

ZADOVOLJSTVO DOMAČINOV S TURIZMOM NA DESTINACIJI ČATEŽ IN BREŽICE

Pripravil:

Nejc Pozvek, Fakulteta za turizem Univerza v Mariboru

Dokument je nastal na podlagi pogodbe št. 075-001-2022 za izvedbo storitev raziskav v podporo spremljanju, načrtovanju in izvajanju aktivnosti na področju turizma v Občini Brežice/na turistični destinaciji Čatež in Brežice v letu 2022, sklenjeno med Občino Brežice in Fakulteto za turizem Univerze v Mariboru.

Brežice, februar, 2022

KAZALO VSEBINE

1	Uvod	1
2	Metodološki pristop k anketiranju domačinov na destinaciji Čatež in Brežice	2
2.1	Podrobnejša predstavitev poteka anketiranja	2
2.2	Opis vzorčenja in predstavitev vzorca anketiranih.....	4
3	Rezultati anketiranja in ugotovitve	6
4	Zaključek.....	14
5	Viri in literatura	15

KAZALO GRAFIKONOV, SLIK IN TABEL

Grafikon 1: Spolna, starostna in statusna struktura anketiranih	4
Grafikon 2: Povprečna ocena zadovoljstva domačinov z izbranimi trditvami o turizmu v občini Brežice	6
Grafikon 3: Odgovori anketiranih po spolu	9
Grafikon 4: Odgovori anketiranih po starostnih skupinah	10
Grafikon 5: Odgovori anketiranih po statusu (brez kategorije drugo)	11
Grafikon 6: Odgovori anketiranih glede na ekonomsko povezanost s turizmom	12
Slika 1: Izpolnjene ankete po dnevih	3
Tabela 1: Podroben pregled (ne)strinjanja z navedenimi trditvami	8

1 UVOD

Razvoj turizma ima gospodarske, družbenokulturne in okoljske vplive na lokalni ravni. Spremljanje teh učinkov je nenehno potrebno; ne samo zaradi varovanja blaginje skupnosti, temveč tudi zaradi zagotavljanja, da kakovost in dolgoročna sposobnost preživetja turističnega proizvoda na posameznih destinacijah ne bosta ogroženi zaradi negativnih odzivov domačinov (Choi in Murray, 2010; Lundberg, 2017). Domačini so brez dvoma ključni deležniki v lokalnem turizmu in pri njegovem razvoju. Trajnostni turizem namreč ne sme imeti negativnega vpliva na lokalno, gostiteljsko skupnost. In še: odnos lokalne skupnosti do turizma je ključen za njegov uspešen razvoj (Yu, Chancellor in Cole, 2011; Snyman, 2016).

Redno spremljanje zadovoljstva domačinov s turizmom na izbrani destinaciji je kot nepogrešljiv del težnje k trajnostnemu razvoju naše skupnosti tudi del Zelene sheme slovenskega turizma, ki je orodje za podporo razvoju trajnostnega turizma. Je nacionalni program in hkrati certifikacijska shema, ki »pod krovno znamko Slovenia Green (STO, 2022b):

- združuje vsa prizadevanja za trajnostni razvoj turizma v Sloveniji,
- destinacijam in ponudnikom ponuja konkretna orodja za oceno in izboljšanje trajnostnega delovanja in
- skozi znamko Slovenia Green to zeleno delovanje tudi promovira.«

Občina Brežice, ki se v turizmu predstavlja z destinacijskim imenom Čatež in Brežice, je od leta 2019 uvrščena med prejemnike srebrnega destinacijskega znaka Slovenia Green, v začetku leta 2022 pa vlaga kandidaturo za ponovno oceno trajnostnih kazalnikov s ciljem, da dokaže svoje delo s pridobitvijo zlatega znaka. Med aktivnosti, ki so ključne za presojo trajnostnega razvoja turizma, sodi tudi redno anketiranje domačinov. Zadnje anketiranje prebivalcev občine so na brežiškem Zavodu za podjetništvo, turizem in mladino (ZPTM) izvedli v visoki sezoni – avgusta in septembra – leta 2018. Na takratno spletno anketo in anketiranje v Mestni hiši Brežice, sedežu Turistično-informacijskega centra, se je odzvalo 106 prebivalcev. V želji in nenazadnje zahtevi, da bi pred ponovno presojo trajnostnega znaka, ponovili izvedbo ankete med domačini, je bila v začetku leta 2022 ta izvedena v spletni obliki in v sodelovanju s Fakulteto za turizem Univerze v Mariboru, katere sodelavci so pripravili vse potrebno za izvedbo ankete, rezultate analizirali in jih predstavili v tem poročilu.

2 METODOLOŠKI PRISTOP K ANKETIRANJU DOMAČINOV NA DESTINACIJI ČATEŽ IN BREŽICE

Osnove pristopa k anketiranju so določene v okviru pravil oziroma napotkov Zelene sheme slovenskega turizma. Priporočeno je, da se anketiranje domačinov izvaja redno in ob različnih priložnostih, na različnih krajih in preko različnih kanalov, predvsem pa v in izven sezone; glede na dana priporočila smo se tokrat, tudi zaradi časovnih in finančnih omejitev, odločili za spletno anketiranje izven sezone (spomnimo – prvo anketiranje 2018 je bilo izvedeno ob koncu visoke sezone), v januarju in februarju, ko je turistični obisk destinacije napram poletnim mesecem zanemarljiv. K še slabšemu zimskemu obisku je v zadnjih dveh letih pripomogla zaostrena zdravstvena situacija. Slednja je bila tudi eden izmed razlogov, ki so podprli odločitev za izključno spletno anketiranje, saj v času zdravstvene krize ni niti smiselno niti priporočljivo, gotovo pa etično vprašljivo, opravljati anketiranje na terenu. Prav tako v tem času ni bilo večjih dogodkov, kjer bi lahko pristopili do ljudi.

Vprašalnik je bil v osnovi predpripravljen – gre za vprašalnik iz priloge 3 Priročnika za pridobitev, vzdrževanje in obnovo znaka Slovenia Green (STO, 2022a). Dodali smo mu le eno – zadnje – odprto vprašanje, s katerimi so lahko prebivalci s svojimi besedami izrazili mnenje o turizmu na domači destinaciji. Prav tako smo obrnili vrstni red vprašanj; sklop demografskih vprašanj – o spolu, starosti ipd. – smo prestavili na začetek, še pred njimi pa smo postavili selekcijsko vprašanje, s katerim smo preverili, ali anketirani res prihajajo z območja občine Brežice in s tem izpolnjujejo osnovni pogoj – domačini na destinaciji. Skladno z napotki smo pripravili tudi uvodni in zaključni nagovor. Vprašalnik je v obliki, kot je bil izveden na spletu, priložen poročilu kot Priloga 1.

