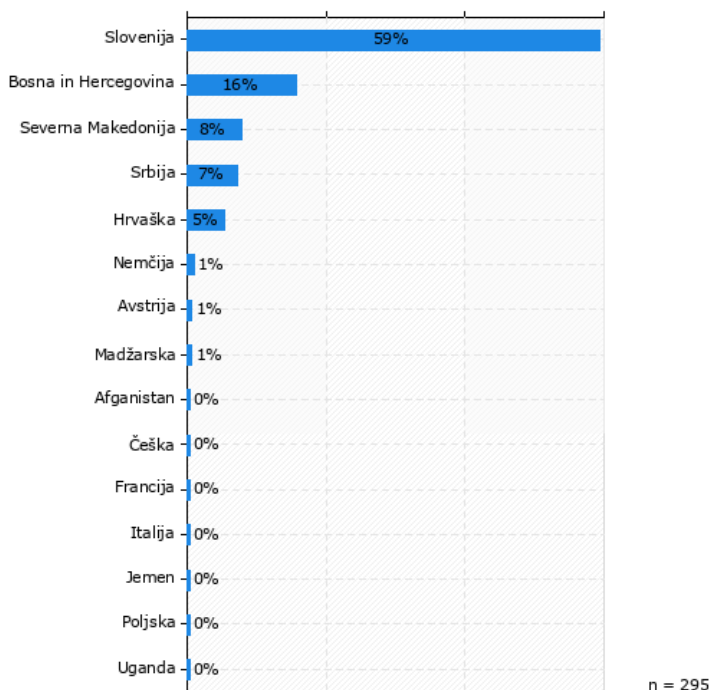


ANALIZA ANKET OBISKOVALCI (SISTEM 1-KA) ZA LETO 2024

V anketi je sodelovalo 295 oseb.

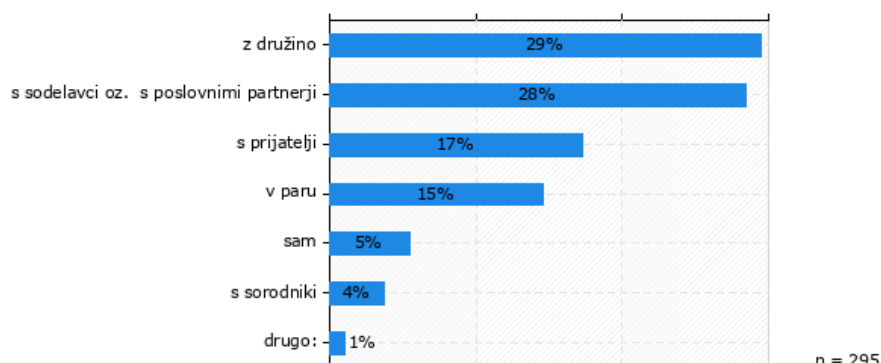
1. SPLOŠNA VPRAŠANJA O OBISKU

1.1. Iz katere države prihajate?



V anketi, kjer je sodelovalo 295 oseb, je največji delež anketirancev (175 oseb oziroma 59 %) navedel, da prihaja iz Slovenije. Sledijo anketiranci iz Bosne in Hercegovine (46 oseb; 16 %), Severne Makedonije (23 oseb; 8 %), Srbije (21 oseb; 7 %) in Hrvaške (16 oseb; 5 %). Manjši deleži so bili zabeleženi pri anketirancih iz Avstrije in Madžarske (po 2 osebi; 1 %), ter Nemčije (3 osebe; 1 %). Posamezni anketiranci so prihajali tudi iz Afganistana, Češke, Francije, Italije, Jemna, Poljske in Ugande, vsak s po eno osebo, kar predstavlja manj kot 1 % vsake skupine. Ti podatki kažejo na prevladujočo prisotnost anketirancev iz Slovenije ter znatno zastopanost oseb iz držav nekdanje Jugoslavije.

1.2. S kom potujete?



Največji delež, 87 oseb (29 %), je navedel, da potuje z družino. Sodelavci ali poslovni partnerji so bili naslednja najpogostejša izbira s 84 osebami (28 %). Potovanje s prijatelji je izbralo 51 oseb (17 %), medtem ko je 43 oseb (15 %) potovalo v paru. S sorodniki je potovalo 11 oseb (4 %), samostojno pa 16 oseb (5 %). Kategorijo »drugo« so izbrale 3 osebe (1 %), med katerimi sta dve navedli, da potujeta s klubom, ena pa z društvom. Ti podatki kažejo, da večina anketirancev potuje v družbi, pri čemer prevladujejo družinska in poslovna potovanja.

