

Anketa med obiskovalci destinacije Idrija

REZULTATI ANKETE

ZAVOD ZA TURIZEM IDRIJA

AVGUST 2025

Idrija.

UVOD

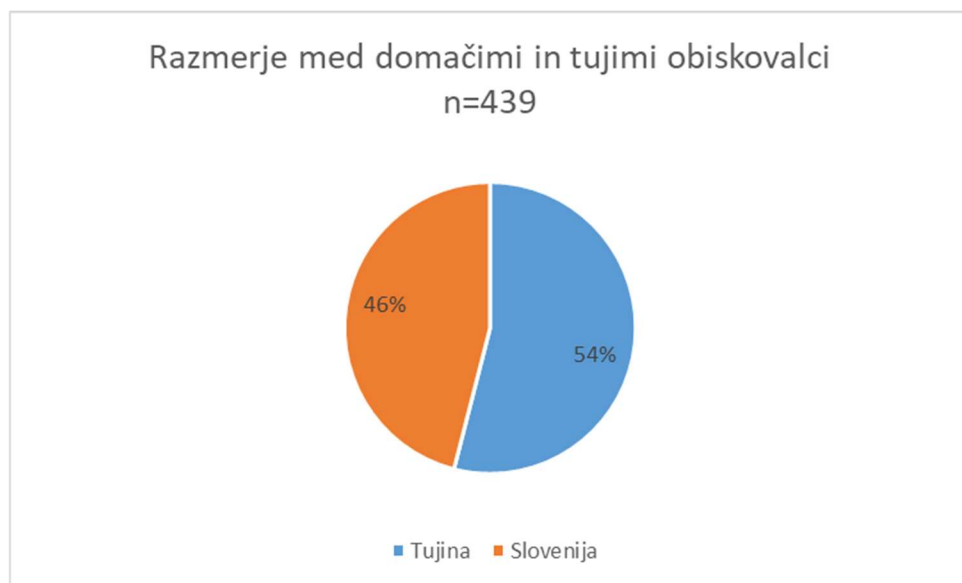
Od julija 2024 do avgusta 2025 smo v okviru Zelene sheme izvajali anketo med obiskovalci naše destinacije. Naslavljali smo splošne teme ter teme povezane s trajnostjo in dobili dober vpogled v strukturo, navade in mnenja obiskovalcev naše destinacije. Anketa se je izvajala v idrijskem TICu, na info točkah v Krajinskem parku Zgornja Idrija, na Camperstopu, pri ponudnikih in v okviru različnih dogodkov. Anketo je izpolnjevalo 439 obiskovalcev, relevantne vsebinske odgovore je podalo 387 obiskovalcev.

REZULTATI ANKETE

Anketa je obsegala 14 vprašanj, s katerimi smo zajeli tako splošne podatke kot oceno zadovoljstva s posameznimi segmenti turizma. V nadaljevanju smo pripravili pregled odgovorov po posameznih vprašanjih.

1. Razmerje med domačimi in tujimi gosti

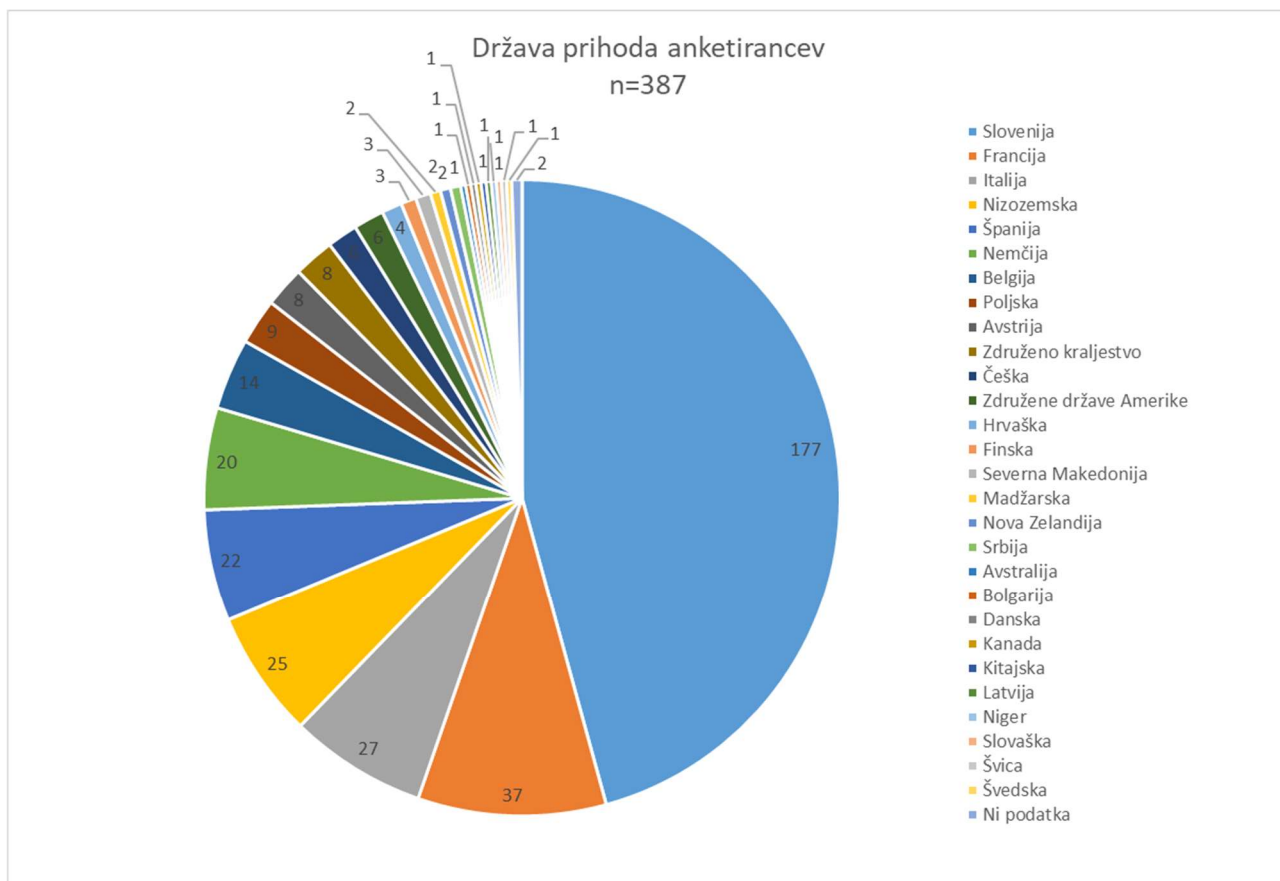
Med anketiranci je bilo 54% tujih obiskovalcev in 46% domačih gostov.