2.1 Podrobnejša predstavitev poteka anketiranja

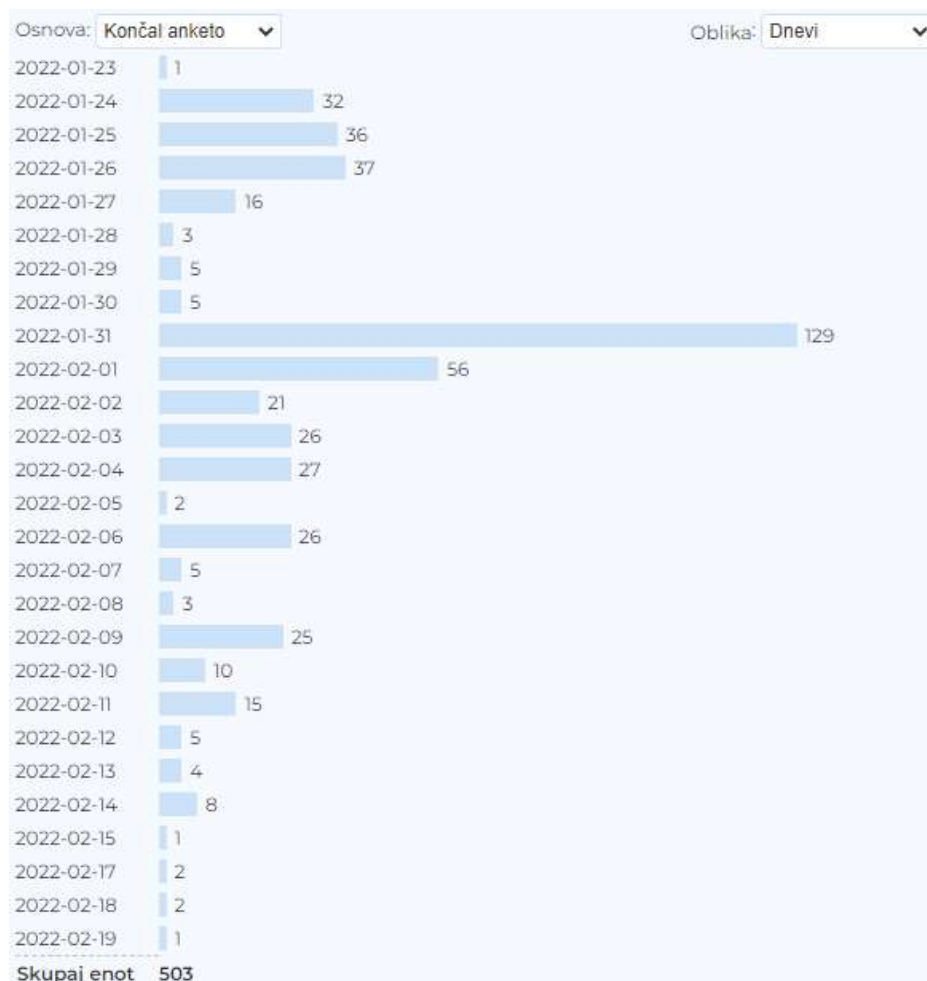
Po določitvi vzorca (slednje je podrobneje opisano v poglavju 2.2) smo pripravili strategijo razpošiljanja vprašalnika. Za pomoč pri tem opravilu smo se v prvi vrsti obrnili na Turistično-informacijski center ZPTM Brežice (pomoč področne svetovalke gospe Ane Ponikvar) in Občino Brežice. Kot osrednji instituciji javne sfere občine imata razvejano mrežo kontaktov, prav tako tudi sledilcev na družbenih medijih. Dan po objavi ankete, v ponedeljek, 24. januarja 2022, je bila povezava nanjo z nagovorom objavljena na spletni strani Občine Brežice in ZPTM Brežice, na FB profilu destinacijske organizacije (Discover Brežice), vprašalnik pa je bil po e-pošti poslan na naslove turističnih ponudnikov, turističnim društvom, zaposlenim na Občini Brežice in v ZPTM Brežice, prav tako tudi zaposlenim in študentom na Fakulteti za turizem Univerze v Mariboru (ki je vprašalnik ob tem objavila še na svoji FB strani). Ob tem smo vprašalnik posredovali osebam (prijateljem, znancem) z večjim dosegom na družbenih omrežjih, s prošnjo, da anketo delijo naprej. Občina Brežice je s podobno agendo naslovila občinske svetnike, vprašalnik je bil posredovan tudi predsednikom in tajnikom krajevnih skupnosti v Občini Brežice.

Po prvem tednu izpolnjevanja je bil predviden pregled situacije, ki je pokazal na (nepričakovano) skromno odzivnost respondentov – 142. Med ključnimi vzroki za začetek,

slabši od predvidenega, izpostavljamo osredotočenje večine funkcionarjev na obisk Vlade RS v Posavju (in Brežicah) ravno v času začetka anketiranja, kar bi lahko botrovalo manj zainteresiranemu pristopu na drugih področjih. Zato smo po tednu dni na vse naslove, na katere smo ciljali v prvem dnevu anketiranja, poslali opomnike oz. prošnjo za (ponovno) pomoč. Odziv je bil takojšen – in mnogo boljši.

Po drugem, močnejšem zagonu (s 129 izpolnjenimi anketami na zadnji dan januarja) je sledilo postopno upadanje števila dnevniških odzivov na anketo; doseženo je bilo število respondentov, ki naj bi zagotavljali (po navodilih ZSST) ustrezno reprezentativnost, zato smo se posvetili še zagotavljanju boljšega kvotnega razmerja. Ker je bilo med odzivi relativno malo mladih in starejših (do 24 in nad 65 let), smo za sodelovanje prosili predstavnike srednjih in višje šole (Gimnazije Brežice in Strokovno izobraževalnega centra Brežice); odzvali so se na višji strokovni šoli in anketo posredovali svojim študentom, odziva srednjih šol ni bilo. Do mladih smo prav tako skušali priti preko Društva študentov Brežice, ki smo jih zaprosili za delitev ankete med svojim članstvom. Na drugi strani smo ponovno naslovili Društvo upokojencev Brežice za delitev ankete med svojimi člani. Anketiranje smo uradno zaključili 19. februarja 2022 – skupaj je bila anketa dostopna 27 dni. Število končanih/izpolnjenih anket (skupaj 503) je za vse dneve anketiranja predstavljeno na sliki 1.

