

ŠOLSKI CENTER VELENJE
ŠOLA ZA STORITVENE DEJAVNOSTI
Trg mladosti 3, 3320 Velenje

MLADI RAZISKOVALCI ZA RAZVOJ ŠALEŠKE DOLINE

RAZISKOVALNA NALOGA

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA MESTNE OBČINE VELENJE
2009 – 2013

Tematsko področje: EKONOMIJA IN TURIZEM

Avtorja:

Vid Osterc, 4. letnik

Nejc Praprotnik, 4. letnik

Mentor:

Mateja Klemenčič, univ. dipl. inž.

Velenje, 2009

Raziskovalna naloga je bila opravljena na Šolskem centru Velenje.

Mentor: Klemenčič Mateja univ. dipl. inž.

Datum predstavitve:

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

- ŠD** ŠOLA ZA STORITVENE DEJAVNOSTI, 2008–2009
- KG** Strategija razvoja / turizem v Velenju / ljudje in turizem
- AV** OSTERC, Vid
PRAPROTNIK, Nejc
- SA** KLEMENČIČ, Mateja
- KZ** 3320 Velenje, SLO, Trg Mladosti 3
- ZA** Šolski center Velenje
- LI** 2009
- IN** STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA MESTNE OBČINE VELENJE
2009–2013
- TD** RAZISKOVALNA NALOGA
- IJ** SL
- JI** sl/en
- AI** Turizem v svetu postaja najhitreje rastoča gospodarska panoga. Temu trendu sledi Slovenija. Pomena turizma kot gospodarske panoge se zaveda tudi Mestna občina Velenje. Namen raziskave je bil ugotoviti, kako prebivalci gledajo na razvoj turizma v Velenju. Za raziskavo je bilo potrebno obširno anketiranje občanov. Izkazalo se je, da prebivalci močno podpirajo razvoj, saj bi se s tem povečalo število delovnih mest, turistična ponudba bi jim popestrila možnosti za kakovostno preživetje prostega časa, poleg tega bi lahko tudi sami uporabljali nove pridobitve v Velenju. (npr.: novejša in boljše športne objekte). Večina predlaga aktivnost ali vtis, ki bi ga pustilo izjemno doživetje. Zato naj bo to tudi ena najpomembnejših smernic za načrtovanje razvoja turizma v MO Velenje.

KEY WORDS DOCUMENTATION

- ND** ŠOLA ZA STORITVENE DEJAVNOSTI, 2008 - 2009
- CX** Strategy of development / tourism in Velenje / people and tourism
- AU** OSTERC, Vid
PRAPROTNIK, Nejc
- AA** KLEMENČIČ, Mateja
- PP** 3320 Velenje, SLO, Trg mladosti 3
- PB** Šolski center Velenje
- PY** 2009
- TI** STRATEGY OF DEVELOPMENT TOURISM IN COMMUNITY VELENJE
- DT** RESEARCH WORK
- LA** SL
- AL** sl/an
- AB** Tourism is becoming the fastest-growing industry in the world. Slovenia goes by this trend. Also the Municipality Velenje is aware of the importance of tourism as an industry/economic prolog. The aim of the study is to determine how residents view the tourism development in Velenje. The research required extensive poll of citizens. It turned out that inhabitants are strongly supporting the development of tourism because the capacity of workplaces would increase, they would have a possibility to make use of tourists offer and use newer and better sports buildings.

KAZALO

Ključna dokumentacijska informacija	II
Key words documentation	III
Kazalo	IV
Kazalo preglednic, grafov in fotografij	V
1 UVOD	1
2 METODOLOGIJA	3
2.1 Potek dela	4
3 ANALIZA REZULTATOV	5
3.1 Demografska struktura	6
3.2 Turizem v MOV	8
3.3 Ljudje in turizem v MOV	14
3.4 Primernost razvoja oblik turizma v MOV	21
3.5 Poznavanje in mnenje o turizmu v MOV	26
3.6 Potovalne navade	28
4 SKLEPNE UGOTOVITVE	32
5 POVZETEK	35
5.1 Summary	36
6 ZAHVALA	37
7 PRILOGE	37
8 VIRI IN LITERATURA	37

KAZALO PREGLEDNIC, GRAFOV IN FOTOGRAFIJ**Kazalo preglednic:**

- Preglednica 1: Spol
- Preglednica 2: Starost
- Preglednica 3: Stopnja izobrazbe
- Preglednica 4: Kje ste zaposleni?
- Preglednica 5: Moje stalno prebivališče se nahaja
- Preglednica 6: Za ustrezen razvoj turizma so odgovorna vsa turistična in tudi ne-turistična podjetja v MOV
- Preglednica 7: Turizem bi v MOV izboljšal kakovost bivanjskega okolja
- Preglednica 8: Turizem bi prispeval k oživljanju tradicionalnih obrti
- Preglednica 9: Turizem mora sloneti na pestri in konkurenčni turistični ponudbi
- Preglednica 10: Turizem zahteva oblikovanje in realizacijo dolgoročne razvojne strategije turizma
- Preglednica 11: Turizem zahteva ustrezno kakovost vseh storitev na destinaciji
- Preglednica 12: Turizem mora upoštevati smernice varovanja okolja
- Preglednica 13: Turizem bi izboljšal zadovoljstvo lokalnega prebivalstva z življenjskim okoljem
- Preglednica 14: Turizem bi povzročil prometni in parkirni kaos
- Preglednica 15: Turizem bi onesnažil in obremenil vire pitne vode
- Preglednica 16: Kot prebivalec sem zainteresiran, da bi občina razvijala turizem
- Preglednica 17: Za razvoj turizma nimamo ustreznih kadrov, mladina pa nima interesa za poklice v turizmu, zato ne moremo razvijati turizma
- Preglednica 18: Turistična podjetja v MOV vodijo ljudje z neustreznim znanjem o turizmu
- Preglednica 19: Podaljšanje turistične sezone bi ugodno vplivalo na nova delovna mesta za lokalno prebivalstvo, zato podpiram razvoj celoletnega turizma
- Preglednica 20: Potrebe turistov zvišujejo kakovost ostale ponudbe na destinaciji – torej tudi zame
- Preglednica 21: Turizem bi pomenil (ali pomeni) dodaten vir dohodka zame (oziroma moje podjetje)
- Preglednica 22: Prihodki od turizma med lokalnimi rezidenti niso porazdeljeni enakomerno
- Preglednica 23: Prebivalstvo ima zaradi turizma boljše možnosti preživljanja prostega časa
- Preglednica 24: Prebivalstvo bi moralo imeti pravico do ugodnejšega koriščenja turistične infrastrukture (več možnosti rekreacije)
- Preglednica 25: Prebivalci ovirajo razvoj turizma (neprijaznost, negostoljubnost)
- Preglednica 26: Tuje kulture, ki jih s sabo prinašajo turisti negativno vplivajo na lokalno prebivalstvo
- Preglednica 27: Naše okolje je varno za turiste
- Preglednica 28: Interesi prebivalstva morajo vplivati na vizijo nadaljnjega razvoja turizma
- Preglednica 29: Poslovni turizem (kongresi, konference, seminarji itd.)
- Preglednica 30: Rekreativni in športni turizem (smučanje, skoki, vodni športi na jezeru itd.)
- Preglednica 31: Priprave športnikov
- Preglednica 32: Kulturni turizem (kulturne prireditve, dogodki, muzeji, galerije itd.)
- Preglednica 33: Turizem na podeželju (domača kulinarika, turistične kmetije, vinske ceste itd.)
- Preglednica 34: Adrenalinski turizem (plezanje, motoristični športi, adrenalinski parki, "downhill" kolesarjenje, padalstvo itd.)
- Preglednica 35: Izobraževalni turizem (poletne šole, raziskovalni tabori, šole v naravi itd.)
- Preglednica 36: Zdravstveni in termalni turizem (zdravilišča, lepotne klinike, rehabilitacijski center itd.)
- Preglednica 37: Klasični turizem (ponudba tradicionalnih turističnih znamenitosti, ki si jih turisti lahko ogledajo ali jih preizkusijo)
- Preglednica 38: Prireditveni ali kongresni turizem (veliki kongresi in konference, ki privabijo veliko število poslovnih gostov)
- Preglednica 39: Seznanjenost s ponudbo in aktivnostmi TIC Velenje
- Preglednica 40: Ponudbo koristim
- Preglednica 41: Kako turizem vpliva na prepoznavnost Velenja?

- Preglednica 42: Podpora razvoju turizma v MOV
Preglednica 43: Povprečna letna potrošnja za potovanja
Preglednica 44: Koliko prostega časa v povprečju letno namenite za potovanja?
Preglednica 45: Prevozno sredstvo na potovanje

Kazalo Grafov:

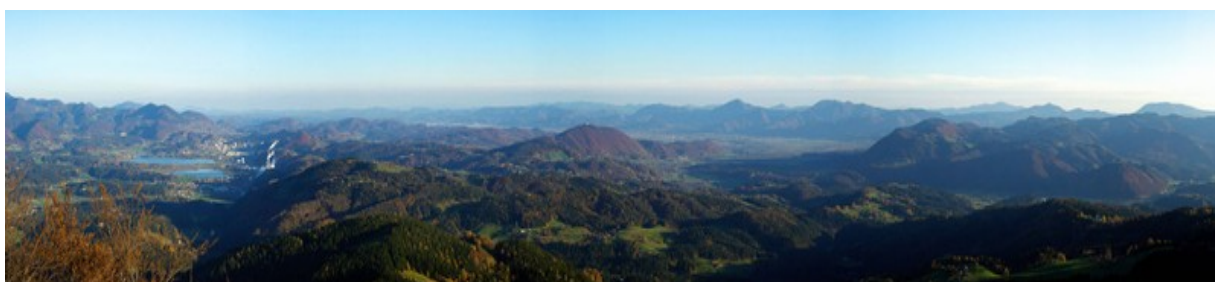
- Graf 1: Moč strinjanja s trditvami o vplivu turizmu v MOV
Graf 2: Moč strinjanja s trditvami o vplivu turizma v MOV na ljudi in turiste
Graf 3: Primernost razvoja posamezne vrste turizma v MOV
Graf 4: Moč motiva za potovanje

Kazalo slik:

- Slika 1: Savinjsko – Šaleška dolina
Slika 2: Velenje – ponoči
Slika 3: Praprotnik, Nejc - delo
Slika 4: Osterc, Vid – delo
Slika 5: Konjska vprega
Slika 6: Muzej – Mastadont
Slika 7: Regata – Velenjsko jezero
Slika 8: Velenjski grad

1 UVOD

Mestna občina Velenje (MOV) leži v vzhodnem delu Šaleške doline na nadmorski višini 396 metrov. Osrednji del občine predstavlja dolinski del ob reki Paki. Severno obrobje občine sega v hribovit svet, ki se razteza od Razborja do Graške gore in preko prebojne doline Pake v Hudi luknji do Paškega Kozjaka. Vzhodna meja občine poteka po Dobrnskem podolju, preko potoka Pirešica, proti jugu na Ponikovsko planoto in Ložniško gričevje, ki Šaleško dolino ločujeta od Spodnje Savinjske doline. Zahodna meja občine razpolovi Šaleško dolino v smeri sever – jug na območju nekdanje vasi Preloge, kjer danes pod dolinskim dnom poteka v Premogovniku Velenje najintenzivnejši odkop lignita. Meja se nadaljuje po spodnjem toku potoka Velunja do podnožja Graške gore.