Idrija.

2. Država prihoda

Večina anketirancev je bila domačih gostov (46%), preostali pa so prišli iz 28 različnih držav. Za domačimi obiskovalci si sledijo obiskovalci iz Francije (18%), Italije (10%), Nizozemske (6%), Španije (6%) in Nemčije (5%).

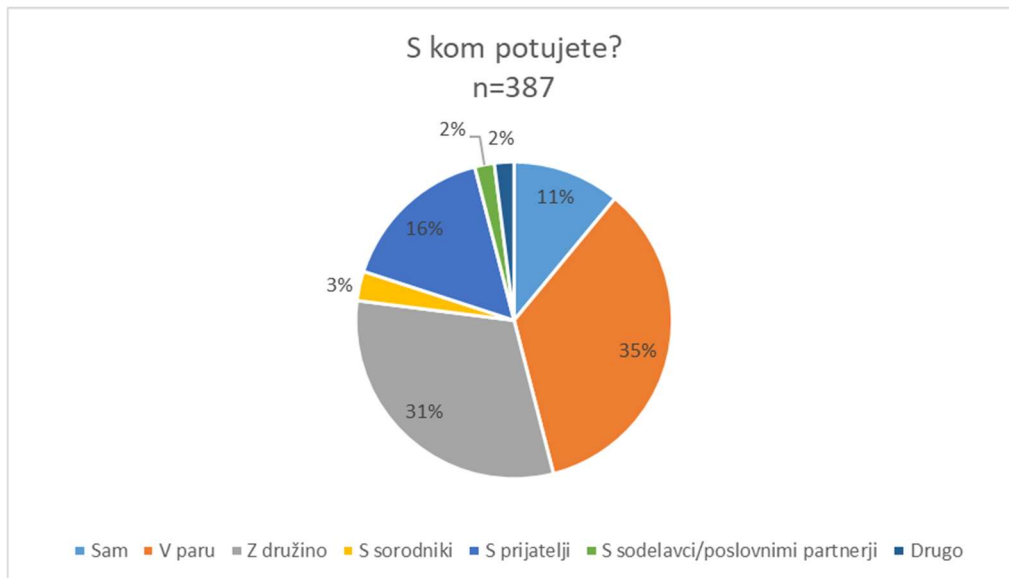


3. S kom potujete?

Anketirance smo vprašali tudi s kom potujejo. Največ jih je potovalo v paru (35%) ali z družino (30%), sledijo ljudje, ki potujejo s prijatelji (16%).

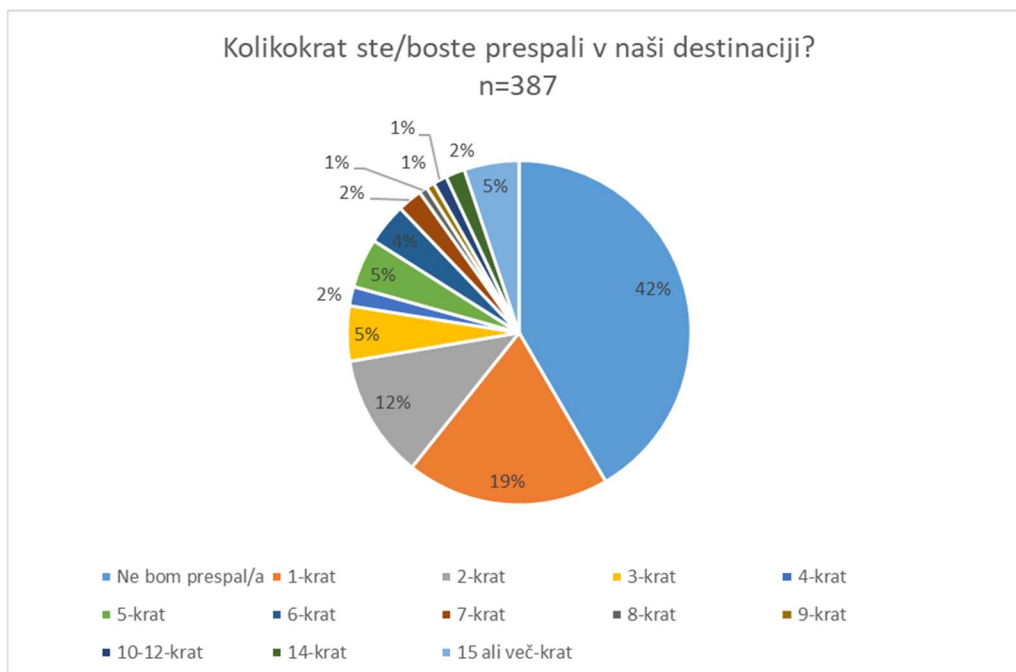


Idrija.



