

Zadovoljstvo gostov na destinaciji Brežice v letu 2023

Brežice, november 2023

Kazalo vsebine

1 UVOD	4
2 Trajnostno načrtovanje turizma in Zelena shema slovenskega turizma	5
3 Metodološki pristop k anketiranju obiskovalcev destinacije Brežice.....	6
4 Predstavitev ankete.....	8
5 Rezultati anketiranja.....	10
5.1 Splošna vprašanja o obisku	10
5.2 Ocena izkušnje v destinaciji.....	15
5.3 Prepoznavanje trajnostnih prizadevanj destinacije	17
6 Ugotovitve in priporočila	20
7 Viri	22
8 Priloge.....	23

Kazalo tabel

Tabela 1: KVOTA 1: Država	6
Tabela 2: KVOTA 2: Spol	6
Tabela 3: Kvota 3: Starost	6
Tabela 4: Zadovoljstvo z izkušnjo na destinaciji	17
Tabela 5: Strinjanje s trditvami	18

Kazalo grafov

Graf 1: Status anketirancev	7
Graf 2: Čas anketiranja	8
Graf 3: Država prihoda anketirancev	10
Graf 4: S kom potujete?	11
Graf 5: Število nočitev	12
Graf 6: Tip prevladujoče oblike prevoza v času bivanja na destinaciji	13
Graf 7: Namen obiska destinacije Brežice	14
Graf 8: Poznavanje slovenske trajnostne znamke Slovenia Green	15
Graf 9: Povprečna ocena izkušnje v destinaciji	16
Graf 10: Strinjanje s trditvami o trajnostnih prizadevanjih destinacije	18

1 UVOD

Občinski svet občine Brežice je sprejel Akcijski načrt za trajnostni razvoj turizma na destinaciji Brežice, ki vključuje tudi merjenje zadovoljstva gostov na destinaciji. Zavod za podjetništvo, turizem in mladino Brežice je tako v letu 2023 izvedel anketiranje med obiskovalci na destinaciji, da bi izmerili njihovo zadovoljstvo.

Pri raziskavi smo upoštevali navodila državnega programa Zelena shema slovenskega turizma, katerega del so Brežice z najvišjim, platinastim znakom za trajnostno destinacijo. Iz strani Zelene sheme slovenskega turizma smo tako pridobili vprašalnik za izvedbo anketiranja in podatek o potrebnem reprezentativnem vzorcu. Odločili smo se, da anketiranje v večjem delu izvedemo v času poletne sezone, ko je na destinaciji največ turistov. Sprejeta je bila tudi odločitev, da bo anketiranje potekalo v Termah Čatež, Termah Paradiso in Posavskem muzeju Brežice. Po izvedenem anketiranju na terenu smo zbrane podatke analizirali in jih pripravili v to poročilo, na koncu katerega smo pripravili tudi priporočila za nadaljnji trajnostni razvoj na podlagi odgovorov naših obiskovalcev.

V prvem delu poročila je predstavljenih nekaj osnovnih in statističnih podatkov o destinaciji Brežice. Sledi predstavitev metodologije naše raziskave, nato rezultati, ki so grafično, tabelarno in opisno predstavljeni, v zadnjem, zaključnem delu pa so naše ugotovitve in priporočila za nadaljnje delo. V prilogah sta priložena anketna vprašalnika, v slovenskem in angleškem jeziku, ki smo ju uporabili za anketiranje pri naši raziskavi zadovoljstva med gosti na destinaciji ter njihovi odgovori na odprti vprašanji v zvezi z njihovim nezadovoljstvom in njihova priporočila za bolj zeleno, trajnostno destinacijo.

2 Trajnostno načrtovanje turizma in Zelena shema slovenskega turizma

Brežice so destinacija v Posavju ob državni meji s Hrvaško. Mesto ima že 670. letno tradicijo, saj so že leta 1353 prejele mestne pravice. Sama poseljenost kraja pa je še zgodnejša o čemer pričajo ostanki še iz prazgodovine. Ker občina leži na tektonski prelomnici je bogata z izviri termalne vode, kar je spodbudilo razvoj Term Čatež in kasneje še Term Paradiso. Ugodno podnebje in relief sta omogočila razvoj vinogradništva. Na destinaciji sta tako prisotna dve vinski cesti, Bizeljsko-Sremiška in Podgorjanska vinska cesta, oba del vinorodne dežele Posavje (ZPTM, 2023).

Občina ima nekaj manj kot 24.500 prebivalcev in obsega 268 kvadratnih kilometrov površine. Spada med večje občine v državi in je razdeljena na 20 krajevnih skupnosti. Za turizem na destinaciji je zadolžena organizacija Zavod za podjetništvo, turizem in mladino Brežice (ZPTM, 2023).

Brežice so kot destinacija del Zelene sheme slovenskega turizma, ki so se ji priključili v letu 2019, ko so pridobili srebrn znak trajnosti na destinaciji. V letu 2022 je potekala prva presoja in Brežice so prejele najvišji, platinasti znak trajnostnega razvoja destinacije. V tem obdobju se je Zeleni shemi slovenskega turizma pridružilo tudi nekaj nastanitvenih in gostinskih ponudnikov na destinaciji in pridobilo znaka Slovenia Green Accommodation in Slovenia Green Cuisine (ZPTM, 2023).

Po podatkih Slovenskega statističnega urada (b. d.), je v letu 2022 na destinaciji Brežice prenočilo 666.698 oseb, od tega približno polovico domačih oziroma tujih gostov. V letu 2023 je bilo že v prvih 10 mesecih na destinaciji 564.869 prenočitev, od tega 324.337 iz strani tujih gostov in 240.532 iz strani slovenskih gostov, kar predstavlja 57% tujih in 43 % domačih prenočitev.

3 Metodološki pristop k anketiranju obiskovalcev destinacije Brežice

Na podlagi navodil Zelene sheme slovenskega turizma smo določili vzorčenje za našo raziskavo. Potrebno je bilo anketirati 383 turistov, ki smo jih zaradi reprezentativnosti vzorca ločili na kvote (glede na državo izvora, starostno skupino in spol). V spodnji tabeli 1 je predstavljena kvota po državah, zahtevan in dosežen delež. V tabeli 2 spodaj, je predstavljena kvota glede na spol, prav ta zahtevan in dosežen delež, v tabeli 3 spodaj pa enako za starostno skupino.