Slika 1

V občini je 25 naselij ter 19 krajevnih skupnosti in mestnih četrti. Površina celotne občine meri 83,5 km², na njej se razrašča 4023 ha gozdov. Vsa stavbna zemljišča obsegajo 1594 ha, nezazidana stavbna zemljišča 395 ha, površina jezer pa meri 150 ha. Povprečna nadmorska višina občine je 503 metre, dolžina občinske meje meri 55,8 km, dolžina vodotokov 32,2 km, dolžina kategoriziranih cest 220 km, dolžina kolesarskih stez pa 10,2 km.

Ker obseg turističnega gospodarstva v svetu (in tako seveda tudi pri nas) v zadnjem obdobju raste zelo hitro in ker je ta dejavnost pod vplivom nenehnih sprememb (trendov, navad) in celovitega razvoja, se je potrebno le-temu čim hitreje prilagoditi in izkoristiti konkurenčne prednosti in vse razpoložljive potencialne, s katerimi naše turistično območje razpolaga. Osnovne dejavnosti gospodarstva so proizvodna industrija (Gorenje), sledi rudarstvo (Premogovnik Velenje) in energetika, trgovina (Spar, Hofer, Lidl, Tuš, Mercator ...), gradbeništvo (Vegrad ...) in storitvene dejavnosti. Velike gospodarske družbe zaposlujejo blizu 80 % vseh zaposlenih v občini. V MOV je 435 poslovno delujočih gospodarskih družb in 724 malih in srednje velikih samostojnih podjetnikov.

Velenje se ponaša kot veliko industrijsko mesto, kjer prevladujejo rudarstvo, energetika in proizvodnja. Ne glede na to, da je Velenje označeno kot industrijsko mesto, bi v mesto radi uvedli čim več turističnih dejavnosti. Turizem za MOV predstavlja pomembno poslovno priložnost. Glede na sedanjo razvitost turizma, zavzetost občine in turističnih delavcev ter obstoječ razvojni potencial, lahko MOV v naslednjih letih postane prepoznavna turistična destinacija.

Mestna občina Velenje je v skladu z 19. členom novega Zakona o spodbujanju razvoja turizma (Uradni list RS, št. 2/04) dolžna načrtovati spodbujanje razvoja turizma turističnega območja MO Velenje in pri tem upoštevati usmeritve strategije slovenskega turizma kot ključnega strateškega dokumenta na področju razvoja turizma – Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007–2011.

Seveda je pri postavljanju strategije potrebno upoštevati tudi želje, potrebe in pričakovanja lokalnega prebivalstva. Zato sva se odločila, da v sodelovanju z univerzo Turistica Portorož med populacijo prebivalcev Mestne občine Velenje izvedeva anketno raziskavo, s pomočjo katere bi te želje, potrebe in pričakovanja identificirali.



Slika 2

2 METODOLOGIJA

Kot metodo smo uporabili primarno analizo podatkov, zbranih s pomočjo anketne raziskave med populacijo prebivalcev MOV. Anketiranje so izvajali dijaki Šolskega centra Velenje, ki imajo stalno prebivališče v MOV (v nadaljevanju anketarji). Vsak anketar je v neposredni okolici svojega stalnega prebivališča identificiral 5 do 10 gospodinjstev (brez njegovega domačega gospodinjstva). Ta gospodinjstva je ustrezno poimenoval, si jih napisal na listke (dal listke v posodo ali vrečko) in naključno izžrebal 2 gospodinjstvi. Nato se je anketar odpravil do izbranih gospodinjstev in zaprosil za izvajanje ankete. Za izpolnjevanje ankete je zaprosil tistega polnoletnega člana gospodinjstva, ki je zadnji imel rojstni dan. V kolikor te osebe v času obiska anketarja ni bilo doma, se je anketar dogovoril za nov termin. V kolikor tudi pri drugem obisku ni bilo mogoče dobiti te osebe, je anketar za izpolnjevanje ankete zaprosil tistega polnoletnega člana gospodinjstva, ki je drugi nazadnje imel rojstni dan itd. Anketar je pred začetkom anketiranja anketirancu povedal, da gre za anonimno anketo in ga seznanil z naročnikom, izvajalcem in namenom anketne raziskave. Anketar je sam bral anketna vprašanja in ponujene odgovore ter tudi sam zapisoval odgovore, ki jih je anketiranec izbral.

Anketni vprašalnik je obsegal štiri strani formata A4, 57 vprašanj in bil strukturiran po naslednjih sklopih:

- Turizem v MOV,
- Ljudje in turizem v MOV,
- Primernost razvoja oblik turizma v MOV,
- Poznavanje in mnenje o turizmu v MOV,
- Potovalne navade,
- Demografija.

2.1 Potek dela

Sva dijaka Vid Osterc in Nejc Praprotnik, obiskujeva 4. letnik Poklicne in tehniške šole za storitvene dejavnosti, smer ekonomski tehnik. Za to nalogo sva se odločila naključno. Na začetku bi naj to bila le seminarska naloga, nakar smo se, zaradi obširnosti teme, odločili za raziskovalno nalogo.

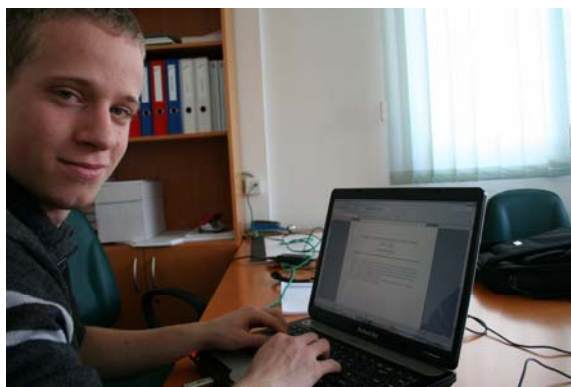
Iz UP Turistica Portorož so v Velenje poslali 1600 anket in navodil za uporabo, ki sva jih zložila in razdelila v skupine za posamezne razrede Šolskega centra

Dne 25. 11. 2008 smo imeli prvi sestanek z naslovom Strategija razvoja turizma Mestne občine Velenje. Sestanek je potekal v sejni sobi ŠCV-ja, udeležili pa so se ga vsi povabljeni. Namen je bil določiti število anketirancev po šolah, določiti oddelke po šolah, sklicati sestanek razrednikov oddelkov in določiti datume razrednih ur, določiti roke za izvajanje anketiranja in obvestiti učitelje na pedagoških konferencah šol. Število anketirancev je bilo predvideno na 1500. Pripravila in oddala sva jih 1551. Glede na šole je bilo število anket sledeče:

Gimnazijcem je bilo oddanih 700 anketnih vprašalnikov, dijakom ŠSD je bilo oddanih 520, ostalim šolam pa 331 anket. Ankete so bile razdeljene med šolami od 1. 12. 2008 do 5. 12. 2008. Rok za vračilo le-teh je bil 12. 12. 2008. Po tem roku je bilo vrnjenih le nekaj deset anket, zato smo se odločili za podaljšanje roka za en teden. Glede na število izročeni anket sva pričakovala, da bova prejela okoli 1200 izpolnjenih anket. Vendar sva zaradi neresnosti in nezainteresiranosti dijakov prejela le 601 izpolnjen anketni vprašalnik. Nato sva se lotila vpisovanja rezultatov v tabelo, ki sva jo prejela od mag. Bojana Kureža iz Turistice. Za vnašanje odgovorov v tabelo in urejanje anket sva porabila okoli 30 šolskih ur. Rezultati le-teh vprašanj so prikazani v nalogi.



Slika 3



Slika 4

3 ANALIZA REZULTATOV

3.1 Demografska struktura

V vzorec je bilo vključenih 601 enot, od katerih je bilo 52,7 % ženske in 47,3 % moških (Tabela 1). To kaže na normalno porazdelitev vzorca.

Tabela 1: Spol

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	moški	283	47,1	47,3	47,3
	ženske	315	52,4	52,7	100,0
	Skupaj	598	99,5	100,0	
Manjka		3	0,5		
Skupaj		601	100,0		

Vir: Lastna obdelava

Tudi starostna struktura vzorca kaže na normalno porazdelitev vzorca. Slaba tretjina anketirancev sodi v najmlajšo starostno kategorijo od 18 do 24 let, slaba desetina v kategorijo od 25 do 34 let, dobra četrtina v kategorijo od 35 do 44 let in slaba četrina v kategorijo od 45 do 54 let. Delež najvišjih starostnih kategorij je zanemarljiv in znaša le nekaj odstotkov (Tabela 2).

Tabela 2: Starost

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	18 do 24 let	193	32,1	32,2	32,2
	25 do 34 let	56	9,3	9,3	41,5
	35 do 44 let	165	27,5	27,5	69,0
	45 do 54 let	146	24,3	24,3	93,3
	55 do 64 let	26	4,3	4,3	97,7
	65 let in več	14	2,3	2,3	100,0
	Skupaj	600	99,8	100,0	
Manjka		1	0,2		
Skupaj		601	100,0		

Vir: Lastna obdelava

Stopnja izobrazbe kaže na absolutno prevlado tistih s poklicno, strokovno ali srednješolsko izobrazbo. Teh je dobra polovica. Desetina jih ima osnovnošolsko izobrazbo, dobra četrtna višješolsko, visokošolsko ali univerzitetno, dobrih 5 % pa več kot univerzitetno (Tabela 3).

Tabela 3: Stopnja izobrazbe

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	osnovnošolska ali manj	62	10,3	10,3	10,3
	poklicna, strokovna ali srednješolska	332	55,2	55,3	65,7
	višješolska, visokošolska ali univerzitetna	171	28,5	28,5	94,2
	več kot univerzitetna	35	5,8	5,8	100,0
	Skupaj	600	99,8	100,0	
Manjka		1	0,2		
Skupaj		601	100,0		

Vir: Lastna obdelava

Anketirance smo tudi spraševali po vrsti podjetja, kjer so zaposleni. Največ jih je zaposlenih v industrijskem podjetju, takih je dobra četrtna. Slaba petina jih je zaposlenih v javni upravi, slaba desetina pa v storitvenem podjetju. Takih, ki so zaposleni v turističnem podjetju ali v trgovskem podjetju, je le nekaj odstotkov. Kar dobra četrtna anketirancev je študentov in dijakov. Slabih 5 % pa je upokojujencev in prav toliko nezaposlenih (Tabela 4).

Tabela 4: Kje ste zaposleni?

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven v turističnem podjetju	18	3,0	3,0	3,0
v storitvenem podjetju (ne trgovina in turizem)	58	9,7	9,7	12,7
v industrijskem podjetju	151	25,1	25,2	37,9
v trgovskem podjetju	41	6,8	6,8	44,7
v javnem sektorju	110	18,3	18,4	63,1
študent ali dijak	163	27,1	27,2	90,3
upokojenec	29	4,8	4,8	95,2
nezaposlen	29	4,8	4,8	100,0
Skupaj	599	99,7	100,0	
Manjka	2	0,3		
Skupaj	601	100,0		

Vir: Lastna obdelava

Glede na kraj bivanja jih kar slaba polovica biva v mestu, dobra tretjina na vasi in slaba petina v predmestju (Tabela 5).

