

Turistično združenje Portorož

**REZULTATI ANKETIRANJA GOSTOV  
DESTINACIJE PORTOROŽ & PIRAN**

Analiza destinacije 2018

Portorož, februar 2019

Naročnik  
Izvajalec  
Datum

Turistično združenje Portorož, g.i.z.  
Mag. Daša Fabjan  
22. februar 2019

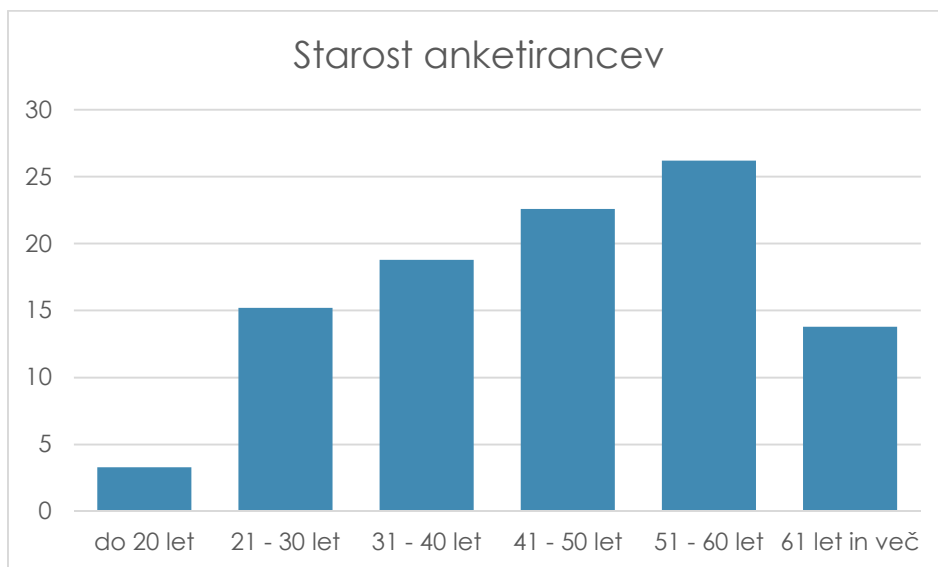
Anketni vprašalnik z naslovom »Analiza destinacije 2018« je bil oblikovan s strani naročnika v letu 2017 in je bil nekajkrat posodobljen z minimalnimi popravki. Vsebuje 14 vprašanj, ki zajemajo 43 spremenljivk. Vsebinsko je osredotočen na merjenje zadovoljstva gostov, njihovih motivov za obisk destinacije ter oceno dnevne porabe gostov za nastanitev ter hrano, pijačo in druge aktivnosti.

Anketiranje je bilo izvedeno pretežno osebno z gosti na destinaciji. Nekaj odgovorov pa je bilo pridobljenih s spletno anketo, pri čemer se je goste pozivalo k izpolnjevanju tako, da se jim je na elektronske naslove poslalo povezavo na vprašalnik v okviru elektronskih novic. Odgovore se je pridobivalo od februarja 2018, pa do konca januarja 2019.

Odziv je bil relativno visok, tako se je tekom leta zbralo 786 zaključenih odgovorov, od teh je bilo 767 enot popolno uporabnih, druge pa so bile le delno uporabne.

## ZNAČILNOSTI ANKETIRANCEV

Na vprašanja so pogosteje odgovarjale **ženske** (57,1 %), moških anketirancev je bilo skoraj 43 %. Po starosti so bili najbolj odzivni tisti, ki imajo **med 51 in 60 let** (26,2 %), sledili so jim mlajši (Graf 1). Ocena povprečne starosti vseh anketirancev skupaj je 44,15 let (z odklonom 14,91 let).

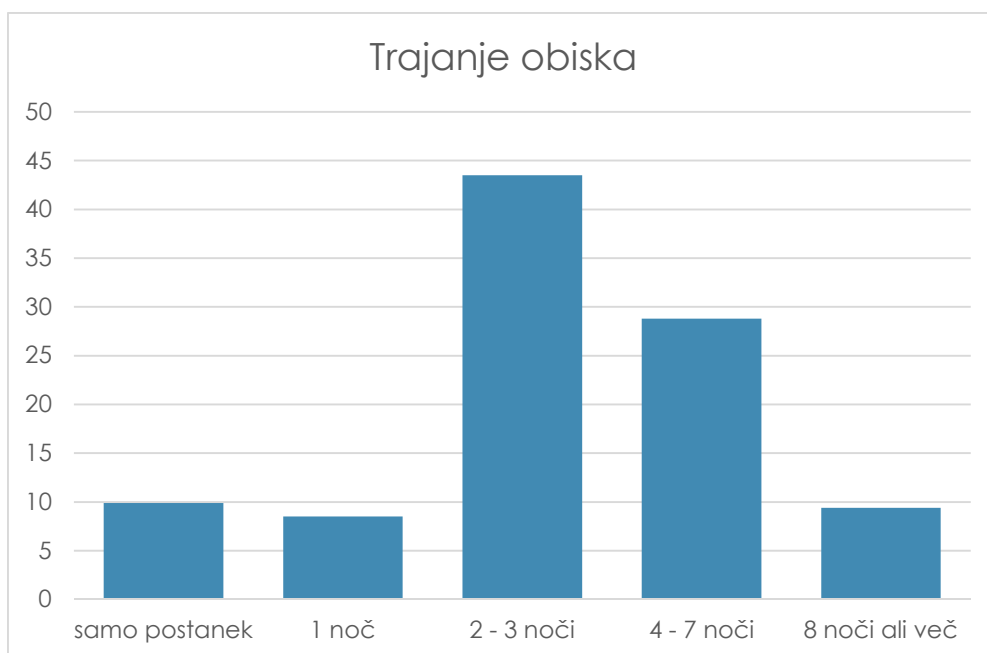


Velika večina anketirancev je bila na destinaciji **s partnerjem** (45,1 %), nekaj več kot petina **z družino** (22,5 %), približno šestina **s prijatelji** (17 %), 7,2 % pa jih je bilo samih.

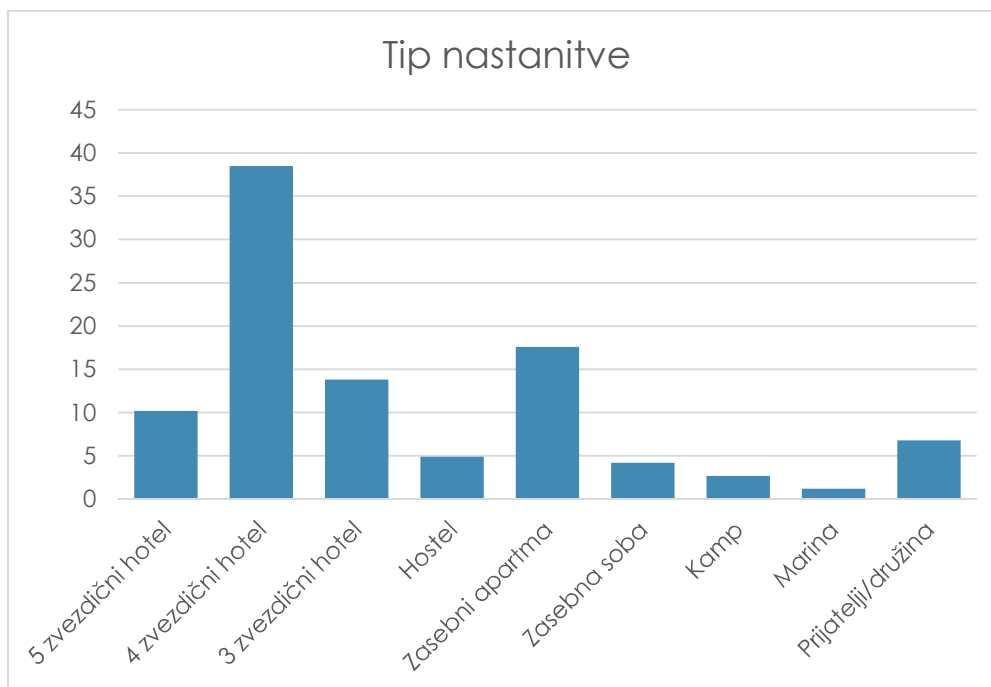


Anketiranci so po večini bili na destinaciji že **vsaj trikrat** (57,1 %), več kot četrtna anketirancev je bila na destinaciji **prvič** (28,3 %).

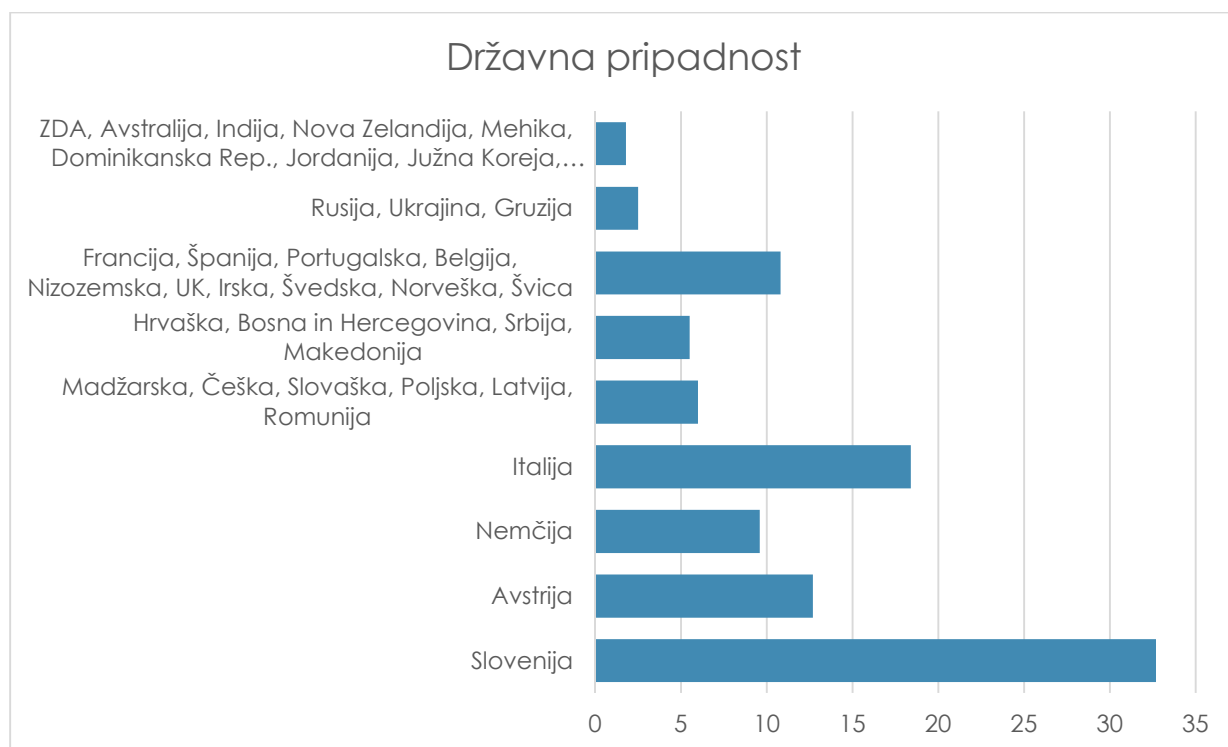
Največ je bilo takih, ki so v destinaciji ustvarili **2 – 3 prenočitve** (43,5 %), sledili so tisti, ki so prenočili med **4-krat in 7-krat** (28,8 %). Manj kot desetina je bila takih, ki so ustvarili 8 ali več prenočitev (9,4 %), prav tako tistih, ki so prespali v destinaciji le eno noč (8,5 %), in tistih, ki so bili na destinaciji le preko dneva (9,9 %).



Skoraj štiri desetine anketirancev je bilo nastanjenih **v hotelih s štirimi zvezdicami** (38,5 %), približno šestina **v zasebnih apartmajih** (17,6 %), sledili so jim tisti, ki so se nastanili v 3-zvezdičnih hotelih (13,8 %) ali 5-zvezdičnih hotelih (10,2 %).



Približno tretjina anketirancev je bila **Slovencev** (32,7 %), sledili so jim **Italijani** (18,4 %), **Avstrijci** (12,7 %) in **Nemci** (9,6 %). Druge anketirance smo po državi pripadnosti razdelili v z vidika tržišč smiselne skupine. Od teh je bilo največ anketirancev iz držav **Z in S Evrope** (10,8 %), 6 % iz **srednje in V Evrope**, 5,5 % iz držav **nekdanje Jugoslavije**, drugi pa iz oddaljenejših držav.



Zanimiv je podatek o povprečni starosti anketiranca po državni pripadnosti. Povprečno starost smo ocenili z upoštevanjem sredin starostnih razredov in števila odgovorov. Gre sicer za grobo oceno, vendar ta vseeno pokaže na razlike v starosti med državami oziroma tržnimi skupinami (tabela).

<b>Država oz. tržna skupina</b>	<b>Ocena povprečne starosti</b>
Slovenija	46,0
Avstrija	49,5
Nemčija	49,7
Italija	45,6
Madžarska, Češka, Slovaška, Poljska, Latvija, Romunija	36,1
Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Srbija, Makedonija	39,2
Francija, Španija, Portugalska, Belgija, Nizozemska, UK, Irska, Švedska, Norveška, Švica	41,2
Rusija, Ukrajina, Gruzija	41,8
ZDA, Avstralija, Indija, Nova Zelandija, Mehika, Dominikanska Rep., Jordanija, Južna Koreja, Kitajska, Japonska, druga	48,6

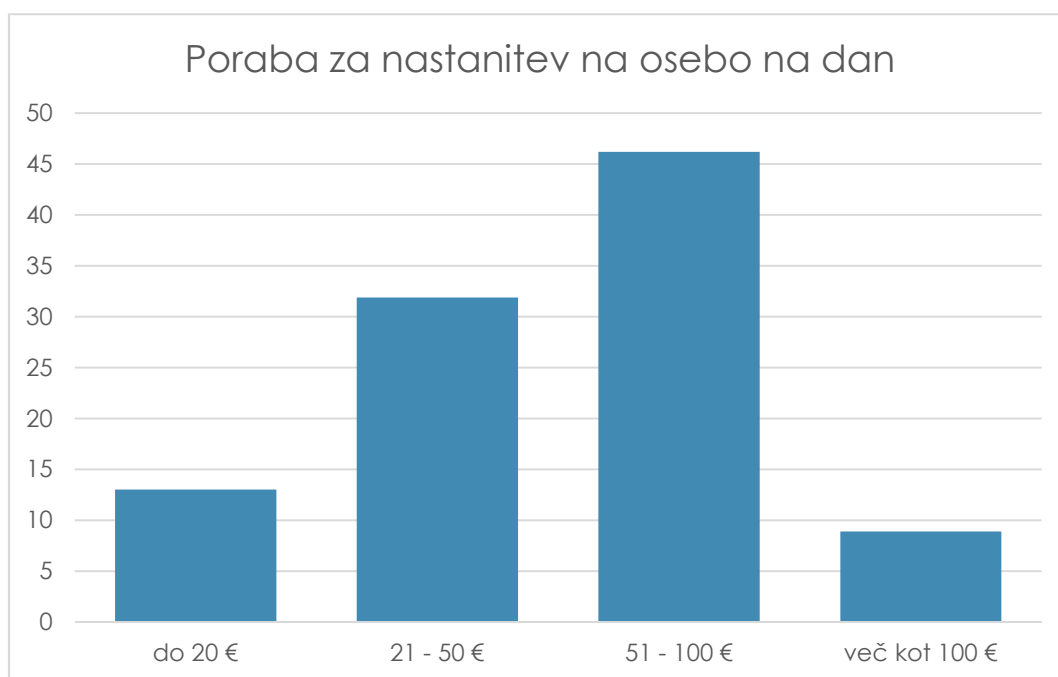
Zaradi sezonskega nihanja tekom leta smo za potrebe nadaljnjih analiz rezultatov ankete odgovore anketirancev razdelili v dve sezoni. Ugotavljamo, da se je v letu 2018 na anketo odzvalo 34,6 % anketirancev, ki so destinacijo obiskali v sezonskih mesecih (junij, julij, avgust in september), drugi so bili na destinaciji v izvensezonskem obdobju.