Slika 1: Izpolnjene ankete po dnevih

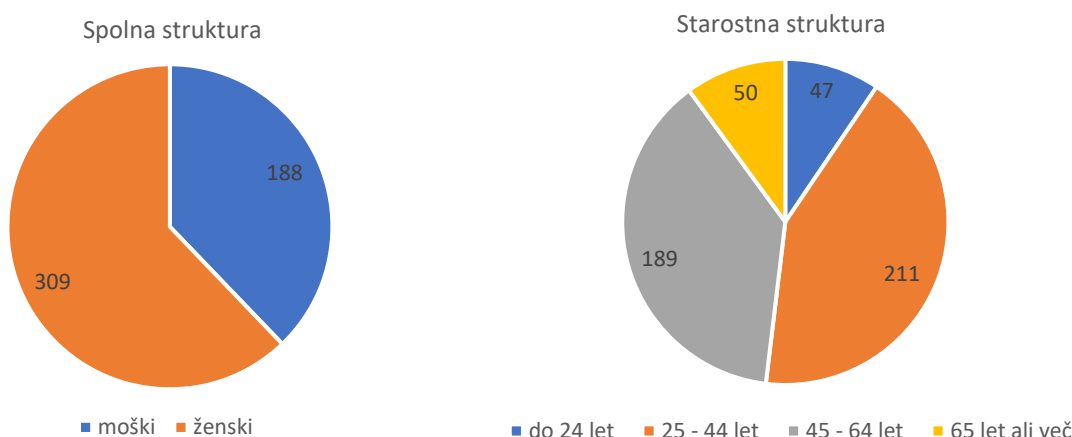


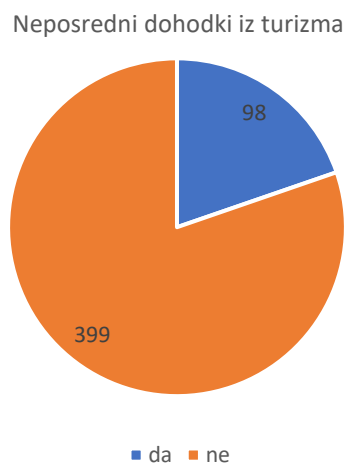
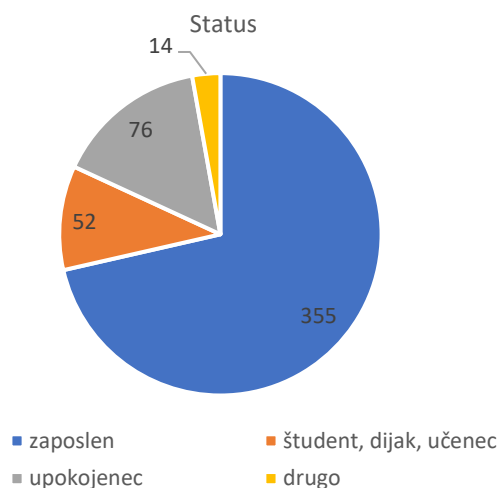
2.2 Opis vzorčenja in predstavitev vzorca anketiranih

Vzorec smo pridobili skladno z navodili, ki kot bistvo izpostavljajo reprezentativnost v smislu numerusa – števila respondentov. Velikost vzorca smo tako izračunali na podlagi števila prebivalcev občine Brežice; po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije (SURSTAT, 2022) je v občini 1. julija 2021 živel 24.346 prebivalcev. Ugotovili smo, da bi v primeru verjetnostnega vzorca lahko s 95 % gotovostjo sklepali o zadovoljstvu domačinov s turizmom na destinaciji, če bi pridobili odgovore vsaj 379 respondentov (do vrednosti smo prišli s pomočjo [spletnega kalkulatorja za izračun velikosti vzorca](#) (SurveyMonkey, 2022)). A kot že omenjeno: verjetnostni vzorec je bil za nas nedosegljiv tako zaradi časovnih kot finančnih omejitev; odločili smo se za neverjetnostno vzorčenje s kombinacijo različnih pristopov doseganja vzorca s pomočjo spleta (spletnih družabnih omrežij), pri čemer smo računali na dosego spolne in starostne kvote; vzorec naj bi odražal približno razmerje moških in žensk v občini ter hkrati ustrezal tudi razmerjem med starostnimi skupinami. Oboje se je z načinom vzorčenja izkazalo za nedosegljivo; za približek bi bilo potrebno bodisi manipulirati pridobljeni vzorec oz. ga ustrezno utežiti. V vsakem primeru pa zaradi neverjetnostnega vzorca obstaja neznano tveganje, da se pri sklepanju oz. posploševanju iz našega vzorca na celotno populacijo motimo. Bolj sproščeni smo pri sklepanju o odnosih (korelacije so razmeroma robustne za odstopanja od načel verjetnostnega vzorčenja), manj pa pri ocenjevanju deležev ali povprečij (Vehovar, Toepoel in Steinmetz, 2016), kar je potrebno privzeti tudi ob branju rezultatov.

V 27 dneh odprte spletne ankete je nanjo kliknilo več kot 1000 ljudi, med njimi jih je 608 vsaj delno izpolnilo. Anketo je zaključilo 497 respondentov, s čimer smo za približno tretjino presegli želeno mejo reprezentativnosti (pri 5 % tveganju, kar je pojasnjeno v prejšnjem odstavku). Podrobneje je vzorec veljavnih respondentov predstavljen v na spodnji grafiki.