Tabela 5: Moje stalno prebivališče se nahaja

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven v mestu	289	48,1	48,2	48,2
na vasi	208	34,6	34,7	83,0
v predmestju	102	17,0	17,0	100,0
Skupaj	599	99,7	100,0	
Manjka	2	0,3		
Skupaj	601	100,0		

Vir: Lastna obdelava

3.2 Turizem v MOV

V tem sklopu so anketiranci izražali strinjanje s trditvami, ki se nanašajo na turizem v MOV. Navedenih je bilo 10 trditev. Anketiranci so na petstopenjski lestvici tipa Likert označili strinjanje s trditvijo, pri čemer vrednost –2 pomeni, da trditev sploh ne drži, –1, da ne drži, 0, da ne vem, 1, da drži in 2, da popolnoma drži (Tabela 6 do Tabela 15).

Tabela 6: Za ustrezen razvoj turizma so odgovorna vsa turistična in tudi ne-turistična podjetja v MOV.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	19	3,2	3,2	3,2
	ne drži	32	5,3	5,3	8,5
	ne vem	68	11,3	11,3	19,8
	drži	270	44,9	44,9	64,7
	popolnoma drži	212	35,3	35,3	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelave

Tabela 7: Turizem bi v MOV izboljšal kakovost bivanjskega okolja.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	10	1,7	1,7	1,7
	ne drži	61	10,1	10,1	11,8
	ne vem	113	18,8	18,8	30,6
	drži	258	42,9	42,9	73,5
	popolnoma drži	159	26,5	26,5	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 8: Turizem bi prispeval k oživljanju tradicionalnih obrti.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	14	2,3	2,3	2,3
	ne drži	36	6,0	6,0	8,3
	ne vem	92	15,3	15,3	23,6
	drži	249	41,4	41,4	65,1
	popolnoma drži	210	34,9	34,9	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava



Slika 5

Tabela 9: Turizem mora sloneti na pestri in konkurenčni turistični ponudbi.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	3	0,5	0,5	0,5
	ne drži	14	2,3	2,3	2,8
	ne vem	53	8,8	8,8	11,7
	drži	179	29,8	29,8	41,5
	popolnoma drži	351	58,4	58,5	100,0
	Skupaj	600	99,8	100,0	
Manjka		1	0,2		
Skupaj		601	100,0		

Tabela 10: Turizem zahteva oblikovanje in realizacijo dolgoročne razvojne strategije turizma.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	4	0,7	0,7	0,7
	ne drži	28	4,7	4,7	5,3
	ne vem	112	18,6	18,7	24,0
	drži	240	39,9	40,0	64,0
	popolnoma drži	216	35,9	36,0	100,0
	Skupaj	600	99,8	100,0	
Manjka		1	0,2		
Skupaj		601	100,0		

Vir: Lastna obdelava

Tabela 11: Turizem zahteva ustrezno kakovost vseh storitev na destinaciji.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	6	1,0	1,0	1,0
	ne drži	23	3,8	3,8	4,8
	ne vem	79	13,1	13,1	18,0
	drži	237	39,4	39,4	57,4
	popolnoma drži	256	42,6	42,6	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 12: Turizem mora upoštevati smernice varovanja okolja.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	5	0,8	0,8	0,8
	ne drži	20	3,3	3,3	4,2
	ne vem	55	9,2	9,2	13,3
	drži	185	30,8	30,8	44,1
	popolnoma drži	336	55,9	55,9	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 13: Turizem bi izboljšal zadovoljstvo lokalnega prebivalstva z življenjskim okoljem.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	19	3,2	3,2	3,2
	ne drži	50	8,3	8,3	11,5
	ne vem	168	28,0	28,0	39,4
	drži	211	35,1	35,1	74,5
	popolnoma drži	153	25,5	25,5	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 14: Turizem bi povzročil prometni in parkirni kaos.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	57	9,5	9,5	9,5
	ne drži	160	26,6	26,6	36,1
	ne vem	122	20,3	20,3	56,4
	drži	163	27,1	27,1	83,5
	popolnoma drži	99	16,5	16,5	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 15: Turizem bi onesnažil in obremenil vire pitne vode.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	71	11,8	11,8	11,8
	ne drži	158	26,3	26,3	38,2
	ne vem	144	24,0	24,0	62,2
	drži	142	23,6	23,7	85,8
	popolnoma drži	85	14,1	14,2	100,0
	Skupaj	600	99,8	100,0	
Manjka		1	0,2		
Skupaj		601	100,0		

Vir: Lastna obdelava

Ob primerjavi povprečnih vrednosti strinjanja z navedenimi trditvami (Graf 1) ugotovimo, da se anketiranci najbolj strinjajo z naslednjimi trditvami:

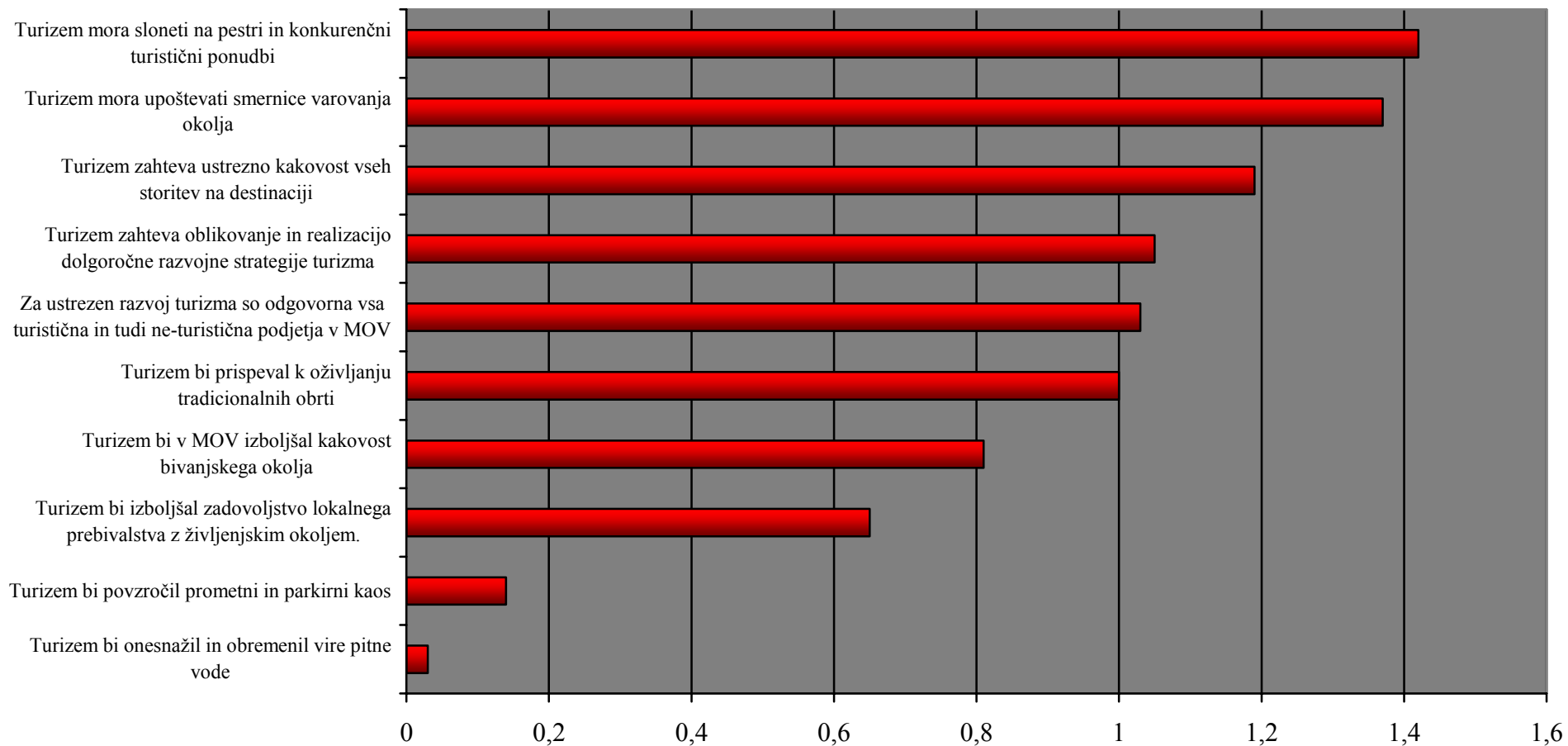
- Turizem mora sloneti na pestri in konkurenčni turistični ponudbi.
- Turizem mora upoštevati smernice varovanja okolja.

Povprečna vrednost navedenih trditev presega vrednost 1,3. Prebivalci MOV se zavedajo, da je uspešen razvoj turizma nemogoč brez pestre in konkurenčne turistične ponudbe. Hkrati pa se zavedajo tudi pomena varovanja okolja pri razvoju turizma. Podpirajo torej trajnostni razvoj turizma.

Močno se strinjajo tudi z naslednjimi trditvami s povprečno vrednostjo nad 1:

- Turizem zahteva ustrezno kakovost vseh storitev na destinaciji.
- Turizem zahteva oblikovanje in realizacijo dolgoročne razvojne strategije turizma.
- Za ustrezen razvoj turizma so odgovorna vsa turistična in tudi ne-turistična podjetja v MOV.
- Turizem bi prispeval k oživljanju tradicionalnih obrti.

Prebivalci MOV se zavedajo pomena kakovosti celote storitev za uspešen razvoj turizma. Menijo, da so za razvoj turizma odgovorna vsa podjetja v MOV, tako turistična, kot tudi neturistična, ki pa morajo svoje napore oblikovati in realizirati na podlagi dolgoročne razvojne strategije turizma, ki je prav tako neobhodno potrebna. Menijo tudi, da bi turizem lahko prispeval k oživljanju tradicionalnih obrti.

Graf 1: Moč strinjanja s trditvami o vplivu turizma v MOV

Vir: Lastna obdelava

3.3 Ljudje in turizem v MOV

V tem sklopu so anketiranci izražali strinjanje s trditvami, ki se nanašajo na vpliv turizma v MOV na lokalne prebivalce in turiste. Navedenih je bilo 13 trditev. Anketiranci so na petstopenjski lestvici tipa Likert označili strinjanje s trditvijo, pri čemer vrednost –2 pomeni, da trditev sploh ne drži, –1, da ne drži, 0, da ne vem, 1, da drži in 2, da popolnoma drži (Tabela 16 do Tabela 28).