Tabela 1: KVOTA 1: Država

KVOTA 1: DRŽAVA			
država	%	zahtevan N	dosežen N
Slovenija	55,6	214	222
Italija	9,1	35	37
Hrvaška	8	31	35
Avstrija	4,5	17	22
Srbija	3,6	14	13
Nizozemska	3,3	13	14
Nemčija	3	12	15
Poljska	2	8	9
BIH	1,7	7	7
Belgija	1	4	4
ostale	8,2	29	29
SKUPAJ	100%	384	407

Tabela 2: KVOTA 2: Spol

KVOTA 2: SPOL			
spol	%	zahtevan N	dosežen N
MOŠKI	49	188	198
ŽENSKE	51	196	209
	384		407

Tabela 3: Kvota 3: Starost

KVOTA 3: STAROST

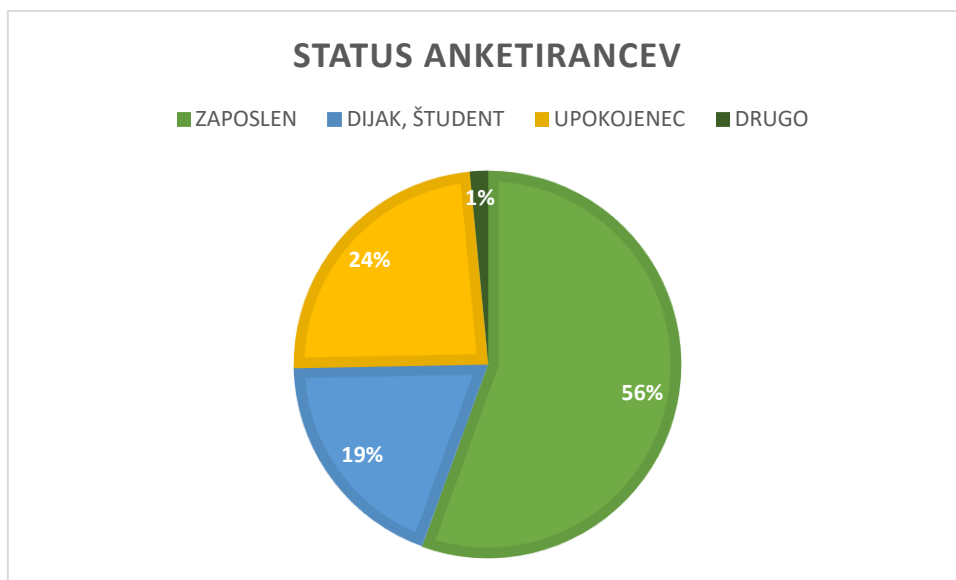
starost	%	zahtevan N	dosežen N	%
do 24 let	23,6	91	96	23,6

25-44	25,5	98	105	25,8
45-64	28,2	108	115	28,3
nad 65 let	22,7	87	91	22,4

Pri rezultatih in doseženih deležih naših kvot lahko opazimo manjša odstopanja, ki so posledica več anketarjev, ki so hkrati anketirali na različnih lokacijah.

Poleg zgornjih kvot smo med demografskimi vprašanji spraševali tudi po zaposlitvenem statusu anketirancev. Odgovori so prikazani v grafu 1. Več kot polovica je bila zaposlenih, slaba četrtnina upokojencev, slaba petina dijakov in študentov ter 1% drugih. Med »drugo« so se uvrstile gospodinje, brezposelni in reprezentanti, ki so bili na pripravah v Termah Čatež.

Graf 1: Status anketirancev



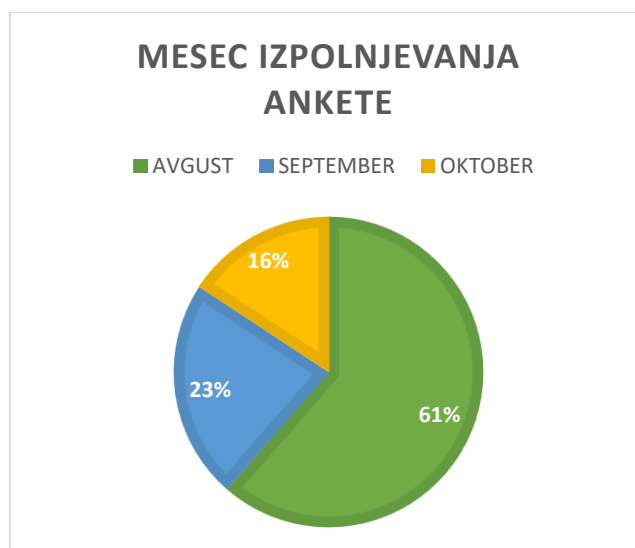
4 Predstavitev ankete

Anketiranje smo izvedli s pomočjo vnaprej pripravljenih anketnih vprašalnikov iz strani Zelene sheme slovenskega turizma. Vprašalniki so bili na voljo v slovenskem in angleškem jeziku, dostopni v fizični in spletni obliki (portal 1ka). Verziji vprašalnika v obeh jezikih sta na voljo tudi kot prilogi 1 in 2.

V sklopu priprave na anketiranje smo najprej natančno preučili navodila, ki jih določa ZSST ter se seznanili z izvedbo in rezultati predhodnega podobnega anketiranja v letu 2021. Sledilo je načrtovanje predvidenega dela in njegova organizacija: poziv anketarjem in njihov nabor, priprava vseh potrebnih gradiv in opreme za izvedbo anketiranja na terenu, priprava podrobnih navodil za anketarje, izvedba vzorčenja, priprava anketarske baze, uskladitev in dopolnitev anketnih vprašalnikov in uvodni sestanek z izbranimi anketarji.

Z anketiranjem, ki je potekalo na koncu viška turistične sezone, smo začeli 21. avgusta in končali 23. oktobra 2023; pri tem je bilo večino dela opravljenih v času poletne sezone, v mesecu avgustu, nato pa je sledilo zahtevnejše izpolnjevanje kvot, ki je terjalo več časa in iskanje ustreznih respondentov. Vztrajali smo do zapolnitve vseh predvidenih kvot. Časovni potek anketiranja je prikazan na grafikonu 2.

Graf 2: Čas anketiranja



Pri anketiranju so sodelovali 3 anketarji; delo so opravljali na ključnih točkah turističnega obiska na destinaciji Brežice, s čimer smo želeli zagotoviti čim večjo relevantnost

zajema gostov: v Termah Čatež, Termah Paradiso, v Posavskem muzeju Brežice in Vodovodnem stolpu Brežice ter na lokaciji Turistično-informativnega centra v Čatežu ob Savi. Lokacije

anketiranja so bile izbrane namensko in usklajene tako z naročnikom anketiranja kot z odgovornimi deležniki (predstavniki podjetij oz. organizacij) na izbrani lokaciji. Ker lokacija izvedbe ankete ni bila del anketnega vprašalnika, lahko le na podlagi spremljanja lokacije anketarjev podamo grobo oceno, da je bilo v Termah Čatež (na poletni termalni rivieri in izven nje – na lokacijah okoli bazenskih kompleksov, vključno s TIC Čatež ob Savi) izvedenih približno 300 anket, na lokaciji Term Paradiso približno 60 anket, preostalih 47 pa je bilo izvedenih v Posavskem muzeju Brežice in na drugih omenjenih lokacijah.