Grafikon 1: Spolna, starostna in statusna struktura anketiranih



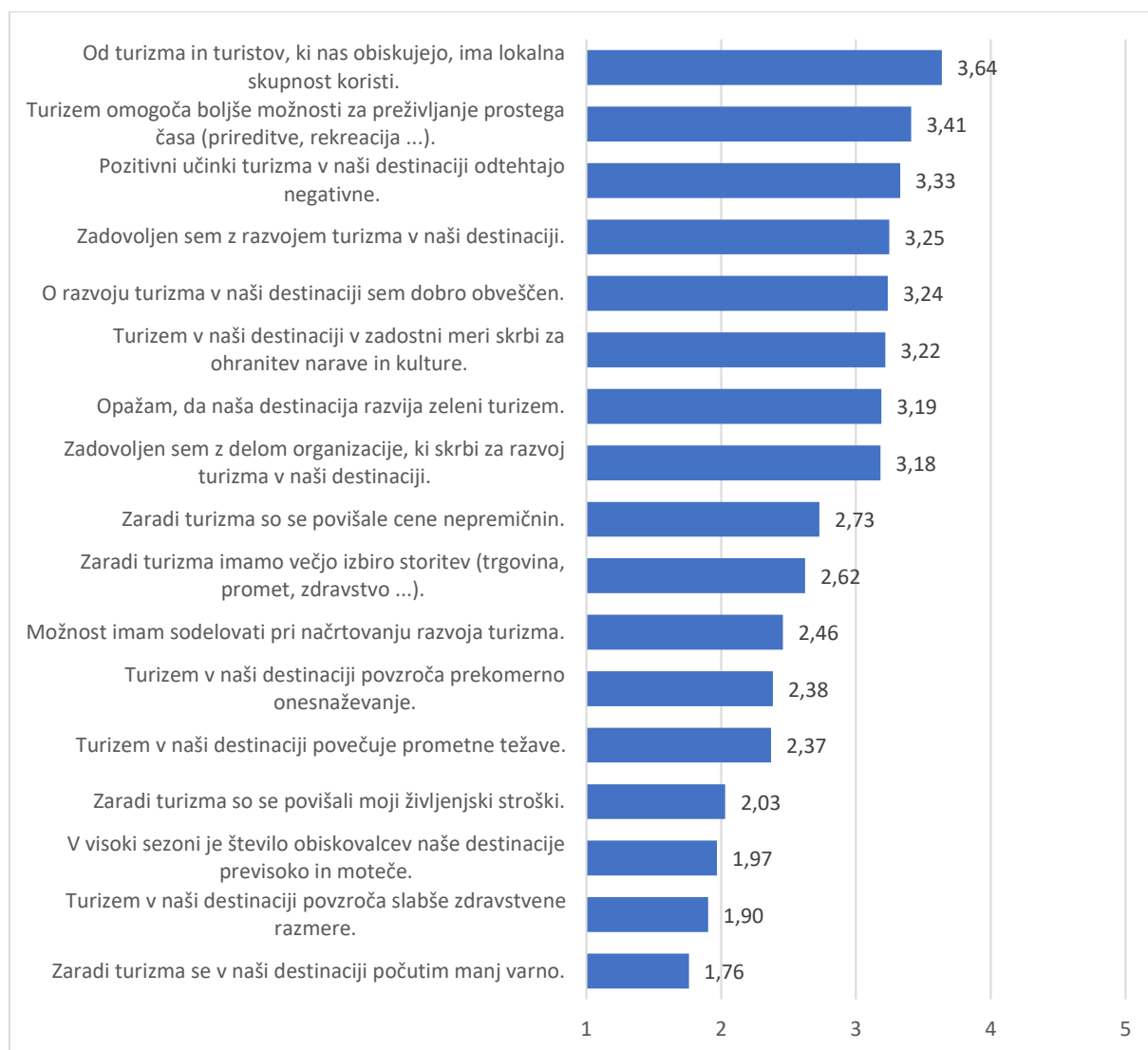


V vzorcu z več kot 60 % prevladujejo ženske, kar predstavlja ca. 10 % odstopanje od realne slike v občini Brežice. V starostni strukturi anketiranih sta z deleži nekaj več oz. manj kot 40 % zastopani kategoriji mlajših oz. starejših srednjih let (25–44 in 45–64 let), mlajši od 24 let in starejši od 65 let predstavljajo po približno 10 %; v populaciji so deleži sicer razdeljeni približno četrtsko za vsako skupino (z odstopanjem ± 3 %). Glede na status je v vzorcu več kot 70 % zaposlenih, 15 % upokojencev in 10 % študentov, dijakov oz. učencev. V kategorijo drugo (manj kot 3 %) so se uvrstili nezaposleni in tudi nekateri samozaposleni. Skoraj 20 % vprašanih oz. njihovih bližnjih (družinskih članov) je neposredno povezanih s turizmom v smislu neposrednega dohodka iz turizma.

3 REZULTATI ANKETIRANJA IN UGOTOVITVE

Osrednji del vprašalnika je predstavljal sklop 17 mnenjski vprašanj, kjer so anketirani izrazili (ne)strinjanje s trditvami na 5-stopenjski lestvici (od sploh se ne strinjam do zelo se strinjam), imeli pa so tudi možnost odgovora »ne vem/ne morem odgovoriti«. Na sliki (grafikonu) 3 so predstavljena povprečja odgovorov.

Grafikon 2: Povprečna ocena zadovoljstva domačinov z izbranimi trditvami o turizmu v občini Brežice



Na vrhu padajočega razporeda povprečij najdemo pozitivne trditve, pri repu negativne; slednje so tako rekoč dobile »najvišje« ocene – v smislu, da se ljudje ne strinjajo, da bi bili zaradi turizma manj varni, prav tako tudi, da je število obiskovalcev v sezoni previsoko in moteče. Ravno tako po njihovi oceni ni bistvenega vpliva turizma na slabše zdravstvene razmere in življenjske stroške. V povprečju se anketirani tudi ne strinjajo, da bi turizem povečeval prometne težave ali prekomerno obremenjeval okolje; na drugi strani se s približno enako stopnjo strinjajo, da ima lokalna skupnost od turizma korist. Vse ostale trditve so se zelo

približale srednji možnosti (odstopajo manj kot 0,5 od 3); vprašani se torej težko opredelijo. Zadovoljstvo z razvojem turizma, delom organizacije za razvoj turizma, obveščenostjo o razvoju turizma, zelenih praksah itn. le malo presega oceno 3

Ob povprečjih je potrebno posebej poudariti relativno veliko razpršenost odgovorov. Standardni odkloni so z eno izjemo višji kot 1, dosegajo pa tudi vrednosti več kot 1,3, kar pomeni, da so si respondenti pri trditvah zelo neenotni. Razpršenost je mogoče lažje videti tudi s pomočjo tabele 1; le redkokje so se respondenti izrazito opredelili – tam je standardni odklon najmanjši, vrednost pa po navadi ali bolj pozitivna ali negativna. Najbolj razdeljeno je mnenje pri trditvah, da so posledica turizma večja izbira storitev, višje cene nepremičnin, boljše možnosti za preživljanje prostega časa itn. (navadno je pri teh trditvah velik tudi delež respondentov, ki niso izbrali nobene izmed možnosti, pač pa so odgovorili »ne vem/ne morem odgovoriti«), najbolj enotno pa v trditvi o občutenju varnosti.

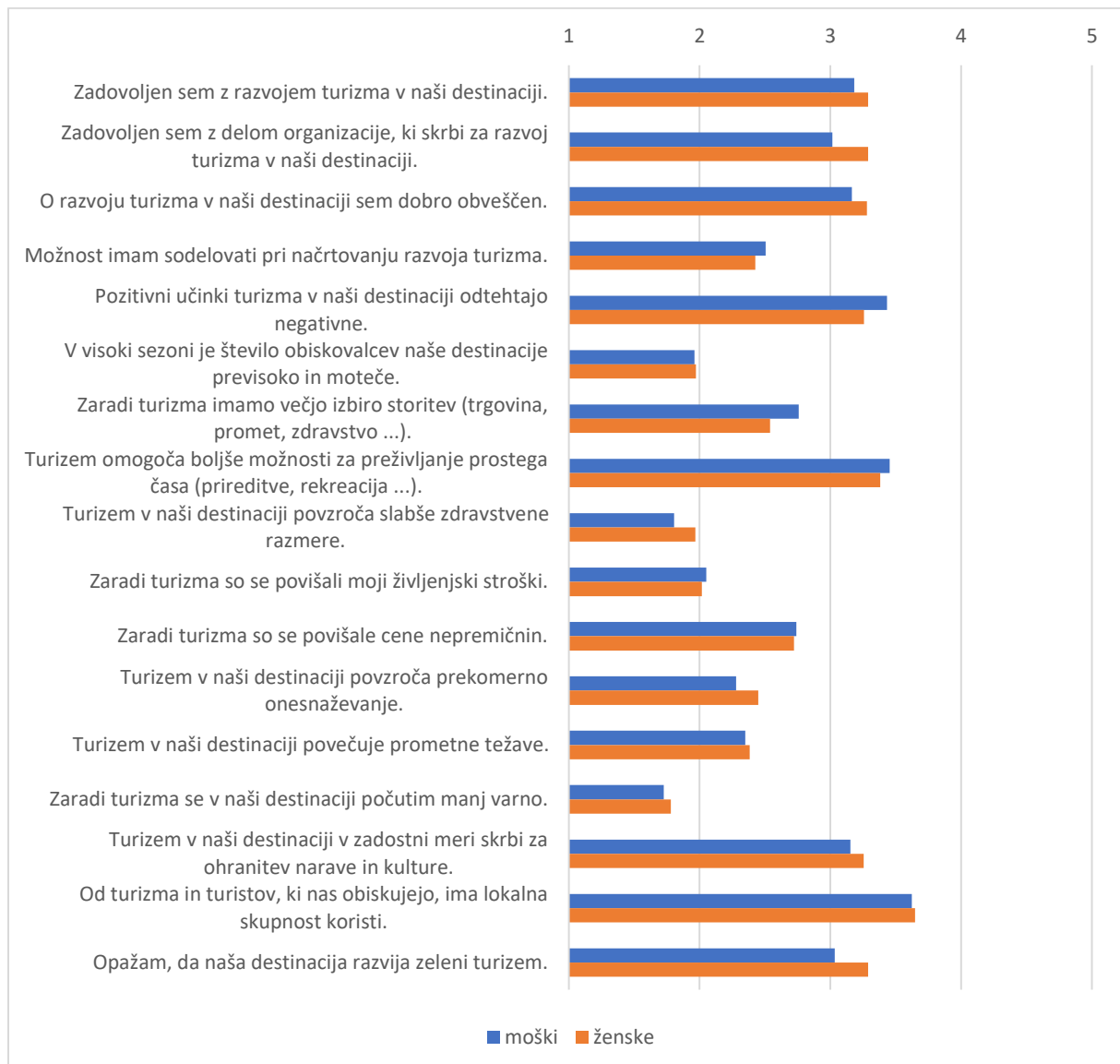
Nekatere trditve so se pojavile tudi v anketi leta 2018, kjer pa je bil vzorec neprimerno skromnejši. Anketirani so tokrat izkazali nižje zadovoljstvo z delom turistične organizacije, obveščenostjo in možnostjo sodelovanja pri načrtovanju razvoja turizma, boljša pa je ocena v zvezi z vplivi turizma na okolje