4. Število nočitev v destinaciji

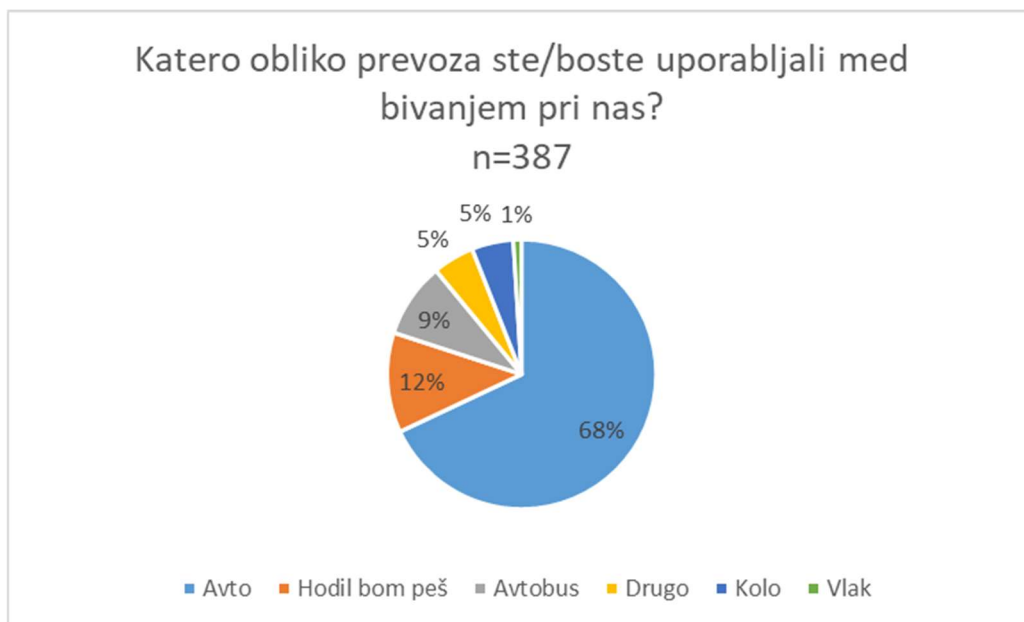
Anketirane obiskovalce smo povprašali tudi o dolžini obiska pri nas. Večina obiskovalcev pri nas ni prenočila, ampak so bili dnevni gostje, 31% jih je prenočilo 1-2 krat, nekaj pa je bilo tudi gostov, ki so prenočevali dlje časa.



Idrija.

5. Oblika prevoza med bivanjem v destinaciji

69% anketirancev je kot obliko prevoza za obisk uporabljalo osebni avtomobil, 12% obiskovalcev se je po destinaciji premikalo predvsem peš, na tretjem mestu je bil prevoz z avtobusom (9%). Od obiskovalcev pod kategorijo 'drugo' jih je dobra polovica (57%) prišla z avtodomom. Nekaj anketiranih je izbralo odgovor 'vlak' – predvidevamo da gre za tuje goste, ki so za prihod v Slovenijo uporabili vlak, saj do Idrije železnice ni.

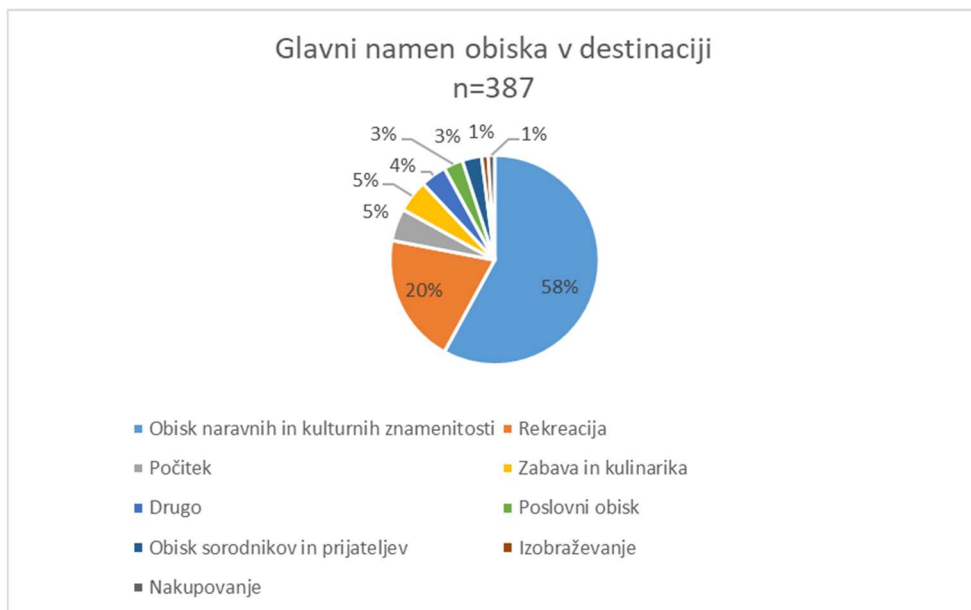


6. Glavni namen obiska destinacije Idrija

Anketirance smo povprašali tudi o namenu obiska. Več kot polovica vprašanih je destinacijo Idrija obiskala zaradi obiska naravnih in kulturnih znamenitosti (58%), na drugem mestu sledi rekreacija, zaradi katere je prišlo 20% vprašanih, s 5% pa sledijo kategorije počitek ter zabava in kulinarika. 3% obiskovalcev pa je prišlo zaradi poslovnih razlogov.

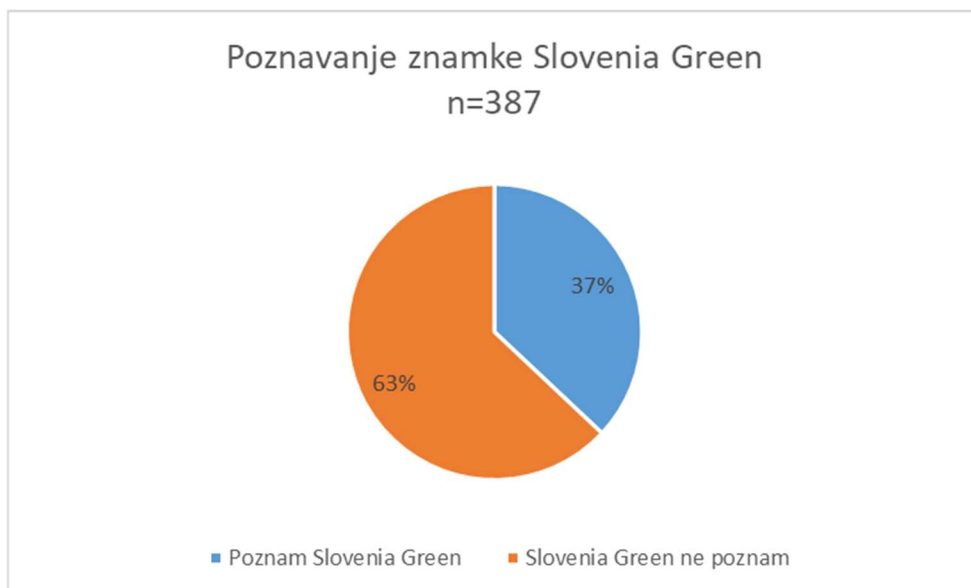


Idrija.