## PORABA ZA NASTANITEV TER HRANO, PIJAČO IN DRUGE AKTIVNOSTI

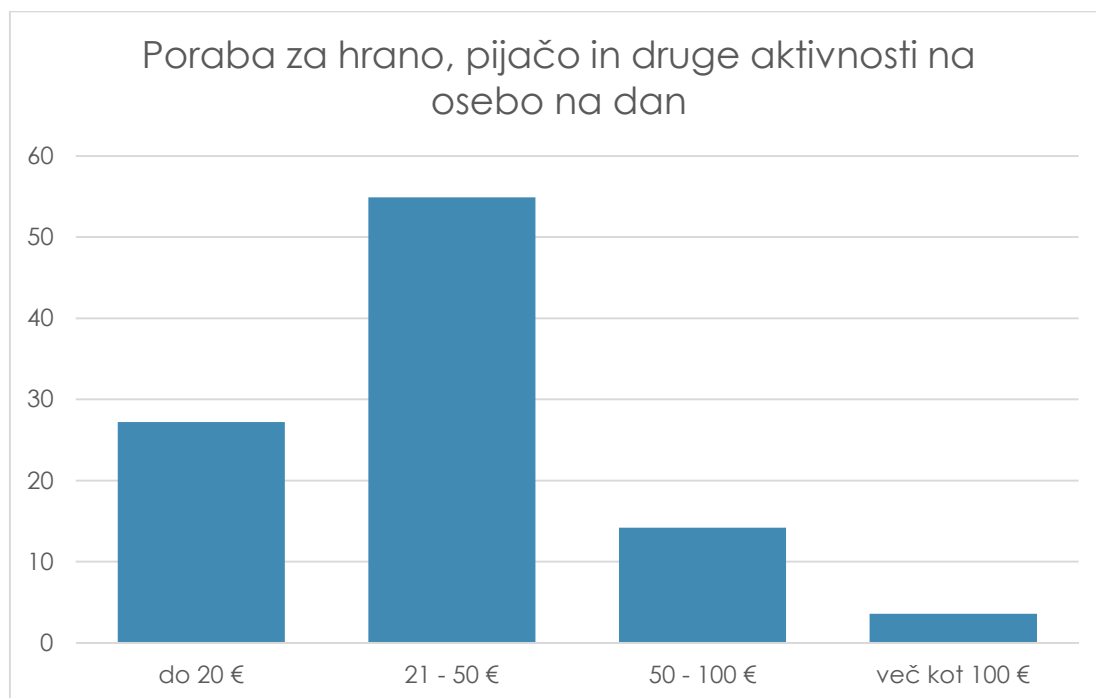
Anketiranci so odgovarjali tudi na vprašanja o dnevni porabi. Za **nastanitev** jih je tako skoraj polovica ocenila, da so dnevno porabili **med 50 in 100 evri** na osebo (46,2 %), slaba tretjina pa **med 21 in 50 evri** na osebo (31,9 %).

Poraba na osebo na dan	Nastanitev	Hrana, pijača, druge aktivnosti
do 20 €	13,0 %	27,2 %
21 - 50 €	31,9 %	54,9 %
50 - 100 €	46,2 %	14,2 %
več kot 100 €	8,9 %	3,6 %

Medtem ko jih je več kot polovica ocenila, da so dnevno za **hrano, pijačo in druge aktivnosti** porabili **21 – 50 evrov** na osebo (54,9 %), dobra četrtina pa **do 20 evrov** na osebo (27,2 %).



Oceno povprečne porabe za nastanitev ter za hrano, pijačo in druge aktivnosti smo računali s sredinami razredov in smo tako ob upoštevanju števila odgovorov prišli do višine **58,91 evrov** (z odklonom 30,71 evrov) **za nastanitev** in do **38,52 evrov** (z odklonom 24,88 evrov) **za hrano, pijačo in druge aktivnosti**. Opozoriti moramo, da ne gre za natančne zneske, ampak le približke, saj so anketiranci izbirali odgovore med vnaprej določenimi razponi zneskov.



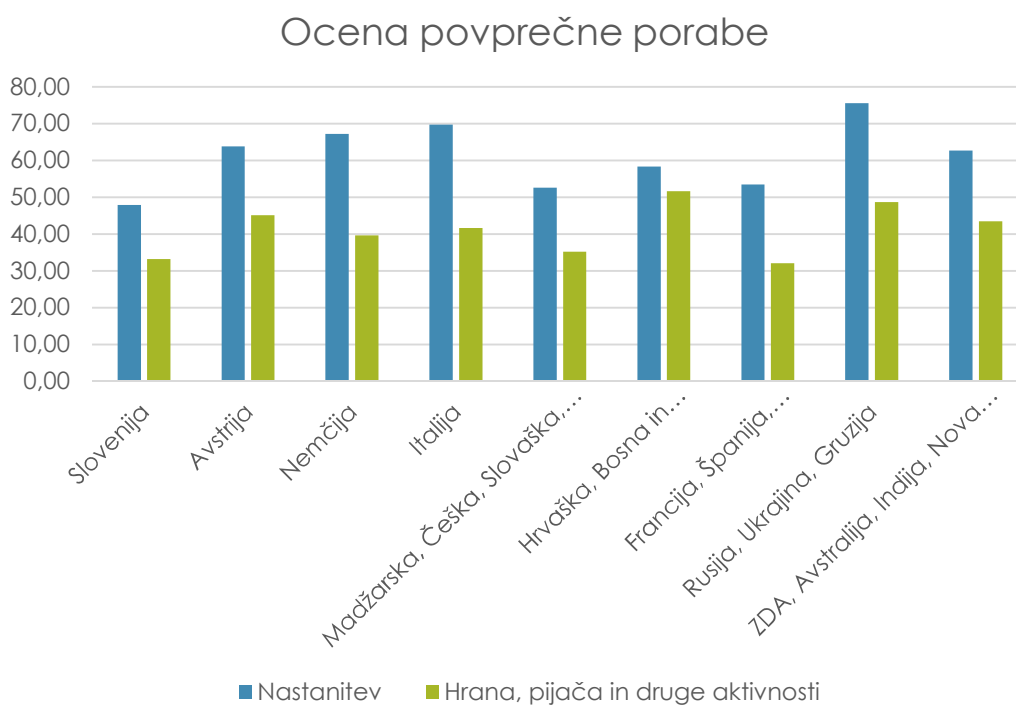
#### *Razlike v porabi glede na državo pripradnosti*

Oceno povprečne **porabe za nastanitev** glede na državo pripradnosti smo izvedli z najenostavnejšo možno interpolacijo, ki nam omogoči le grobo oceno povprečja, vendar so rezultati dovolj zgovorni, da lahko primerjamo porabo gostov iz različnih držav oziroma tržnih skupin.

Upoštevajoč relativne odklone porabe od povprečij lahko opazimo, da so anketiranci iz Avstrije, Nemčije ter Rusije, Ukrajine in Gruzije svojo porabo za nastanitev ocenili relativno poenoteno. Torej med njimi ni velikih **razlik v porabi**. So se pa te razlike pokazale pri anketirancih iz vseh evropskih trgov (srednja in V Evropa, države bivše Jugoslavije in S in Z Evropa). Pri teh lahko pričakujemo take, ki za nastanitev porabijo zelo veliko, in take, ki zanjo odštejejo relativno nizke zneske.



Iz grafa lahko vidimo, da so najvišje svojo porabo za nastanitev v povprečju ocenili anketiranci iz skupine **Rusija, Ukrajina in Gruzija** (75,53 evrov), sledili so jim Italijani (69,70 evrov) ter Nemci (67,22 evrov) in Avstrijci (63,76 evrov).

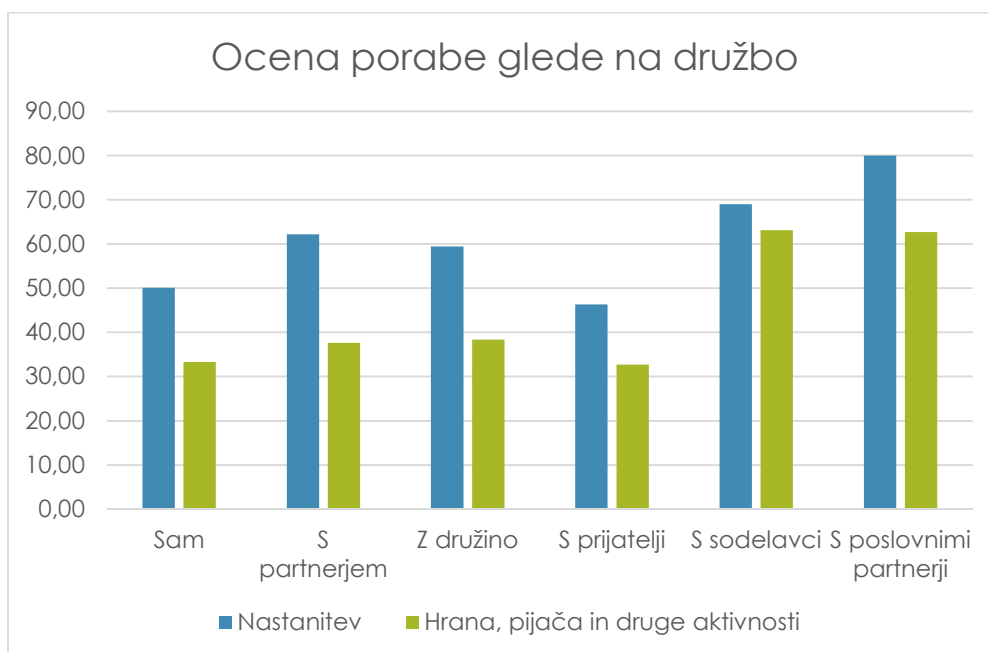


Na enak način smo poskusili oceniti povprečno **porabo za hrano, pijačo in druge aktivnosti** glede na državno pripadnost. Vidimo lahko, da so ocenjena povprečja zelo različna, predvsem pa lahko glede na relativne odklone ugotovimo, da so samo Nemci glede te porabe relativno poenoteni. Pri vseh drugih državah oziroma tržnih skupinah lahko ugotovimo, da posamezniki iz ene države ali tržne skupine trošijo zelo različno, eni precej manj, drugi precej več od povprečja.

Opazimo lahko, da so najvišje ocenili svojo povprečno porabo za hrano, pijačo in druge aktivnosti anketiranci iz držav **bivše Jugoslavije** (51,59 evrov), najnižje pa anketiranci iz držav S in Z Evrope (32,07 evrov).

### Razlike v porabi glede na družbo

Iz grafa lahko vidimo, da je ocena povprečne porabe glede na to, s kom so anketiranci prišli na destinacijo, precej različna. Najvišjo porabo za nastanitev so anketiranci ocenili v primeru, ko so bili na destinaciji **s poslovnim partnerjem** (80 evrov) ali **s sodelavci** (68,96 evrov), najmanj pa v primeru, ko so jo obiskali v družbi s prijatelji (46,29 evrov). Zelo podobno je z njihovo oceno porabe za hrano, pijačo in druge aktivnosti. Najvišja (63,13 evrov) je ocena, ko so bili v družbi sodelavcev, najnižja pa v družbi prijateljev (32,67 evrov). V vseh primerih so odkloni odgovorov od povprečja relativno visoki, zato lahko v vsaki skupini najdemo take, ki porabijo veliko manj ali veliko več od povprečja.



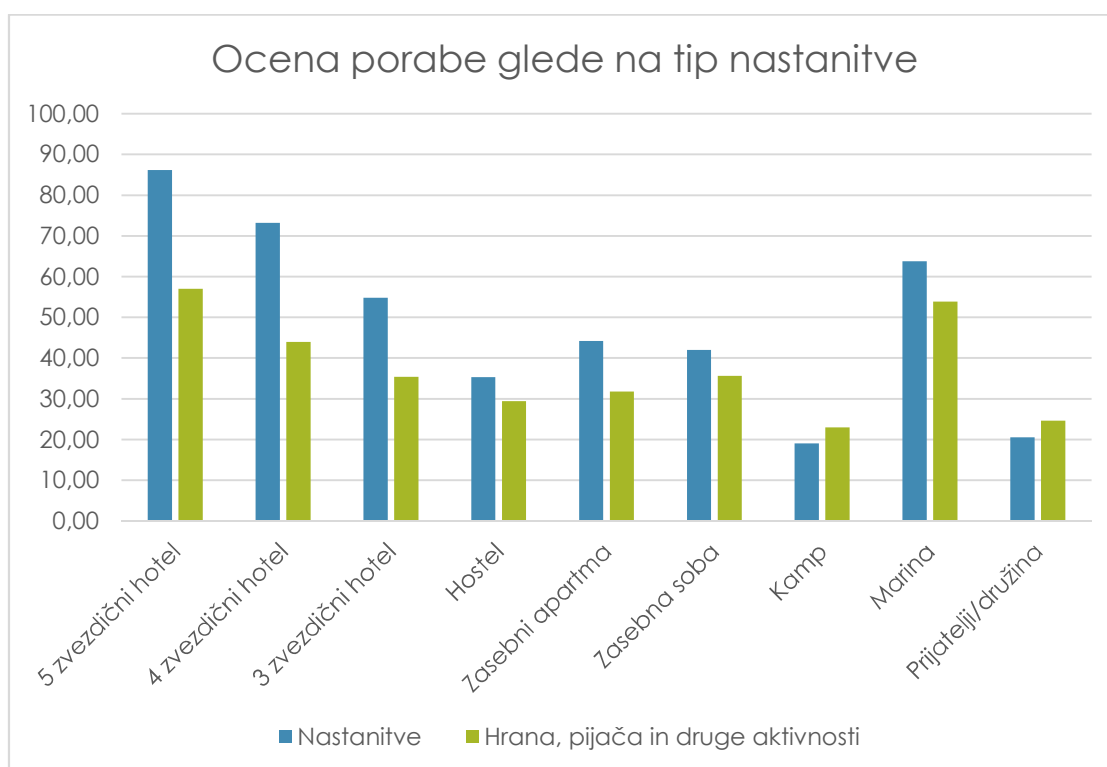
### Razlike v porabi glede na sezono

Pri pregledu dnevne porabe za nastanitev ter za hrano, pijačo in druge aktivnosti iz vidika sezon lahko opazimo, da se povprečna poraba za nastanitev na osebo v visoki sezoni ne razlikuje bistveno od povprečne porabe izven sezone (okoli 59 evrov). Je pa občutna razlika pri povprečni **porabi za hrano, pijačo in druge aktivnosti**. V poletnih mesecih je ta nižja (31,19 evrov), **izven sezone** pa precej višja (42,29 evrov).