Tabela 16: Kot prebivalec sem zainteresiran, da bi občina razvijala turizem.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	25	4,2	4,2	4,2
	ne drži	32	5,3	5,3	9,5
	ne vem	56	9,3	9,3	18,8
	drži	252	41,9	41,9	60,7
	popolnoma drži	236	39,3	39,3	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 17: Za razvoj turizma nimamo ustreznih kadrov, mladina pa nima interesa za poklice v turizmu, zato ne moremo razvijati turizma.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	97	16,1	16,1	16,1
	ne drži	186	30,9	30,9	47,1
	ne vem	145	24,1	24,1	71,2
	drži	124	20,6	20,6	91,8
	popolnoma drži	49	8,2	8,2	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 18: Turistična podjetja v MOV vodijo ljudje z neustreznim znanjem o turizmu.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	29	4,8	4,8	4,8
	ne drži	120	20,0	20,0	24,8
	ne vem	268	44,6	44,6	69,4
	drži	124	20,6	20,6	90,0
	popolnoma drži	60	10,0	10,0	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 19: Podaljšanje turistične sezone bi ugodno vplivalo na nova delovna mesta za lokalno prebivalstvo, zato podpiram razvoj celoletnega turizma.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	10	1,7	1,7	1,7
	ne drži	33	5,5	5,5	7,2
	ne vem	77	12,8	12,8	20,0
	drži	277	46,1	46,1	66,1
	popolnoma drži	204	33,9	33,9	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 20: Potrebe turistov zvišujejo kakovost ostale ponudbe na destinaciji – torej tudi zame.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	13	2,2	2,2	2,2
	ne drži	37	6,2	6,2	8,3
	ne vem	113	18,8	18,8	27,1
	drži	300	49,9	49,9	77,0
	popolnoma drži	138	23,0	23,0	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 21: Turizem bi pomenil (ali pomeni) dodaten vir dohodka tudi zame (oziroma moje podjetje).

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	65	10,8	10,8	10,8
	ne drži	104	17,3	17,3	28,1
	ne vem	139	23,1	23,1	51,2
	drži	179	29,8	29,8	81,0
	popolnoma drži	114	19,0	19,0	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 22: Prihodki od turizma med lokalnimi rezidenti niso porazdeljeni enakomerno.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	12	2,0	2,0	2,0
	ne drži	41	6,8	6,8	8,8
	ne vem	311	51,7	51,7	60,6
	drži	154	25,6	25,6	86,2
	popolnoma drži	83	13,8	13,8	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 23: Prebivalstvo ima zaradi turizma boljše možnosti preživljanja prostega časa.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	7	1,2	1,2	1,2
	ne drži	44	7,3	7,3	8,5
	ne vem	92	15,3	15,3	23,8
	drži	268	44,6	44,6	68,4
	popolnoma drži	190	31,6	31,6	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 24: Prebivalstvo bi moralo imeti pravico do ugodnejšega koriščenja turistične infrastrukture (več možnosti rekreacije).

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	15	2,5	2,5	2,5
	ne drži	24	4,0	4,0	6,5
	ne vem	69	11,5	11,5	18,0
	drži	256	42,6	42,6	60,6
	popolnoma drži	237	39,4	39,4	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 25: Prebivalci ovirajo razvoj turizma (neprijaznost, negostoljubnost).

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	103	17,1	17,1	17,1
	ne drži	167	27,8	27,8	44,9
	ne vem	145	24,1	24,1	69,1
	drži	138	23,0	23,0	92,0
	popolnoma drži	48	8,0	8,0	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 26: Tuje kulture, ki jih s sabo prinašajo turisti, negativno vplivajo na lokalno prebivalstvo.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	116	19,3	19,3	19,3
	ne drži	195	32,4	32,4	51,7
	ne vem	138	23,0	23,0	74,7
	drži	100	16,6	16,6	91,3
	popolnoma drži	52	8,7	8,7	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 27: Naše okolje je varno za turiste.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	14	2,3	2,3	2,3
	ne drži	57	9,5	9,5	11,8
	ne vem	104	17,3	17,3	29,1
	drži	255	42,4	42,4	71,5
	popolnoma drži	171	28,5	28,5	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 28: Interesi prebivalstva morajo vplivati na vizijo nadaljnega razvoja turizma.

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	13	2,2	2,2	2,2
	ne drži	19	3,2	3,2	5,3
	ne vem	104	17,3	17,3	22,6
	drži	309	51,4	51,4	74,0
	popolnoma drži	156	26,0	26,0	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Ob primerjavi povprečnih vrednosti strinjanja z navedenimi trditvami (Graf 2) ugotovimo, da se anketiranci najbolj strinjajo z naslednjimi trditvami:

- Prebivalstvo bi moralo imati pravico do ugodnejšega koriščenja turistične infrastrukture (več možnosti rekreacije).
- Kot prebivalec sem zainteresiran, da bi občina razvijala turizem.
- Podaljšanje turistične sezone bi ugodno vplivalo na nova delovna mesta za lokalno prebivalstvo, zato podpiram razvoj celoletnega turizma.

Povprečna vrednost navedenih trditev presega vrednost 1, kar pomeni, da se anketiranci z njimi močno strinjajo. Upravičeno lahko sklepamo, da so prebivalci MOV močno zainteresirani za razvoj turizma. Od razvoja turizma si obetajo predvsem ugodnosti iz naslova turistične infrastrukture, ki jo pod ugodnejšimi pogoji želijo uporabljati tudi sami. Zavedajo se

tudi pomena desezonalizacije v turizmu. Menijo, da bi razvoj celoletnega turizma ugodno vplival na odpiranje novih delovnih mest, kjer bi se lahko tudi sami zaposlili.

Relativno močno se trinajajo tudi z naslednjimi trditvami:

- Prebivalstvo ima zaradi turizma boljše možnosti preživljanja prostega časa.
- Interesi prebivalstva morajo vplivati na vizijo nadaljnjega razvoja turizma.
- Potrebe turistov zvišujejo kakovost ostale ponudbe na destinaciji – torej tudi zame.
- Naše okolje je varno za turiste.

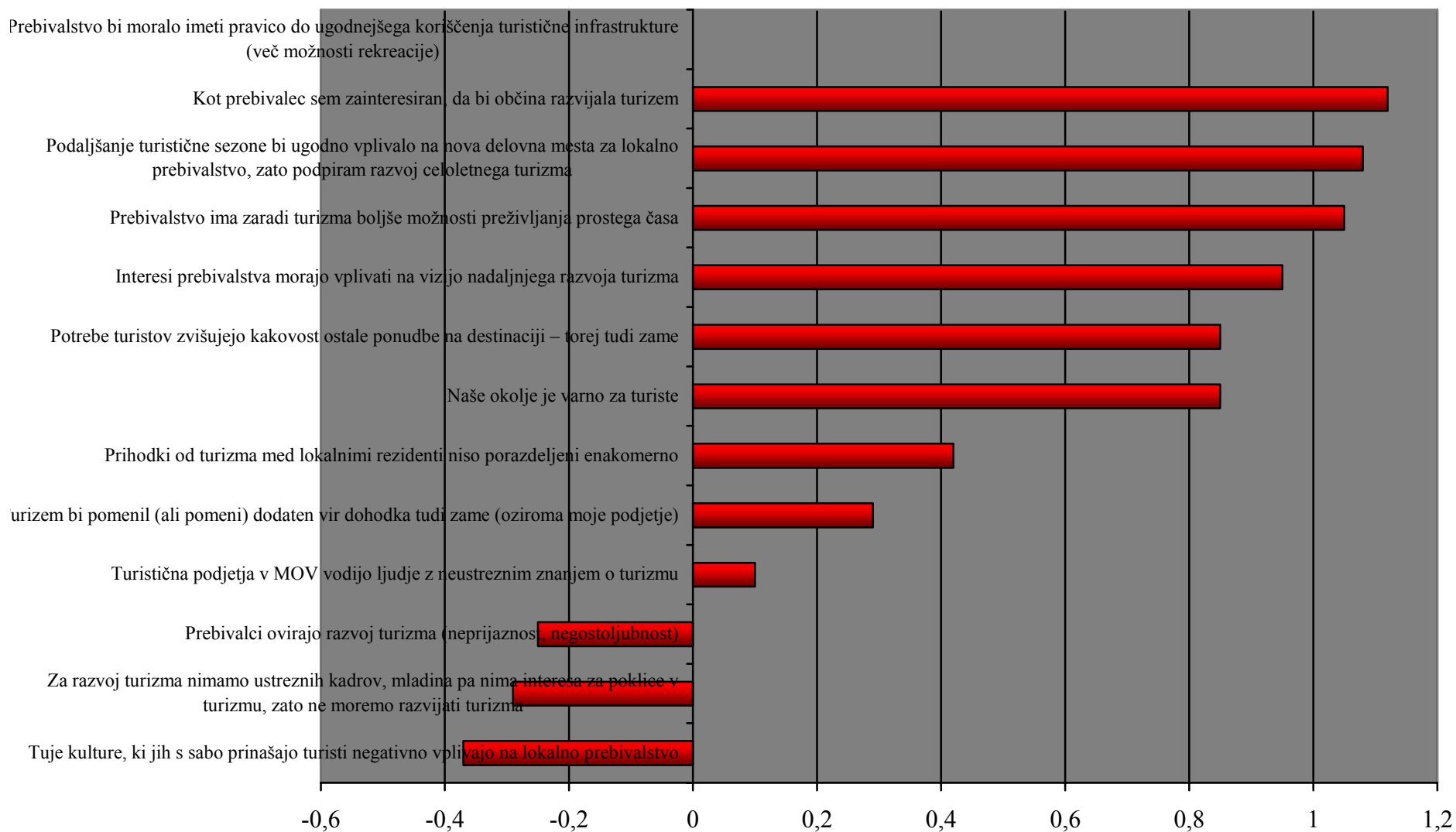
Povprečna vrednost teh trditvev presega vrednost 0,8. Iz navedenega lahko sklepamo, da se prebivalci MOV zavedajo, da jim razvoj turizma prinaša ugodnosti, ki se nanašajo na boljše možnosti preživljanja prostega časa in kakovost same ponudbe (gostinjske, športne, prostočasne itd.). Menijo torej, da turizem dviguje kakovost bivanjskega okolja. Menijo pa tudi, da je njihovo okolje varno za turiste in da ne obstajajo izrazitejši varnostni zadržki za prihod turistov v njihovo občino.

Omeniti velja še trditve, s katerimi se anketiranci ne strinjajo. Te trditve so:

- Prebivalci ovirajo razvoj turizma (neprijaznost, negostoljubnost).
- Za razvoj turizma nimamo ustreznih kadrov, mladina pa nima interesa za poklice v turizmu, zato ne moremo razvijati turizma.
- Tuje kulture, ki jih s sabo prinašajo turisti, negativno vplivajo na lokalno prebivalstvo.

Njihova povprečna vrednost je negativna. Prebivalci MOV menijo, da so do turistov prijazni in gostoljubni. Menijo tudi, da imajo za razvoj turizma ustrezne kadre in da je mladina zainteresirana za poklice v turizmu. Prav tako pa nimajo odklonilnega odnosa do tujih kultur, ki jih turisti s svojim obiskom vnašajo v njihovo okolje.

Graf 2: Moč strinjanja s trditvami o vplivu turizma v MOV na ljudi in turiste



3.4 Primernost razvoja oblik turizma v MOV

V tem sklopu so anketiranci izražali odnos do primernosti razvoja posameznih vrst turizma v MOV. Navedenih je bilo 10 vrst turizma. Anketiranci so na petstopenjski lestvici tipa Likert označili odnos do posamezne oblike turizma, pri čemer vrednost –2 pomeni, da vrsta turizma sploh ni primerna, –1, da ni primerna, 0, da ne vem, 1, da je primerna in 2, da je zelo primerna (Tabela 29 do Tabela 38).

Tabela 29: Poslovni turizem (kongresi, konference, seminarji itd.)