Tabela 1: Podroben pregled (ne)strinjanja z navedenimi trditvami

	ocena					ne vem/...	povp.	std. odklon
	1	2	3	4	5			
Zadovoljen sem z razvojem turizma v naši destinaciji.	36	71	168	162	51	9	3,25	1,06
Zadovoljen sem z delom organizacije, ki skrbi za razvoj turizma v naši destinaciji.	46	77	144	137	58	35	3,18	1,16
O razvoju turizma v naši destinaciji sem dobro obveščen.	41	85	147	134	73	17	3,24	1,16
Možnost imam sodelovati pri načrtovanju razvoja turizma.	135	98	105	62	35	62	2,46	1,28
Pozitivni učinki turizma v naši destinaciji odtehtajo negativne.	39	57	146	130	76	49	3,33	1,16
V visoki sezoni je število obiskovalcev naše destinacije previsoko in moteče.	207	139	82	28	18	23	1,97	1,09
Zaradi turizma imamo večjo izbiro storitev (trgovina, promet, zdravstvo ...).	126	109	114	73	54	21	2,62	1,33
Turizem omogoča boljše možnosti za preživljanje prostega časa (prireditve, rekreacija ...).	54	64	108	154	109	8	3,41	1,27
Turizem v naši destinaciji povzroča slabše zdravstvene razmere.	215	121	78	24	15	44	1,90	1,07
Zaradi turizma so se povišali moji življenjski stroški.	193	128	90	33	17	36	2,03	1,11
Zaradi turizma so se povišale cene nepremičnin.	97	85	105	78	45	87	2,73	1,31
Turizem v naši destinaciji povzroča prekomerno onesnaževanje.	133	126	124	46	31	37	2,38	1,19
Turizem v naši destinaciji povečuje prometne težave.	141	140	110	61	29	16	2,37	1,2
Zaradi turizma se v naši destinaciji počutim manj varno.	252	132	64	20	11	18	1,76	0,99
Turizem v naši destinaciji v zadostni meri skrbi za ohranitev narave in kulture.	58	51	157	146	62	23	3,22	1,18
Od turizma in turistov, ki nas obiskujejo, ima lokalna skupnost koristi.	51	40	82	159	143	22	3,64	1,28
Opažam, da naša destinacija razvija zeleni turizem.	61	68	119	120	77	52	3,19	1,28

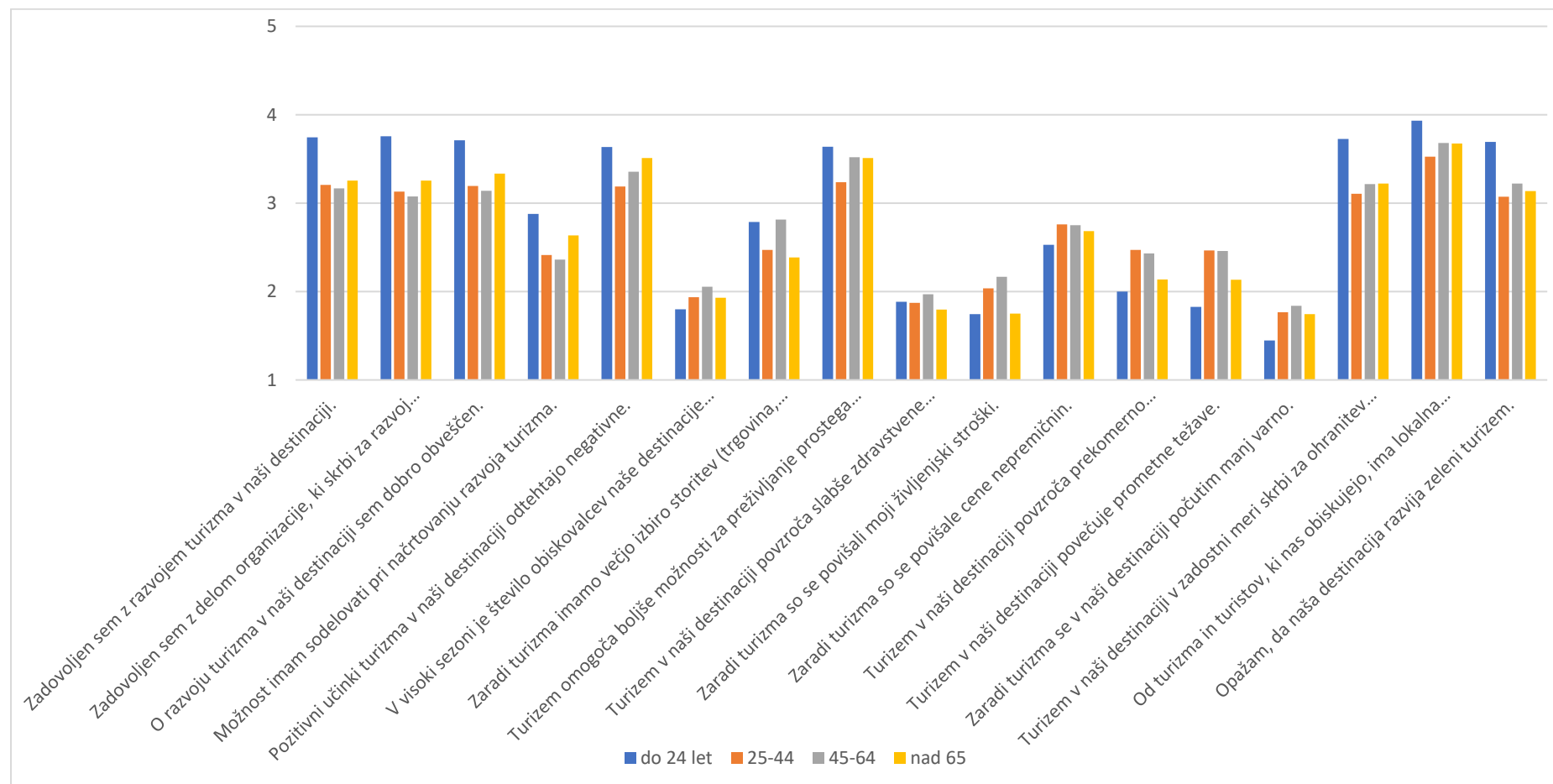
Kot zanimivost smo nadalje preverili še razmerja glede na demografsko-ekonomske kategorije. Najprej smo primerjali povprečja po spolu – prikazana so na grafikonu 3. Največje razlike so pri zadovoljstvu z delom organizacije (0,27), ki skrbi za razvoj turizma na destinaciji in opažanju, da destinacija razvija zeleni turizem (0,25). Oboje više ocenjujejo ženske. Moški pa se bolj strinjajo (0,22) s tem, da imajo zaradi turizma večjo izbiro storitev, prav tako tudi, da pozitivni učinki turizma na destinaciji odtehtajo negativne (0,18).