1.3. Od kod ste prišli na našo destinacijo (kraj zadnje nočitve)?

Anketiranci so kot kraj zadnje prenočitve navedli različne lokacije, ki jih lahko razvrstimo v tri glavne skupine:

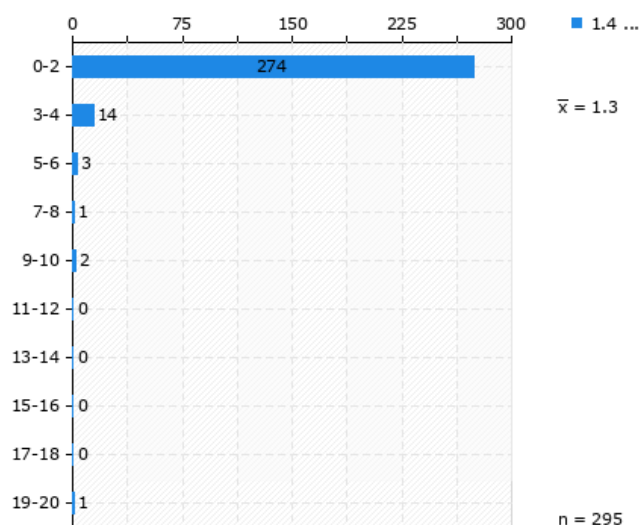
Slovenski kraji: Večina anketirancev je prihajala iz različnih slovenskih mest in naselij, kar kaže na močno lokalno udeležbo.

Kraji iz držav nekdanje Jugoslavije: Nekateri anketiranci so kot izhodišče navedli kraje iz držav nekdanje Jugoslavije, kar odraža regionalno povezanost.

Druge mednarodne destinacije: Manjši delež anketirancev je prihajal iz drugih evropskih in svetovnih držav, kar kaže na širšo mednarodno udeležbo.

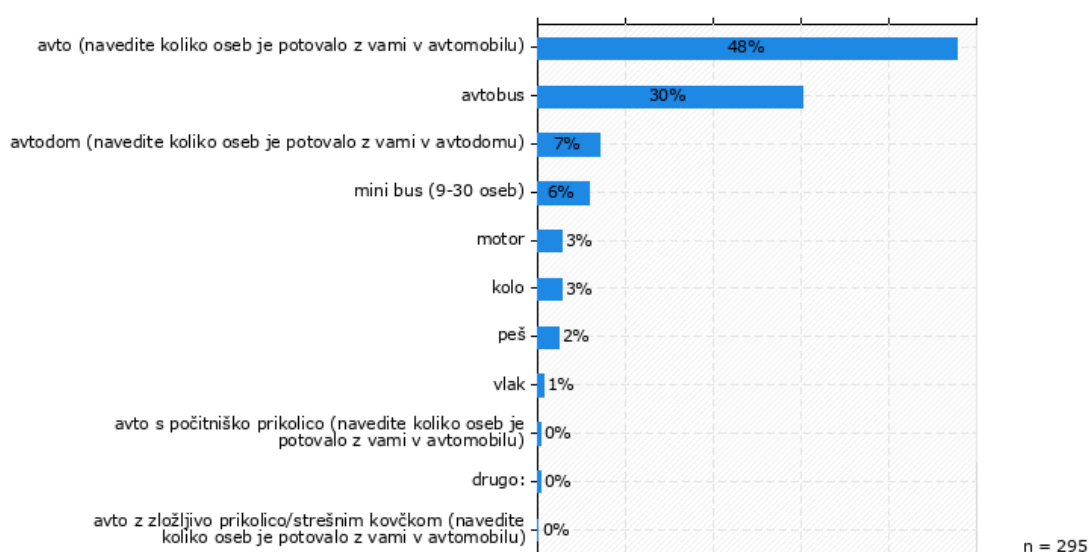
Ti podatki kažejo na raznolikost izhodiščnih točk anketirancev, pri čemer prevladujejo slovenski kraji, sledijo destinacije iz držav nekdanje Jugoslavije, manjši delež pa predstavljajo druge mednarodne destinacije.

