinesel dodatno promocijo in prepoznavnost. Pomembno je mnenje, da okoljski znak ne vpliva na njihove dobavitelje. Težko je tudi presojati, ali se gostje za bivanje pri njih odločijo predvsem zaradi pridobljenega znaka. Ob tem poudarjajo, da so gostje enako zadovoljni s storitvami na njihovi turistični kmetiji z nastanitvijo kot prej, ko znaka še niso pridobili. Polovica respondentov je svoj primer prakse že predstavila javnosti. Največ jih je kot rezultat vstopa v ZSST oziroma okoljsko shemo navedlo večjo prepoznavnost in manjši strošek promocije. Nekaj jih je dodalo boljšo zasedenost kapacitet, višjo ceno nastanitve, več nočitev, večje število gostov in nižje stroške upravljanja. Skoraj vse kmetije, z izjemo ene, bi proces certificiranja priporočile tudi drugim ponudnikom. Po preteku prvega obdobja certificiranja bo svoj obrat ponovno certificiralo osem kmetij, štiri bodo to storile pogojno, ena kmetija pa bo iz okoljske sheme izstopila.

Po mnenju odločevalcev se turistične kmetije za vstop v mednarodne okoljske sheme in ZSST ne odločajo zaradi 1) slabe informiranosti in nepoznavanja samih znakov ter njihovih koristi in prednosti, 2) pa tudi zaradi stroškov, saj ne vedo, da so zanje na voljo mehanizmi, ki povrnejo nastale stroške pridobitve znaka. Razloge vidijo tudi v 3) pomanjkanju časa, 4) manku promocije okoljskih shem za nastanitvene ponudnike, 5) zapleteni administraciji vstopa in vzdrževanja znamke ter 6) mnenja, da je to le še ena blagovna znamka.

Po mnenju predstavnikov Direktorata za turizem bi lahko kmetijam v prihodnje k vključitvi pomagali z delavnicami in dodatnim informiranjem. Predstavniki Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano poudarjajo, da želijo tudi v prihodnje pomagati z razpisi oziroma sredstvi iz Programa razvoja podeželja. Predstavniki zavoda GoodPlace bi jih motivirali z namensko prilagojenimi aktivnostmi, aktivnim nagovarjanjem in sodelovanjem z Zvezo turističnih kmetij Slovenije. Ta bi želela kmetije dodatno motivirati s podajanjem informacij (npr. na letnem srečanju predstavnikov turističnih kmetij) ter z ogledi in predstavitvami dobrih primerov prakse.

Zaradi razlik med ponudniki nastanitvenih obratov se vsi odločevalci strinjajo, da bi bilo treba oblikovati priporočila posebej za turistične kmetije, saj menijo, da bi se tako zagotovo več kmetij odločilo za pridobitev okoljskih certifikatov oziroma znakov in za vstop v Zeleno shemo slovenskega turizma.

6.2 Glavne ugotovitve

Nepoznavanje vsebine okoljskih znakov (zaradi pomanjkanja njihove promocije, zapletene administracije vstopa in vzdrževanja ter zmotnega prepričanja, da gre pri tem le še za eno blagovno znamko) in njihovih prednosti so s stališča strokovnih institucij odločevalcev najpogostejši razlog za to, da se slovenske turistične kmetije ne pridružijo trajnostnim shemam. Kmetije pogosto niso obveščene o možnostih sofinanciranja vključevanja v trajnostne sheme, pogosto jih obremenjuje čas, saj je na kmetijah še vedno veliko povpraševanja po konvencionalni ponudbi.

Izkušnje turističnih kmetij, ki so že pridobile okoljski znak, so pozitivne, saj je večini to prineslo zavezo k varovanju okolja, nove oblike promocije in s tem večjo prepoznavnost. Prednosti pridobitve okoljskega znaka se kažejo tudi z zmanjšanjem negativnega vpliva na okolje, motivacijo zaposlenih za delo, z oblikovanjem tržnih strategij, pomembno pa je tudi, da se stroški povrnejo. Ena kmetija bo zaradi visokih stroškov izstopila iz okoljske sheme, večini respondentov pa je vstop v ZSST zaradi dodatne promocije omogočil večjo prepoznavnost na trgu.

Ugotavljamo, da bi lahko javne organizacije spodbudile kmetijska gospodarstva k vstopu v okoljske sheme in ZSST z boljšim informiranjem in ozaveščanjem o prednostih vključevanja v okoljske sheme, s programom delavnic, prilagojenih turističnim kmetijam, z aktualnimi razpisi in aktivnim nagovarjanjem k pristopu, z medsebojnim sodelovanjem odločevalcev, ogledi dobrih praks in z večjim poudarjanjem prednosti trajnostnega, zelenega poslovanja na letnih srečanjih predstavnikov turističnih kmetij.