5 Rezultati anketiranja

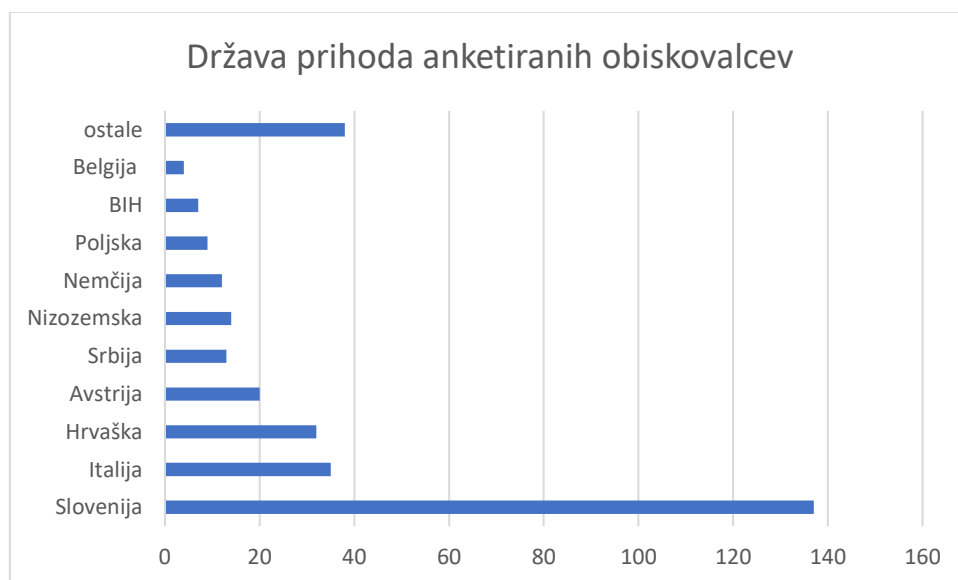
Rezultate anketiranja v prvi fazi podajamo skladno z vrstnim redom vprašanj, pri čemer gre za opisne analize in predstavitev osnovnih ugotovitev. V nadaljevanju so predstavljene nekatere zahtevnejše analize in na njihovem temelju tudi kompleksnejše ugotovitve, zaključki in predlogi za bodoči razvoj turizma.

5.1 Splošna vprašanja o obisku

Iz katere države prihajate?

V vzorcu je tako zajetih 407 respondentov iz 24 različnih držav, več kot polovico predstavljajo Slovenci, deleži gostov iz ostalih držav so (glede na izhodišča vzorčenja) sorazmerno manjši.

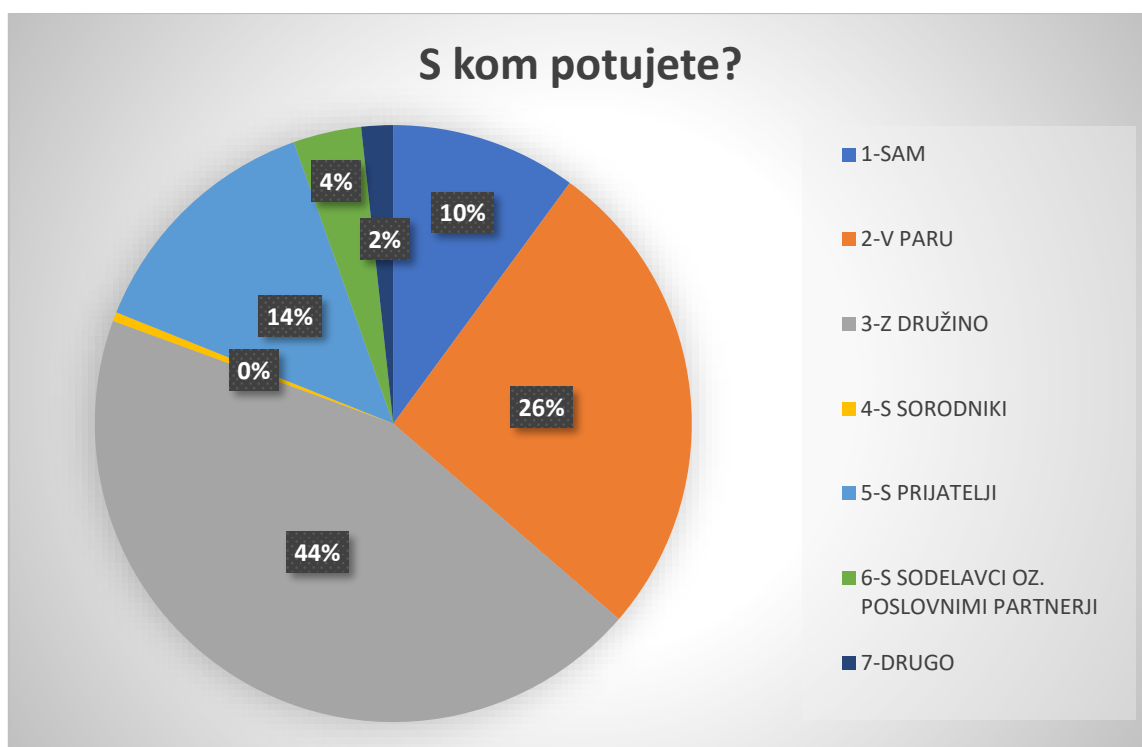
Graf 3: Država prihoda anketirancev



S kom potujete?

Skoraj polovica anketiranih potuje z družino, kar potrjuje našo predpostavko o destinaciji za družinske počitnice, dobra četrtina v paru, 14 % s prijatelji (v tej skupini so večinoma mladi), drugi deleži pa so znatno nižji.

Graf 4: S kom potujete?



Kolikokrat ste/boste prespali v destinaciji?

Na podlagi podatkov o številu nočitev na destinaciji smo izračunali povprečno dobo bivanja gostov, ki so bili anketirani in znaša 5,03 noči. Skoraj polovica vprašanih je na destinaciji ostala 5 noči in več. Največ obiskovalcev se je odločilo za 7 nočitev, sledijo tisti s 3, 2 ali 4 nočitvami. Slabih 15% vprašanih je na destinaciji preživel več kot 7 nočitev.