Grafikon 3: Odgovori anketiranih po spolu



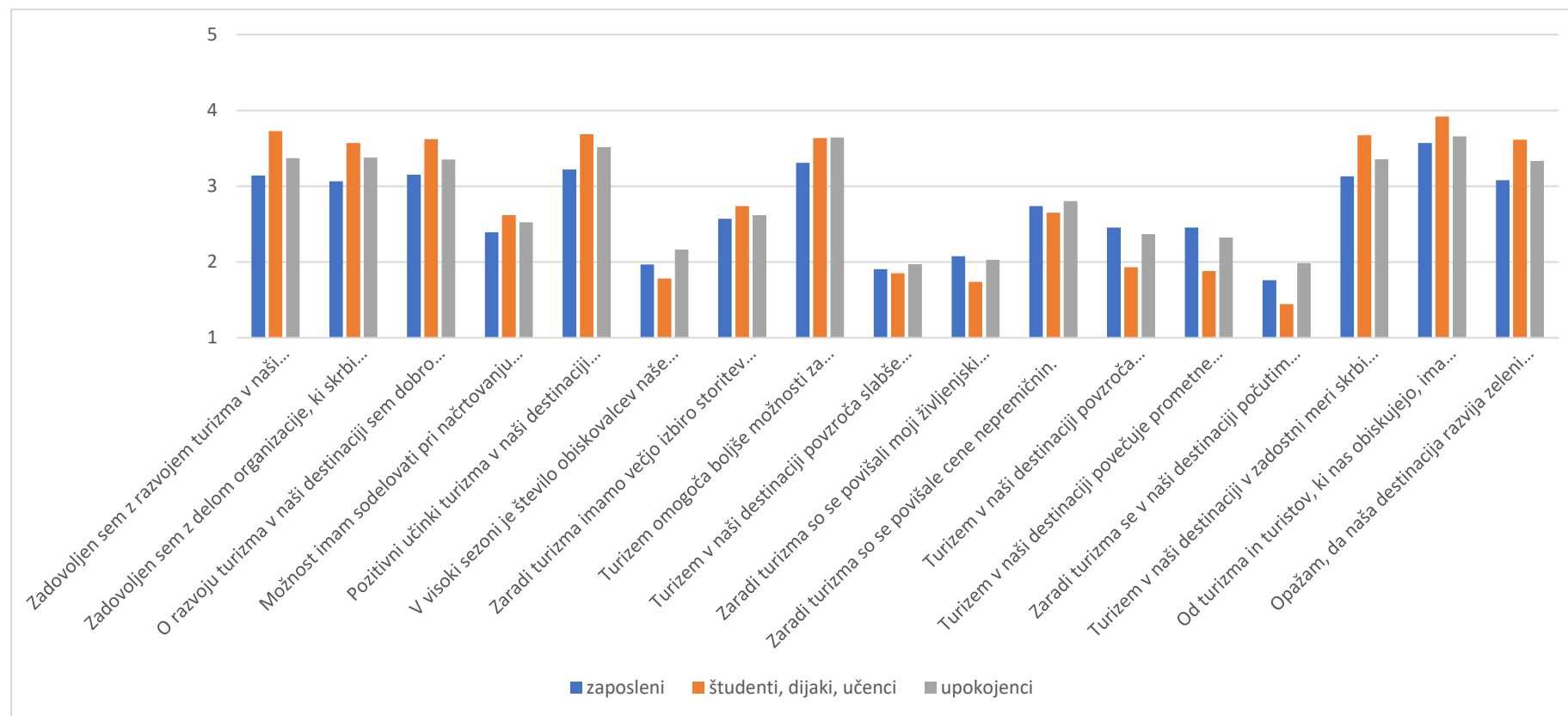
V nadaljevanju smo preverili, kako se odgovori spreminjajo glede na starost anketirancev. Na prvi pogled zelo očitno izstopa optimizem mladih (do 24 let). Njihova ocena praktično pri vseh trditvah izstopa v pozitivni smeri, nemalokrat tudi močno (za 0,75), predvsem napram drugi starostni skupini – od 25 do 44 let. Ti so, za razliko od mladih, skupaj s tretjo starostno skupino (od 45 do 64 let), zaznavno manj zadovoljni s številnimi trditvami oz. so bolj kritični do razmer, povezanih s turizmom. Več optimizma/Večje zadovoljstvo je zaznati tudi med starejšimi – nad 65 let.

Grafikon 4: Odgovori anketiranih po starostnih skupinah



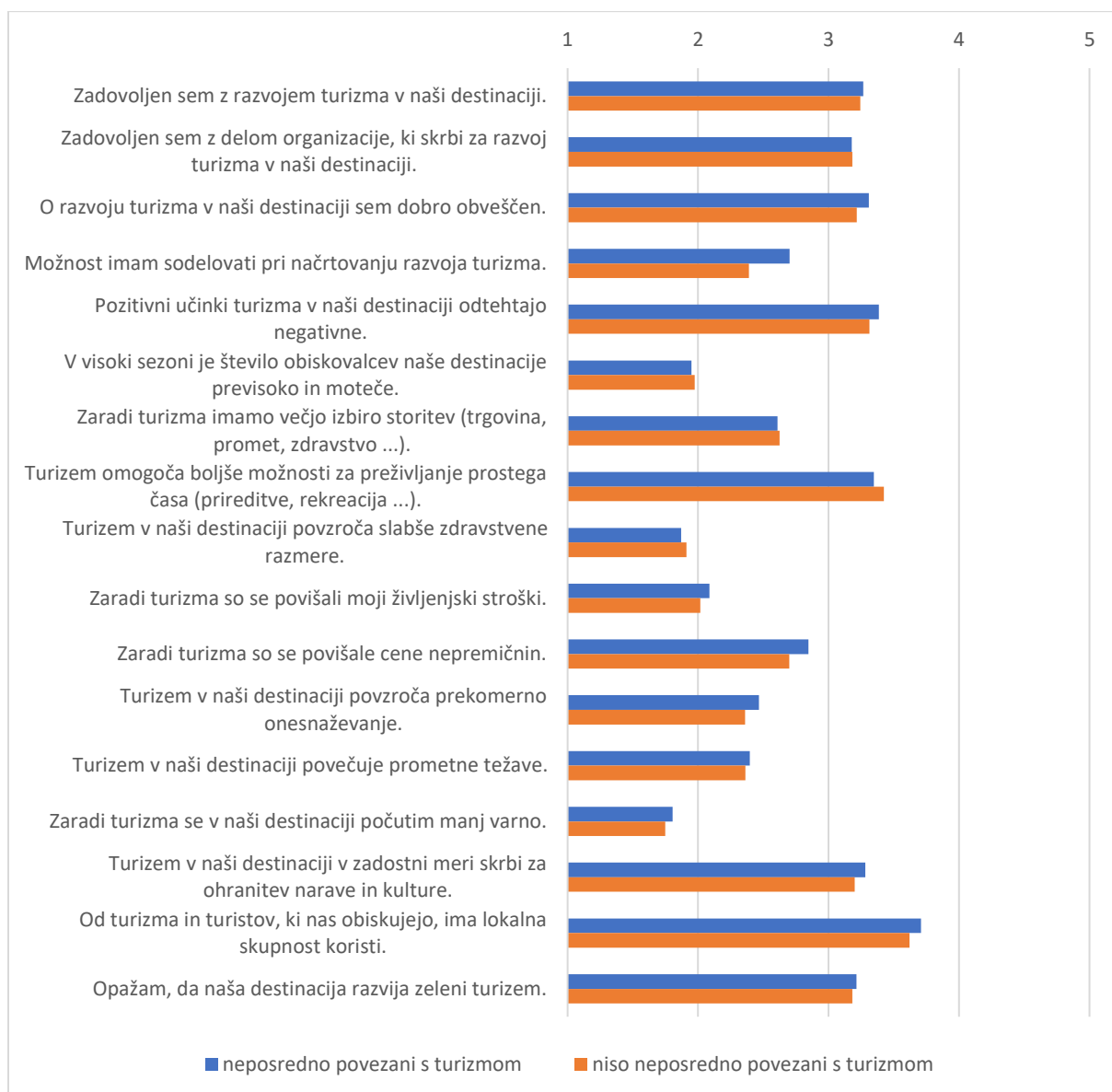
Razlika med aktivnim delom prebivalstva napram mlajšim in starejšim je vidna. To dokazuje tudi grafikon 5 (ki je v grobem le preslikava grafikona 4), kjer sta združeni kategoriji mlajše ter starejše srednje generacije – ta v največji meri predstavlja aktivno, zaposleno prebivalstvo. Optimizmu mladih (študentov, dijakov in učencev) torej sledijo starejši (upokojenci), skupaj pa zaznavno odstopajo od srednje, aktivne – zaposlene generacije. (Kategorijo »drugo« smo zaradi zelo skromnega deleža respondentov izpustili.) A hkrati velja opozoriti: skupne ocene se pri vseh kategorijah še vedno zdijo relativno nizke (potrebna/zanimiva bi bila primerjava z ostalimi destinacijami), prav tako pa nikakor ne smemo pozabiti na neravnovesje vzorca (aktivni predstavljajo skoraj 80 % anketiranih) in tveganj pri interpretaciji/posploševanju, ki izhajajo iz neverjetnostnega vzorca.