Poraba na osebo na dan	Sezona (junij, julij, avgust, september)	Izven sezone
za nastanitev	59,53	58,38
za hrano, pijačo in druge aktivnosti	31,19	42,29

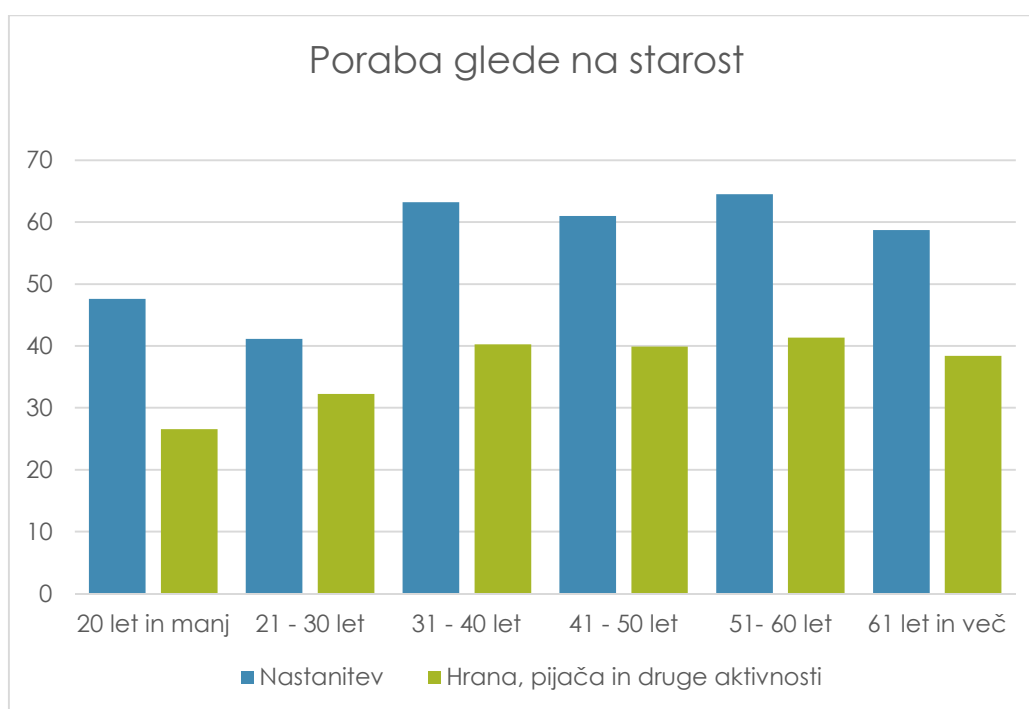
### Razlike v porabi glede na tip nastanitve

Skušali smo oceniti tudi povprečno dnevno porabo na osebo glede na tip nastanitve, kjer so bili anketiranci nastanjeni v času obiska destinacije. S ponderiranjem smo prišli do razlik v približkih zneskov. V grafu lahko vidimo, da so višine ocen skladne z običajnim razmerjem cen na trgu. Pričakovano je bilo torej, da so za nastanitev v kampu ali pri prijateljih oz. svojcih anketiranci odšteli najmanj, njihova poraba za hrano, pijačo in druge aktivnosti pa presega porabo za nastanitev.



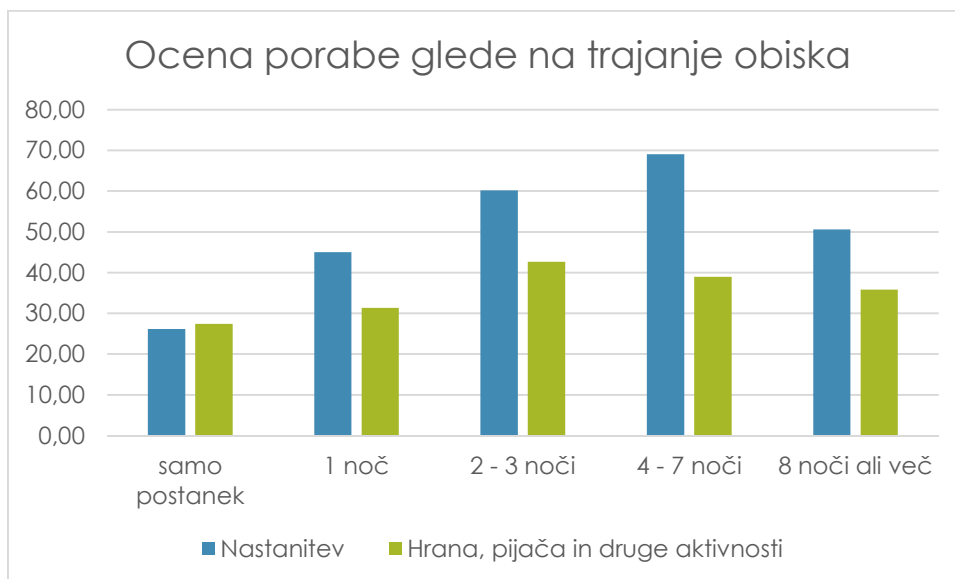
### Razlike v porabi glede na starost

V povprečju ocenili dnevno porabo **za nastanitev** na osebo kot najvišjo anketiranci iz starostne skupine med **51 in 60 let** (64,48 evrov), zelo podobno tisti med 31 in 40 let starosti (63,2 evrov) in tisti med 41 in 50 let starosti (60,99 evrov). Najnižja ocena porabe za nastanitev se je izkazala pri anketirancih v starostni skupini med 21 in 30 let (41,16 evrov). Najvišja ocena povprečne dnevne porabe **za hrano, pijačo in druge aktivnosti** na osebo sledi tisti za nastanitev, v starostni skupini med 51 in 60 let znaša ta 41,32 evrov. Najnižja pa se je pokazala v najmlajši starostni skupini (26,54 evrov).



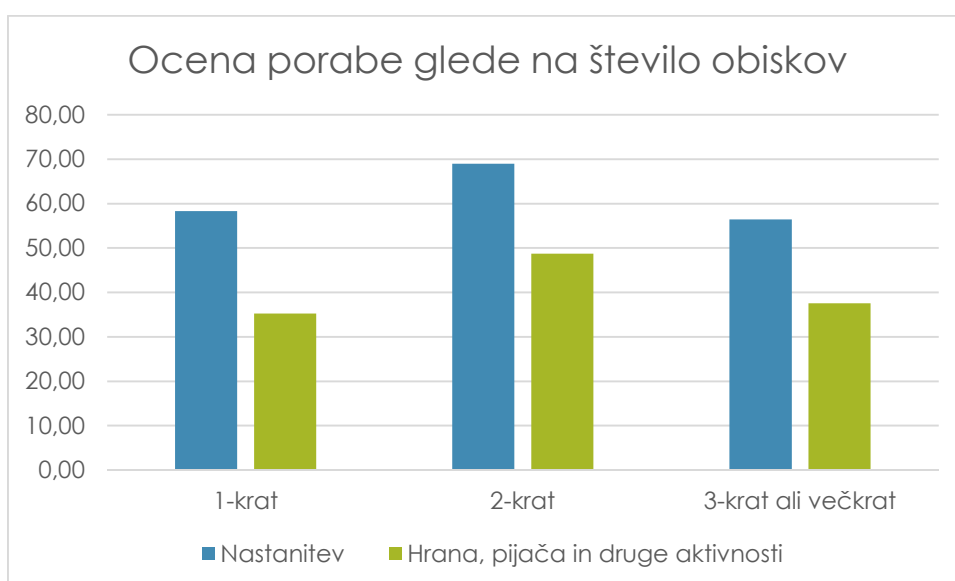
### Razlike v porabi glede na trajanje obiska

Zanimivo je, da so anketiranci v povprečju ocenili dnevno porabo **za nastanitev** na osebo kot najvišjo v primeru **4 do 7 prenočitev** (69,04 evrov), medtem ko se je kot najvišja ocena povprečne dnevne porabe **za hrano, pijačo in druge aktivnosti** na osebo izkazala v primeru **2 do 3 prenočitev** (42,63 evrov).



#### Razlike v porabi glede na število obiskov

Anketiranci, ki so bili na destinaciji že **drugič**, so svojo dnevno porabo za nastanitev (69,02 evrov), kot tudi za hrano, pijačo in druge aktivnosti ocenili kot najvišjo (48,72 evrov). Po povprečni dnevni porabi za nastanitev na osebo jim sledijo tisti, ki so bili na destinaciji prvič, po povprečni dnevni porabi za hrano, pijačo in druge aktivnosti pa jim sledijo tisti, ki so bili na destinaciji že večkrat.



## ZADOVOLJSTVO ANKETIRANCEV

Anketiranci so z ocenami od 1 do 5 med drugim ocenjevali svoje zadovoljstvo s ponudbo, naravnimi in kulturnimi danostmi, urejenostjo in odnosom kadra ter lokalnega prebivalstva. Najbolje so ocenili **občutek varnosti** na destinaciji (4,37), **prijaznost domačinov** (4,22), **odnos in strokovnost kadra** ter **čistočo** v destinaciji (4,15). Najnižje so ocenili zadovoljstvo z nočnim življenjem (3,09), možnostjo nakupovanja (3,36) in s prireditvami in festivali (3,4).

Ob preverjanju morebitnih razlik med ocenami v sezoni in ocenami v mesecih izven sezone so se te izkazale značilne pri vseh trditvah. Ocene **izven sezone so nižje**. Splošno so vse ocene, tako skupne kot tiste po sezonah normalno porazdeljene, kar kaže na enotnost ocenjevanja pri odgovorih. Edina ocena, ki kaže na nehomogenost, je ocena zadovoljstva z nočnim življenjem izven sezone.

Pri **splošnem zadovoljstvu z destinacijo** Portorož & Piran so se značilne razlike v ocenah izkazale tudi **med meseci**. Ocene so bile višje:

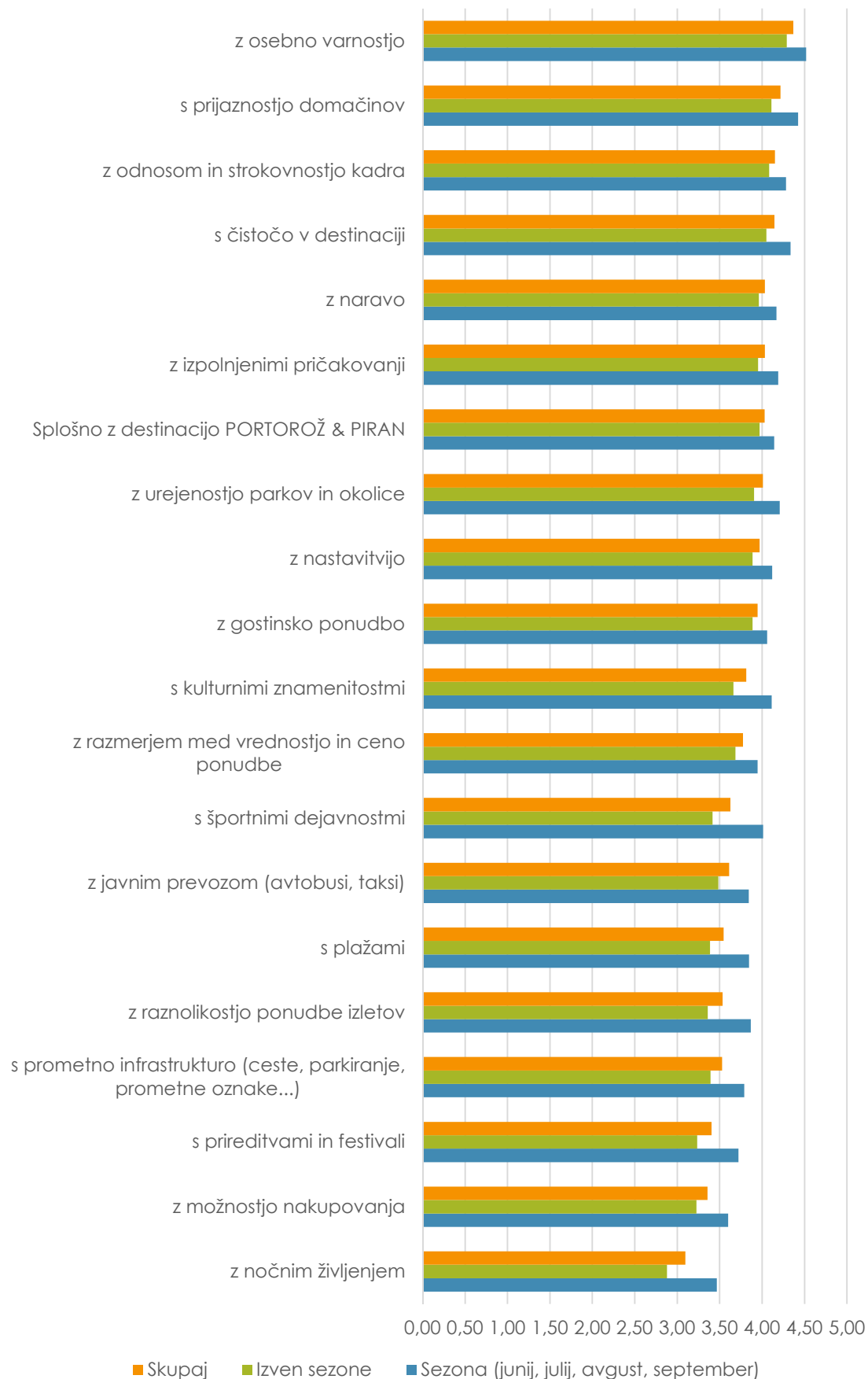
- Marca, aprila in oktobra v primerjavi z majem in decembrom
- Junija v primerjavi z majem, septembrom in decembrom
- Julija v primerjavi z majem
- Avgusta v primerjavi z aprilom, majem, julijem, septembrom, oktobrom in decembrom

Anketiranci iz **Slovenije** so pri splošnem zadovoljstvu z destinacijo dali značilno **nižje ocene** kot anketiranci iz Avstrije, srednje in V Evrope, držav bivše Jugoslavije, S in Z Evrope ter iz drugih bolj oddaljenih držav.