1.4. Kolikokrat ste/boste prespali v naši destinaciji?



V anketi je bilo ugotovljeno, da je 37 % anketirancev (108 oseb) v destinaciji ostalo brez prenočitve. Največji delež tistih, ki so prenočili, je ostal dve noči (36 %; 106 oseb), sledijo tisti z eno prenočitvijo (20 %; 60 oseb). Manjši deleži so ostali tri noči (2 %; 7 oseb), štiri noči (2 %; 7 oseb) ali več, pri čemer so posamezni anketiranci navedli do 20 prenočitev. Ti podatki kažejo, da večina obiskovalcev destinacijo obišče za krajši čas, pogosto brez prenočitve ali z eno do dvema nočitvama.

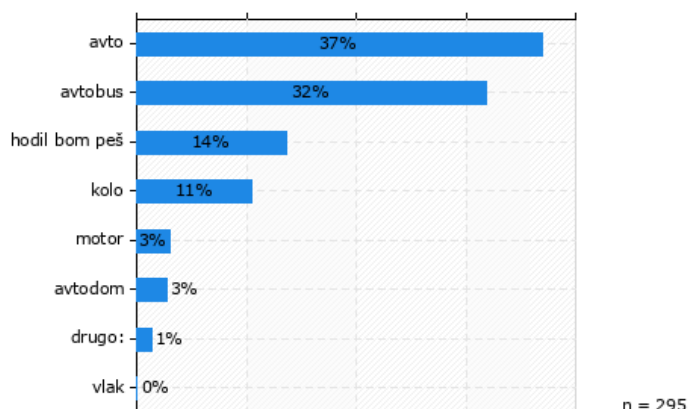
1.5. S katerim prevoznim sredstvom ste prispeli v destinacijo?



Največ anketirancev je prispelo z osebnim avtomobilom (141 oseb; 48%), sledili so avtobusni prevozi (89 oseb; 30 %) in avtodomi (21 oseb; 7%). Manjši deleži so uporabljali minibus (17 oseb; 6 %), motorje in kolesa (po 8 oseb; 3 %), peš so prišli 7 anketiranci (2 %), z vlakom 2 (1 %), z avtomobilom s počitniško prikolico 1 (0 %) ter drugo prevozno sredstvo, kot je kombi, 1 oseba (0 %).

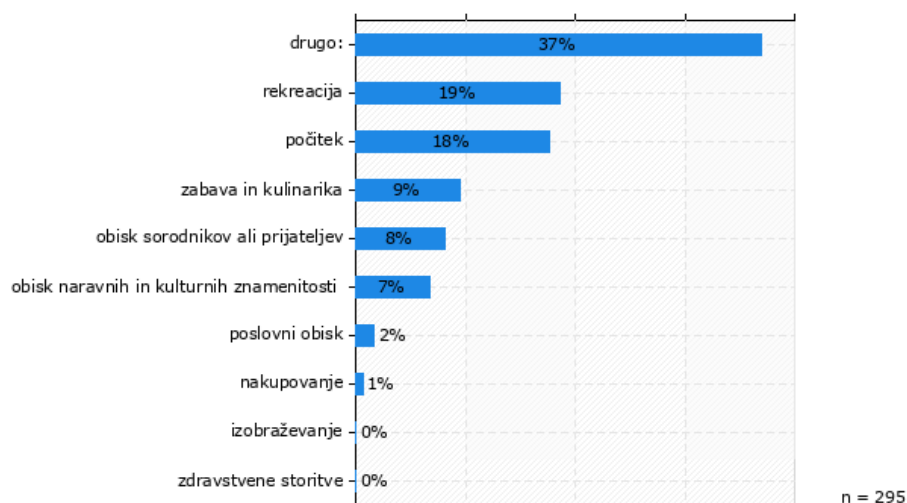
Podrobnejši podatki kažejo, da so v avtodomu najpogosteje potovale tri osebe (37 % vseh avtodomskih prevozov), sledijo štiri osebe (32 %), ena oseba (21 %) in dve osebi (11 %). Pri potovanjih z osebnim avtomobilom je večina anketirancev potovala v skupinah po tri (27 %) ali dve osebi (26 %), sledijo enopotniki (15 %) in štiričlanske skupine (17 %). Ti podatki kažejo, da je osebni avtomobil najpogosteje uporabljeno prevozno sredstvo za prihod v destinacijo, pri čemer večina potuje v manjših skupinah.