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	36	6,0	6,0	6,0
	ne drži	62	10,3	10,3	16,3
	ne vem	120	20,0	20,0	36,3
	Drži	255	42,4	42,4	78,7
	popolnoma drži	128	21,3	21,3	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 30: Rekreativni in športni turizem (smučanje, skoki, vodni športi na jezeru itd.)

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	9	1,5	1,5	1,5
	ne drži	30	5,0	5,0	6,5
	ne vem	45	7,5	7,5	14,0
	drži	203	33,8	33,8	47,8
	popolnoma drži	314	52,2	52,2	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 31: Priprave športnikov

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	6	1,0	1,0	1,0
	ne drži	33	5,5	5,5	6,5
	ne vem	88	14,6	14,6	21,1
	drži	267	44,4	44,4	65,6
	popolnoma drži	207	34,4	34,4	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 32: Kulturni turizem (kulturne prireditve, dogodki, muzeji, galerije, ogledi kulturne dediščine itd.)

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	5	0,8	0,8	0,8
	ne drži	36	6,0	6,0	6,8
	ne vem	79	13,1	13,1	20,0
	drži	249	41,4	41,4	61,4
	popolnoma drži	232	38,6	38,6	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 33: Turizem na podeželju (domača kulinarika, turistične kmetije, vinske ceste itd.)

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	17	2,8	2,8	2,8
	ne drži	53	8,8	8,8	11,6
	ne vem	105	17,5	17,5	29,1
	drži	211	35,1	35,1	64,2
	popolnoma drži	215	35,8	35,8	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 34: Adrenalinski turizem (plezanje, motoristični športi, adrenalinski parki, "downhill" kolesarjenje, padalstvo itd.)

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	22	3,7	3,7	3,7
	ne drži	79	13,1	13,1	16,8
	ne vem	111	18,5	18,5	35,3
	drži	203	33,8	33,8	69,1
	popolnoma drži	186	30,9	30,9	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 35: Izobraževalni turizem (poletne šole, raziskovalni tabori, šole v naravi itd.)

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	15	2,5	2,5	2,5
	ne drži	48	8,0	8,0	10,5
	ne vem	92	15,3	15,3	25,8
	drži	222	36,9	36,9	62,7
	popolnoma drži	224	37,3	37,3	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 36: Zdravstveni in termalni turizem (zdravilišča, lepotne klinike, rehabilitacijski centri itd.)

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	21	3,5	3,5	3,5
	ne drži	63	10,5	10,5	14,0
	ne vem	85	14,1	14,1	28,1
	drži	216	35,9	35,9	64,1
	popolnoma drži	216	35,9	35,9	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Tabela 37: Klasični turizem (ponudba tradicionalnih turističnih znamenitosti, ki si jih turisti lahko ogledajo ali jih preizkusijo)

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	13	2,2	2,2	2,2
	ne drži	48	8,0	8,0	10,1
	ne vem	103	17,1	17,1	27,3
	drži	272	45,3	45,3	72,5
	popolnoma drži	165	27,5	27,5	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

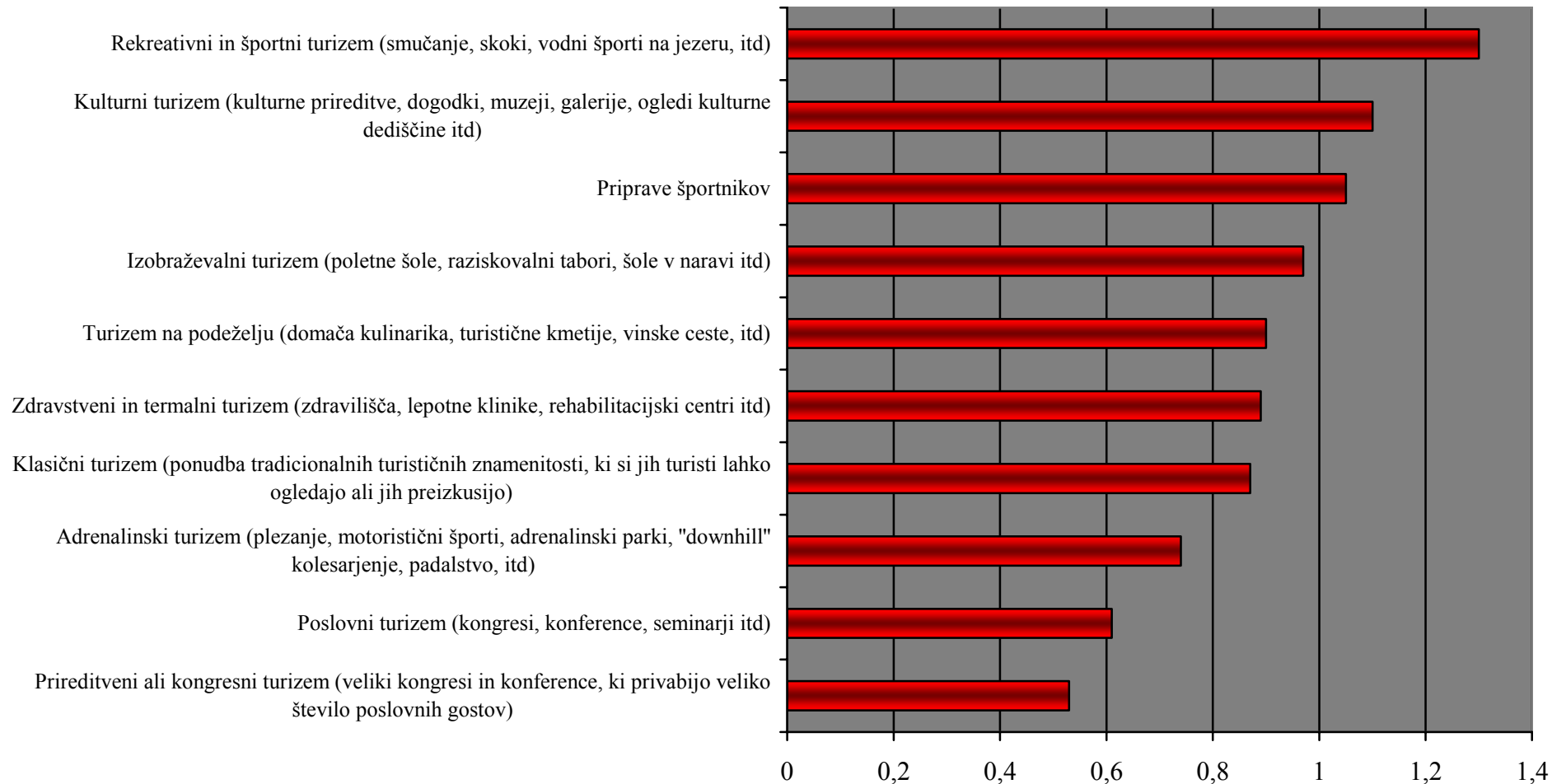
Tabela 38: Prireditveni ali kongresni turizem (veliki kongresi in konference, ki privabijo veliko število poslovnih gostov)

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	sploh ne drži	26	4,3	4,3	4,3
	ne drži	96	16,0	16,0	20,3
	ne vem	136	22,6	22,6	42,9
	drži	208	34,6	34,6	77,5
	popolnoma drži	135	22,5	22,5	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Ob primerjavi povprečnih vrednosti primernosti razvoja posameznih vrst turizma v MOV vidimo, da so prebivalci pravzaprav zainteresirani za razvoj vseh vrst turizma, saj kot neprimerne niso označili nobene vrste turizma – nobena povprečna vrednost ni negativna (Slika 3). Velja pa opozoriti, da so kot daleč najprimernejšo vrsto turizma navedli rekreativni in športni turizem. Ta ima povprečno vrednost nad 1,3. Pomembneje izstopa še kulturni turizem ter priprave športnikov s povprečnimi vrednostmi nad 1.

Graf 3: Primernost razvoja posamezne vrste turizma v MOV



Vir: Lastna obdelava

3.5 Poznavanje in mnenje o turizmu v MOV

Anketiranci v absolutni večini poznajo aktivnosti Turistično informativnega centra Velenje (v nadaljevanju TIC Velenje). Slaba tretjina anketirancev ponudbo TIC Velenje tudi koristi. Dobra tretjina je takih, ki ponudbo sicer pozna, vendar je ne koristi, dobra tretjina pa je takih, ki ponudbe ne pozna in je ne koristi (Tabela 39). TIC je prvotno namenjen za informiranje domačih in tujih gostov, zato je dobljeni rezultat v primerjavi z drugimi TIC-i po Sloveniji izjemno dober.

Tabela 39: Seznanjenost s ponudbo in aktivnostmi TIC Velenje

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven ne poznam aktivnosti in ponudbe	222	36,9	36,9	36,9
Veljaven poznam aktivnosti in ponudbo, a je ne koristim	205	34,1	34,1	71,0
Veljaven poznam aktivnosti in ponudbo ter jo koristim	174	29,0	29,0	100,0
Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

Od tistih, ki ponudbo poznajo in koristijo, je kar dobra polovica takih, ki jo koristijo 2 do 5 krat letno. Četrtnina jo koristi 1 krat letno, prostali pa 6 in večkrat letno (Tabela 40).

Tabela 40: Ponudbo koristim

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven 1 krat letno	45	7,5	25,0	25,0
Veljaven 2 do 5 krat letno	95	15,8	52,8	77,8
Veljaven 6 do 10 krat letno	27	4,5	15,0	92,8
Veljaven 11 in večkrat letno	13	2,2	7,2	100,0
Skupaj	180	30,0	100,0	
Manjka	421	70,0		
Skupaj	601	100,0		

Vir: Lastna obdelava

Izjemno enotnost so anketiranci pokazali pri vplivu turizma na prepoznavnost Velenja. Več kot tri četrtine jih je namreč mnenja, da vpliva pozitivno. Slaba petina jih je mnenja, da sploh ne vpliva, le dobrih 5 % pa jih meni, da vpliva negativno (Tabela 41).

Tabela 41: Kako turizem vpliva na prepoznavnost Velenja?

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven pozitivno	456	75,9	76,0	76,0
negativno	32	5,3	5,3	81,3
sploh ne vpliva	112	18,6	18,7	100,0
Skupaj	600	99,8	100,0	
Manjka	1	,2		
Skupaj	601	100,0		

Vir: Lastna obdelava

Absolutna večina anketirancev je pozitivno naklonjena ideji o razvoju turizma v MOV. dobra tretjina jo zelo podpira, slaba polovica pa podpira. Dobrih 15 % je niti ne podpira niti podpira. Zanimljivo majhen delež je takih, ki razvoja turizma ne podpira oziroma ga sploh ne podpira (Tabela 42).

Tabela 42: Podpora razvoju turizma v MOV

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven zelo podpiram	204	33,9	34,0	34,0
podpiram	288	47,9	48,0	82,0
niti ne podpiram niti podpiram	92	15,3	15,3	97,3
ne podpiram	7	1,2	1,2	98,5
ploh ne podpiram	9	1,5	1,5	100,0
Skupaj	600	99,8	100,0	
Manjka	1	0,2		
Skupaj	601	100,0		

Vir: Lastna obdelava

3.6 Potovalne navade

Kar dobra polovica anketirancev v povprečju porabi do 1000 evrov letno za potovanja. Slaba tretjina porabi od 1001 do 2000 evrov, dobra desetina od 2001 do 5000 evrov in dobrih 5 % 5001 evro in več (Tabela 43).