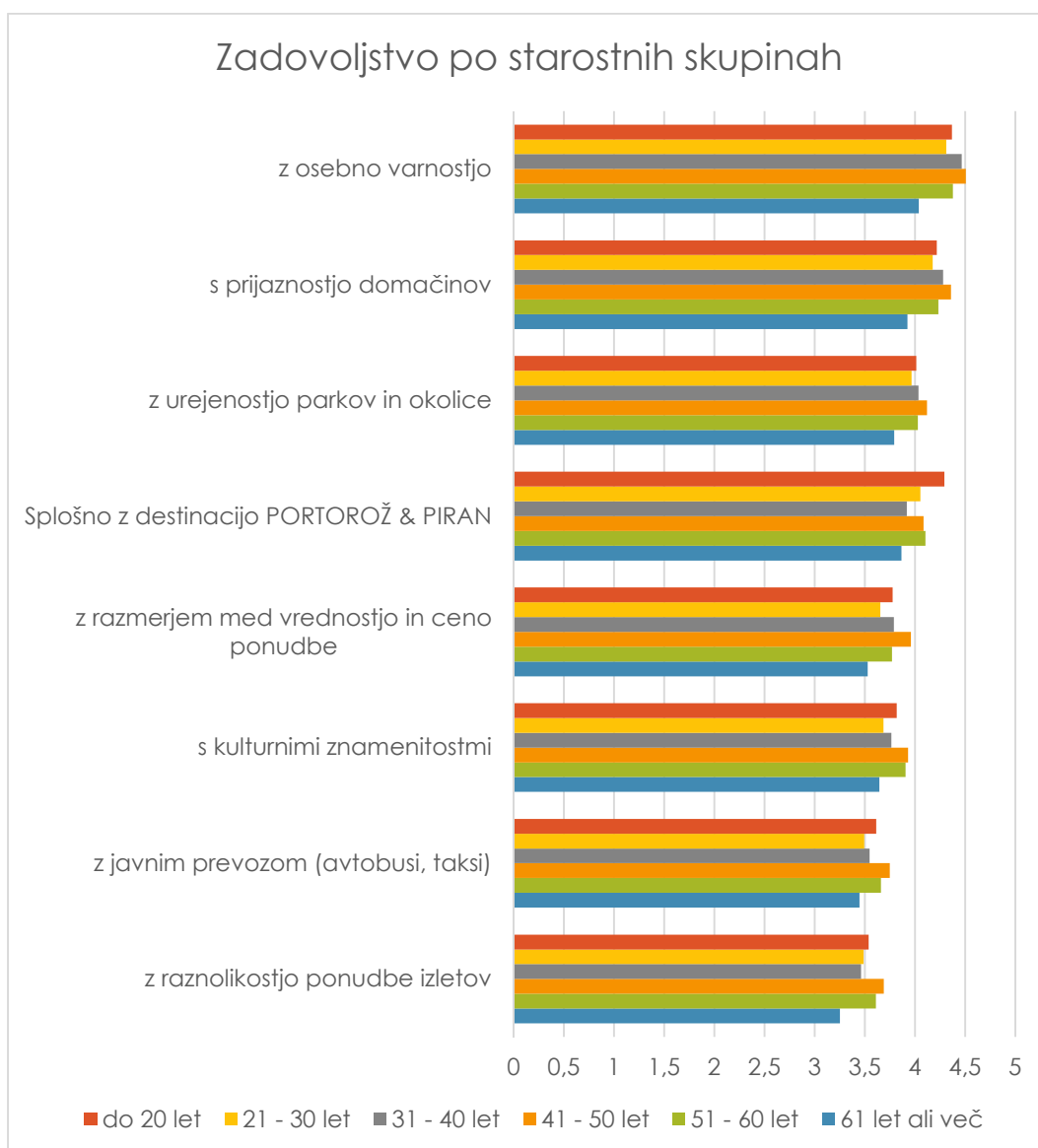
Anketiranci iz Avstrije so podali značilno višjo oceno kot anketiranci iz Italije, medtem ko so anketiranci iz **Nemčije** ocenili svoje splošno zadovoljstvo z destinacijo z značilno **nižjo oceno** kot anketiranci iz S in Z Evrope.

Tudi anketiranci iz **Italije** so svoje splošno zadovoljstvo v destinaciji ocenili z značilno **nižjimi ocenami** kot anketiranci iz Avstrije, srednje in V Evrope, S in Z Evrope ter iz drugih bolj oddaljenih držav.

### Zadovoljstvo gostov



Izkazalo se je, da po spolu ni razlik v ocenah zadovoljstva pri nobeni trditvi. Ženske in moški so približno enakega mnenja pri ocenjevanju.



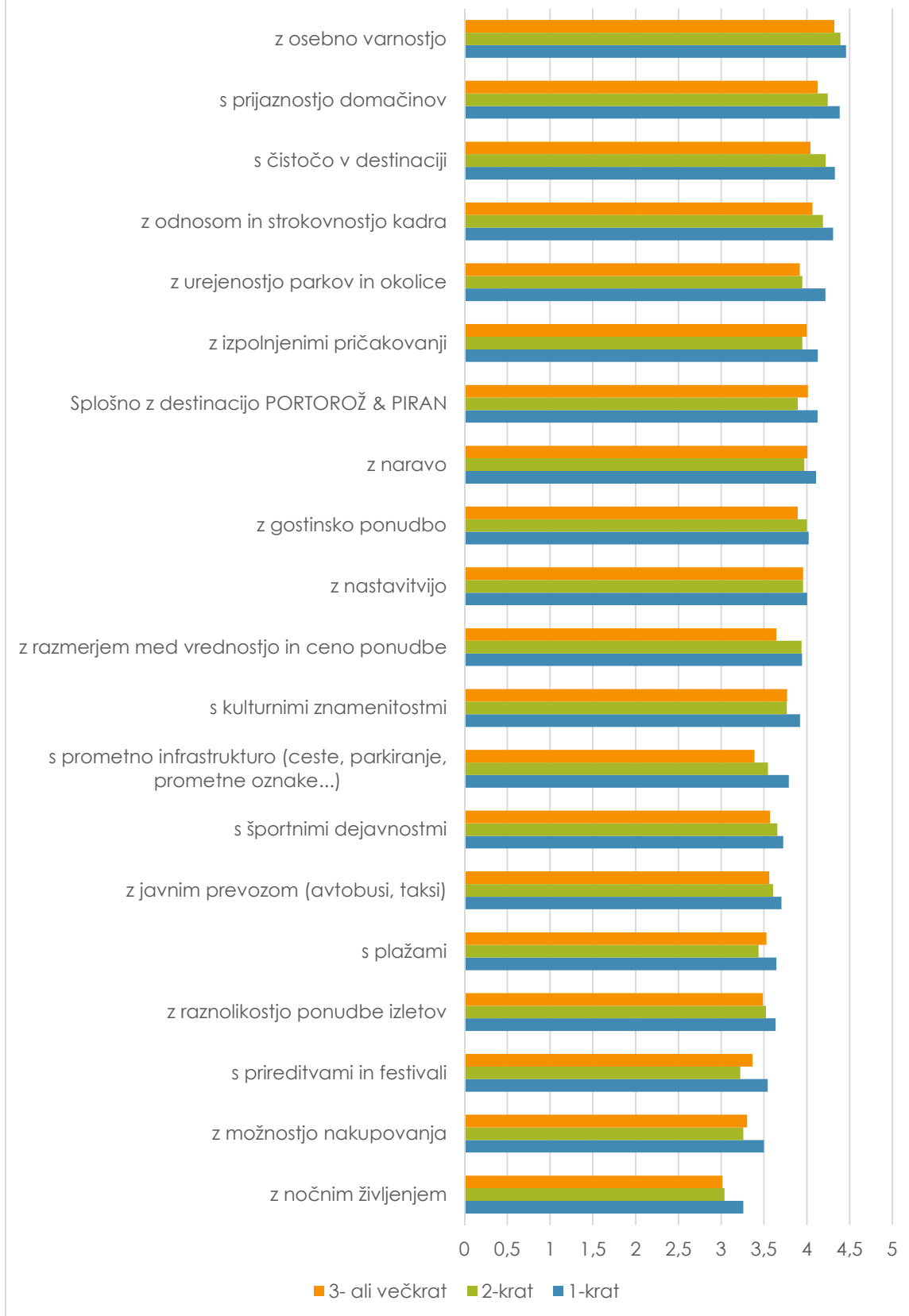
So se pa pokazale razlike v ocenah zadovoljstva **po starosti**, kar pomeni, da so anketiranci ene starostne skupine ocenjevali značilno različno od anketirancev drugih starostnih skupin. Razlike so se pokazale pri naslednjih trditvah:

- Splošno zadovoljstvo z destinacijo (slabše ocene: 31 – 40 let in 61 let ali več)
- Zadovoljstvo s kulturnimi znamenitostmi (slabše ocene: 21 – 30 let, 61 let ali več, boljše ocene: 51 – 60 let)



- Zadovoljstvo z raznolikostjo ponudbe izletov (boljše ocene: 41 – 50 let, slabše ocene: 61 let ali več)
- Zadovoljstvo z javnim prevozom (boljše ocene: 41 – 50 let, slabše ocene: 21- 30 let, 61 let ali več)
- Zadovoljstvo z urejenostjo parkov in okolice (slabše ocene: 61 let ali več, boljše ocene: 31 – 40 let, 41 – 50 let, 51 – 60 let)
- Zadovoljstvo s prijaznostjo domačinov (slabše ocene: 61 let ali več, boljše ocene: 21 – 30 let, 31 – 40 let, 41 – 50 let, 51 – 60 let)
- Zadovoljstvo z osebno varnostjo (slabše ocene: 61 let ali več)
- Zadovoljstvo z razmerjem med vrednostjo in ceno ponudbe (slabše ocene: 61 let ali več, 21 – 30 let, boljše ocene: 41 – 50 let)

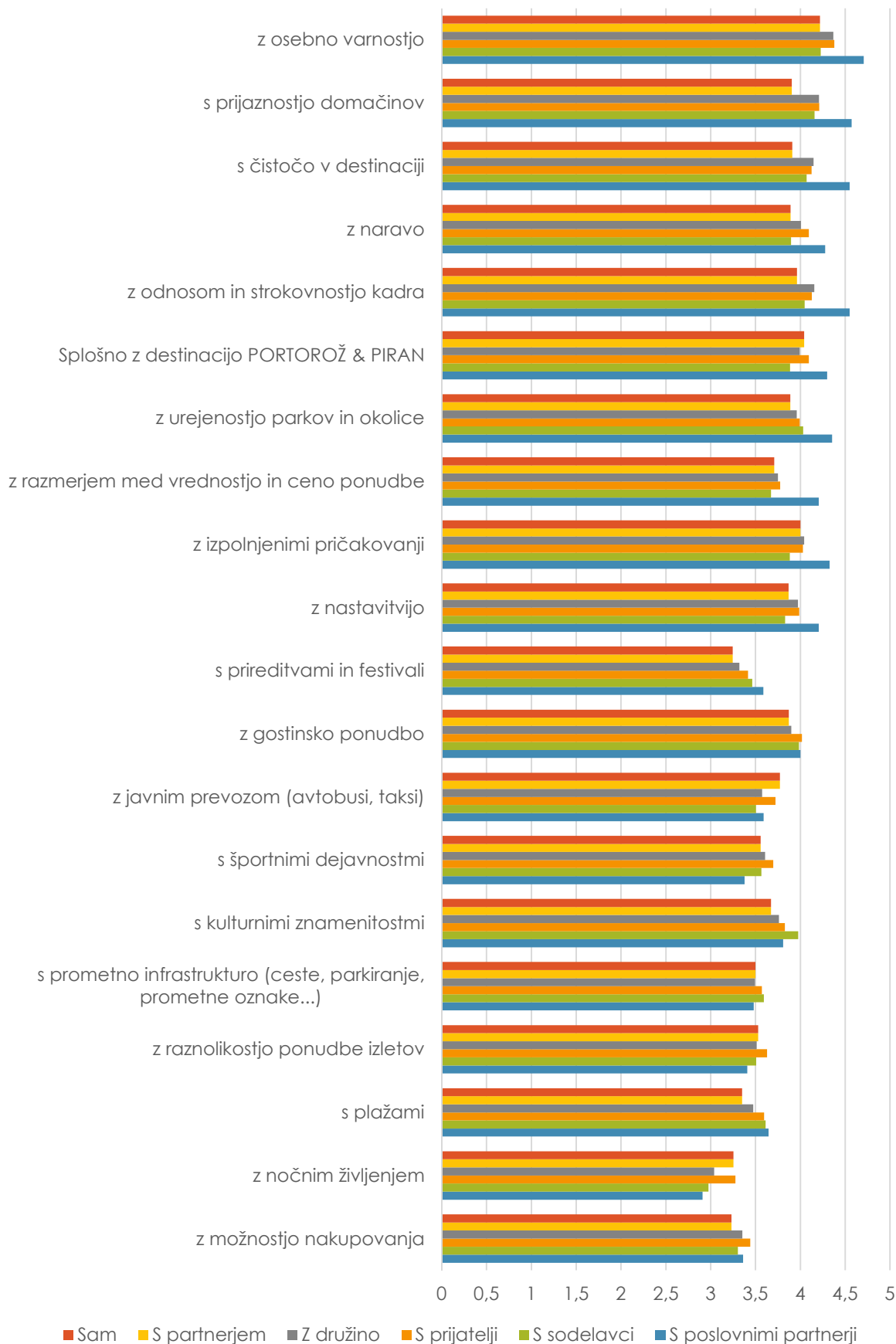
### Zadovoljstvo po številu obiskov



Prav tako so se izpostavile značilne razlike v ocenah zadovoljstva med anketiranci glede na **predhodne obiske**. Te so se pokazale pri naslednjih trditvah:

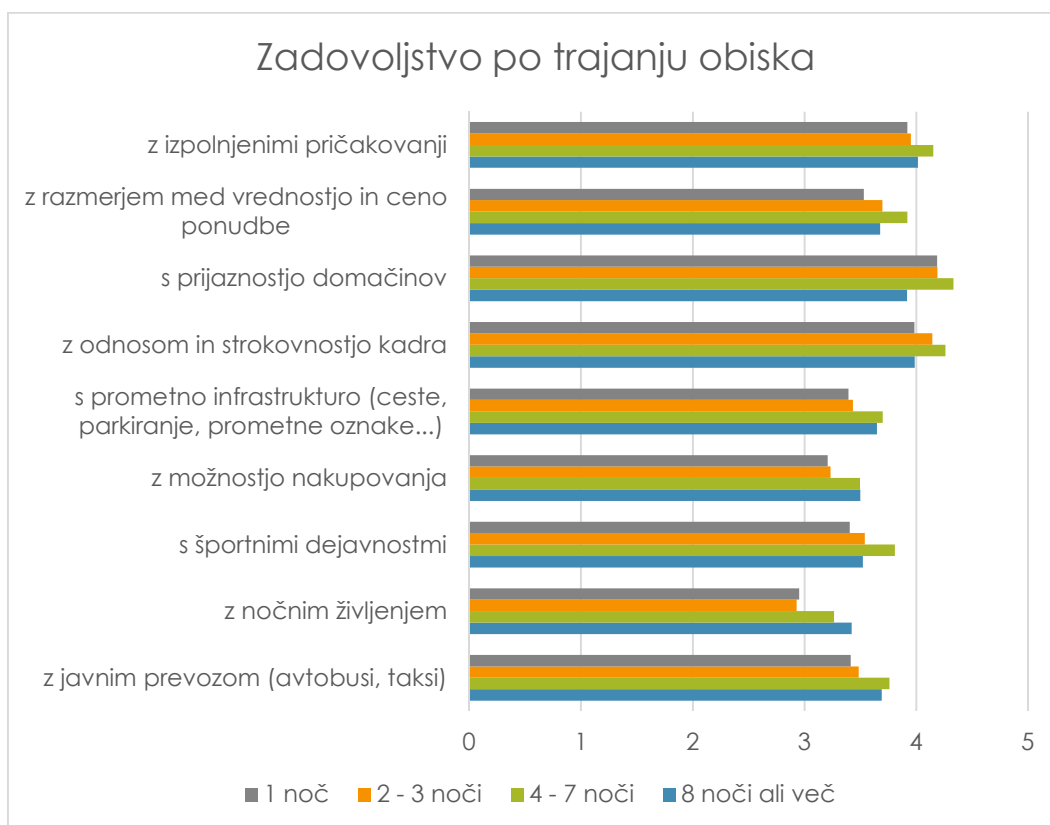
- Splošno zadovoljstvo z destinacijo PORTOROŽ & PIRAN (kdor je bil drugič v destinaciji, je podal slabšo oceno kot tisti, ki so bili tu prvič)
- Zadovoljstvo z nočnim življenjem (kdor je bil tretjič v destinaciji, je podal slabšo oceno kot tisti, ki so bili tu prvič)
- Zadovoljstvo s prireditvami in festivali (kdor je bil dvakrat ali tretjič v destinaciji, je podal slabšo oceno kot tisti, ki so bili tu prvič)
- Zadovoljstvo z možnostjo nakupovanja (kdor je bil dvakrat ali tretjič v destinaciji, je podal slabšo oceno kot tisti, ki so bili tu prvič)
- Zadovoljstvo s prometno infrastrukturo (ceste, parkiranje, prometne oznake...) (kdor je bil dvakrat ali tretjič v destinaciji, je podal slabšo oceno kot tisti, ki so bili tu prvič)
- Zadovoljstvo z urejenostjo parkov in okolice (kdor je bil dvakrat ali tretjič v destinaciji, je podal slabšo oceno kot tisti, ki so bili tu prvič)
- Zadovoljstvo z odnosom in strokovnostjo kadra (kdor je bil tretjič v destinaciji, je podal slabšo oceno kot tisti, ki so bili tu prvič)
- Zadovoljstvo s čistočo v destinaciji (kdor je bil tretjič v destinaciji, je podal slabšo oceno kot tisti, ki so bili tu prvič ali dvakrat)
- Zadovoljstvo z razmerjem med vrednostjo in ceno ponudbe (kdor je bil tretjič v destinaciji, je podal slabšo oceno kot tisti, ki so bili tu prvič ali dvakrat)

### Zadovoljstvo po družbi



Razlike v ocenah zadovoljstva glede na **družbo** oz. s kom so prišli na destinacijo, so se pokazale pri naslednjih trditvah:

- Splošno zadovoljstvo z destinacijo PORTOROŽ & PIRAN (najvišjo oceno in značilno različno so glede na druge podali tisti, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji; kdor je prišel na destinacijo s sodelavci, je podal slabšo oceno kot drugi)
- Pri večini trditev so najvišje zadovoljstvo izrazili tisti, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji, so pa v primerjavi z ostalimi podali nižje ocene glede *javnega prevoza, športnih dejavnosti, prometne infrastrukture, raznolikostjo ponudbe izletov ter glede nočnega življenja*
- Zadovoljstvo z osebno varnostjo (precej višje ocenjeno zadovoljstvo v primerjavi z drugimi pri tistih, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji)
- Zadovoljstvo s prijaznostjo domačinov (značilno različno in višje ocenjeno zadovoljstvo v primerjavi z drugimi pri tistih, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji)
- Zadovoljstvo s čistočo v destinaciji (značilno višje ocenjeno zadovoljstvo v primerjavi z drugimi pri tistih, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji)
- Zadovoljstvo z naravo (z višjimi ocenami so glede na druge izstopali tisti, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji, in tisti s prijatelji)
- Zadovoljstvo z odnosom in strokovnostjo kadra (izstopa ocena tistih, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji)
- Zadovoljstvo z urejenostjo parkov in okolice (značilno višjo oceno od drugih so podali tisti, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji)
- Zadovoljstvo z nastanitvijo (navzgor izstopa ocena tistih, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji)
- Zadovoljstvo z razmerjem med vrednostjo in ceno ponudbe (precej višja ocena tistih, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji, v primerjavi z drugimi)
- Zadovoljstvo z izpolnjenimi pričakovanji (navzgor izstopa ocena tistih, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji, navzdol pa ocena tistih, ki so bili na destinaciji s prijatelji)
- Zadovoljstvo z nočnim življenjem (značilno nižje so glede na druge podali ocene tisti, ki so bili na destinaciji s poslovnimi partnerji, sodelavci in z družino)
- Zadovoljstvo z možnostjo nakupovanja (višje in različno od drugih so tu oceno podali tisti, ki so bili na destinaciji s prijatelji)



Značilne razlike v ocenah zadovoljstva glede na **trajanje obiska** so se pokazale pri naslednjih trditvah:

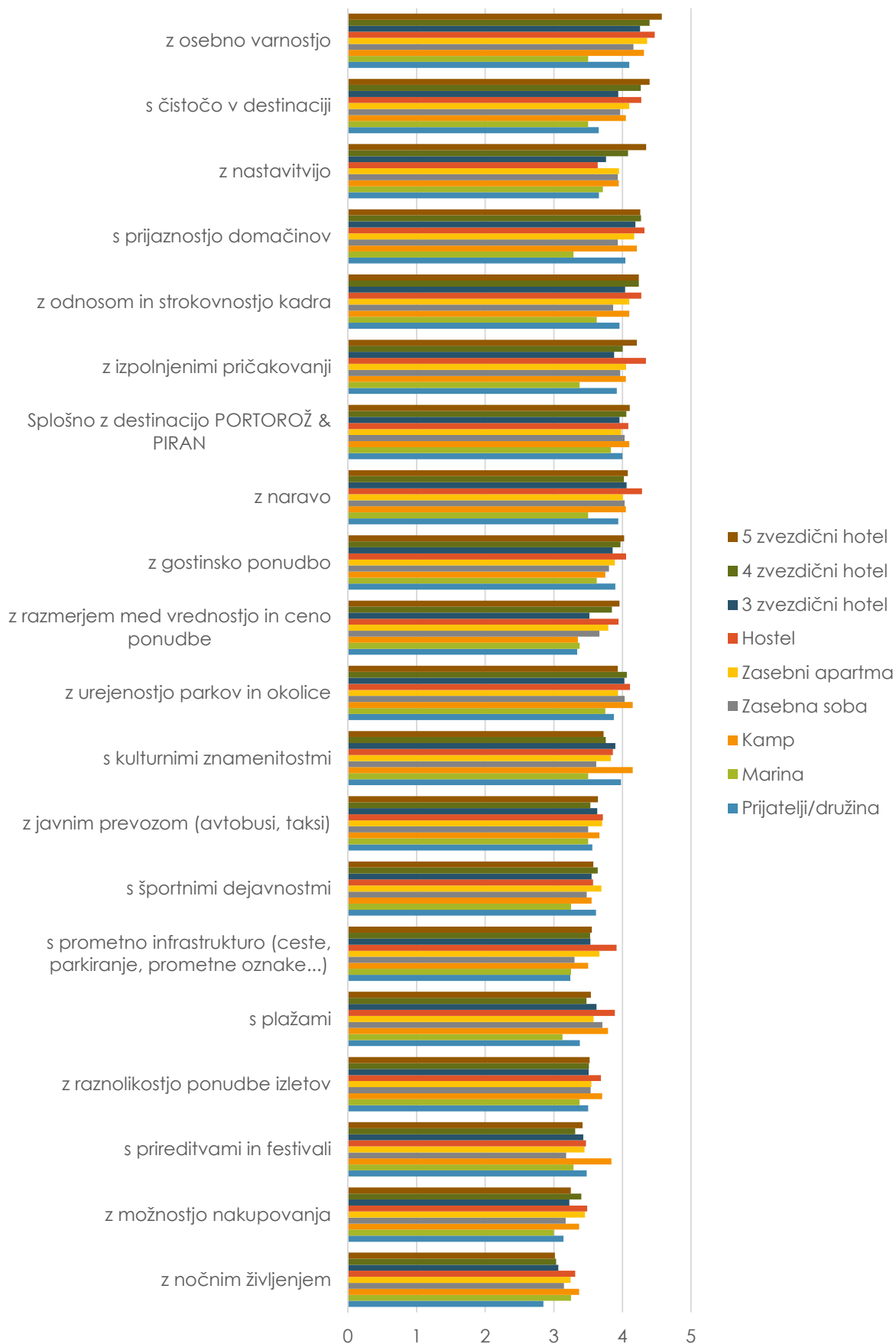
- Splošno zadovoljstvo z destinacijo PORTOROŽ & PIRAN (anketiranci, ki so bili na destinaciji samo preko dneva ali so ostali 4 – 7 noči, so podali boljšo oceno kot tisti, ki so ostali 2 – 3 noči)
- Zadovoljstvo s prijaznostjo domačinov (pokazale so se značilne razlike v oceni prijaznosti med tistimi, ki so ostali na destinaciji 4 – 7 noči, in tistimi, ki so ostali 8 ali več noči)
- Zadovoljstvo z odnosom in strokovnostjo kadra (višjo in značilno različno oceno so podali tisti, ki so bili na destinaciji 4 – 7 noči, v primerjavi s tistimi, ki so ostali 1 noč ali 8 in več noči)
- Zadovoljstvo z izpolnjenimi pričakovanji (v primerjavi z vsemi drugimi so najvišje izpolnjena pričakovanja ocenili tisti, ki so na destinaciji ostali 4 – 7 noči)
- Zadovoljstvo z razmerjem med vrednostjo in ceno ponudbe (v primerjavi z vsemi drugimi so najvišje razmerje med vrednostjo in ceno ocenili tisti, ki so na destinaciji ostali 4 – 7 noči)
- Zadovoljstvo s športnimi dejavnostmi (glede na druge je najbolj izstopala ocena zadovoljstva tistih, ki so na destinaciji ustvarili med 4 in 7 prenočitvami)

- Zadovoljstvo z javnim prevozom (avtobusi, taksi), zadovoljstvo s prometno infrastrukturo (ceste, parkiranje, prometne oznake...), zadovoljstvo z možnostjo nakupovanja ter zadovoljstvo z nočnim življenjem: pri teh trditvah so se izkazale značilne razlike med vsemi tistimi, ki so bili na destinaciji 4 noči ali več, in vsemi tistimi, ki so ostali le krajši čas (3 noči ali manj)

Anketiranci, ki so bili nastanjeni v različnih **tipih nastanitev**, so glede na to ocenjevali zadovoljstvo na značilno različen način pri naslednjih trditvah:

- Zadovoljstvo z nastavitvijo (anketiranci, ki so bili nastanjeni v 5-zvezdičnem hotelu, so podali boljšo oceno kot drugi)
- Zadovoljstvo z odnosom in strokovnostjo kadra (anketiranci, ki so bili nastanjeni v marini ali v zasebnih sobah, so podali slabše ocene kot tisti v hotelih in hostlih)
- Zadovoljstvo s prijaznostjo domačinov (anketiranci, ki so bili nastanjeni v marini, so podali slabšo oceno kot drugi)
- Zadovoljstvo s čistočo v destinaciji (anketiranci, ki so bili nastanjeni v marini, 3-zvezdičnem hotelu, zasebni sobi ali pri prijateljih oz. svojcih, so podali slabšo oceno kot drugi)
- Zadovoljstvo z osebno varnostjo (anketiranci, ki so bili nastanjeni v marini ali pri prijateljih oz. svojcih, so podali slabšo oceno kot drugi)
- Zadovoljstvo z razmerjem med vrednostjo in ceno ponudbe (anketiranci, ki so bili nastanjeni v 3-zvezdičnem hotelu, kampu ali pri prijateljih oz. svojcih, so podali slabšo oceno kot drugi)
- Zadovoljstvo z izpolnjenimi pričakovanji (anketiranci, ki so bili nastanjeni v marini in 3-zvezdičnim hotelom, so podali slabšo oceno kot drugi)

### Zadovoljstvo glede na tip nastanitve





Pri preverjanju ocen zadovoljstva **v povezanosti s porabo za nastanitev** se je pokazalo, da so bili tisti, ki so za nastanitev porabili manj, bolj zadovoljni kot tisti, ki so za nastanitev porabili več, pri naslednjih trditvah:

- Zadovoljstvo s kulturnimi znamenitostmi
- Zadovoljstvo s prireditvami in festivali
- Zadovoljstvo s plažo

Tisti, ki so za nastanitev porabili več, so bili bolj zadovoljni kot tisti, ki so za nastanitev porabili manj, pri naslednjih trditvah:

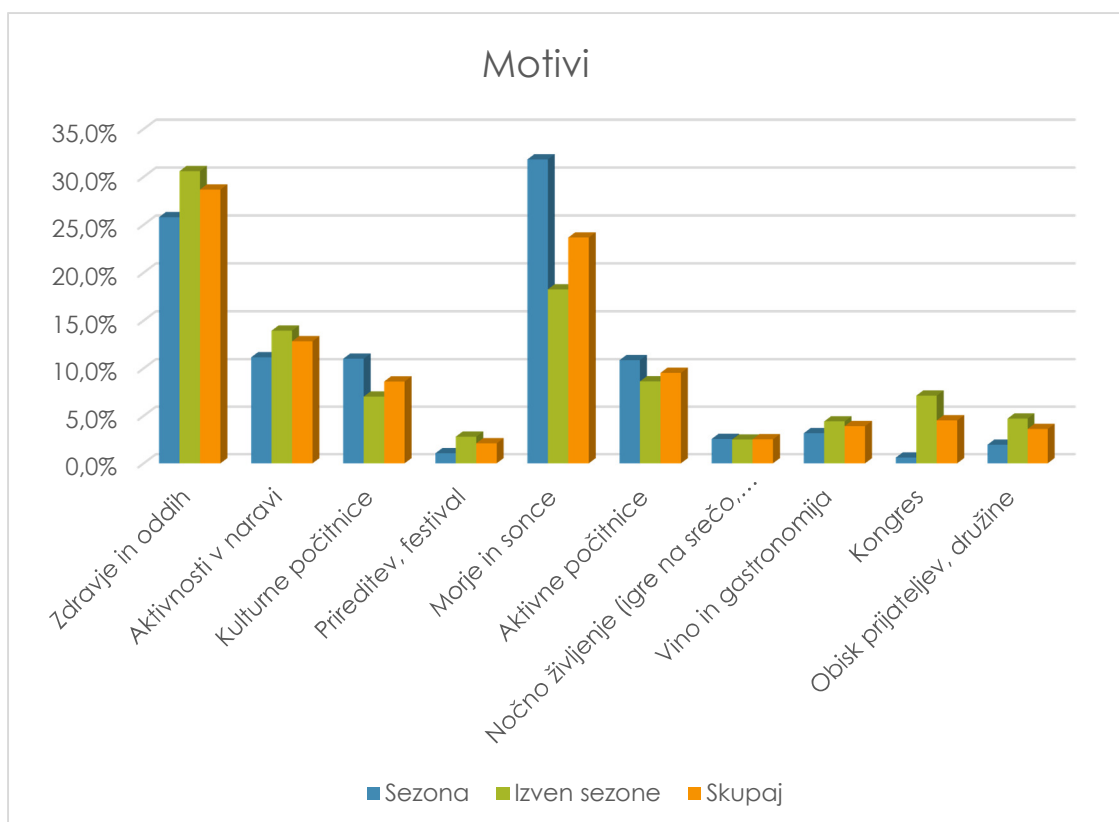
- Zadovoljstvo z nastanitvijo
- Zadovoljstvo z odnosom in strokovnostjo kadra
- Zadovoljstvo s prijaznostjo domačinov
- Zadovoljstvo s čistočo v destinaciji
- Zadovoljstvo z razmerjem med vrednostjo in ceno ponudbe

Tudi ocene zadovoljstva **v povezanosti s porabo za hrano, pijačo in druge aktivnosti** so pokazale, da so bili tisti, ki so za hrano, pijačo in druge aktivnosti porabili manj, bolj zadovoljni pri vseh trditvah kot tisti, ki so za to porabili več.