7. Poznavanje slovenske znamke za trajnost v turizmu Slovenia Green

V anketi smo se pozanimali tudi o poznavanju znamke Slovenia Green, ki si prizadeva za trajnostno delovanje v turizmu. Poznavanje trajnostne znamke Slovenia Green je zmerno razširjeno – znamko pozna 37% vprašanih.



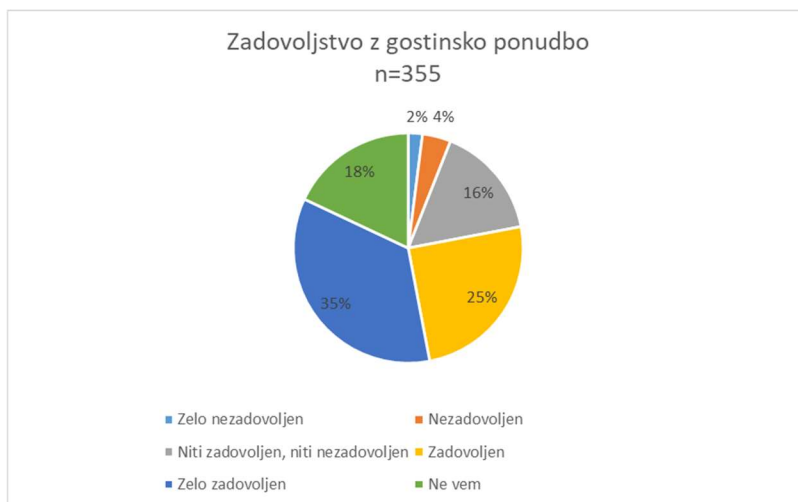
8. Ocena zadovoljstva s ponudbo in značilnostmi naše destinacije

Anketirance smo povprašali tudi o zadovoljstvu z različnimi segmenti turistične ponudbe v destinaciji. Za vse sklope smo jih prosili za oceno na lestvici od 1 – zelo nezadovoljen do 5 – zelo zadovoljen. Na splošno je bilo zadovoljstvo kar visoko, natančne podatke pa si lahko ogledate na grafih v nadaljevanju.

Ponudba nastanitev



Gostinska ponudba

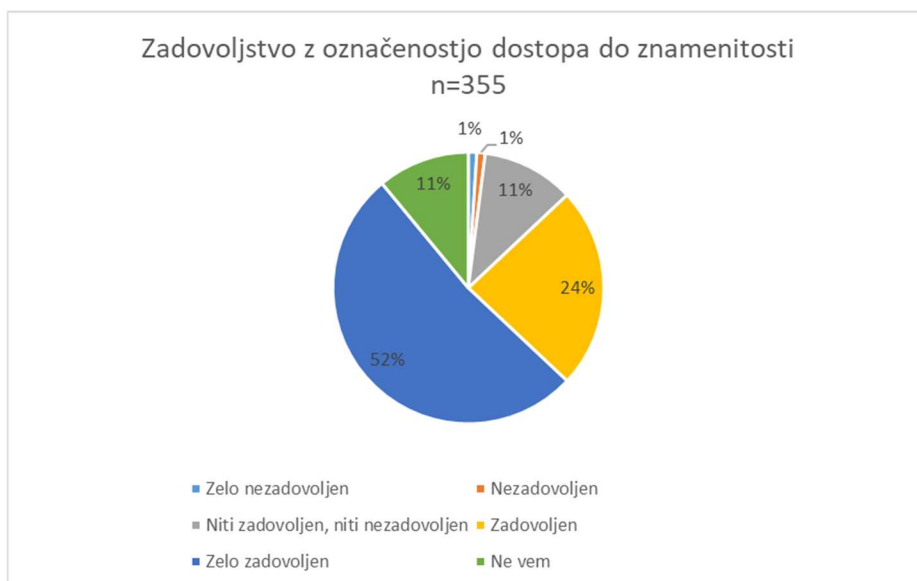


Idrija.

Ponudba za nakupovanje



Označenost dostopa do in na območju znamenitosti



Idrija.

Možnost potovanja peš ali s kolesom



Javni prevoz



Idrija.