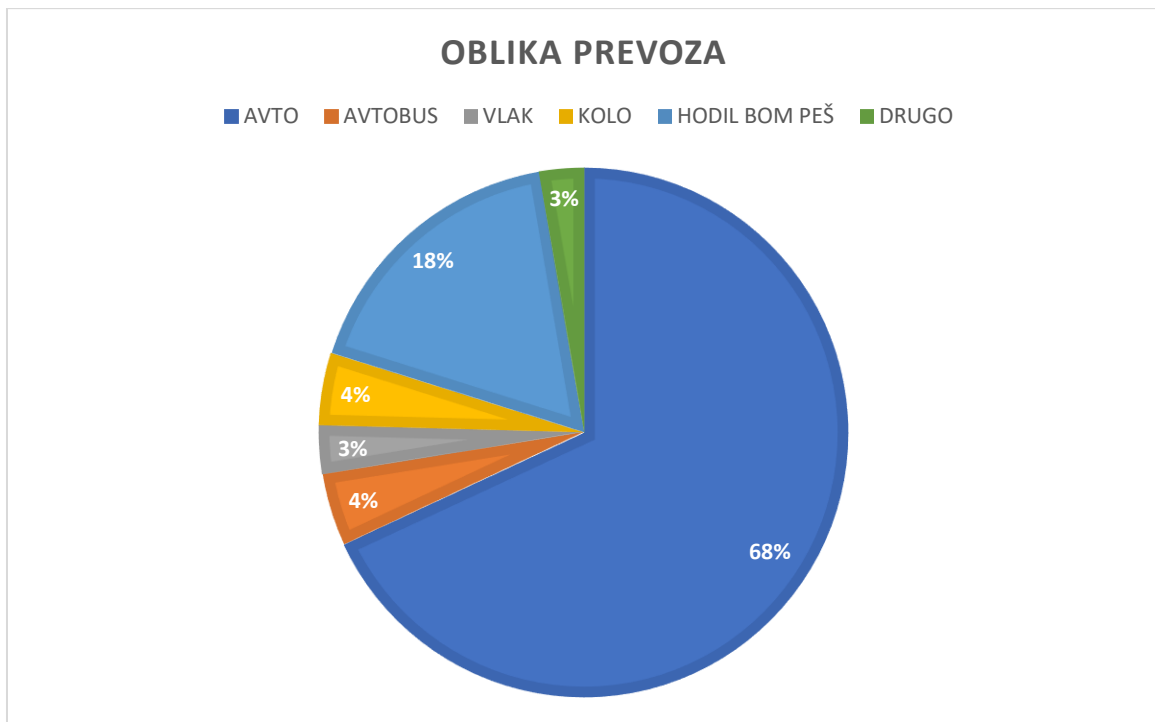
Graf 5: Število nočitev



Katero obliko prevoza ste/boste najpogosteje uporabljali med bivanjem pri nas?

Večina vprašanih (68 %) je pričakovano uporabljala avto, 18 % jih je hodilo peš (gre v prvi vrsti za goste, ki so na destinaciji – zelo verjetno v Termah Čatež ali Termah Paradiso – nastanjeni več dni), redki (4 %) so uporabljali kolo. 3 % vprašanih je navedlo vlak, 4 % avtobus in 3 % drugo, kjer so največkrat zapisali avtodom in več možnosti.

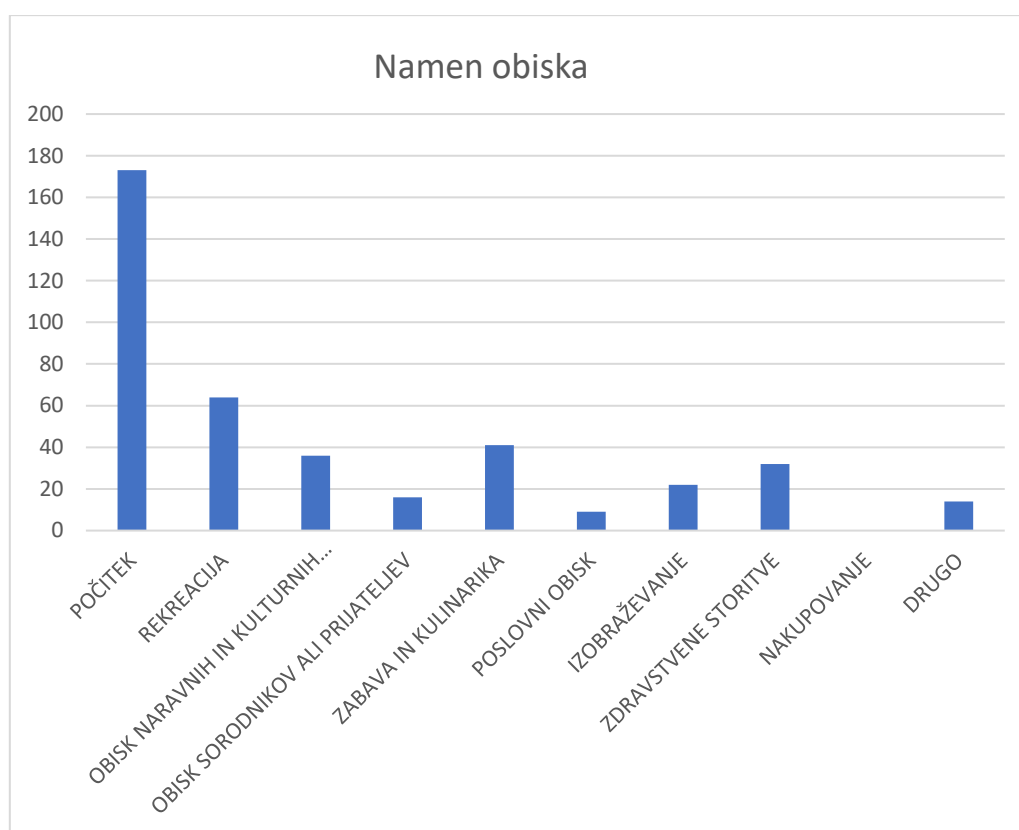
Graf 6: Tip prevladujoče oblike prevoza v času bivanja na destinaciji



Glavni namen obiska destinacije je ...

Glavni namen obiska v destinaciji je za skoraj polovico (skoraj 43 %) počitek, sledi rekreacija (16 %) ter zabava in kulinarika (10 %). 9 % vprašanih je obiskalo naravne in kulturne znamenitosti, podobno, 8 % vprašanih je prišlo zaradi zdravstvenih storitev. Okoli 4 % vprašanih je prvenstveno obiskalo sorodnike, podoben delež je v destinacijo prišlo, zaradi izobraževalnih vsebin. Poslovno je destinacijo obiskalo 2 % vprašanih, zaradi nakupovanja ni prišel nihče, 3 % pa so navedli drugo: več možnosti, HEPA camp, terapije, spremstvo na terapijah, zabava, raziskovanje in obisk bazena. Pri tem velja opozoriti, da gre za ozko strukturirano vprašanje glavnega namena obiska (verjetno bi bolj podroben vpogled v aktivnosti dobili z drugače zastavljenim vprašanjem, ki bi dopuščalo več možnih odgovorov).

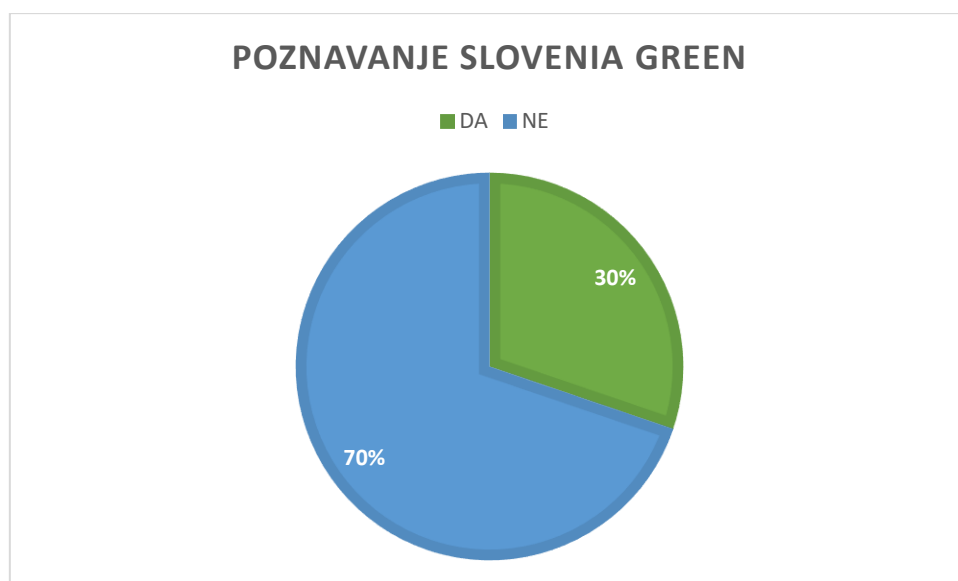
Graf 7: Namen obiska destinacije Brežice



Ali poznate slovensko znamko za trajnost v turizmu Slovenia Green?