## MOTIVI ZA OBISK DESTINACIJE PORTOROŽ & PIRAN

Vprašalnik vsebuje tudi sklop značilnosti, ki lahko gostu predstavljajo motiv za izbiro in obisk destinacije. Izpostavljenih je deset motivov, med katerimi so lahko anketiranci izbrali enega ali več.

Kot najpogostejši motiv se je izkazala skrb za **zdravje in oddih** (28,7 %), sledijo mu *morje in sonce* (23,7 %), *aktivnosti v naravi* (12,8 %) ter *aktivne počitnice* (9,5 %). Anketiranci so med 10 nanizanimi motivi najmanjkrat izbrali motiv prireditev in festivalov (2,1 %). Najpogostejši motiv **v sezonskih** mesecih predstavlja **morje in sonce** (31,8 %), najpogostejši v mesecih **izven sezone** pa **zdravje in oddih** (30,6 %). V sezonskih mesecih je bil najmanjkrat izbran motiv kongresov (0,6 %), v mesecih izven sezone pa motiv nočnega življenja (2,5 %).

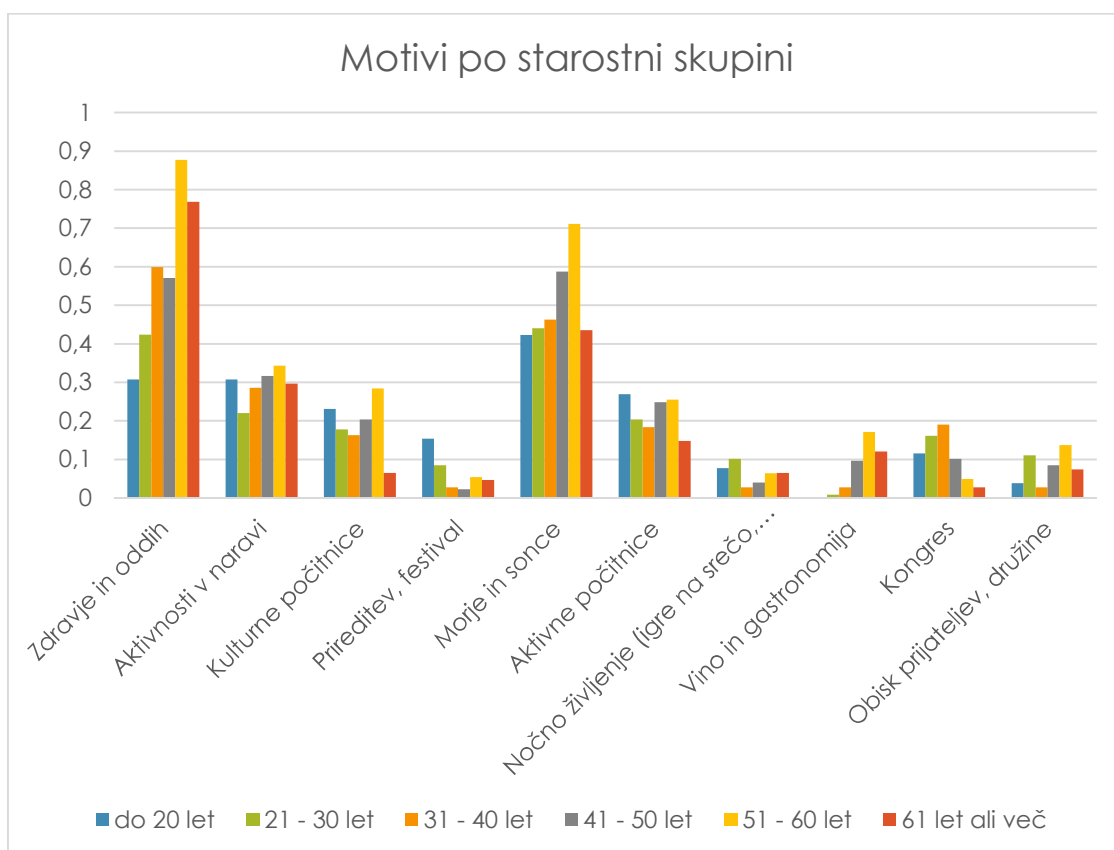


### Motivi glede na starost

Anketiranci v razponu starosti **med 51 in 60 let** so v primerjavi z drugimi v največji meri označili večino motivov. Največkrat so izbrali motiv skrbi za **zdravje in oddih** (skoraj 90 %), *morje in sonce* (čez 70 %), *aktivnosti v naravi*, *kulturne počitnice* (skoraj 30 %), *vina in gastronomije* ter *obisk prijateljev oz. svojcev*.

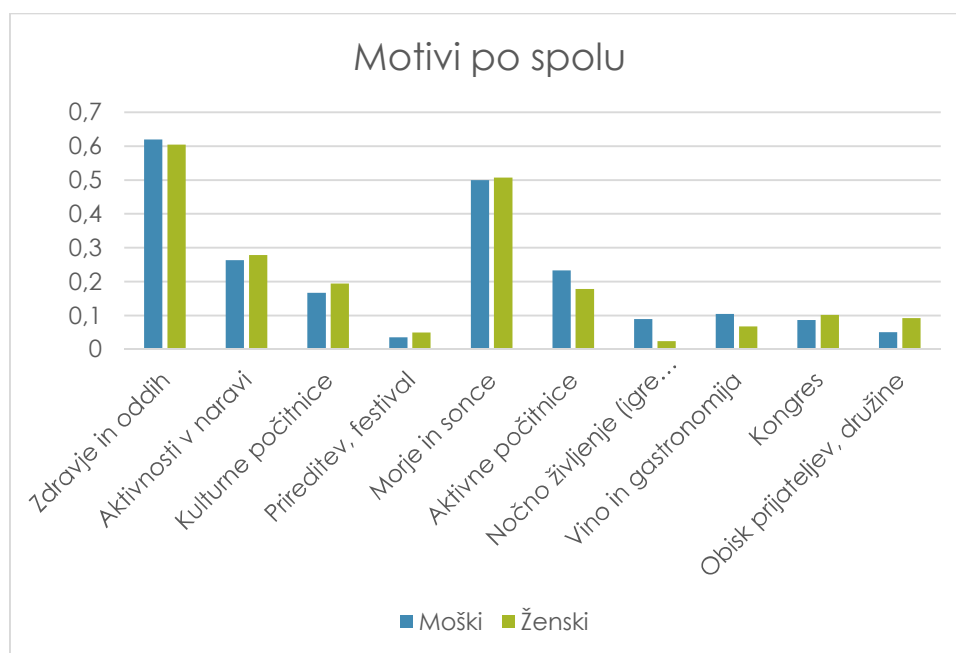
V primerjavi z drugimi so anketiranci iz starostne skupine do 20 let najpogosteje označili motive aktivnih počitnic (preko 25 %), prireditev in festivalov (okoli 15 %), relativno pogosto so izbrali tudi motiv aktivnosti v naravi ter kulturnih počitnic.

Tudi anketiranci v starosti med 21 in 30 let so se v primerjavi z drugimi pogosteje opredelili za motiv nočnega življenja. Tisti v starosti 31 in 40 let pa so glede na druge največkrat izbrali motiv kongresa.



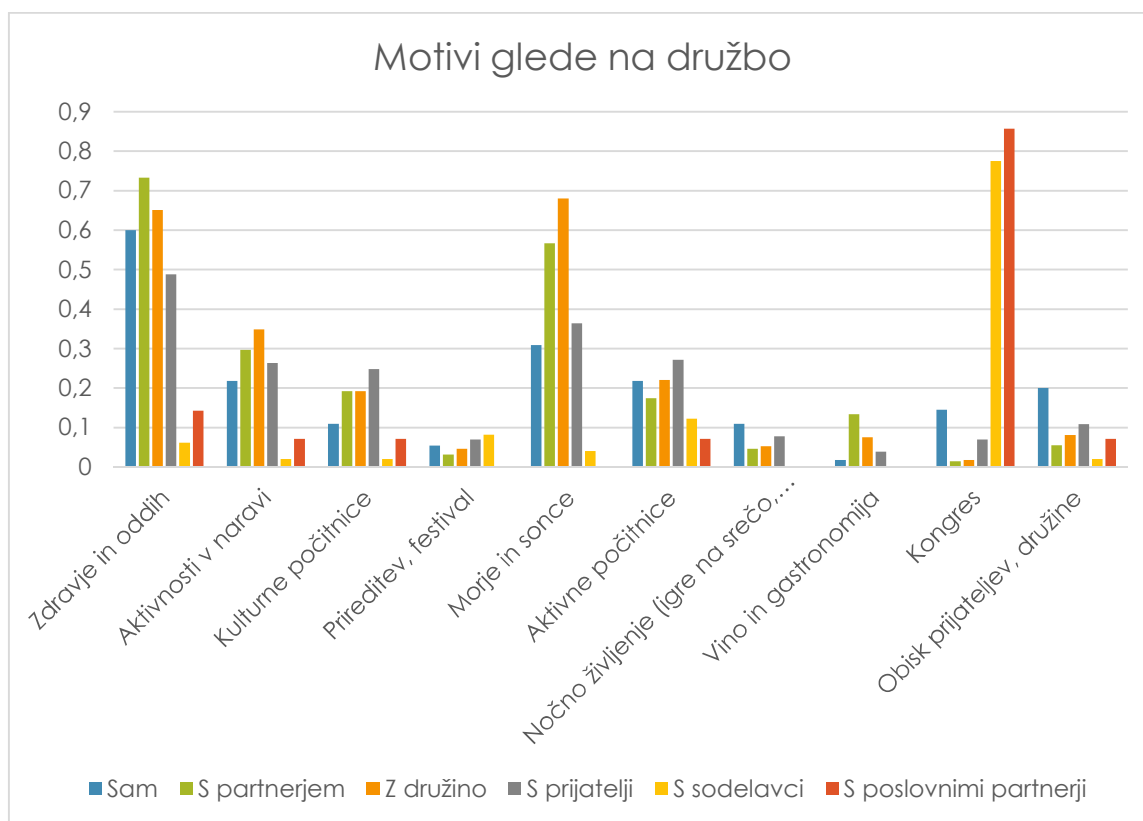
### Motivi glede na spol

Večino motivov so v isti meri izrazile tako anketiranke kot anketiranci. So se pa pri nekaj motivih pokazale značilne razlike. **Ženske** so se pogosteje opredelile za motiva **kulturnih počitnic** in **obiska prijateljev oz. svojcev**, **moški** pa za motiva **nočno življenje** ter **vino in gastronomija**.



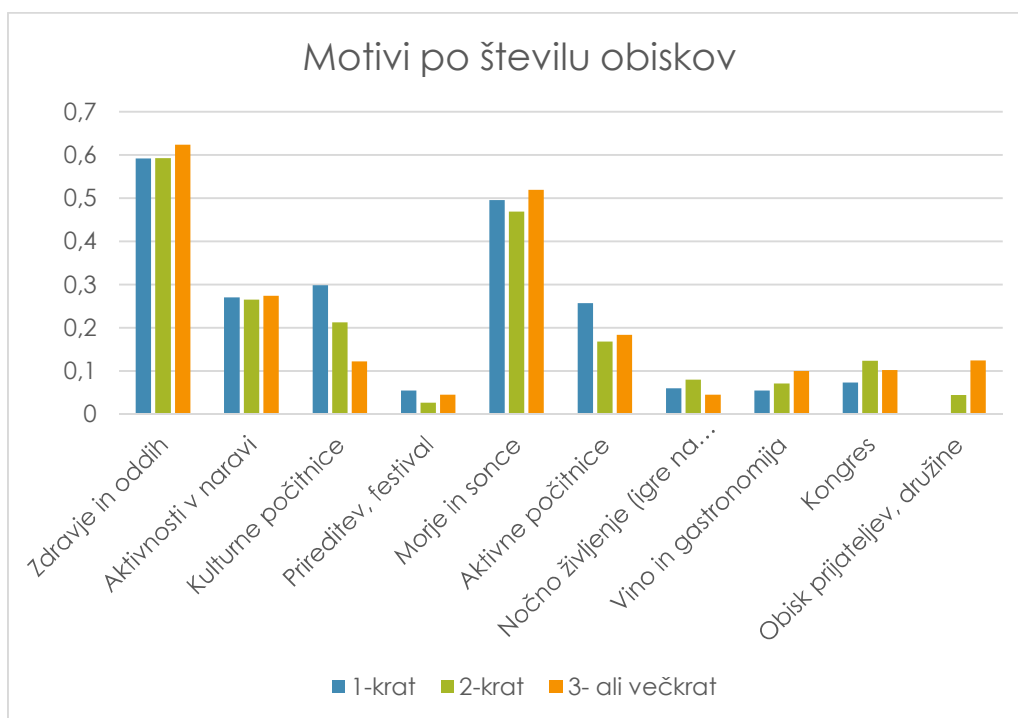
### Motivi glede na družbo

Zagotovo so motivi za izbiro destinacije pogojeni tudi s tem, s kom greš na pot. Zelo izrazito so motiv **kongresov** izrazili anketiranci, ki so na destinaciji bili **s sodelavci** ali **poslovnimi partnerji** (oboje okoli 80 %). Pri motivih **zdravje in oddih**, **morje in sonce** ter **aktivnosti v naravi**, pa tudi **vino in gastronomija** najbolj izstopajo anketiranci, ki so bili na destinaciji **s partnerjem** ali **družino**. Motiva **kulturnih** in **aktivnih počitnic** so najpogosteje v primerjavi z drugimi izbrali anketiranci, ki so bili na destinaciji **s prijatelji**. Relativno največ odgovorov pri motivih **nočno življenje** in **obisk prijateljev, družine** so podali anketiranci, ki so bili na destinaciji **sami**. Zanimivo so se za motiv **prireditvev in festivalov** relativno najpogosteje izrekli tisti, ki so bili na destinaciji **s sodelavci** ali s prijatelji.