Grafikon 5: Odgovori anketiranih po statusu (brez kategorije drugo)



Kot zadnjo razliko med podvzorci smo preverili še razmerja povprečij med tistimi, ki so s turizmom neposredno povezani – jim turizem (oz. njihovim družinskim članom) pomeni vir prihodka, in ostalimi, ki s turizmom nimajo neposredne povezave. Razmerje v številu enot med podvzorcema je 20:80. Kot je razvidno z grafikona 6, bistvenih razlik med skupinama ni. Tesneje povezani s turizmom pričakovano bolje ocenjujejo možnost sodelovanja pri načrtovanju turizma, prav tako obveščenost o razvoju turizma na destinaciji, boljše opažajo koristi ter pozitivne učinke, a hkrati višje (torej slabše) ocenjujejo tudi negativne trditve: problematiko onesnaževanja, prometa, varnosti.

Grafikon 6: Odgovori anketiranih glede na ekonomsko povezanost s turizmom



Kot zadnje smo v anketi postavili odprto vprašanje »**Bi nam v zvezi z vašim (ne)zadovoljstvom s turizmom na destinaciji želeli še kaj sporočiti?**«; nanj se je odzvalo 119 respondentov (skoraj četrtnina vseh). Komentirali so različne vsebine, bolj ali manj povezane s turizmom, podali pa tudi več predlogov izboljšav. Odgovori so bili (v izvorni obliki) kot priloga 2 dokumentu poslani naročniku, tukaj pa podajamo le kratek povzetek.

V osnovi lahko odgovore razdelimo na kritične (tudi neugledno) in spodbudne, pozitivne, iz katerih lahko razberemo dejanske potrebe in priložnosti, ki jih vidijo anketirani. Nanašajo se na več področij – od organiziranosti, financ, promocije, ureditve infrastrukture, razvoja podeželja itn.

Več komentarjev se nanaša na precej zapostavljeno in zapuščeno središče mesta, kar je bilo še posebej vidno v zadnjih dveh letih. Najbolj drzne ideje (zelo redke) izpostavljajo korenite spremembe na glavni ulici (zaprtje za promet ipd.), nadalje pa najdemo predloge o vzpostavitvi javnega stranišča, večji aktivnosti TIC-a (kot problematične izpostavljajo nedelje), boljši ureditvi kolesarskih in peš območij v mestu, ureditvi tržnice. Veliko anketiranih izpostavlja željo/potrebo po več prireditvah, dogajanju; več pohval je bila tozadevno deležna ekipa Posavskega muzeja Brežice.

Komentarji se v zvezi z obmestnim prostorom nanašajo med drugim na ureditve v Urbini (rekreacija, narava, otroci), kolesarske povezave iz mesta proti podeželju oz. pomembnejšim krajem (tudi Termam Čatež), slabo podobo »plakatirane« pokrajine, ki nas pripelje v mesto. Podeželje se v več primerih čuti prikrajšano napram mestu (izrecno je večkrat izpostavljeno Bizeljsko, prav tako kraji na desnem bregu Save), več anketiranih si želi več vključevanja kulture (kulturne dediščine) v ponudbo tako podeželja kot mesta. Veliko poudarkov anketirani namenjajo tudi naravnim znamenitostim oz. nasploh potencialu, ki ga ponuja narava za razvoj rekreacije in turizma – ta je po mnenju anketiranih zelo neizkoriščen, slabo razvit.

Več komentarjev izpostavlja odnos Brežic in Term Čatež – v različnih kontekstih. Na Terme se neposredno nanaša več negativnih komentarjev (urejenost okolice, nepovezovanje), pa tudi pozitivnih (zaposlovanje), problematična je fizična (infrastrukturna) povezanost mesta in term. Na mestni strani so ključni očitki na organizacijsko strukturo; več predlogov se nanaša na promocijo (med njimi izpostavljamo e-vodnik), finančne vire (zagonska sredstva za mlade/začetnike v turizmu) in infrastrukturne rešitve (predvsem ceste in kolesarske steze).

4 ZAKLJUČEK

Ob koncu je vredno še enkrat poudariti, da je zadovoljstvo domačinov s turizmom na izbrani destinaciji eden ključnih pokazateljev njegove razvojne uspešnosti. Trajnostne oblike turizma v prvi vrsti vključujejo pomen lokalnega prebivalstva za turizem; bistveni so njihovo dobro počutje, vpetost, možnost odločanja. Tozadevni indikatorji so ključni indikatorji trajnostnega turizma. Visoka kakovost življenja domačinov je nepogrešljiv (celo prvi) postulat trajnostnega turizma in mora biti tudi sicer ključna prioriteta vseh prizadevanj posameznikov in ustanov, ki k temu (lahko) prispevajo.