Tabela 43: Povprečna letna potrošnja za potovanja

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	do 1000 eur	307	51,1	51,1	51,1
	od 1001 eur do 2000 eur	189	31,4	31,4	82,5
	od 2001 eur do 5000 eur	74	12,3	12,3	94,8
	5001 eur in več	31	5,2	5,2	100,0
	Skupaj	601	100,0	100,0	

Vir: Lastna obdelava

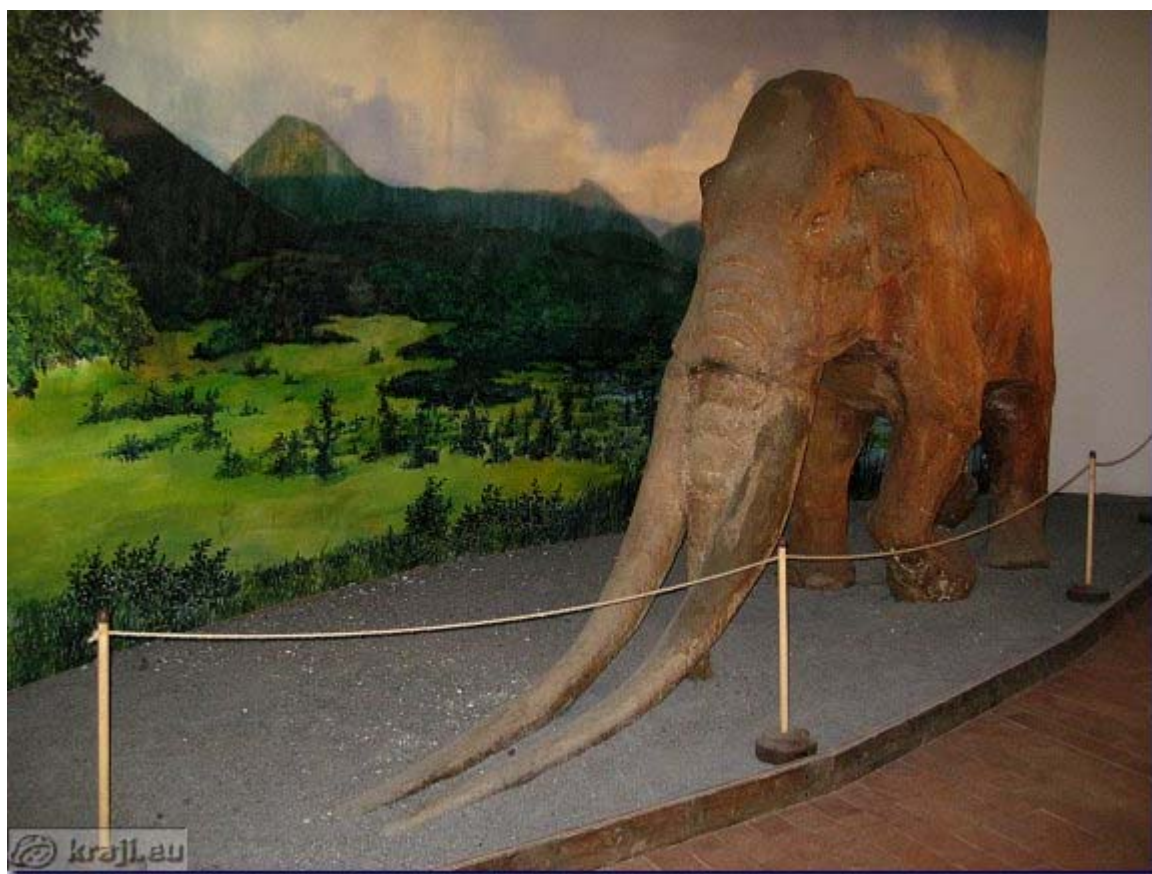
Največji delež (dobri dve tretjini) anketirancev letno za potovanja porabi od 8 do 14 dni. Slaba tretjina letno porabi od 15 do 30 dni, dobrih 15 % pa od 4 do 7 dni. Delež takih, ki letno za potovanja porabijo manj od 4 in več od 30 dni, je zanemarljivo majhen (Tabela 44).

Tabela 44: Koliko prostega časa v povprečju letno namenite za potovanja?

		Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven	nič	20	3,3	3,3	3,3
	do 3 dni	36	6,0	6,0	9,3
	4 do 7 dni	95	15,8	15,8	25,2
	8 do 14 dni	226	37,6	37,7	62,8
	15 do 30 dni	164	27,3	27,3	90,2
	31 dni in več	59	9,8	9,8	100,0
	Skupaj	600	99,8	100,0	
Manjka		1	0,2		
Skupaj		601	100,0		

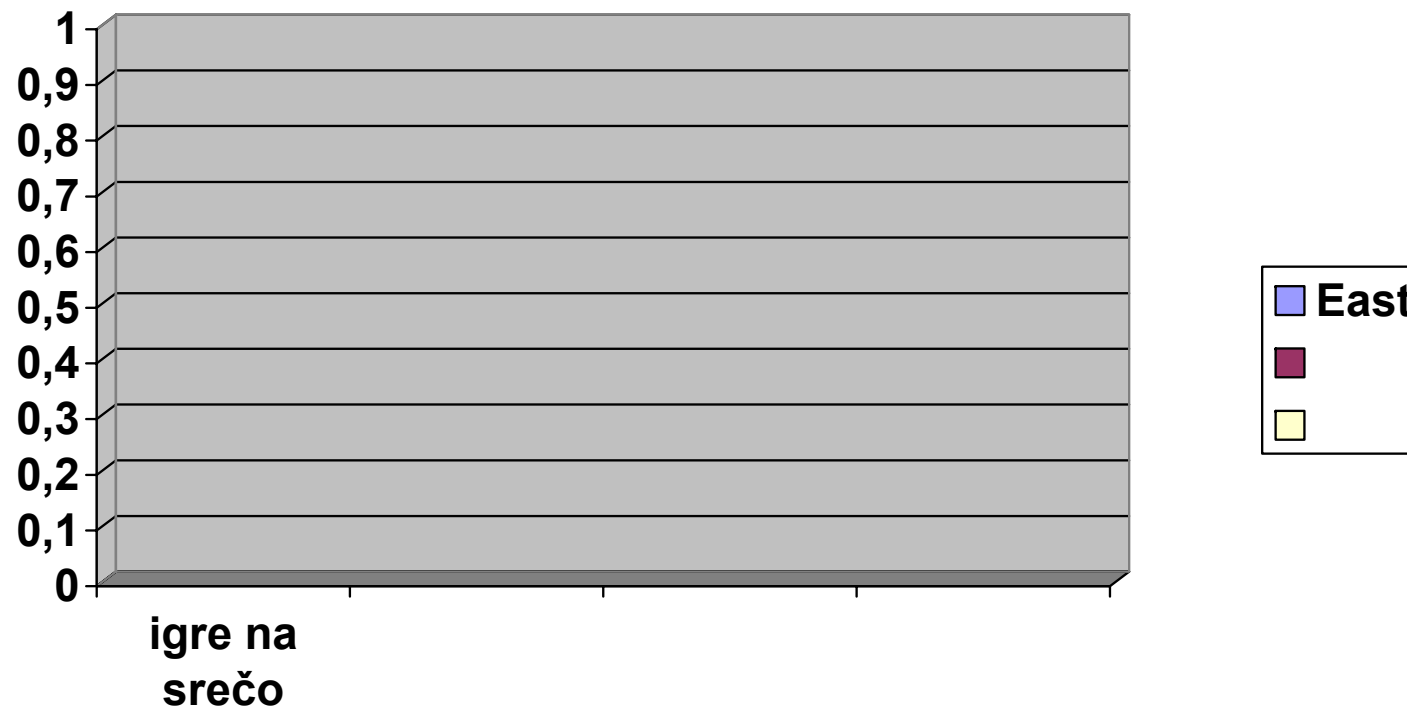
Vir: Lastna obdelava

Anketirance smo spraševali po pomembnosti potovalnega motiva pri odločitvi za potovanje. Anketiranci so na petstopenjski lestvici tipa Likert označili pomen motiva, pri čemer –2 pomeni, da motiv sploh ni pomemben, –1, da ni pomemben, 0, da ni niti nepomemben niti pomemben, 1, da je pomemben in 2, da je zelo pomemben. Vidno najpomembnejši motiv predstavlja sprostitvev, s povprečno vrednostjo nad 1,5 (Graf 4). Na drugem mestu se nahajata šport in rekreacija, s povprečno vrednostjo malo nad 1. Močne motive za potovanje predstavljajo še ogledi naravnih in kulturnih znamenitosti, zabava ter zdravje in lepota. Izrazito šibke motive za potovanje pa predstavljajo igre na srečo ter romanja in verski razlogi. Oba motiva imata povprečno vrednost manjšo od –0,5.



Slika 6

Graf 4: Moč motiva za potovanje



Vir: Lastna obdelava

Med prevoznimi sredstvi, ki jih uporabljajo za potovanje, bistveno izstopa osebni avtomobil, saj ga uporablja več kot tri četrtine anketirancev. Temu sledi letalo s 16 %. Ostalih prevoznih sredstev se poslužuje zanemarljiv delež anketirancev (Tabela 45).

Tabela 45: Prevozno sredstvo na potovanje

	Frekvenca	Odstotek	Veljaven odstotek	Kumulativen odstotek
Veljaven osebni avtomobil	452	75,2	75,3	75,3
letalo	96	16,0	16,0	91,3
vlak	9	1,5	1,5	92,8
avtobus	28	4,7	4,7	97,5
avtodom	6	1,0	1,0	98,5
vodno prevozno sredstvo	5	0,8	0,8	99,3
drugo	4	0,7	0,7	100,0
Skupaj	600	99,8	100,0	
Manjka	1	0,2		
Skupaj	601	100,0		

Vir: Lastna obdelava



Slika 7

4 Sklepne ugotovitve

V vzorec raziskave je bila vključena 601 enota. Demografska struktura vzorca kaže na normalno porazdelitev. Razmerje med moškimi in ženskami je približno 1:1. Tudi starostna struktura vzorca je relativno normalna. Slaba tretjina anketirancev sodi v najmlajšo starostno kategorijo od 18 do 24 let, slaba desetina v kategorijo od 25 do 34 let, dobra četrtina v kategorijo od 35 do 44 let in slaba četrtina v kategorijo od 45 do 54 let. Delež najvišjih starostnih kategorij je zanemarljiv in znaša le nekaj odstotkov. Tudi stopnja izobrazbe je primerljiva s tisto v realnosti. Kaže se absolutna prevlada tistih s poklicno, strokovno ali srednješolsko izobrazbo. Teh je dobra polovica. Desetina jih ima osnovnošolsko izobrazbo, dobra četrtina višješolsko, visokošolsko ali univerzitetno, dobrih 5 % pa več kot univerzitetno. Največji delež anketirancev je zaposlen v industrijskem podjetju. Takih je dobra četrtina. Slaba petina jih je zaposlenih v javni upravi, slaba desetina pa v storitvenem podjetju. Takih, ki so zaposleni v turističnem podjetju ali v trgovskem podjetju, je le nekaj odstotkov. Kar dobra četrtina anketirancev je študentov in dijakov. Slabih 5 % pa je upokojujencev in prav toliko nezaposlenih. Glede na kraj bivanja jih kar slaba polovica biva v mestu, dobra tretjina na vasi in slaba petina v predmestju.