### Motivi glede na število obiskov

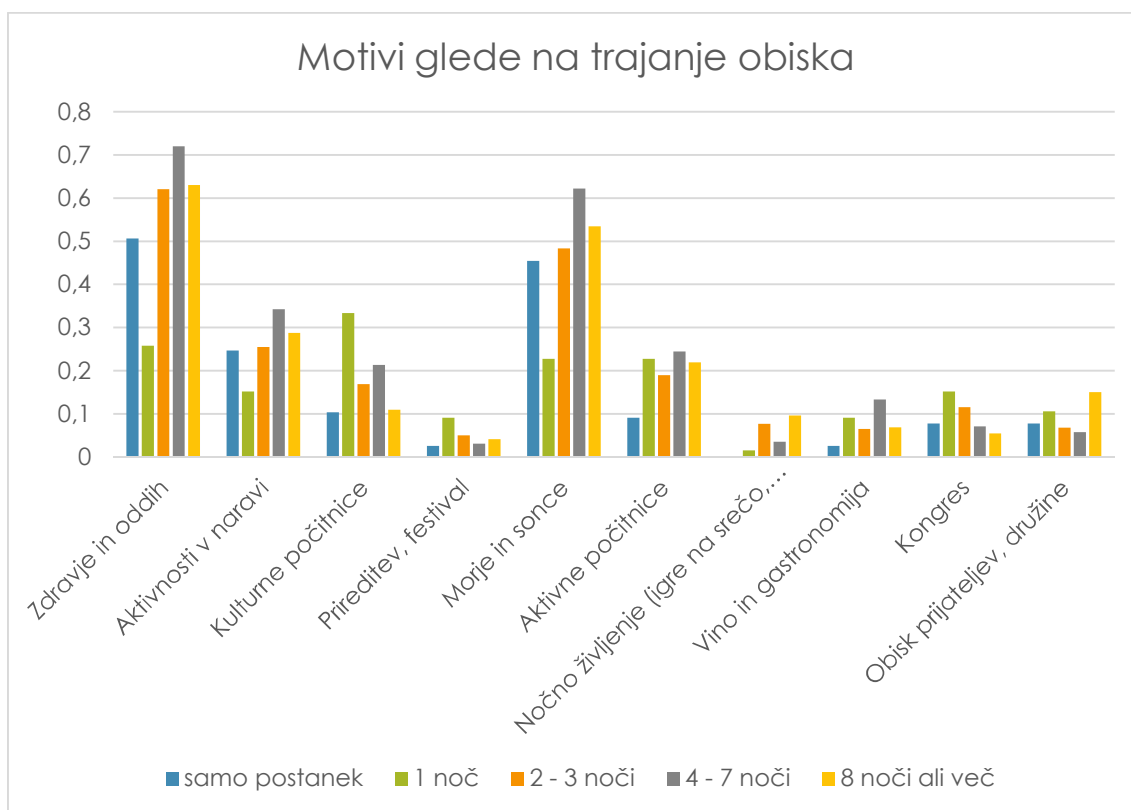
Večina motivov se s povečanim številom obiskov destinacije ne spreminja oz. se zanje opredeli le malo več anketirancev. Upad izbire motiva je zaznati pri kulturnih počitnicah in aktivnih počitnicah.



### Motivi glede na trajanje obiska

Pri tistih, ki so prišli v destinacijo samo **za en dan**, so se pokazali motivi **zdravja in oddiha**, **morja in sonca**, aktivnosti v naravi, aktivnih počitnic ter vina in gastronomije. Pri anketirancih, ki so ostali na destinaciji **eno noč**, opazimo motiva **kulturnih počitnic**, **kongresov** ter prireditev in festivalov. Poleg običajnih motivov (zdravje in oddih, morje in sonce ipd.) sta se pri anketirancih, ki so na destinaciji ostali **2 do 3 noči**, izpostavila tudi motiva **kongresov** in **nočnega življenja**.

Pri tistih, ki so ob svojem obisku ustvarili **4 do 7 prenočitev**, izstopajo klasični motivi **zdravja in oddiha**, **morja in sonca**, aktivnosti v naravi, aktivnih počitnic in kulturnih počitnic. Podobno tudi pri anketirancih, ki so preživeli na destinaciji **8 ali več noči**, ki pa so v primerjavi z drugimi izstopali tudi z motivoma **obiska prijateljev ali svojcev** in **nočnega življenja**.

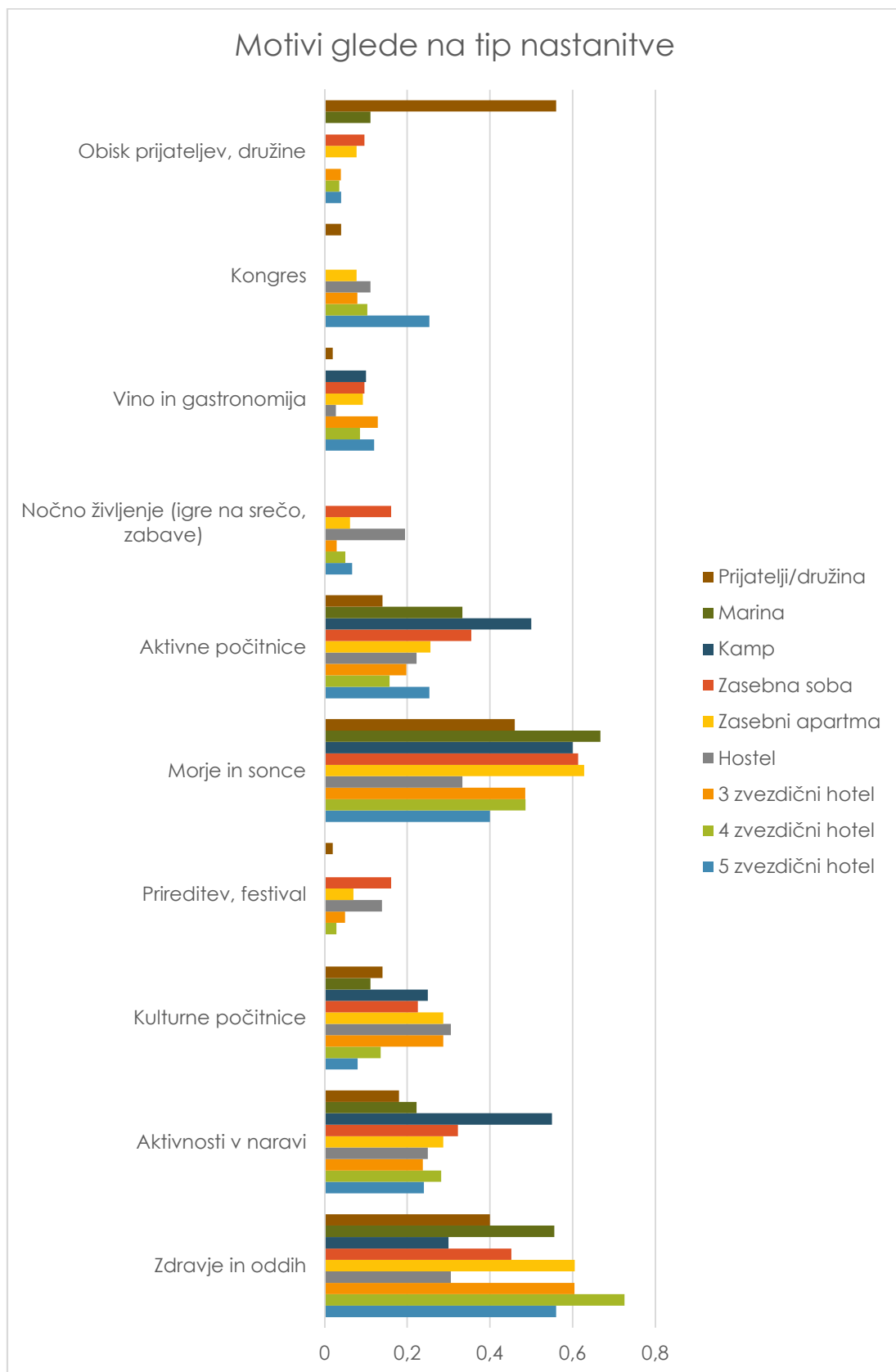


### Motivi glede na tip nastanitve

Zanimiv je tudi pregled tipa nastanitve, ki si jo gosti izberejo tudi na podlagi motiva preživljanja svojega prostega časa oz. poti.

Za **zdravje in oddih** so si anketiranci izbrali **vse tipe** nastanitvenih objektov, najmanj pa hostle in kampe. Prav tako v primeru motiva **aktivnosti v naravi** in **aktivnih počitnic**, pri čemer prednjači izbira nastanitve v **kampu**. Ko so anketiranci za motiv imeli **kulturne počitnice**, se odločijo za vse tipe nastanitve, pri čemer pa se v primerjavi z drugimi **manj** odločajo za **hotele višjih kategorij**.

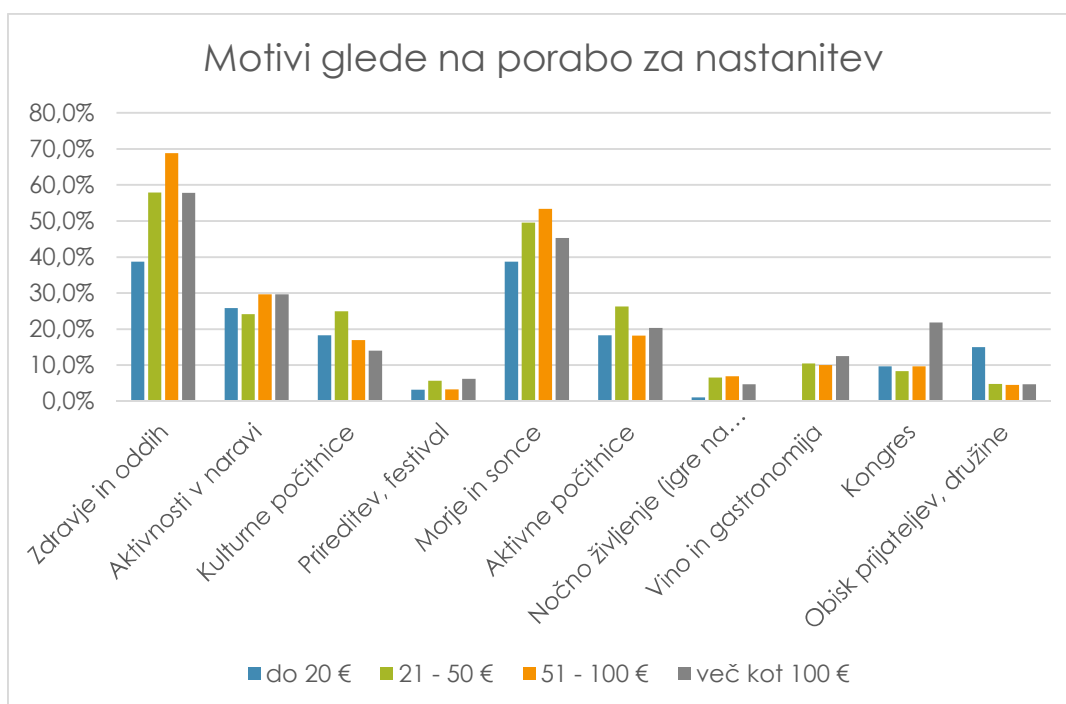
Če so anketiranci prišli na destinacijo zaradi **priveditve** ali zaradi **nočnega življenja**, se pogosteje odločijo za nastanitev v **hostlu** ali v **zasebnih sobah**. Pri motivu **kongresov** se nastanijo pretežno v **hotelih**, kvečjemu v hostlih ali zasebnem apartmaju. Kdor obišče svoje **prijatelje ali svojce**, se najpogosteje nastani kar **pri njih** ali pa v **objektih nižjih kategorij**.



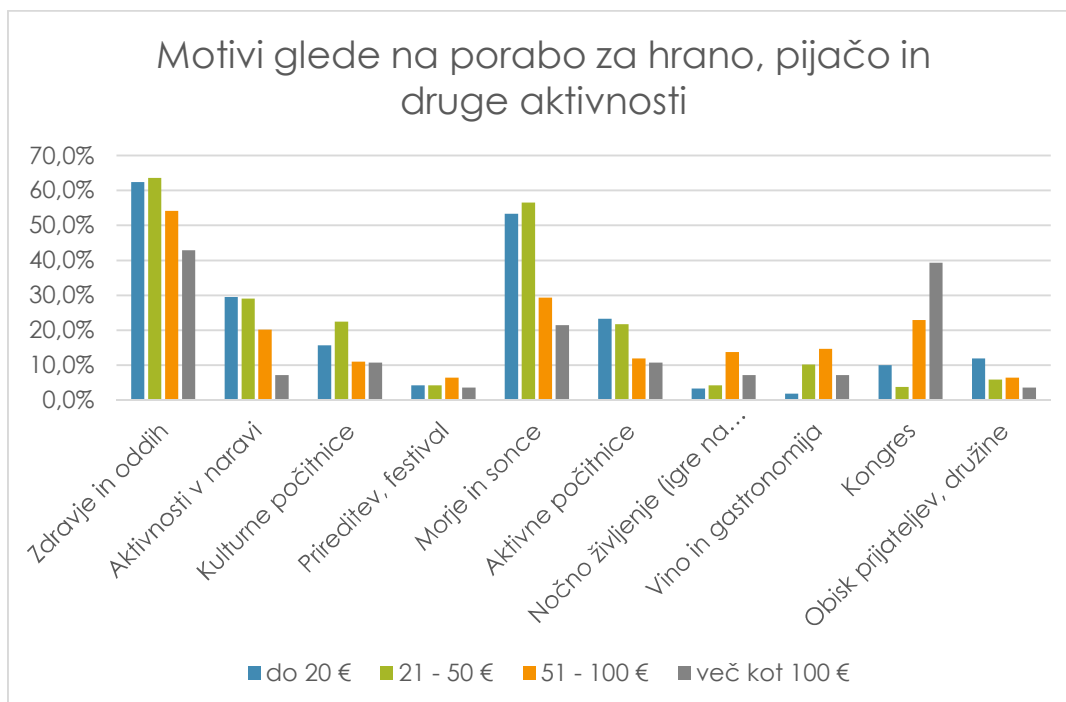


### Motivi glede na porabo za nastanitev in porabo za hrano, pijačo in druge aktivnosti

Tudi glede na porabo anketirancev za nastanitev ali hrano, pijačo in druge aktivnosti lahko preverimo, kdo se opredeli bolj za nek motiv v primerjavi z drugimi.