Velika večina vprašanih (70 %) ne pozna slovenske znamke za trajnost v turizmu Slovenia Green. Glede na to, da je bilo največ anket narejenih v Termah Čatež in Termah Paradiso, kjer nimajo nobenega trajnostnega znaka, je rezultat razumljiv. Hkrati rezultat spodbuja razmislek o komunikaciji zelenega certifikata tako do obiskovalcev kot tudi prebivalcev občine, kar bi lahko vodilo do izboljšanja trajnostnega poslovanja na ravni destinacije.

Graf 8: Poznavanje slovenske trajnostne znamke Slovenia Green



5.2 Ocena izkušnje v destinaciji

V drugem sklopu je anketirance čakalo ocenjevanje njihovega zadovoljstva z različnimi segmenti ponudbe destinacije Brežice na 5-stopenjski lestvici (od zelo nezadovoljen – 1, do zelo zadovoljen – 5), z dodatno možnostjo odgovoriti tudi »ne vem«. Med 13 segmenti ponudbe po oceni pozitivno izstopata prijaznost ter gostoljubnost domačinov (4,78) in občutek varnosti (4,71), sledita urejenost okolice, skrb za zdravje in možnost za pohodništvo in kolesarjenje. Na dnu lestvice zadovoljstva sta ponudba za nakupovanje (3,57) in javni prevoz (3,34). Podrobnosti so razvidne iz Grafikona 9 in Tabele 5. Statistično pomembnih razlik v stopnji zadovoljstva glede na spol, starost ali državo prihoda nismo ugotovili.

Graf 9: Povprečna ocena izkušnje v destinaciji



Tabela 4: Zadovoljstvo z izkušnjo na destinaciji

OCENA	nastanitve	Gostinska ponudba	Ponudba za nakupovanje	Označenost dostopa do in na območju znamenitosti	Možnost potovanja peš ali s kolesom	Javni prevoz	Urejenost okolice	Skrb za zdravje	Priložnosti za pohodništvo in kolesarjenje	Ponudba kulturnih vsebin	Prijaznost in gostoljubnost domačinov	Občutek varnosti	»vrednost za denar«
1	0	2	9	0	0	15	0	0	0	2	0	0	2
2	7	12	38	3	3	41	2	0	0	3	1	7	16
3	44	60	110	34	24	66	20	28	21	31	13	13	72
4	150	167	133	145	109	65	97	82	93	110	58	69	140
5	190	148	62	176	232	42	280	244	223	195	324	309	166
Ne vem	16	18	55	49	39	178	8	53	70	66	11	9	11
povprečje	4,34	4,15	3,57	4,38	4,55	3,34	4,64	4,61	4,6	4,45	4,78	4,71	4,14

5.3 Prepoznavanje trajnostnih prizadevanj destinacije

V tretjem sklopu vprašanj so se anketiranci na 5-stopenjski lestvici opredelili do 7 trditvev, ki zadevajo trajnostna prizadevanja destinacije. Povprečna vrednost strinjanja s trditvami je bila 4,05, vrednosti po posameznih trditvah pa so prikazane v grafikonu 10 in v tabeli 6 tudi posamezne ocene glede na trditve.

Graf 10: Strinjanje s trditvami o trajnostnih prizadevanjih destinacije

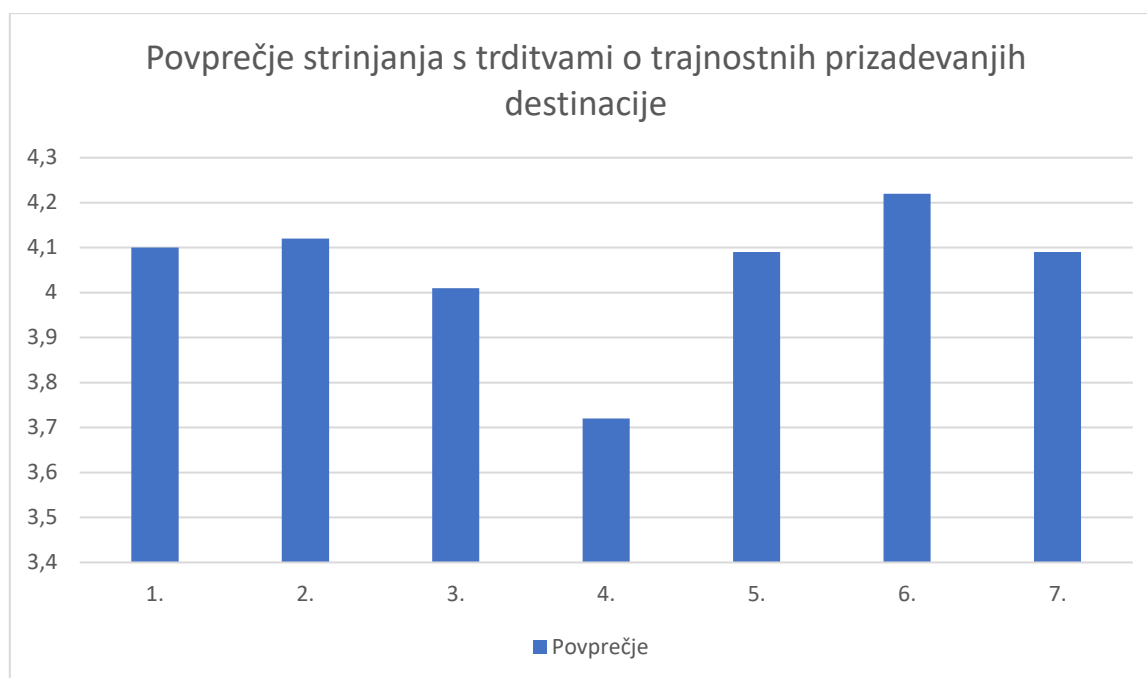


Tabela 5: Strinjanje s trditvami

OCENA	V destinaciji je za obiskovalce na voljo dovolj informacij o lokalni gastronomski ponudbi in lokalnih proizvodih.	V destinaciji brez skrbi pijem vodo iz pipe.	V destinaciji je na voljo dovolj mest za ločevanje odpadkov.	V destinaciji je na voljo dovolj informacij o varčevanju z energijo in z vodo.	Destinacija spodbuja obiskovalce, da uporabljajo trajnostne oblike transporta (kolo, pešačenje, vlak, avtobus ...).	V destinaciji je na voljo dovolj informacij o skrbi za zdravje in dostopu do zdravstvene oskrbe.	V destinaciji je na voljo dovolj informacij o tem, kako se obnašati odgovorno (ob obisku znamenitosti, na prireditvah ...).
1	3	38	9	37	7	3	11
2	7	7	22	23	16	7	13
3	85	46	85	89	85	82	77
4	164	93	131	125	123	122	134
5	148	223	160	133	176	193	172
povprečje	4,1	4,12	4,01	3,72	4,09	4,22	4,09

Največ zaupanja imajo gostje v možnosti zdravstvene oskrbe (4,22). Visok rezultat je dosegla tudi oskrba s pitno vodo (4,12) in informiranje o lokalni gastronomski ponudbi in lokalnih produktih (4,1). Skoraj v enaki meri se obiskovalci strinjajo, da destinacija ozavešča obiskovalce o možnostih uporabe trajnostne mobilnosti (4,09) in smernic za odgovorno ravnanje na destinaciji (4,09).