Na podlagi rezultatov raziskave lahko sklepamo, da se prebivalci MOV zavedajo, da je uspešen razvoj turizma nemogoč brez pestre in konkurenčne turistične ponudbe. Hkrati pa se zavedajo tudi pomena varovanja okolja pri razvoju turizma. Podpirajo trajnostni razvoj turizma. Močno izraženo je tudi zavedanje pomena kakovosti celote storitev za uspešen razvoj turizma. Menijo, da so za razvoj turizma odgovorna vsa podjetja v MOV, tako turistična, kot tudi neturistična. Vsa pa morajo svoje napore oblikovati in realizirati na podlagi dolgoročne razvojne strategije turizma.

Na podlagi rezultatov raziskave lahko tudi upravičeno sklepamo, da so prebivalci MOV močno zainteresirani za razvoj turizma v MOV. Od tega si obetajo predvsem ugodnosti iz naslova turistične infrastrukture, ki jo pod ugodnejšimi pogoji želijo uporabljati tudi sami. Zavedajo se tudi pomena desezonalizacije v turizmu. Menijo, da bi razvoj celoletnega turizma ugodno vplival na odpiranje novih delovnih mest, kjer bi se lahko tudi sami zaposlili. Prebivalci MOV se zavedajo, da jim razvoj turizma prinaša ugodnosti, ki se nanašajo na boljše možnosti preživljanja prostega časa in kakovost same turistične ponudbe (gostinjske, športne, prostočasne itd.). Menijo, da turizem dviguje kakovost bivanjskega okolja, hkrati pa

so prepričani, da je njihovo okolje varno in da ne obstajajo izrazitejši varnostni zadržki za prihod turistov v njihovo občino. Prebivalci MOV menijo, da so do turistov prijazni in gostoljubni. Menijo tudi, da imajo za razvoj turizma ustrezne kadre in da je mladina zainteresirana za poklice v turizmu. Prav tako pa nimajo odklonilnega odnosa do tujih kultur, ki jih turisti s svojim obiskom vnašajo v njihovo okolje.

Raziskava nam kaže, da so prebivalci MOV zainteresirani za razvoj vseh oblik turizma, saj kot neprimerne niso označili nobene oblike turizma. Velja pa opozoriti, da so kot daleč najprimernejšo obliko turizma navedli rekreativni in športni turizem. Pomembneje izstopa še kulturni turizem ter turizem, ki se navezuje na priprave športnikov.

Anketiranci relativno dobro poznajo aktivnosti TIC Velenje. Slaba tretjina anketirancev ponudbo TIC Velenje tudi koristi. Dobra tretjina je takih, ki ponudbo sicer pozna, vendar je ne koristi, dobra tretjina pa je takih, ki ponudbe ne pozna in je ne koristi. Od tistih, ki ponudbo poznajo in koristijo, je kar dobra polovica takih, ki jo koristijo 2 do 5 krat letno. Četrtnina jo koristi 1 krat letno, prostali pa 6 in večkrat letno.

Izjemno enotnost so anketiranci pokazali pri vplivu turizma na prepoznavnost Velenja. Več kot tri četrtine jih je namreč mnenja, da vpliva pozitivno.

Absolutna večina anketirancev je pozitivno naklonjena ideji o razvoju turizma v MOV. Dobra tretjina jo zelo podpira, slaba polovica pa podpira. Dobrih 15 % je niti ne podpira niti podpira. Zanimljivo majhen delež je takih, ki razvoja turizma ne podpira oziroma ga sploh ne podpira.

Anketirance smo na kratko povprašali tudi o njihovih potovalnih navadah. Ugotovili smo, da jih kar dobra polovica v povprečju porabi do 1000 evrov letno za potovanja. Slaba tretjina porabi od 1001 do 2000 evrov, dobra desetina od 2001 do 5000 evrov in dobrih 5 % 5001 evro in več.

Največji delež (dobri dve tretjini) anketirancev letno za potovanja porabi od 8 do 14 dni. Slaba tretjina letno porabi od 15 do 30 dni, dobrih 15 % pa od 4 do 7 dni. Delež takih, ki letno za potovanja porabijo manj od 4 in več od 30 dni, je zanimljivo majhen.

Anketirance smo spraševali po pomembnosti potovalnega motiva pri odločitvi za potovanje. Vidno najpomembnejši motiv predstavlja sprostitvev. Na drugem mestu se nahajata šport in rekreacija. Močne motive za potovanje predstavljajo še ogledi naravnih in kulturnih znamenitosti, zabava ter zdravje in lepota. Izrazito šibke motive za potovanje pa predstavljajo igre na srečo ter romanja in verski razlogi.

Med prevoznimi sredstvi, ki jih uporabljajo za potovanje, bistveno izstopa osebni avtomobil, saj ga uporablja več kot tri četrtine anketirancev. Temu sledi letalo s 16 %. Ostalih prevoznih sredstev se poslužuje zanemarljiv delež anketirancev.

Sklenemo lahko, da prebivalci MOV v splošnem zelo podpirajo razvoj turizma, saj v njem vidijo priložnost tako zase, kot tudi za svoje mesto. Na ta način postavljajo dobro podlago za nadaljnji uspešni razvoj turizma v MOV. Razvoj turizma je namreč brez podpore lokalnega prebivalstva nemogoč, hkrati pa tudi nesmiseln.



Slika 8

5 POVZETEK

Turizem v svetu postaja najhitreje rastoča gospodarska panoga. Temu trendu sledi Slovenija. Pomena turizma kot gospodarske panoge se zaveda tudi Mestna občina Velenje. Zato so se odločili, da obstoječi strateški dokument nadomestijo z novim, ki bo opredelil sodobne, razmeram prilagojene smernice, ukrepe in aktivnosti za doseganje temeljnih strateških ciljev. Delo sva pričela s pogovori s predstavniki Turistice iz Portoroža, ki se ukvarjajo s to problematiko. Najina naloga je bila, da z več kot 1500 anketnimi vprašalniki preučiva in pomagava pri raziskavi področje turizma v Velenju. Predstavniki Turistice so opravili tudi intervjuje z več kot stotim predstavnikom gospodarskih družb, civilnega sektorja in javne uprave. Vsem gospodarskim subjektom in registriranim društvom so bili posredovani anketni vprašalniki. Pri pripravi strategije je namreč pomembno, da vključuje potrebe in pričakovane rezultate prebivalcev. Midva sva iz anketnih vprašalnikov ugotovila mnogo zanimivih stvari; katere so dejavnosti, ki turiste najbolj pritegnejo k nam, katere oblike turizma so pomembne za lokalni razvoj, kakšna je povezanost prebivalcev s turizmom in kakšne so potovalne navade občanov. Rezultati ankete so pokazali tudi to, da prebivalci močno podpirajo razvoj turizma, od katerega si tudi sami obetajo ugodnosti, predvsem pri uporabi športne infrastrukture. Presenetljivo je, da občani podpirajo vse oblike turizma. Še posebej pa športni in rekreativni turizem.

Ko smo sodelujoči uskladili podatke, smo prišli do presenetljivih rezultatov in s tem predlogov za nadaljnji razvoj.

5.1 Summary

Tourism is becoming the fastest-growing industry in the world. Slovenia follows this trend. The Municipality Velenje is well aware of the importance of tourism as an economic branch. That is why it has been decided that the existing strategic document should be replaced with a new one which will determine up-to-date guidelines adapted to the local situation as well as measures and activities for achieving the main strategic objectives.

We started our work with informal interviews with representatives of Turistica from Portorož, who deal with these problems. The aim of our study was to do research on tourism in Velenje by means of more than 1500 questionnaires. The representatives of Turistica also conducted interviews with more than a hundred representatives of companies, the civil sector and the public administration. The questionnaires were sent to all the economic subjects and registered associations. At the preparation phase of the strategy it is critically important that the needs and expectations of the inhabitants are included. The analysis of the questionnaires gave very interesting results; we were able to answer the questions which activities attract tourists the most, which forms of tourism are considered important for the local development, what is the connection of the inhabitants and tourism and what are the travelling habits of citizens. The results showed that inhabitants strongly support further development of tourism from which they expect to benefit, especially from the sports infrastructure. It is surprising that citizens support the development of all forms of tourism and are particularly in favour of sports and recreational tourism.

When the data were shared and complemented by all the partners involved in the study, we arrived at some astonishing results and were able to make suggestions for the future development of local tourism.

6. PRIVABLJANJE TURISTOV

Ne glede na vse izsledke anket, ki so bile izvedene, obstaja še najino osebno mnenje. Spremembe v Velenju so vsekakor pomembne in nujno potrebne. Območje ob Velenjskem jezeru je veliko, a ni dovolj izkoriščeno. Za privabljanje turistov v naš kraj je potrebno ta prostor obremeniti, saj je dovolj oddaljen od industrijskega dela, da se lahko na njem nemoteno izvaja dejavnost turizma. Sem spada nadgraditev oziroma prenovitev dosedanjih objektov.

Zaradi nagibanja k organizaciji večdnevnega turizma bi bilo potrebno urediti 200 dodatnih ležišč oziroma sob, za kar pa bi morali zgraditi nov hotel. Domače turistične agencije morajo v svojo ponudbo uvrstiti tudi Velenje kot turistično destinacijo, saj dosti ljudi ne ve, kaj vse ta čudoviti kraj ponuja.

Dobrodošla bo ureditev parka ob jezeru, ker ponuja sprehod v naravi po poteh okoli jezer veliko priložnost za oddih, sprostitev ter rekreacijo. Šport je ena izmed tistih panog, ki so trdno povezane s turizmom. Z ureditvijo stadiona Ob jezeru bi dobili možnost za organizacijo večjih mednarodnih nogometnih turnirjev ter atletskih mitingov. Smiselno je privabljati večje skupine ljudi. To pa je možno z organizacijo večjih športnih prireditev (nogomet, atletika, košarka, rokomet, namizni tenis, tenis, smučarski skoki ...), organiziranjem koncertnih spektaklov (popularni glasbeni izvajalci, ki so zelo prepoznavni) ter prirejanjem festivalov oz. prireditev (Pikin festival privabi v Velenje vsako leto okoli 65.000 ljudi in je največji otroški festival v Sloveniji). Vsekakor velja omeniti tudi avtobusne mestne prevoze, ki jih je MOV omogočila občanom in turistom. Prevozi so zastonj in so odlični za spoznavanje mesta, saj je veliko različnih postaj, kar omogoča večjo dostopnost do raznih turističnih točk. Seveda pa mora ta ponudba ostati brezplačna. Smiselna bi bila tudi ureditev kolesarskih poti okoli Velenja, predvsem pa ureditev kolesarskih poti proti krajem, kjer se zbira večja masa ljudi. To sta predvsem Topolšica ter tudi Dobrna, saj je tam veliko ljudi, ki bi lahko na kratek obisk Velenja prišli s kolesi. Tako bi si poleg rekreacije privoščili še ogled znamenitosti.