Za doseg napredka na področju trajnostnega turizma je zato dobrodošlo redno spremljanje zadovoljstva domačinov, komunikacija z njimi tudi sicer (izven anketiranja), redno in kakovostno obveščanje in z dejanji ter aktivnostmi tudi ozaveščanje. Pričujoče poročilo o zadovoljstvu domačinov s turizmom v občini Brežice je drugo tovrstno poročilo v času, ko je občina Brežice (oz. Destinacija Čatež in Brežice) vključena v Zeleno shemo slovenskega turizma (prvo anketiranje je sicer potekalo še v času priključevanja). Predstavlja bistveno nadgradnjo prvega poročila, hkrati pa postavlja tudi smernice in standard za nadaljnje delo na tem področju. Kakovostni podatki so ključni za razumevanje javnega mnenja in posledično prave odločitve pri strateškem upravljanju s panogo, kot je turizem. Na primeru številnih dobrih praks je prav tako preverjeno, da trajnostni koncepti zvišujejo kakovost bivanja in zadovoljstvo ljudi, zato so te vsebine strateškega pomena (tudi za občino/Občino Brežice).

Rezultati o zadovoljstvu domačinov z različnimi vidiki turizma v občini Brežice potrebujejo v prvi vrsti primerjavo z ostalimi destinacijami po Sloveniji (ali širše), da bi lahko naredili prave zaključke o stopnji zadovoljstva. Ocene, več ali manj precej zgoščene okoli srednje, neopredeljene vrednosti (ki bi jo lahko prevedli kot niti zadovoljen niti nezadovoljen), predstavljajo približno objektivno sliko trenutnega stanja zadovoljstva. V komentarjih anketirancev lahko prepoznamo že desetletja ponavljajoče se koncepte, ki predvsem zadevajo odnos brežiškega in čateškega turizma. A hkrati je jasno, da je od srednjih do visokih ocen še veliko prostora in – dela. Napredek pa je mogoč le po skrbno preišljeni/zamišljeni poti.

V poročilu smo poleg osnovnih analiz pripravili še pregled zadovoljstva s turizmom po različnih demografsko-ekonomskih kategorijah, kjer se je – kot zanimivost – izkazalo zaznavno višje zadovoljstvo mladih, pa tudi starih (torej obeh skrajnih starostnih kategorij), pri praktično vseh segmentih zadovoljstva. Rezultat bi lahko podprli tudi s kakšno izmed socioloških teorij. Drugih izrazito zaznavnih razlik nismo opazili.

V zaključku še enkrat predlagamo resen premislek o strateškem in kakovostnem delu na področju razvoja trajnostnega in odgovornega turizma v občini Brežice; del tega so med drugim tudi takšne in podobne raziskave.

5 VIRI IN LITERATURA

Choi, H. C., in Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575–594.

Lundberg, E. (2017). The importance of tourism impacts for different local resident groups: A case study of a Swedish seaside destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1), 46–55.

Snyman, S. (2016). Strategic community participation in sustainable tourism. V S. F. McCool in K. Bosak (Ur.), *Reframing sustainable tourism* (str. 65–80). Springer, Dordrecht.

STO (2022a). *Priročnik za pridobitev, vzdrževanje in obnovo znaka Slovenia Green*. Pridobljeno iz: https://www.slovenia.info/uploads/zelena_shema/pozivi_2021/prirocnik_za_pridobitev_vzdrzevanje_in_obnovo_znaka_slovenia_green_2021.pdf, 5. 1. 2022

STO (2022b). Zelena shema slovenskega turizma. Pridobljeno iz: <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/zelena-shema-slovenskega-turizma>, 12. 2. 2022.

SURS (2022). *Demografske statistike, občine, letno*. Pridobljeno iz <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2640010S.px/table/tableViewLayout2/>, 20. 1. 2021

Survey Monkey (2022). Sample size calculator. Pridobljeno iz <https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>, 20. 1. 2022.

Vehovar, V., Toepoel, V. in Steinmetz, S. (2016). Non-probability sampling. *The Sage handbook of survey methods*, 1, 329–45.

Yu, C. P., Chancellor, H. C. in Cole, S. T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: A reexamination of the sustainable tourism attitude scale. *Journal of travel research*, 50(1), 57–63.

Priloga 1: Anketa o zadovoljstvu domačinov s turizmom na destinaciji Čatež in Brežice

Nagovor

Dragi prebivalke in prebivalci občine Brežice,

naša občina že desetletja velja za eno izmed najbolj turističnih v Sloveniji. Ker turizem neposredno ali posredno vpliva tudi na naša življenja, vas vabimo k izpolnjevanju kratke, anonimne ankete, s katero želimo preveriti vaše zadovoljstvo s turizmom v občini oz. na naši destinaciji.

Že vnaprej se vam zahvaljujemo za vaše odzive, ki nam bodo v veliko pomoč pri nadaljnjem delu.

Občina Brežice in ZPTM Brežice v sodelovanju s Fakulteto za turizem UM

Podatki o anketirancu

Spol

- moški
- ženski

Starost

- do 24 let
- 25 - 44 let
- 45 - 64 let
- 65 let ali več

Status

- zaposlen
- študent, dijak, učenec
- upokojenec
- drugo:

Ali vam oz. komu od vaših družinskih članov turistična dejavnost predstavlja neposredni vir dohodkov (zaposlitev, študentsko delo, dodatni zaslužek z oddajanjem sob, prodajo domačih izdelkov ...)?

- da
- ne

Zadovoljstvo s turizmom v destinaciji

Označite stopnjo strinjanja s spodnjimi trditvami, pri čemer je 1 = sploh se ne strinjam, 2 = ne strinjam se, 3 = niti se strinjam, niti se ne strinjam, 4 = strinjam se, 5 = zelo se strinjam.

	1	2	3	4	5
Zadovoljen sem z razvojem turizma v naši destinaciji.					
Zadovoljen sem z delom organizacije, ki skrbi za razvoj turizma v naši destinaciji.					
O razvoju turizma v naši destinaciji sem dobro obveščen.					
Možnost imam sodelovati pri načrtovanju razvoja turizma.					
Pozitivni učinki turizma v naši destinaciji odtehtajo negativne.					
V visoki sezoni je število obiskovalcev naše destinacije previsoko in moteče.					
Zaradi turizma imamo večjo izbiro storitev (trgovina, promet, zdravstvo ...).					
Turizem omogoča boljše možnosti za preživljanje prostega časa (prireditve, rekreacija ...).					
Turizem v naši destinaciji povzroča slabše zdravstvene razmere.					
Zaradi turizma so se povišali moji življenjski stroški.					
Zaradi turizma so se povišale cene nepremičnin.					
Turizem v naši destinaciji povzroča prekomerno onesnaževanje.					
Turizem v naši destinaciji povečuje prometne težave.					
Zaradi turizma se v naši destinaciji počutim manj varno.					
Turizem v naši destinaciji v zadostni meri skrbi za ohranitev narave in kulture.					
Od turizma in turistov, ki nas obiskujejo, ima lokalna skupnost koristi.					
Opažam, da naša destinacija razvija zeleni turizem.					

Dodatno vprašanje

Bi nam v zvezi z vašim (ne)zadovoljstvom s turizmom na destinaciji želeli še kaj sporočiti?

Zaključek

Najlepše se vam zahvaljujemo za vaš čas in izpolnjeno anketo. O rezultatih bomo v pomladnih mesecih poročali na naših komunikacijskih kanalih.

Vabljeni, da nas obiščete.

Priloga 2: Odgovori na odprto/dodatno vprašanje o (ne)zadovoljstvu s turizmom na destinaciji

Odgovori na odprto/dodatno vprašanje so na zahtevo dostopni pri naročniku raziskave.