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



Največ anketirancev (37 %) je navedlo, da bodo uporabljali osebni avtomobil, sledijo avtobusni prevozi (32 %) in hoja (14 %). Kolesarjenje je izbralo 11 % anketirancev, medtem ko so manjši deleži navedli motor (3 %), avtodom (3 %) ter druge oblike prevoza (1 %). Ti podatki kažejo, da obiskovalci med bivanjem v destinaciji najpogosteje uporabljajo osebni avtomobil, avtobus ali se odločajo za hojo, kar odraža kombinacijo udobja, dostopnosti in možnosti raziskovanja okolice.

1.7. Glavni namen obiska v destinaciji je?

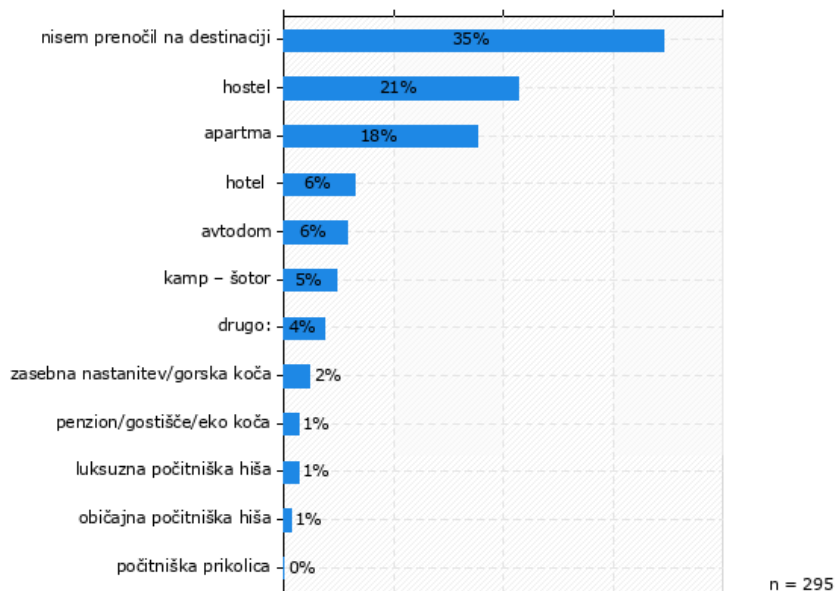


V anketi o glavnem namenu obiska destinacije je sodelovalo 295 oseb. Največji delež (37 %) je izbral možnost »drugo«, pri čemer podrobni odgovori razkrivajo, da je kar 83 % teh oseb prišlo zaradi srečanja brigadirjev, kar pomeni skoraj četrtno vseh anketirancev. Poleg tega so med dodatnimi razlogi navedeni tudi športni dogodki (tekme in plezalna tekmovanja), koncerti, zabava, delo in kopanje.

Med vnaprej ponujenimi možnostmi sta bila najpogostejša motiva rekreacija (19 %) in počitek (18 %), sledijo zabava in kulinarika (9 %), obiski sorodnikov ali prijateljev (8 %) ter obisk naravnih in kulturnih znamenitosti (7 %). Manjši deleži so se odločili za poslovne obiske (2 %) in nakupovanje (1 %), medtem ko izobraževanje in zdravstvene storitve niso bili navedeni.

Ti podatki kažejo, da so ključni razlogi za obisk destinacije povezani z rekreativnimi, sprostitvenimi in družabnimi dejavnostmi, pri čemer pomembno vlogo igrajo tudi organizirani dogodki, kot je množično srečanje brigadirjev.