7 Zaključek

Za pospešen vstop turističnih kmetij z nastanitvijo v mednarodne okoljske sheme in/ali ZSST predlagamo oblikovanje njim prilagojenih priporočil in smernic. Za sistematično uporabo morajo te temeljiti na posnetku stanja z osredotočenostjo na izzive turističnih kmetij, na viziji prihodnosti posamezne turistične kmetije z nastanitvijo in na akcijskem načrtu, ki omogoča postopno nadgradnjo trajnostnega poslovanja.

V sklopu raziskave smo ugotovili, da bi bilo treba ponuditi smernice in priporočila v obliki jasne sheme financiranja, načrta informiranja in usposabljanja, ki naj zajema več delavnic, pri čemer bi se predstavnikom kmetijskih gospodarstev predstavili okoljski znaki, prednosti in koristi vključevanja v sheme in aktualni razpisi. Smernice bi pri tem vključevale shemo pridobljenih koristi, ki se navezujejo na okoljski, ekonomski, družbeno-kulturni in podnebni vidik. Obstaja tudi potreba po sistematičnem izvajanju promocije turističnih kmetij, tako posamezno kot povezano, in transparentnem vključevanju kmetijskih gospodarstev v trajnostne politike od spodaj navzgor in od zgoraj navzdol. Nujno je promovirati pozitivne rezultate vstopa v ZSST in rešitve morebitnih izzivov. Smiselno je predstavljati učne primere dobre prakse turističnih kmetij z okoljskim znakom. Zeleno poslovanje turističnih kmetij s tem postaja orodje nadaljnjega razvoja ruralnih destinacij, tudi v smislu okrevanja sektorja po končani epidemiji COVIDA-19.

Kot orodje razvoja podeželja in s tem turističnih kmetij z nastanitvijo lahko v sklopu aktivnosti certificiranja ponudbe v sistemu teritorialnih kolektivnih blagovnih znamk, vzpostavljenih po modelu Izvorno slovensko, kmetije nadgradijo lastno ponudbo izdelkov in storitev ter v kategoriji Domačija izpostavijo ključno vlogo ambasadorjev slovenskega podeželja, ki sledijo pristopu ničelnega kilometra na poti od vil do vilic in vodenih doživetij.

Literatura in viri

- April 8, digitalna agencija, d.o.o. (2021). *Kako oživiti slovenski turizem?* Pridobljeno iz: <https://www.april8.si/media/1858/april8-kako-oziviti-slovenski-turizem-2021.pdf>, 12. 1. 2022.
- Boiko, V. (2020). *Green tourism as a perspective direction for rural entrepreneurship development*. Lviv-Toruń: Liha-Pres.
- Brouder, P. (2020). Reset redux: Possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 22(3), 484–490.
- Center za zdravje in razvoj (2022). *Kratke prehranske verige*. Pridobljeno iz https://www.czr.si/index.php/projekti_reader/kratke-prehranske-verige.html, 13. 1. 2022.
- Der Südtiroler Bauernbund - Roter Hahn (b. d.). *Wie werde ich Mitglied?* Pridobljeno iz <https://www.sbb.it/roter-hahn/wie-erde-ich-mitglied>, 12. 1. 2022.
- Dunk, R. M., Gillespie, S. A. in MacLeod, D. (2016). Participation and retention in a green tourism certification scheme. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(12), 1585–1603.
- Eko kmetija Urška (2022). *Vedno znova pridem in odidem, da bi se vrnil...* Pridobljeno iz <https://www.kmetija-urska.si/>, 12. 1. 2022.
- Glamping SI, d.o.o. (2022). *Turistična kmetija in glamping Kranjc*. Pridobljeno iz <https://www.glamping.si/glampi/turistica-kmetija-kranjc>, 12. 1. 2022.