Nekoliko slabši rezultat je doseglo strinjanje s trditvijo, da je na destinaciji dovolj mest za ločevanje odpadkov (4,01). Tudi pri odprtem vprašanju o izrazu nezadovoljstva, so bili koši za ločevanje odpadkov večkrat omenjeni. Najslabše je bila ocenjena kategorija o informacijah in spodbudah za varčevanje z vodo in električno energijo (3,72).

V odprtem vprašanju se je pojavilo veliko (približno 40) pobud na temo ozaveščanja o varčevanju z vodo in elektriko, ločevanja odpadkov, uporabe trajnostnega transporta (dostopnosti e-vozil in e-koles, koles, več javnih oblik skupnega prevoza). Želijo si tudi več dreves in zelenih površin. Izpostavljena je bila dostopnost pitne vode v mestu in v termah, kjer predlagajo več pitnikov oziroma fontan, kjer si vodo lahko natočijo.

Brez dvoma je priložnosti za izboljšave v smeri trajnostnih, zelenih, ekoloških rešitev zelo veliko. Velja pa dodati še, da bodo ocene odgovorov na zastavljena vprašanja (oz. njihova povprečja) veliko bolj relevantne, ko jih bomo lahko primerjali z ostalimi slovenskimi destinacijami, ki izpolnjujejo isti anketni vprašalnik. Brez dvoma bo ta primerljivost dober pokazatelj, koliko zelena je destinacija Brežice.

6 Ugotovitve in priporočila

Rezultati raziskave kažejo, da destinacija Brežice ohranja svoj tradicionalni značaj termalne počitniške destinacije, na kateri prevladujejo družine in pari, zaradi bogate termalne ponudbe pa beleži tudi določeno število dnevnih gostov. Velika večina teh gostov za obisk destinacije uporablja svoj lastni prevoz, delež uporabe javnega prevoza je manjši, razen v primeru upokojencev, ki imajo trenutno še brezplačne prevoze po Sloveniji. Kljub relativno visokemu skupnemu povprečnemu zadovoljstvu gostov z izkušnjo na destinaciji, se v odgovorih vprašanih izkazuje nekaj pomanjkljivosti, predvsem pa veliko priložnosti za izboljšanje zadovoljstva obiskovalcev in zelenega značaja destinacije. Prave vrednosti zadovoljstva je sicer mogoče opredeljevati le ob primerjavi z rezultati na drugih destinacijah, kar še posebej velja za splošno oceno trajnostnega delovanja. V nadaljevanju podajamo priporočila za načrtovanje ukrepov na destinaciji.

1. Spremljanje zadovoljstva obiskovalcev.

- Vsakoletno izvajanje tovrstne ankete zadovoljstva med gosti na destinaciji, morda bi bilo smiselno eno anketiranje izvesti v visoki sezoni (julij, avgust) in še eno izven glavne sezone. (februar, marec)
- Anketo bi bilo smiselno prilagoditi glede na posebnosti destinacije, predvsem pri vprašanju glede namena obiska destinacije – svetujemo, da se tu poda možnost več odgovorov in ne le eden.
- Ker so na destinaciji prisotni tudi enodnevni gosti bi bilo smiselno za njih pripraviti ločeno anketo o zadovoljstvu, saj na veliko vprašanj pri obstoječi anketi težko odgovorijo, ker pridejo le za en dan, ki ga preživijo izključno v bazenskem kompleksu.

2. Promocija destinacije:

- V odgovorih obiskovalcev smo zaznali, da imajo premalo informacij o ponudbi destinacije in ne vedo kje jo lahko najdejo (spletna stran destinacije). Predlagamo boljše povezovanje s Termami in možnost predstavitve ponudbe na recepcijah nastanitev in povezava do spletne strani oziroma katalog ponudbe v namestitvenih obratih.
- Destinacija se mora truditi tudi v smeri ozaveščanja o zeleni destinaciji in promociji svojega znaka Slovenia Green Destination Platinum. Velika večina gostov namreč ne pozna Zelene sheme slovenskega turizma. Gostje so predlagali informacijske table s ponudbo destinacije iz z okoljskimi napotki.

3. Okolje

- Med odgovori gostov so bili velikokrat izpostavljeni otoki za ločevanje odpadkov. Destinacija bi morala v sodelovanju z Občino Brežice in komunalnim podjetjem preveriti resnično stanje le – tega in v primeru, da se potrdi pomanjkanje ekoloških otokov ukrepati v smeri vzpostavitve novih ekoloških otokov za ločevanje odpadkov.
- Turisti so med svojimi predlogi za bolj zeleno destinacijo podali tudi predloge za več dreves in zelenih površin, še posebej na bazenih, kjer je poleti težko najti senco.
- Smiselno bi bilo tudi navezati stik s ponudniki, predvsem največjima ponudnikoma Termami Čatež in Termami Paradiso, ter se pogovoriti o tem, kako imajo urejeno ločevanje odpadkov v njihovih kompleksih, predvsem na bazenih, kjer se je izrazila skrb obiskovalcev.
- Najslabše so obiskovalci ocenili trditev: »V destinaciji je na voljo dovolj informacij o varčevanju z energijo in z vodo.« Priporočamo, da se destinacija na tem področju še bolj potruži pri ozaveščanju gostov na svojih družbenih omrežjih, spletni strani ter v sodelovanju s ponudniki tudi v samih namestitvenih kapacitetah. Morda tudi spodbuda večjih namestitev, kot so hoteli v Termah Čatež in Hotel Paradiso, da se kot namestitev vključijo v Zeleno shemo slovenskega turizma in pridobijo znak Slovenia Green Accommodation ali enega od okoljskih znakov.

4. Nakupovanje

- Gostje so izrazili nezadovoljstvo s ponudbo za nakupovanje. Predvsem lokalni izdelki so težje dosegljivi, v kompleksu Term Čatež jim le - ti niso nikjer na voljo. Svetujemo, da se vsaj določena ponudba lokalnih izdelkov vključi v katero izmed prodajaln v Termah Čatež oziroma so ti na voljo v okviru TIC Čatež ob Savi.

5. Javni prevoz

- V primeru dogodkov, ki jih organizira destinacija bi bilo smiselno razmisliti o možnostih organiziranega skupnega prevoza iz obeh term. Obiskovalci si namreč večkrat želijo uporabiti javni prevoz vendar ta ni na voljo in so zato prisiljeni uporabiti osebne avtomobile za premikanje po destinaciji.
- V odgovorih obiskovalcev smo zaznali, da imajo premalo informacij o transportnih možnostih. Velikokrat bi se kdo poslužil javnega prevoza, pa ni dovolj informacij o voznih redih in povezavah znotraj destinacije, četudi le – te morda obstajajo. Zato predlagamo, da se vozni redi avtobusov in vlakov objavijo na destinacijski spletni strani in so na voljo v prostorih TIC-a in v sodelovanju s termami tudi v hotelih.