Poleg že omenjenih festivalov, ki bi potekali na območju Velenjskega jezera, je potrebno na jezeru ponuditi tudi možnost za izposajo pripomočkov za rekreativne vodne športe (veslanje, surfanje, ...). Obstoječi avtokamp je poleti slabo zaseden in ga obiše premalo ljudi. Zato je potrebno pripraviti dobro reklamo in kamp močno promovirati, da se število gostov poveča tudi na tem področju. Prav tako je potrebno intenzivno promovirati Velenje kot celotno mesto.

Verjetno bi se veliko mladih družin odločilo za nekajdnevni oddih v Velenju, v primeru, da bi starša imela možnost dati otroka/otroke v varstvo in bi tako imela nekaj prostih ur na dan. Projekt, ki bi to omogočal, se imenuje Otroški hotel in je za prepoznavnost Velenja zelo pomemben, saj takšnega hotela za otroke v Sloveniji še ni.

7 ZAHVALA

Za pomoč pri mentorstvu bi se rada zahvalila gospe Mateji Klemečič, univ. dipl. inž. S svojo močno voljo in znanjem nama je pomagala, da je vse potekalo tako kot je to potrebno, hkrati pa je nadzorovala razvoj te naloge.

Zahvala gre tudi razredničarki prof. Albini Lindič, ki je podprla razvoj te naloge, nama omogočala nemoteno delo ter pregledala in lektorirala nalogo.

Posebaj pa morava omeniti člane razvojne skupine, ki je v sodelovanju z mestno občino Velenje pripravila strategijo. Ti so nama pomagali pri anketnem delu, dodatnem raziskovanju, ter so odgovorili na vsako vprašanje, ki sva jim ga zastavila. Sodelovala sva tudi s turistično-informativnim centrom Velenje, kjer so bili prijazni, ter nama poskušali pomagati po najboljših možnostih.

Nenazadnje se bili v veliko pomoč tudi tisti dijaki šolskega centra Velenje, ki so opravili ankete in jih skrbno izpolnjene tudi vrnili. V času, ko je bilo treba vpisovati rezultate anket, so nama pomagali tudi nekateri dijaki ŠSD.

8 PRILOGE

- Anketni vprašalnik

9 VIRI IN LITERATURA

Spletna stran: www.velenje.si
www.velenje-tourism.si

Viri slik: www.velenje.si/en/600
www.kraji.eu
[lastne fotografije](#)

Ustni viri: Skripta Turistice
TIC Velenje

V1 – TURIZEM V MOV

Posamezno trditev ocenite z ocenami od -2 do 2, pri čemer -2 pomeni sploh ne drži, -1 ne drži, 0 ne vem, 1 drži, 2 popolnoma drži.

1. Za ustrezen razvoj turizma so odgovorna vsa turistična in tudi ne-turistična podjetja v MOV.	-2	-1	0	1	2
2. Turizem bi v MOV izboljšal kakovost bivanjskega okolja.	-2	-1	0	1	2
3. Turizem bi prispeval k oživljanju tradicionalnih obrti.	-2	-1	0	1	2
4. Turizem mora sloneti na pestri in konkurenčni turistični ponudbi.	-2	-1	0	1	2
5. Turizem zahteva oblikovanje in realizacijo dolgoročne razvojne strategije turizma.	-2	-1	0	1	2
6. Turizem zahteva ustrezno kakovost vseh storitev na destinaciji.	-2	-1	0	1	2
7. Turizem mora upoštevati smernice varovanja okolja.	-2	-1	0	1	2
8. Turizem bi izboljšal zadovoljstvo lokalnega prebivalstva z življenjskim okoljem.	-2	-1	0	1	2
9. Turizem bi povzročil prometni in parkirni kaos.	-2	-1	0	1	2
10. Turizem bi onesnažil in obremenil vire pitne vode.	-2	-1	0	1	2

V2 - LJUDJE IN TURIZEM

Posamezno trditev ocenite z ocenami od -2 do 2, pri čemer -2 pomeni sploh ne drži, -1 ne drži, 0 ne vem, 1 drži, 2 popolnoma drži.

1. Kot prebivalec sem zainteresiran, da bi občina razvijala turizem.	-2	-1	0	1	2
2. Za razvoj turizma nimamo ustreznih kadrov, mladina pa nima interesa za poklice v turizmu, zato ne moremo razvijati turizma.	-2	-1	0	1	2
3. Turistična podjetja v MOV vodijo ljudje z neustreznim znanjem o turizmu.	-2	-1	0	1	2
4. Podaljšanje turistične sezone bi ugodno vplivalo na nova delovna mesta za lokalno prebivalstvo, zato podpiram razvoj celoletnega turizma.	-2	-1	0	1	2
5. Potrebe turistov zvišujejo kakovost ostale ponudbe na destinaciji – torej tudi zame.	-2	-1	0	1	2
6. Turizem bi pomenil (ali pomeni) dodaten vir dohodka tudi zame (oziroma moje podjetje).	-2	-1	0	1	2
7. Prihodki od turizma med lokalnimi rezidenti niso porazdeljeni enakomerno.	-2	-1	0	1	2
8. Prebivalstvo ima zaradi turizma boljše možnosti preživljanja prostega časa.	-2	-1	0	1	2
9. Prebivalstvo bi moralo imeti pravico do ugodnejšega koriščenja turistične infrastrukture (več možnosti rekreacije).	-2	-1	0	1	2
10. Prebivalci ovirajo razvoj turizma (neprijaznost, negostoljubnost).	-2	-1	0	1	2
11. Tuje kulture, ki jih s sabo prinašajo turisti negativno vplivajo na lokalno prebivalstvo.	-2	-1	0	1	2
12. Naše okolje je varno za turiste.	-2	-1	0	1	2
13. Interesi prebivalstva morajo vplivati na vizijo nadaljnjega razvoja turizma.	-2	-1	0	1	2

V3 - KAKO PRIMERNE SO SPODAJ NAŠTETE OBLIKE TURIZMA ZA RAZVOJ V MOV?

Posamezno obliko ocenite z ocenami od -2 do 2, pri čemer -2 pomeni sploh ni primeren, -1 ni primerna, 0 ne vem, 1 je primerna, 2 je zelo primerna.

1. Poslovni turizem (kongresi, konference, seminarji itd)	-2	-1	0	1	2
2. Rekreativni in športni turizem (smučanje, skoki, vodni športi na jezeru, ježa konja, itd)	-2	-1	0	1	2
3. Priprave športnikov	-2	-1	0	1	2
4. Kulturni turizem (kulturne prireditve, dogodki, muzeji, galerije, ogledi kulturne dediščine itd)	-2	-1	0	1	2
5. Turizem na podeželju (domača kulinarika, turistične kmetije, vinske ceste, itd)	-2	-1	0	1	2
6. Adrenalinski turizem (plezanje, motoristični športi, adrenalinski parki, "downhill" kolesarjenje, padalstvo, itd)	-2	-1	0	1	2
7. Izobraževalni turizem (poletne šole, raziskovalni tabori, šole v naravi itd)	-2	-1	0	1	2
8. Zdravstveni in termalni turizem (zdravilišča, lepotne klinike, rehabilitacijski centri itd)	-2	-1	0	1	2
9. Klasični turizem (ponudba tradicionalnih turističnih znamenitosti, ki si jih turisti lahko ogledajo ali jih preizkusijo)	-2	-1	0	1	2
10. Prireditveni ali kongresni turizem (veliki kongresi in konference, ki privabijo veliko število poslovnih gostov)	-2	-1	0	1	2

V4 – V KOLIKŠNI MERI STE SEZNANJENI S PONUDBO IN AKTIVNOSTMI TURISTIČNO INFORMACIJSKEGA CENTRA VELENJE (TIC)?

- a) ne poznam aktivnosti in ponudbe
- b) poznam aktivnosti in ponudbo, a je ne koristim
- c) poznam aktivnosti in ponudbo ter jo koristim:
 - a. 1 krat letno
 - b. 2 do 5krat letno
 - c. 6 do 10krat letno
 - d. 11 in večkrat letno

V5 – KAKO TURIZEM VPLIVA NA PREPOZNAVANJE VELENJA?

- a) pozitivno
- b) negativno
- c) sploh ne vpliva

V6– NA SPLOŠNO BI LAHKO DEJAL, DA IDEJO O RAZVOJU TURIZMU V MOV:

- a) zelo podpiram
- b) podpiram
- c) niti ne podpiram, niti podpiram
- d) ne podpiram
- e) sploh ne podpiram

V7 – KOLIKO V POVPREČJU LETNO PORABITE ZA POTOVANJA?

- a) do 1000€
- b) od 1001€ do 2000€
- c) od 2001€ do 5000€
- d) 5001€ in več

V8 – KOLIKO PROSTEGA ČASA V POVPREČJU LETNO NAMENITE ZA POTOVANJA?

- a) nič
- b) do 3 dni
- c) 4 do 7 dni
- d) 8 do 14 dni
- e) 15 do 30 dni
- f) 31 dni in več

V9 – OCENITE POMEMBOST MOTIVA PRI ODLOČITVI ZA POTOVANJE

Posamezni motiv označite z ocenami od -2 do 2, pri čemer -2 pomeni sploh nepomemben, -1 nepomemben, 0 niti nepomemben, niti pomemben, 1 pomemben in 2 zelo pomemben.

1. sprostitvev	-2	-1	0	1	2
2. šport in rekreacija	-2	-1	0	1	2
3. ogledi naravnih in kulturnih znamenitosti	-2	-1	0	1	2
4. kulturni dogodki (gledališča, koncerti, ipd.)	-2	-1	0	1	2
5. športni dogodki (ogled športnih tekem in prireditev)	-2	-1	0	1	2
6. nakupovanje	-2	-1	0	1	2
7. izobraževanje	-2	-1	0	1	2
8. zdravje in lepota (zdravilišča, wellness, spa, kozmetične storitve)	-2	-1	0	1	2
9. romanja in verski razlogi	-2	-1	0	1	2
10. igre na srečo	-2	-1	0	1	2
11. zabava (klubi, diskoteke, pubi)	-2	-1	0	1	2
12. posel	-2	-1	0	1	2

V10 – IZBERITE PREVOZNO SREDSTVO, KI GA PONAVALDI UPORABLJATE ZA POTOVANJE:

- a) osebni avtomobil
- b) letalo
- c) vlak
- d) avtobus
- e) avtodom
- f) vodno prevozno sredstvo
- g) drugo: _____

DEMOGRAFSKI PODATKI

D1 Spol:

- a) moški
- b) ženski

D2 Starost:

- a) 18 do 24 let
- b) 25 do 34 let
- c) 35 do 44 let
- d) 45 do 54 let
- e) 55 do 64 let
- f) 65 in več let

D3 Stopnja izobrazbe:

- a) osnovnošolska ali manj
- b) poklicna, strokovna ali srednješolska
- c) višješolska, visokošolska ali univerzitetna
- d) več kot univerzitetna (specializacija, magisterij, doktorat)

D4 Kje ste zaposleni?

- a) v turističnem podjetju
- b) v storitvenem podjetju, ki se ne ukvarja s turizmom in trgovino
- c) v industrijskem podjetju
- d) v trgovskem podjetju
- e) v javnem sektorju
- f) študent ali dijak
- g) upokojenec
- h) nezaposlen

D5 Moje stalno prebivališče se nahaja:

- a) v mestu
- b) na vasi
- c) v predmestju

Za vaš čas in pripravljenost za sodelovanje se Vam najlepše zahvaljujemo in Vam želimo lep dan!