1.8. V katerem tipu nastanitve ste prenočili na destinaciji?

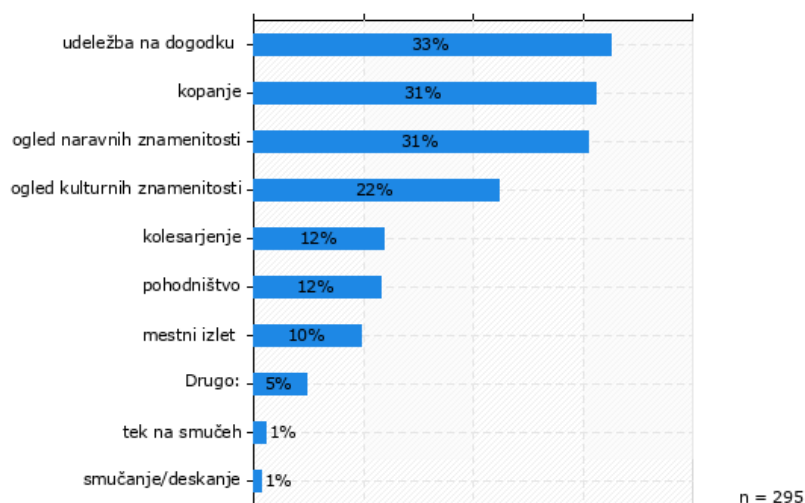


V anketi o tipu nastanitve, ki jo je izbralo 295 anketirancev, je 35 % sodelujočih navedlo, da na destinaciji niso prenočili. Med tistimi, ki so prenočili, je največ oseb izbralo hostel (21 %) in apartma (18 %), sledijo avtodom (6 %), hotel (6 %) ter kampiranje v šotoru (5 %).

Manjši delež anketirancev se je odločil za zasebne nastanitve, gorske kočice, penzione, eko kočice ter počitniške hiše (vsaka kategorija med 1 % in 2 %). Možnost »drugo« je izbralo 4 % anketirancev; med njihovimi odgovori so se pojavile oblike, kot so glamping, kombi, bivanje pri sorodnikih, stanovanje in celo spanje na klopici.

Podatki kažejo, da se večina obiskovalcev odloča za dostopnejše ali skupinske oblike nastanitve (npr. hostel, apartma), pomemben del pa destinacijo obišče brez prenočevanja, kar lahko kaže na bližino izhodišč ali enodnevne obiske.

1.9. Ste se med obiskom naše destinacije udeležili katere od navedenih aktivnosti?

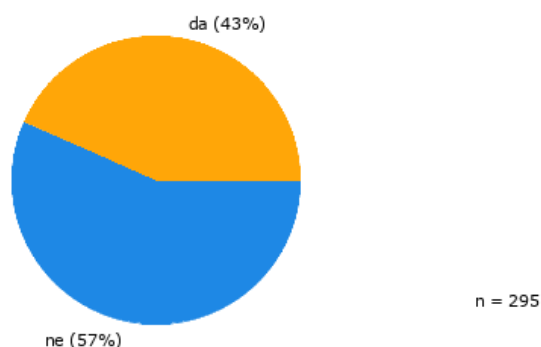


V anketi o aktivnostih, ki so jih obiskovalci izvajali med bivanjem v destinaciji, je bilo skupno navedenih 371 aktivnosti, pri čemer je sodelovalo 295 anketirancev (možnih je bilo več odgovorov). Najpogostejše aktivnosti so bile udeležba na dogodku (33%), kopanje (31%) in ogled naravnih znamenitosti (31%), kar kaže na pomembnost organiziranih dogodkov in naravne ponudbe destinacije.

Pomemben delež anketirancev je obiskal tudi kulturne znamenitosti (22%), udeležil mestnega izleta (10%) ali se ukvarjal s kolesarjenjem in pohodništvom (po 12%). Zimske aktivnosti, kot sta smučanje in tek na smučeh, so bile redke (1%).

V kategoriji "drugo" (5%) so anketiranci navedli dejavnosti, kot so bowling, zabava s prijatelji, tekmovanja in druženje ob pijači, kar kaže na raznolikost interesov, ki presegajo standardno turistično ponudbo. Podatki nakazujejo, da destinacija privablja obiskovalce z raznovrstnimi interesi, od sprostitve v naravi in kopanja do kulturnih doživetij in množičnih dogodkov.

1.10. Ali poznate slovensko znamko za trajnost v turizmu Slovenia Green?



Na vprašanje, ali anketiranci poznajo slovensko trajnostno turistično znamko Slovenia Green, je 43 % odgovorilo da, medtem ko jo 57 % ne pozna. Od skupno 295 sodelujočih je torej 128 oseb seznanjenih z znamko, medtem ko 167 oseb za njo še ni slišalo. Podatek kaže na zmerno prepoznavnost te nacionalne trajnostne pobude, kar nakazuje na potrebo po nadaljnjem ozaveščanju javnosti, zlasti če želi Slovenija okrepiti svojo prepoznavnost kot trajnostna turistična destinacija.