6. Kakovost

- Gostje so velikokrat izpostavili, da so cene previsoke oziroma niso v skladu s kvaliteto ponudbe in storitev. Predlagamo, da se ponudnike turističnih storitev opozori na dotično zadevo, da je potrebno v turizmu zagotavljati kakovosten standard, če si želimo, da se naši gostje vračajo na destinacijo.

7. Infrastruktura

- Gostje si želijo sodobnejše oziroma vsaj dobro vzdrževane infrastrukture in več igral za otroke. Predlagamo pobudo, da se na območju kompleksa Term Čatež uredi večje igrišče z igrali za otroke in se razmisli o ponudbi večjega notranjega igrišča za otroke, ki ga na naši destinaciji še nimamo.

8. Gostinska ponudba

- Velikokrat gostje izpostavijo enoličnost gostinske ponudbe, predvsem v kompleksu Term Čatež, kjer je te ponudbe tudi premalo in ima previsoko ceno. Predlagamo, da se tudi v sklopu Term Čatež gostom ponuja lokalne jedi poleg redne ponudbe (pice, burgerji, jedi z žara, testenine), ki so jo gostje označili kot enolično.

7 Viri

Slovenski statistični urad. (b. d.). Turizem. Pridobljeno iz <https://pxweb.stat.si/SiStat/sl/Podrocja/Index/155/turizem>, 30. 11. 2023.

ZPTM Brežice. (2023). Visit Brežice. Pridobljeno iz <https://www.visitbrezice.si/odkrij>, 30. 11. 2023.

8 Priloge

Priloga 1: Anketa za obiskovalce v slovenskem jeziku	31
Priloga 2: Anketa za obiskovalce v angleškem jeziku.....	34
Priloga 3: Izpis odgovorov na vprašanje: Nam lahko natančneje opišete, s čim niste bili zadovoljni?.....	37
Priloga 4: Izpis odgovorov na vprašanje: Kaj bi po vašem mnenju destinacija še lahko naredila za bolj zeleno turistično ponudbo?	39

Priloga 1: Anketa za obiskovalce v slovenskem jeziku

Prosimo, vzemite si nekaj minut časa in nam pomagajte izboljšati vašo izkušnjo naše destinacije. Hvala za sodelovanje.

Datum obiska destinacije: _____

1. Splošna vprašanja o obisku

1.1 Iz katere države prihajate? _____

1.2 S kom potujete?

- ☐ sam
- ☐ v paru
- ☐ z družino
- ☐ s sorodniki
- ☐ s prijatelji
- ☐ s sodelavci oz. s poslovnimi partnerji

1.3 Kolikokrat ste/boste prespali v naši destinaciji? _____

1.4 Katero obliko prevoza ste/boste najpogosteje uporabljali med bivanjem pri nas (možen je en odgovor)?

- ☐ avto
- ☐ avtobus
- ☐ vlak
- ☐ kolo
- ☐ hodil bom peš
- ☐ drugo: _____

1.5 Glavni namen obiska v destinaciji je (možen je en odgovor):

- ☐ počitek
- ☐ rekreacija
- ☐ obisk naravnih in kulturnih znamenitosti
- ☐ obisk sorodnikov ali prijateljev
- ☐ zabava in kulinarika
- ☐ poslovni obisk
- ☐ izobraževanje
- ☐ zdravstvene storitve
- ☐ nakupovanje
- ☐ drugo:

1.6 Ali poznate slovensko znamko za trajnost v turizmu Slovenia Green?

- ☐ da
- ☐ ne

2. Ocena izkušnje v destinaciji

Ocenite stopnjo zadovoljstva s ponudbo in značilnostmi naše destinacije z ocenami 1 = zelo nezadovoljen, 2 = nezadovoljen, 3 = niti zadovoljen, niti nezadovoljen, 4 = zadovoljen, 5 = zelo zadovoljen.

1	2	3	4	5
2.1	ponudba nastanitev			
2.2	gostinska ponudba			
2.3	ponudba za nakupovanje			
2.4	označenost dostopa do in na območju znamenitosti			
2.5	možnost potovanja peš ali s kolesom			
2.6	javni prevoz			
2.7	urejenost okolice			
2.8	skrb za zdravje			
2.9	priložnosti za pohodništvo in kolesarjenje			
2.10	ponudba kulturnih vsebin (muzeji, galerije, prireditve ...)			
2.11	prijaznost in gostoljubnost domačinov			
2.12	občutek varnosti			
2.13	"vrednost za denar"			

Kadar anketiranec posamezni element oceni z 1 ali 2:

2.14 Nam lahko natančneje opišete, s čim niste bili zadovoljni?

3. Prepoznavanje trajnostnih prizadevanj destinacije

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
3.1	V destinaciji je za obiskovalce na voljo dovolj informacij o lokalni gastronomski ponudbi in lokalnih proizvodih.			
3.2	V destinaciji brez skrbi pijem vodo iz pipe.			
3.3	V destinaciji je na voljo dovolj mest za ločevanje odpadkov.			
3.4	V destinaciji je na voljo dovolj informacij o varčevanju z energijo in z vodo.			
3.5	Destinacija spodbuja obiskovalce, da uporabljajo trajnostne oblike transporta (<i>kolo, pešačenje, vlak, avtobus ...</i>).			
3.6	V destinaciji je na voljo dovolj informacij o skrbi za zdravje in dostopu do zdravstvene oskrbe.			
3.7	V destinaciji je na voljo dovolj informacij o tem, kako se obnašati odgovorno (<i>ob obisku znamenitosti, na prireditvah ...</i>).			

3.8 Kaj bi po vašem mnenju destinacija še lahko naredila za bolj zeleno turistično ponudbo?

4. Podatki o anketirancu

4.1 Spol

- ☐ moški
- ☐ ženski

4.2 Starost

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

4.3 Status

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

Priloga 2: Anketa za obiskovalce v angleškem jeziku

Please take a moment for participating in this survey and help us improve the experience in our destination. Thank you!

Date of your visit to the destination: _____

1. General information about the visit

1.1 What is the country of your residence? _____

1.2 Who are you travelling with?

- ☐ alone
- ☐ spouse or partner
- ☐ family
- ☐ relatives
- ☐ friends
- ☐ work colleagues or business partners

1.3 How many nights will/did you spend in our destination? _____

1.4 Which mode of transport will/did you mostly use during your visit to our destination (select only one option)?

- ☐ car
- ☐ bus
- ☐ train
- ☐ bike
- ☐ walking
- ☐ other:

1.5 What is the main motive of your visit (select only one option)?

- ☐ rest
- ☐ recreation
- ☐ visiting natural and cultural sights
- ☐ visiting relatives or friends
- ☐ entertainment and gastronomy
- ☐ business visit
- ☐ education and training
- ☐ health and medical care
- ☐ shopping
- ☐ other:

1.6 Are you familiar with Slovenian label for sustainable tourism, Slovenia Green?

- ☐ yes
- ☐ no

2. Evaluation of your experience in our destination

Evaluate your satisfaction with the offer and characteristics of our destination with values 1 = very dissatisfied, 2 = dissatisfied, 3 = neither satisfied nor dissatisfied, 4 = satisfied, 5 = very satisfied.