- Gössling, S., Scott, D. in Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20.
- Gostilna Repovž (2022). *Za dobre duše in radovedne želodce*. Pridobljeno iz <https://shop.gostilna-repovz.si/>, 10. 1. 2022.
- Hannes Knollseisen, d.d. (2021). »Roter Habn« – Agritourism in South Tyrol. Poročilo s konference THE TERRITORIAL BRANDS WORKSHOP 2021 EUSALP, 10.–11. junij 2021.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610–623.
- Jarvis, N., Weeden, C. in Simcock, N. (2010). The benefits and challenges of sustainable tourism certification: A case study of the Green Tourism Business Scheme in the West of England. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 83–93.
- Kladnik, D. in Ravbar, M. (2003). *Členitev slovenskega podeželja: (prispevek k usmerjanju skladnega regionalnega razvoja)*. Ljubljana: Založba ZRC.
- Kmetija Pod kostanji (2022). *Družinsko doživetje na kmetiji*. Pridobljeno iz <https://podkostanji.si/dozivetje-na-kmetiji/>, 12. 1. 2022.
- Lešnik Štuhec, T. (b. d.). *Izorno slovensko*. Pridobljeno iz http://provital.si/razvoj_podezelja.html, 23. 12. 2021.
- Lešnik Štuhec, T. (2021). *Podeželje in razvoj gastronomije v Sloveniji: Teritorialne kolektivne blagovne znamke po modelu 'Izorno slovensko' v letu 2020*. Maribor: Univerzitetna založba UM.
- Marsden, T. in Murdoch, J. (1998). The Shifting Nature of Rural Governance and Community Participation. *Journal of Rural Studies*, UK, 14(1), 1–4.
- MKGP (2016). *Ekološko vrtnarjenje, permakultura in vsestranske koristi zastirke*. Pridobljeno iz <https://www.nasasuperhrana.si/clanek/ekolosko-vrtnarjenje-permakultura-in-vsestranske-koristi-zastirke/>, 10. 1. 2022.
- MKGP (2020). *Podatki registra dopolnilnih dejavnosti na kmetiji, 2018, 2019*. (Interni material).
- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *Tourism Geographies*, 22(3), 651–656.
- Pažek, K. in Rozman, Č. (2010). Tourist farm service quality assessment. *Revija za geografijo*, 5(2), 149–158.
- Pröbstl, U. in Müller, F. (2012). Hotel certification and its relevance for sustainable development: examples from the European Alps. *Sustainable Tourism V*, 161(3), 3–15.
- RRA Zeleni Kras, d.o.o. (2021). *Strokovni posvet turizem na podeželju: priložnosti in izzivi*. Pridobljeno iz <https://www.rra-zk.si/novice/2021011108094095/strokovni-posvet-turizem-na-podezelju:-priloznosti-in-izzivi>, 12. 1. 2022.
- Skupaj z naravo.si (b. d.). *Vodena gozdna kopel*. Pridobljeno iz <https://www.skupajznaravo.si/>, 11. 1. 2022.
- Slovenska turistična organizacija (2022a). *Zelena shema slovenskega turizma*. Pridobljeno iz <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/zelena-shema-slovenskega-turizma>, 10. 1. 2022.
- Slovenska turistična organizacija (2022b). *Priročnik za pridobitev znaka SLOVENIA GREEN za destinacije in ponudnike*. Pridobljeno iz https://www.slovenia.info/uploads/zelena_shema/2020/prirocnik/prirocnik_za_pridobitev_vzdrzevanje_in_obnovo_znaka_slovenia_green_2020.pdf, 10. 1. 2022.
- Slovenska turistična organizacija (2022c). *ETC priročnik v podporo implementaciji nacionalnih trajnostnih shem v Evropi*. Pridobljeno iz <https://www.slovenia.info/sl/novinarsko-sredisce/novice/14091-etc-prirocnik-v-podporo-implementaciji-nacionalnih-trajnostnih-shem-v-evropi>, 13. 1. 2022.
- T. S. P. (10. januar 2021). *Vrt bo v letu 2021 srce doma*. [Delo in dom]. Pridobljeno iz <https://deloindom.delo.si/vrt-in-zivali/okrasni-vrtovi/vrt-bo-v-letu-2021-srce-doma>, 12. 1. 2022.
- UNWTO (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. Madrid: World Tourism Organization.
- Vrenko, M. (2014). *Permakultura kot način življenja*. Pridobljeno iz <https://ebm.si/prispevki/permakultura-kot-nacin-zivljenja>, 13. 1. 2022.

- Združenje turističnih kmetij Slovenije (2022a). *Počitnice na turističnih kmetijah*. Pridobljeno iz <https://www.turisticnekmetje.si/pocitnice-na-turisticnih-kmetijah>, 12. 1. 2022.
- Združenje turističnih kmetij Slovenije (2022b). *Kategorija*. Pridobljeno iz <https://www.turisticnekmetje.si/kategorija>, 13. 1. 2022.
- Združenje turističnih kmetij Slovenije (2022c). *Specializirana ponudba*. Pridobljeno iz <https://www.turisticnekmetje.si/specializirana-ponudba>, 13. 1. 2022.
- Žibert, M. in Prevolšek, B. (2021). Zjawisko (zrównoważonej) turystyki w działalności gospodarstw rolnych w Słowenii podczas pandemii COVID-19. *Studia Ecologiae Et Bioethicae*, 19(4), 69–83.
- Žibert, M., Prevolšek, B., Pažek, K., Rozman, Č. in Škraba, A. (2021). Developing a diversification strategy of non-agricultural activities on farms using system dynamics modelling: a case study of Slovenia. *Kybernetes*, 51(13), 33–56.
- Žibert, M., Rozman, Č., Škraba, A. in Prevolšek, B. (2020). A System Dynamics Approach to Decision-making Tools in Farm Tourism Development. *Business Systems Research: International journal of the Society for Advancing Innovation and Research in Economy*, 11(2), 132–148.