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.

		POVPREČJE (1-5)	% (1,2)	% 3	% (4,5)
2.1.	PONUDBA NASTANITEV	4,2	3 %	12 %	69 %
2.2.	GOSTINSKA PONUDBA	4,2	2 %	14 %	75 %
2.3.	PONUDBA ZA NAKUPOVANJE	3,6	5 %	15 %	50 %
2.4.	OZNAČENOST DOSTOPA DO IN NA OBMOČJU ZNAMENITOSTI	4,2	2 %	11 %	73 %
2.5.	MOŽNOST POTOVANJA PEŠ ALI S KOLESOM	4,4	2 %	8 %	63 %
2.6.	JAVNI PREVOZ	3,4	9 %	13 %	32 %
2.7.	UREJENOST OKOLICE	4,6	1 %	5 %	90 %
2.8.	SKRB ZA ZDRAVJE	4,3	1 %	7 %	69 %
2.9.	PRILOŽNOST ZA POHODNIŠTVO IN KOLESARJENJE	4,4	1 %	7 %	66 %
2.10.	PONUDBA KULTURNIH VSEBIN (MUZEJI, GALERIJE, PRIREDITVE ...)	3,9	5 %	10 %	53 %
2.11.	PRIJAZNOST IN GOSTOLJUBNOST DOMAČINOV	4,6	0 %	4 %	88 %
2.12.	OBČUTEK VARNOSTI	4,7	1 %	2 %	91 %
2.13.	VREDNOST ZA DENAR	4,3	2 %	8 %	78 %

Analiza o zadovoljstvu obiskovalcev destinacije je pokazala visoko splošno zadovoljstvo s posameznimi elementi ponudbe in infrastrukture.

Najbolje ocenjena trditev je bila **občutek varnosti**, ki je dosegla najvišje povprečje 4,7. Kar **91 %** vseh obiskovalcev je izrazilo zadovoljstvo (ocena 4 ali 5), le **1 %** pa je bilo nezadovoljnih (ocena 1 ali 2). S tem občutek varnosti izstopa kot najmočnejša prednost destinacije.

Zelo visoko je bila ocenjena tudi **urejenost okolice**, s povprečno oceno 4,6. Skupno **90 %** obiskovalcev je bilo zadovoljnih, nezadovoljnih pa je bilo zgolj **1 %**. Prav tako je **prijaznost in gostoljubnost domačinov** prejela povprečno oceno 4,6, pri čemer je **88**

% obiskovalcev izrazilo zadovoljstvo, posebnost pa je, da ni bilo zaznanih nobenih nezadovoljnih ocen (0 % ocen 1 ali 2).

Visoko zadovoljstvo so obiskovalci izkazali tudi področji **priložnosti za pohodništvo in kolesarjenje** ter **možnost potovanja peš ali s kolesom**. Prva trditev je dosegla povprečno oceno 4,4, pri čemer je bilo **66 %** zadovoljnih in le **1 %** nezadovoljnih. Možnost potovanja peš ali s kolesom je prav tako dosegla povprečno oceno 4,4, zadovoljstvo pa je izrazilo **63 %** obiskovalcev, nezadovoljstvo pa **2 %**.

Dobro ocenjene so tudi trditve, kamor sodijo **ponudba nastanitev** in **gostinska ponudba**, obe s povprečno oceno 4,2. Pri ponudbi nastanitev je bilo zadovoljnih **69 %** obiskovalcev in nezadovoljnih **3 %**, pri gostinski ponudbi pa je bilo zadovoljnih **75 %** in nezadovoljnih **2 %**. **Označenost dostopa do znamenitosti** je dosegla enako povprečje 4,2, zadovoljstvo je izrazilo **73 %** obiskovalcev, nezadovoljstvo pa **2 %**.

Skrb za zdravje je prejela povprečno oceno 4,3, kjer je bilo zadovoljnih **69 %** obiskovalcev in nezadovoljnih **1 %**. **Vrednost za denar** je dosegla prav tako povprečno oceno 4,3, z **78 %** zadovoljnih in **2 %** nezadovoljnih obiskovalcev. **Ponudba kulturnih vsebin** (muzeji, galerije, prireditve) je bila nekoliko slabše ocenjena od predhodnih, s povprečjem 3,9. Tukaj je bilo **53 %** obiskovalcev zadovoljnih in **5 %** nezadovoljnih, kar kaže na priložnosti za dodatne izboljšave.