1	2	3	4	5
2.1	accommodation offer			
2.2	gastronomic offer			
2.3	opportunities for shopping			
2.4	information on how to access the attractions			
2.5	possibility to travel by foot or riding a bike			
2.6	public transportation			
2.7	well-kept surroundings			
2.8	health care and health protection			
2.9	opportunities for hiking and cycling			
2.10	cultural offer (<i>museums, galleries, cultural events ...</i>)			
2.11	kindness and hospitality of local people			
2.12	personal safety during the visits			
2.13	value for money			

When respondent evaluated at least one of the elements with 1 or 2:

2.14 Could you describe more in detail the reasons for your dissatisfaction?

3. Recognition of sustainable practices in our destination

Indicate to what extent you agree with the following statements with values 1 = I strongly disagree, 2 = I disagree, 3 = I neither agree nor disagree, 4 = I agree, 5 = I strongly agree.

1	2	3	4	5
3.1	Destination is providing enough information about the local gastronomic offer and local products.			
3.2	In destination, it is safe to drink tap water.			
3.3	In destination, there are enough waste separation points available.			
3.4	Destination is providing enough information about reducing water and energy consumption.			
3.5	Destination stimulates visitors to use sustainable modes of transport (<i>cycling, walking, train, bus ...</i>).			
3.6	Destination is providing enough information about health concerns and accessibility to medical care.			
3.7	Destination is providing enough information about how to act responsibly (<i>while visiting attractions, during events ...</i>).			

3.8 In your opinion, what else could our destination do for a greener tourism offer?

4. Information about respondent

4.1 Sex

- ☐ male
- ☐ female

4.2 Age

- ☐ less than 25
- ☐ 25 - 44 years
- ☐ 45 - 64 years
- ☐ 65 years or more

4.3 Status

- ☐ employed
- ☐ student, pupil
- ☐ retiree
- ☐ other:

Priloga 3: Izpis odgovorov na vprašanje: Nam lahko natančneje opišete, s čim niste bili zadovoljni?

- slabe povezave javnega prevoza
- stvari so zastarele, ni igral za otroke
- previsoke cene za opravljeno storitev, slabe avtobusne povezave.
- enolična gostinska ponudba, razbite ploščice v termah, mačji in pasji iztrebki po zelenicah.
- niso potrebovali zdravniške pomoči zato se niso namenjali pozornosti. prav tako javnemu transportu
- muzeji jih ne zanimajo, previsoke cene
- gospa je na obisku pri sorodnih, kjer tudi spi, zato ne more oceniti namestitve,
- javni prevoz ne uporablja.
- javni prevoz, premalo košev za smeti
- nastanitev
- enolična hrana
- previsoke cene
- več info tabel
- nezadovoljstvo s ponudbo v kompleksu term čatež, slaba hrana, predraga
- buses very rarely drive through.
- premalo ljudi govori italijansko
- težave delovanje s sistemom bržkolo, slaba označenost avtobusnih linij
- časovnica za avtobus na železniški - je ni
- visoke cene, za primerjavo dnevna kopališka karta v termah ptuj 18,00€, v termah čatež 31,00 €
- na železniški postaji ni opazila voznega reda avtobusa.
- med bivanjem večkrat v okolici opazili migrante
- gospa je skoraj cel dan preživela na železniški postaji Brežice, saj ni bilo direktne povezave do term čatež, zaradi nepoznavanja postaj pa ni vedela, da mora prestopati.
- javni prevoz pač je, linije katastrofa
- slabe povezave javnega prevoza, premalo neživilske trgovske ponudbe

- nemogoče dobiti taxista, slabe avtobusne povezave,
- slaba trgovska ponudba.
- previsoke cene glede na ponudbo v nastanitvi.
- cene dodatnih storitev
- visoke cene dodatnih storitev
- gostinske cene, v trgovini osnovne stvari navite cene
- visoke cene v barih in trgovini v kompleksu term čatež
- želeli smo priti z vlakom, vendar so slabe avtobusne povezave od železniške postaje do term čatež
- slabe povezave

Priloga 4: Izpis odgovorov na vprašanje: Kaj bi po vašem mnenju destinacija še lahko naredila za bolj zeleno turistično ponudbo?

- more informations at tourism offers
- več otokov za ločevanje odpadkov
- dost zeleno
- samo vzdržuje naprej
- v kampu ni košev za bio odpadke
- ne vem
- more places with bikes
- več polnilnic za električne avtomobile
- več lokalnih izdelkov
- je že dovolj lepo
- možnost nakupa večdnevni vstopnic za bazene
- še več promocije lokalne ponudbe v termah
- smoking areas
- change the plastic system. bottles
- no idea
- nothing.its great
- more ash trays
- več pitnikov po kompleksu term čatež
- več pitnikov
- predlaga postavitev kakšne table ki promovira trajnostno znamko slovenia green in več zelenih napotkov.
- želi si, da bi električne polnilnice bile bližje hotelskim nastanitvam
- več pepelnikov na različnih mestih
- more local shops
- more signs with information
- zastonj prevozi

- prodaja lokalnih izdelkov na območju večjega obiska
- več drevoredov
- več brezplačne pijače, vode
- več ločevanja odpadkov
- več ločevanja, boljša gostinska ponudba, več javnega prevoza
- vse super
- ne vem
- renovacijska dela
- more concerts
- igrišče sredi gozda.
- paying for bus, bike etc with plastic bottles - recycling.
- electrical cars.
- več dreves, več košev za smeti, boljša povezava železniška postaja-center mesta
- boljša oznake na železniški postaji, kakšen smetnjak več
- še kakšen pitnik v mestu
- zelo je lepo vse urejeno, ljudje so zelo prijazni
- lokali, ki delajo dlje
- gospod je bil prvič v Brežicah
- boljše avtobusne povezave, možnost brezplačne izposoje kolesa, pitniki v kompleksu term čatež
- možnost brezplačne izposoje kolesa,
- spletna registracija za izposajo koles, da jih lahko začnejo uporabljati ob prihodu, brez obiska raznih pisarn
- virtualni katalogi
- v kompleksu term čatež natančneje med trgovino in kavarno Urška bi lahko bil kakšen ekološki otok, trenutno je en koš, kater je skrit in je namenjen mešanim odpadkom. možnost brezplačne izposoje koles v bližini term in enostavnejša registracija.
- možnost javnega prevoza v soboto na aktivnosti. gospa je želela it na banovo domačijo v soboto, vendar ni bilo ustrezne povezave.
- informativne table o ozaveščanju o ekologiji.

- urejene povezave javnega prevoza.
- možnost brezplačne izposoje koles
- več pitnikov v kompleksu term čatež
- v termah čatež več mest za ločevanje odpadkov.