Urejenost okolice



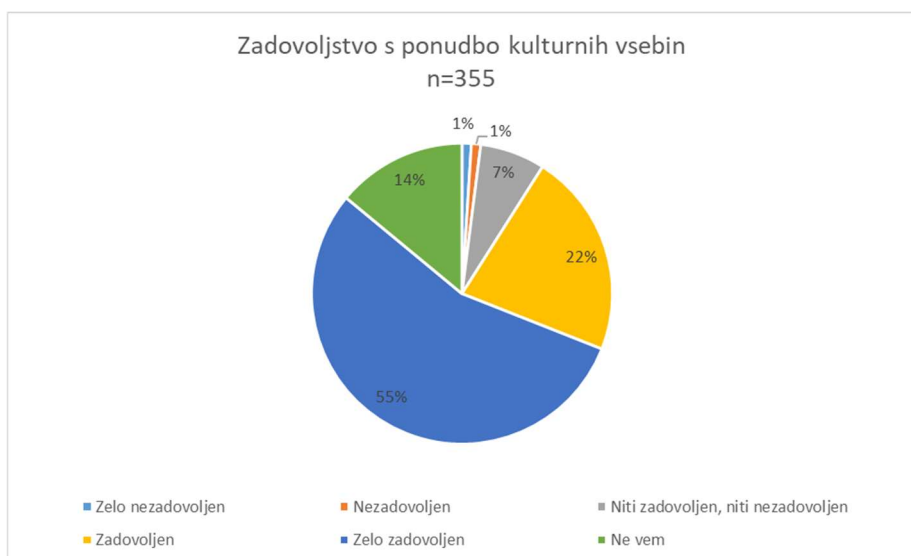
Skrb za zdravje



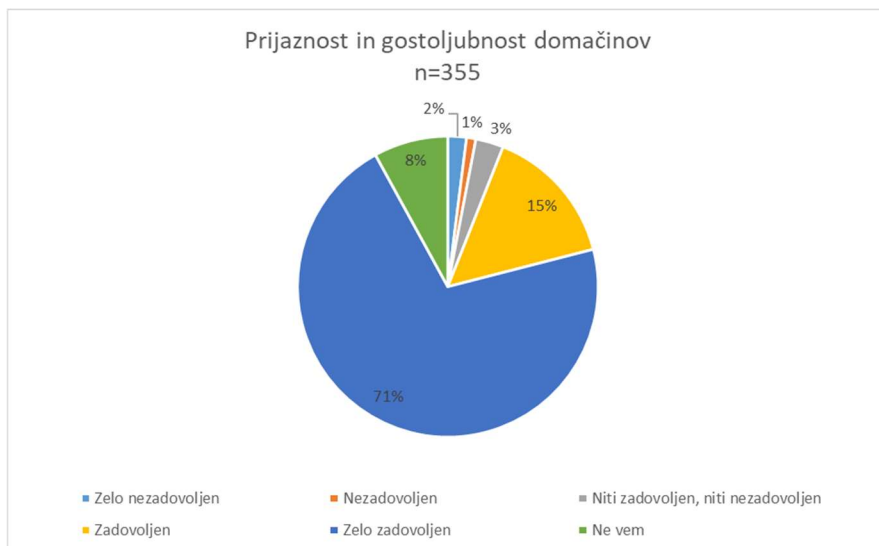
Priložnosti za pohodništvo in kolesarjenje



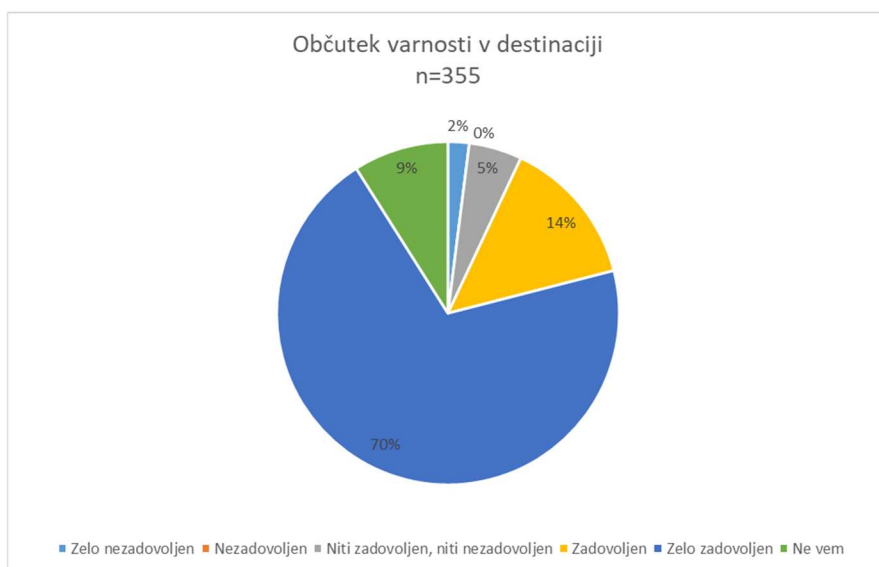
Ponudba kulturnih vsebin (muzeji, galerije, prireditve ipd.)



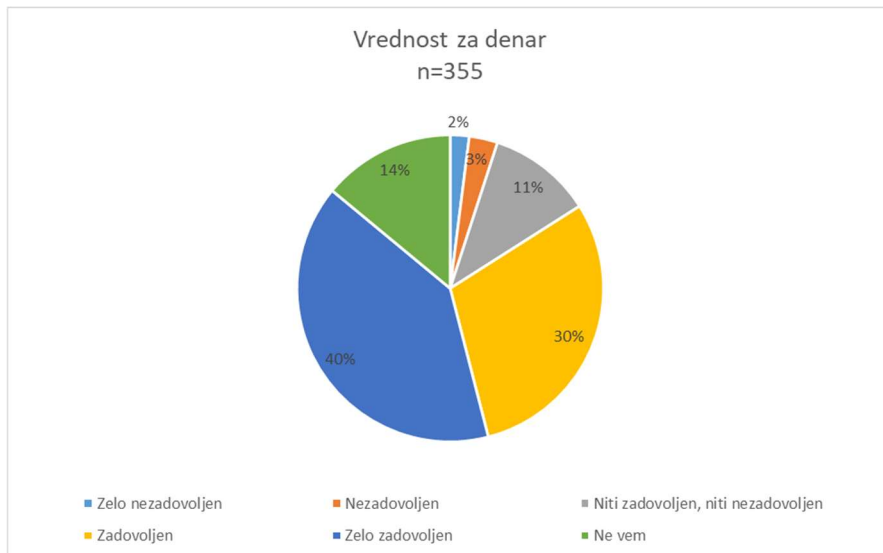
Prijaznost in gostoljubnost domačinov



Občutek varnosti v destinaciji



Vrednost za denar



9. Anketirance, ki so izrazili nezadovoljstvo smo še natančneje povprašali, s čim so bili nezadovoljni. Izpostavili so:

- Dostopnost podatkov o dostopih do naravnih znamenitosti na internetu.
- Pomanjkanje veganske ponudbe v restavracijah.
- Ponudbo javnega prevoza in omogočanje prevoza koles z javnim prevozom.
- Pomanjkanje gostinske ponudbe.
- Pomanjkanje nastanitvene ponudbe