Najslabše ocenjeni področji sta bili **ponudba za nakupovanje** in **javni prevoz**. Ponudba za nakupovanje je prejela povprečno oceno 3,6, pri čemer je bilo zadovoljnih **50 %** obiskovalcev, nezadovoljnih pa **5 %**. Še izraziteje izstopa **javni prevoz**, ki je bil ocenjen z najnižjim povprečjem 3,4. Zadovoljnih je bilo le **32 %** obiskovalcev, nezadovoljnih pa kar **9 %**. Slaba dostopnost javnega prevoza je torej ena ključnih slabosti destinacije, kar je skladno tudi z dodatnimi komentarji obiskovalcev.

Na splošno rezultati kažejo, da je destinacija zaznana kot **varna, urejena in gostoljubna**, s kakovostno ponudbo za aktivne obiskovalce (pešačenje, kolesarjenje). Glavne razvojne priložnosti pa ostajajo pri izboljšanju **dostopnosti z javnim prevozom** in razširitev ponudbe **kulturnih znamenitosti ter večje možnosti za nakupovanje**.

2.14 Nam lahko natančneje opišete, s čim niste bili zadovoljni

Obiskovalci izpostavljajo s čem niso bili zadovoljni:

- kakovostjo gostinske ponudbe, glasba v lokalu, omejitvami za obiskovalce s psi (Vodni park),
- dostopnostjo do destinacije in slabše povezave javnega prevoza (premala frekvenca, vlakovne povezave),
- pomanjkanjem dodatnih športnih aktivnosti.

3. PREPOZNAVANJE TRAJNOSTNIH PRIZADEVANJ DESTINACIJE

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.

		POVPREČJE (1-5)	% (1,2)	% 3	% (4,5)
3.1	V destinaciji je za obiskovalce na voljo dovolj informacij o lokalni gastronomski ponudbi in lokalnih proizvodih.	4,2	2 %	23 %	76 %
3.2	V destinaciji brez skrbi pijem vodo iz pipe.	4,7	1 %	8 %	91 %
3.3	V destinaciji je na voljo dovolj mest za ločevanje odpadkov.	4,2	4 %	16 %	50 %
3.4.	V destinaciji je na voljo dovolj informacij o varčevanju z energijo in z vodo.	4	6 %	21 %	73 %
3.5	Destinacija spodbuja obiskovalce, da uporabljajo trajnostne oblike transporta (<i>kolo, pešačenje, vlak, avtobus ...</i>).	4	7 %	24 %	70 %
3.6	V destinaciji je na voljo dovolj informacij o skrbi za zdravje in dostopu do zdravstvene oskrbe.	4	4 %	25 %	71 %
3.7	V destinaciji je na voljo dovolj informacij o tem, kako se obnašati odgovorno (<i>ob obisku znamenitosti, na prireditvah ...</i>).	4,1	3 %	25 %	72 %

Analiza odgovorov na vprašanje o stopnji strinjanja s trditvami o trajnosti in obveščenosti obiskovalcev je pokazala visoko splošno zadovoljstvo.

Najvišje ocenjeno področje je bilo **pitje vode iz pipe brez skrbi**, kjer je povprečna ocena znašala **4,7**. Kar **91 %** vseh obiskovalcev se je s trditvijo strinjalo (ocena 4 ali 5), le **1 %** pa se ni strinjalo (ocena 1 ali 2). Ta rezultat jasno kaže na visoko zaupanje obiskovalcev v kakovost pitne vode v destinaciji.

Zelo visoko oceno je prejelo tudi področje **dostopnosti informacij o lokalni gastronomski ponudbi in proizvodih**, kjer je povprečna ocena znašala **4,2**. Skupno **76 %** obiskovalcev se je s trditvijo strinjalo, nezadovoljnih pa je bilo le **2 %**.

Dostopnost mest za ločevanje odpadkov je bila prav tako dobro ocenjena s povprečjem **4,2**, pri čemer je bilo **80 %** obiskovalcev zadovoljnih, nezadovoljnih pa **4 %**. To kaže na dobro razvito infrastrukturo za trajnostno ravnanje z odpadki.

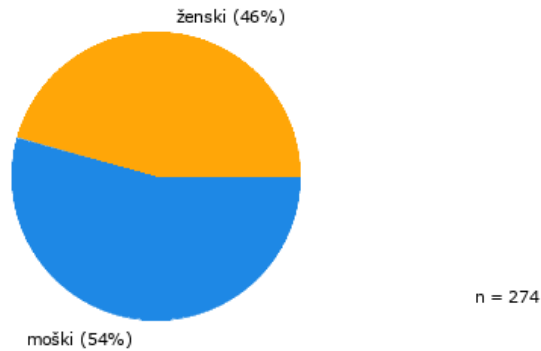
Področje **obveščenosti o tem, kako se obnašati odgovorno** je doseglo povprečno oceno **4,1**, zadovoljnih je bilo **72 %** obiskovalcev, nezadovoljnih pa **3 %**. To kaže na relativno dobro, a še izboljšljivo informiranost o odgovornem vedenju.

Dostopnost informacij o varčevanju z energijo in vodo je prejela povprečno oceno **4,0**, z **73 %** zadovoljnih in **6 %** nezadovoljnih obiskovalcev. Podobno so bile ocenjene tudi **informacije o skrbi za zdravje in dostopu do zdravstvene oskrbe**, s povprečno oceno **4,0**, pri čemer je bilo zadovoljnih **71 %**, nezadovoljnih pa **4 %**.

Trditev, da **destinacija spodbuja obisk trajnostnih oblik prevoza** (kolo, pešačenje, vlak, avtobus) je ocenjena s povprečno ocen **4,0**, zadovoljnih je bilo **70 %**, nezadovoljnih pa **7 %**.

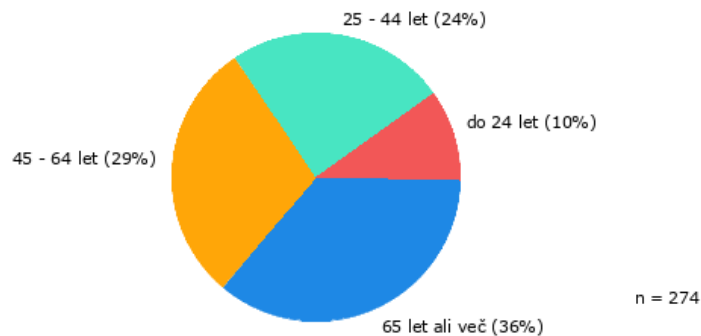
4. PODATKI O ANKETIRANCIH

4.1. Spol



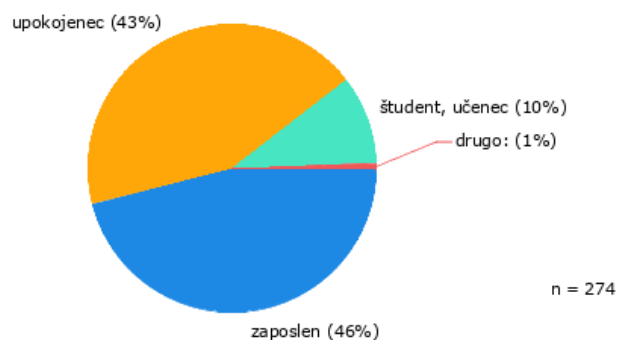
Na vprašanje o spolu je odgovorilo 274 anketirancev. Med njimi je bilo 54 % moških (149 oseb) in 46 % žensk (125 oseb).

4.2. Starost



Na vprašanje o starosti je odgovorilo 274 anketirancev. Največ jih je bilo iz skupine 65 let ali več (36 %), sledijo starostni skupini 45–64 let (29 %) in 25–44 let (24 %), medtem ko je bilo najmanj mladih do 24 let (10 %). Podatki kažejo, da destinacijo najpogosteje obiskujejo starejši odrasli in upokojenci.

4.3. Status



Na vprašanje o zaposlitvenem statusu je odgovorilo 274 anketirancev. Največ jih je bilo zaposlenih (46 %), sledijo upokojenci (43 %) in študenti oziroma učenci (10 %). Možnost »drugo« je izbralo 1 % oseb, ki so navedli, da so podjetniki ali imajo več vlog v poslovnem okolju. Podatki kažejo, da destinacijo obiskujejo predvsem aktivni zaposleni in upokojenci, medtem ko je delež mladih v izobraževanju manjši.