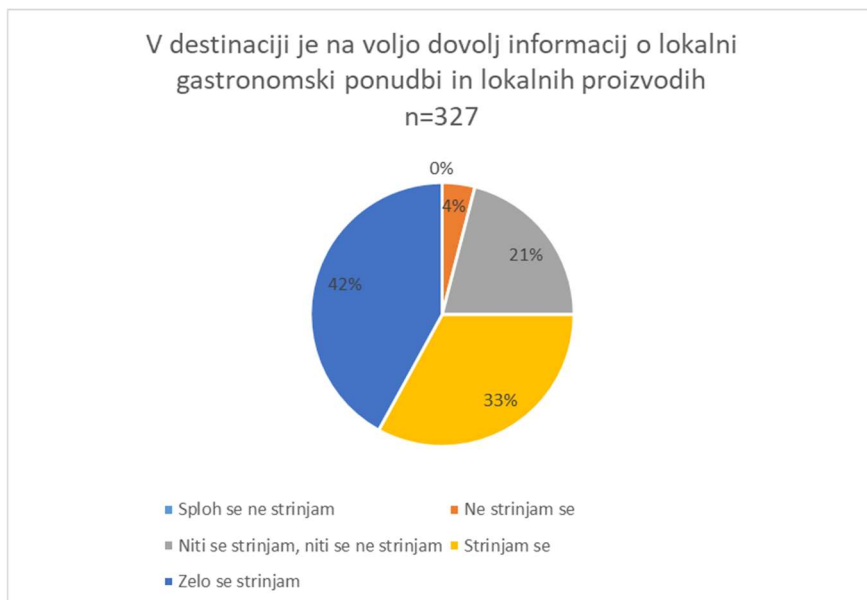
10. V zadnjem sklopu vsebinskih vprašanj, smo obiskovalce povprašali še o strinjanju s trditvami povezanimi s trajnostnim turizmom.

Tudi v tem sklopu so bili rezultati dokaj pozitivni. V nadaljevanju so predstavljeni rezultati za posamezne trditve.



Idrija.

V destinaciji je na voljo dovolj informacij o lokalni gastronomski ponudbi in lokalnih proizvodih

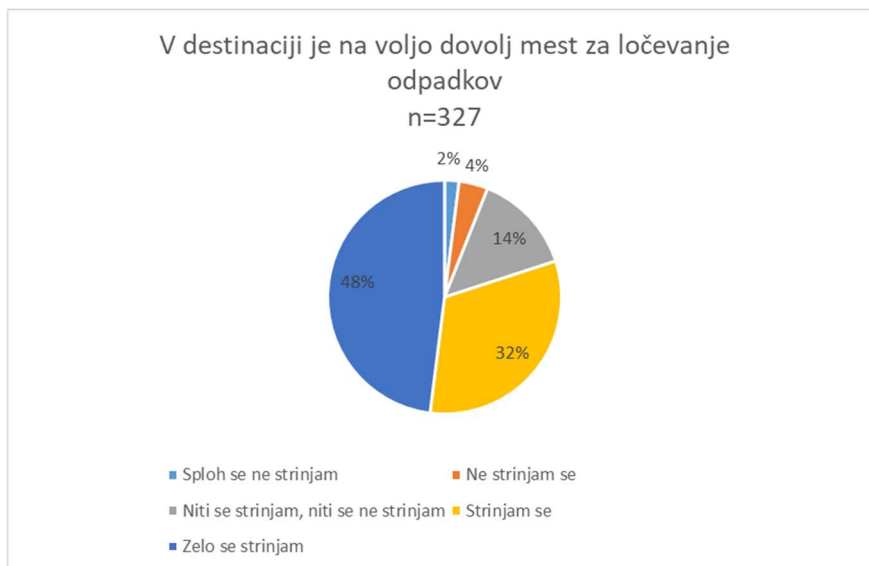


V destinaciji brez skrbi pijem vodo iz pipe

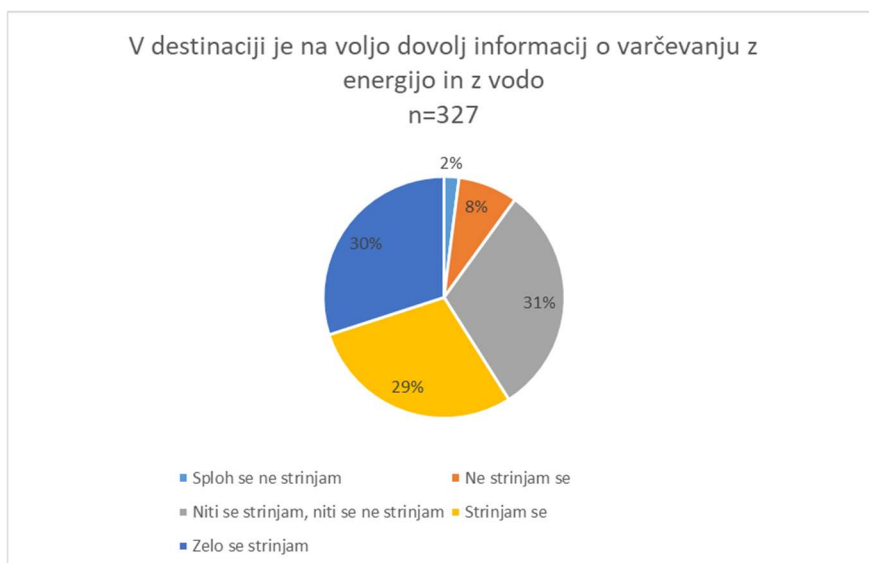


Idrija.

V destinaciji je na voljo dovolj mest za ločevanje odpadkov

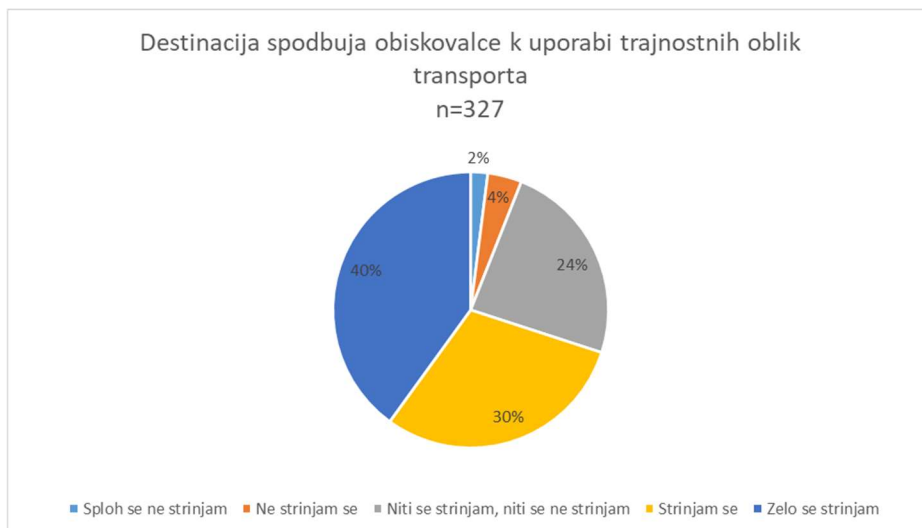


V destinaciji je na voljo dovolj informacij o varčevanju z energijo in z vodo

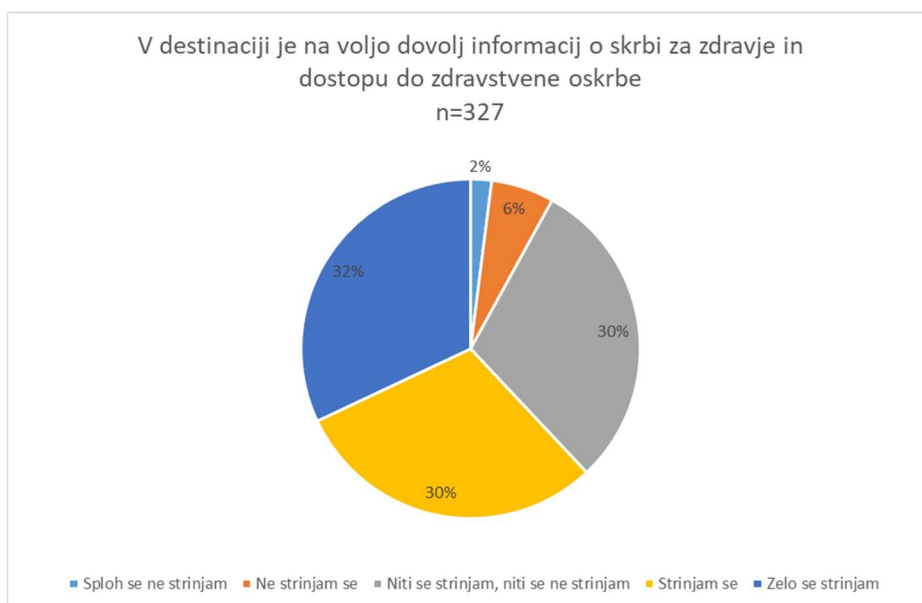


Idrija.

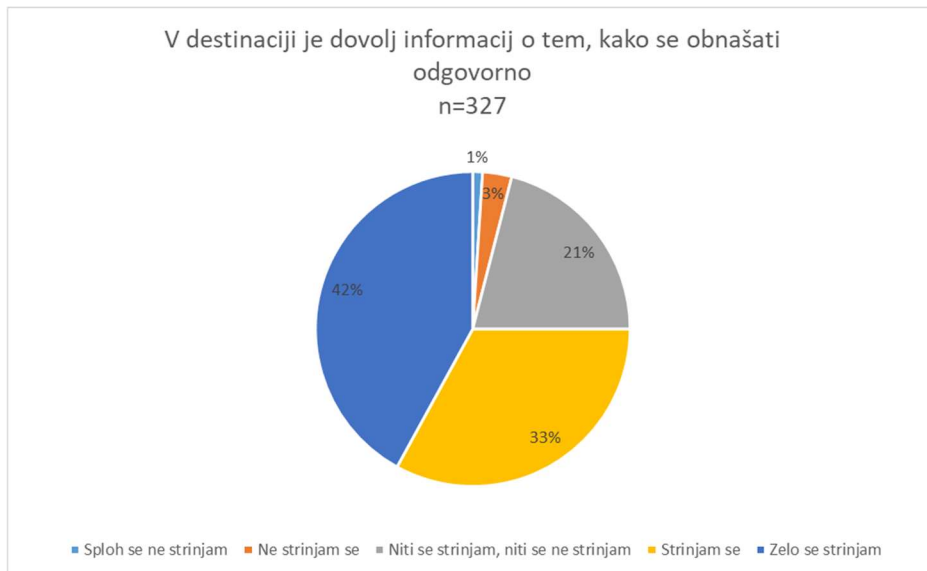
Destinacija spodbuja obiskovalce k uporabi trajnostnih oblik transporta



V destinaciji je na voljo dovolj informacij o skrbi za zdravje in dostopu do zdravstvene oskrbe



V destinaciji je na voljo dovolj informacij kako se obnašati odgovorno

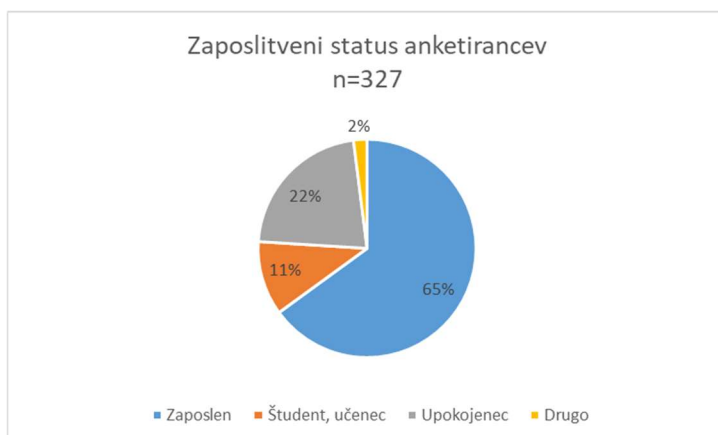
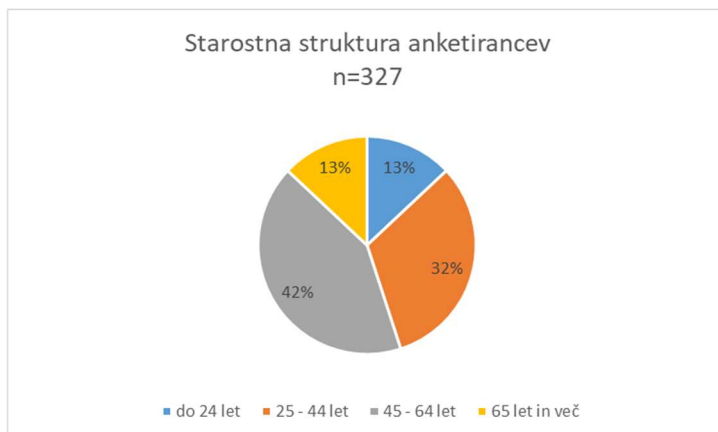
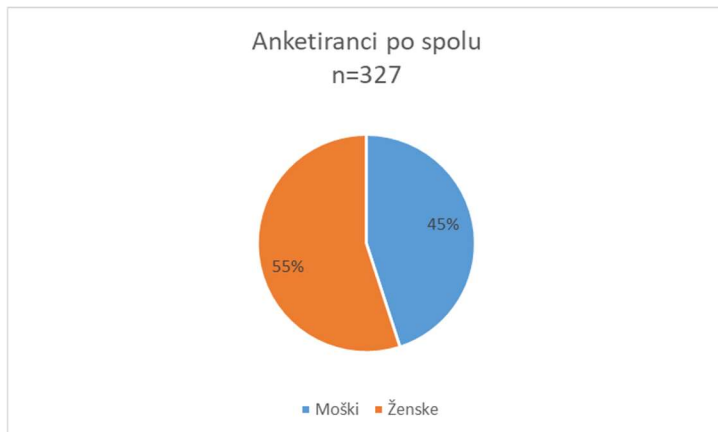


11. Anketirance smo vprašali tudi o predlogih, kaj bi lahko v destinaciji še naredili za bolj zeleno turistično ponudbo. Predlagali so:

- Električni zapravljivček (kočija)
- Več kampov in PZA-jev z več zelenja in senco
- Boljšo gastronomsko ponudbo, več ponudbe lokalne gastronomije
- Več poti
- Fizična ločitev kolesarskih poti od cest
- Prodaja steklenic za večkratno uporabo v muzejih
- Več vegetarijanske in veganske kulinarične ponudbe
- Več javnega prevoza
- Več najema koles
- Več info tabel in oznak
- Bolj očiščene in označene pohodne poti
- Več informacij o varnosti pitne vode, klopih in medvedih



12. Demografski podatki anketirancev



Idrija.

POVZETEK ANKETE

V anketi je sodelovalo 439 obiskovalcev destinacije, od tega jih je 387 izpolnilo relevantno število vsebinskih vprašanj. Nekoliko več kot polovica je bila iz tujine in izpolnjevala vprašalnik v angleščini, malenkost manj pa v slovenščini. Med sodelujočimi je bilo največ obiskovalcev iz Slovenije, sledili so gosti iz Francije, Italije, Nemčije, Nizozemske in Španije, medtem ko je bil delež obiskovalcev iz bolj oddaljenih držav precej manjši.

Večina anketiranih je v destinacijo prišla v paru ali z družino, manj pa je bilo posameznikov in skupin prijateljev. Povprečno število nočitev je bilo precej nizko, saj večina obiskovalcev v destinaciji preživi le kratek čas, a so odgovori pokazali tudi nekaj izjemno dolgih bivanj. Najpogostejši način prevoza je bil osebni avtomobil, sledilo je pešačenje in avtobus, med drugim pa so anketiranci omenili tudi avtodome in motorje.

Glavni razlog obiska je bil obisk naravnih in kulturnih znamenitosti, kar je izpostavila več kot polovica vprašanih. Poleg tega so bili pomembni motivi še rekreacija, počitek ter obisk prireditev in kulinarike. Le redki so kot razlog navedli poslovne obiske, izobraževanje ali nakupovanje.

Na splošno so bili obiskovalci z destinacijo zelo zadovoljni. Najvišje ocene so prejeli urejenost okolice, priložnosti za pohodništvo in kolesarjenje, kulturna ponudba ter prijaznost domačinov. Zelo dobro so ocenili tudi občutek varnosti in vrednost za denar. Nekoliko slabše ocene so dobili javni prevoz in gostinska ponudba, kar se je pokazalo tudi v odprtih odgovorih: anketiranci so kot glavne pomanjkljivosti navedli premalo gostinskih lokalov, omejeno izbiro hrane (zlasti za vegane), pomanjkljivo ponudbo nastanitev ter slabo označenost poti in dostopa do nekaterih znamenitosti.

Zanimiv je tudi vpogled v trajnostne vidike: približno dobra tretjina obiskovalcev je poznala slovensko znamko trajnosti »Slovenia Green«. Večina se je strinjala, da je v destinaciji dovolj informacij o lokalni gastronomiji, ločevanju odpadkov in trajnostni mobilnosti, a nekoliko manj so bili prepričani glede informacij o varčevanju z energijo ter dostopu do zdravstvenih storitev. Med predlogi za izboljšave so se večkrat pojavile ideje za boljšo kolesarsko infrastrukturo, dodatno ponudbo kampiranja, več javnega prevoza ter boljšo označenost poti.

Demografski podatki kažejo, da je bila približno polovica anketirancev žensk, večina v starostni skupini med 45 in 64 let. Največ jih je bilo zaposlenih, sledili so upokojenci ter študenti in dijaki.