Pri večini motivov je opaziti odstopanja med razredi porabe. Tisti, ki **porabijo** za nastanitev **najmanj**, so v primerjavi z drugimi relativno manjkrat izrazili večino motivov, razen motiva **aktivnosti v naravi** in **obisk prijateljev, svojcev**. Z motivom **kulturnih in aktivnih počitnic** je je največ takih, ki za nastanitev porabijo **med 21 in 50 evrov** na osebo na dan. Prav tako je opazna **visoka poraba** za nastanitev v primeru, ko je motiv obiska **udeležba na kongresu** ali **vino in gastronomija**.



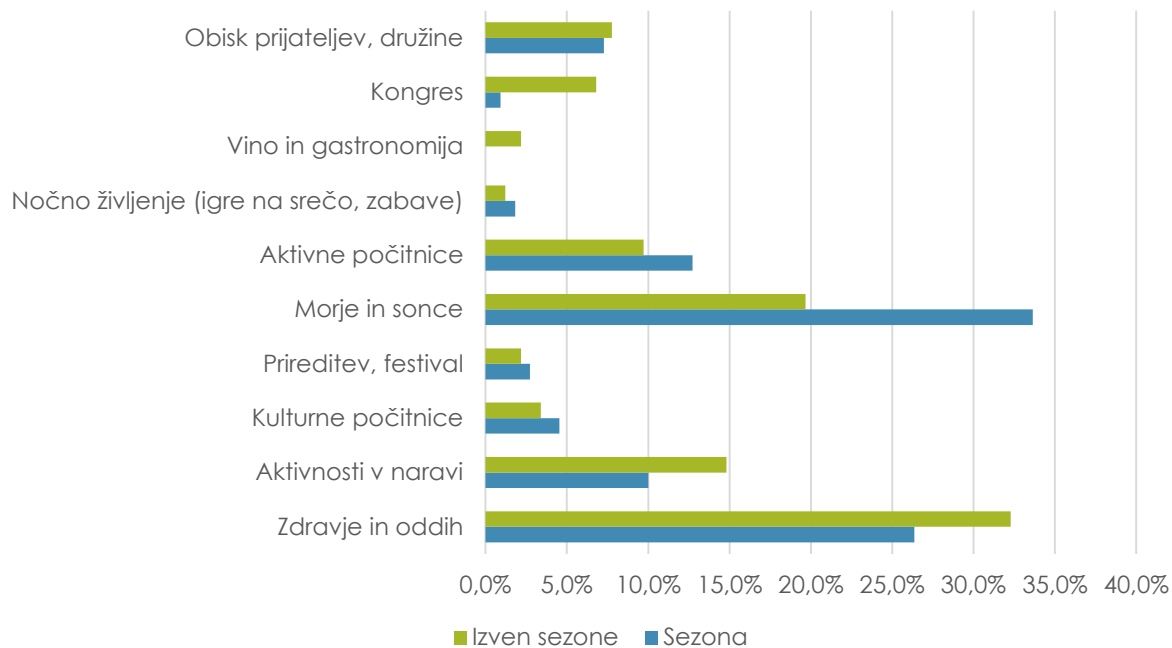
Tudi pri porabi za hrano, pijačo in druge aktivnosti se vidijo odstopanja med motivi v primerjavi med razredi porabe. Pri tistih, ki za hrano, pijačo in druge aktivnosti **porabijo manj**, so izraziti motivi **zdravje in oddih**, **morje in sonce**, **aktivnost v naravi**, **aktivne počitnice**, **kulturne počitnice** ter **obisk prijateljev, družine**. Tisti, ki so ocenili svojo **porabo kot visoko**, so povečini izrazili motive obiska, kot so **udeležba na kongresih**, **vino in gastronomija**, **nočno življenje** in **prireditve in festivali**.

#### Motivi glede na državo pripradnosti

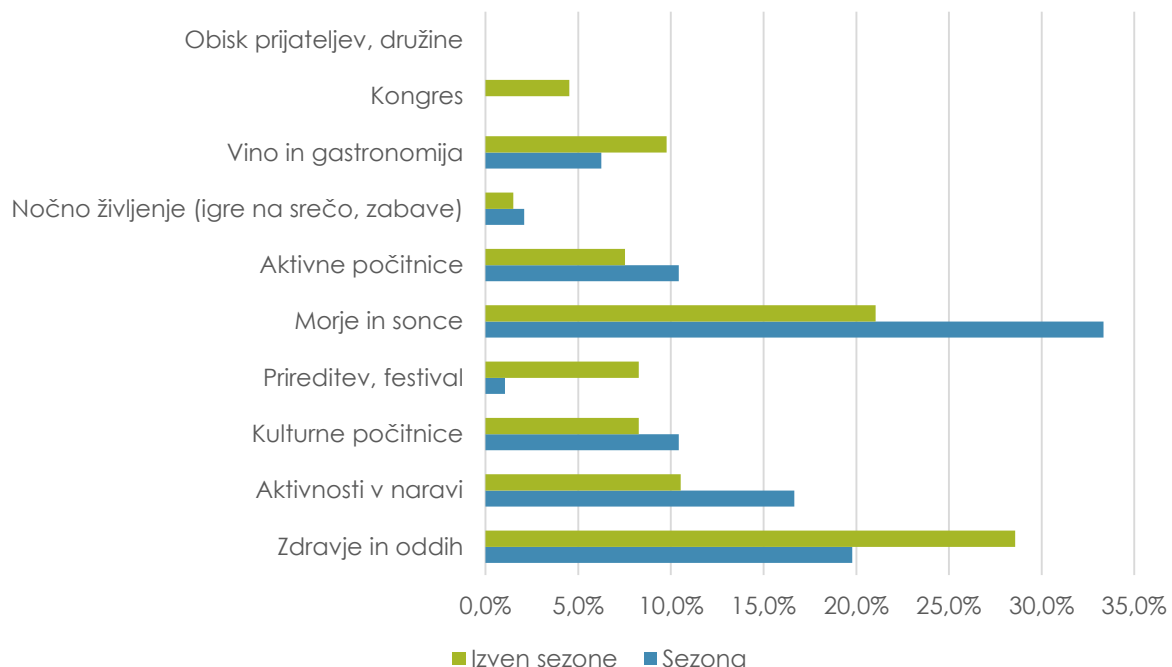
V nadaljevanju je prikaz motivov za obisk destinacije Portorož & Piran za anketirance iz posameznih držav oziroma tržnih skupin, kot smo jih določili že predhodno. Odgovori so ločeni za mesece v sezoni (junij, julij, avgust in september) ter mesece izven sezone. Tako je nazorno prikazano, za katere motive so se opredelili anketiranci, če so na destinacijo prišli poleti ali v drugih letnih časih.

Opazimo lahko, da sta se pri vseh kot najpogostejša motiva izkazala klasična **zdravje in oddih** ter **morje in sonce**, seveda več v poletnih mesecih.

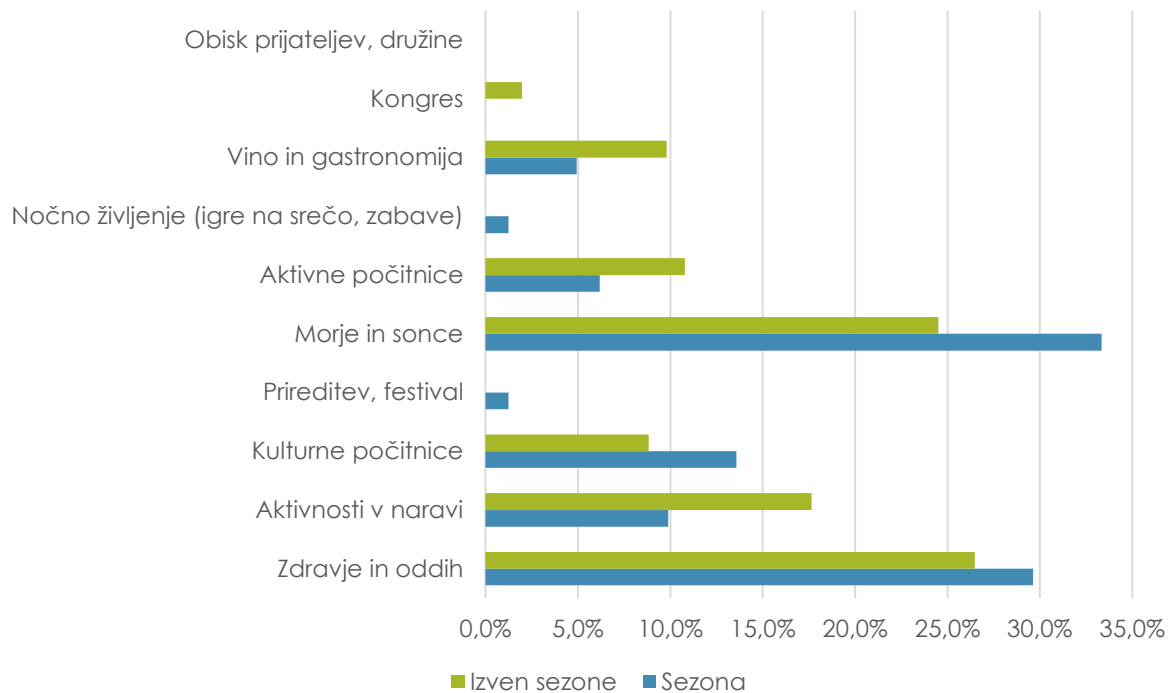
### Motivi za anketirance iz Slovenije



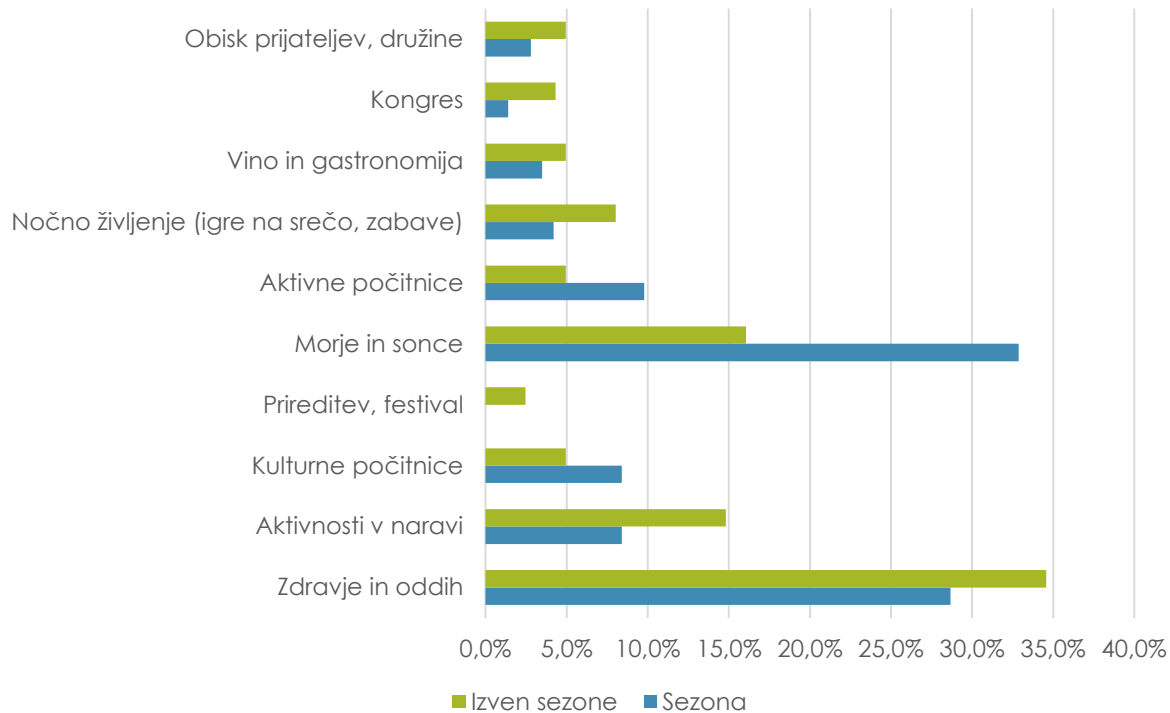
### Motivi za anketirance iz Avstrije



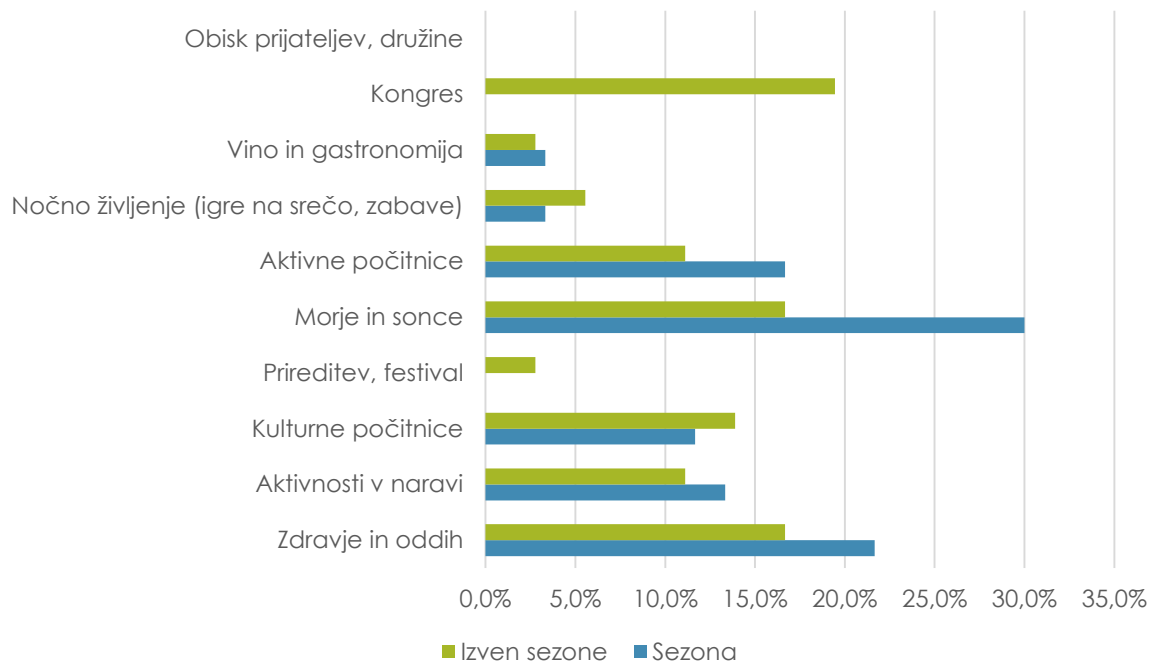
### Motivi za anketirance iz Nemčije



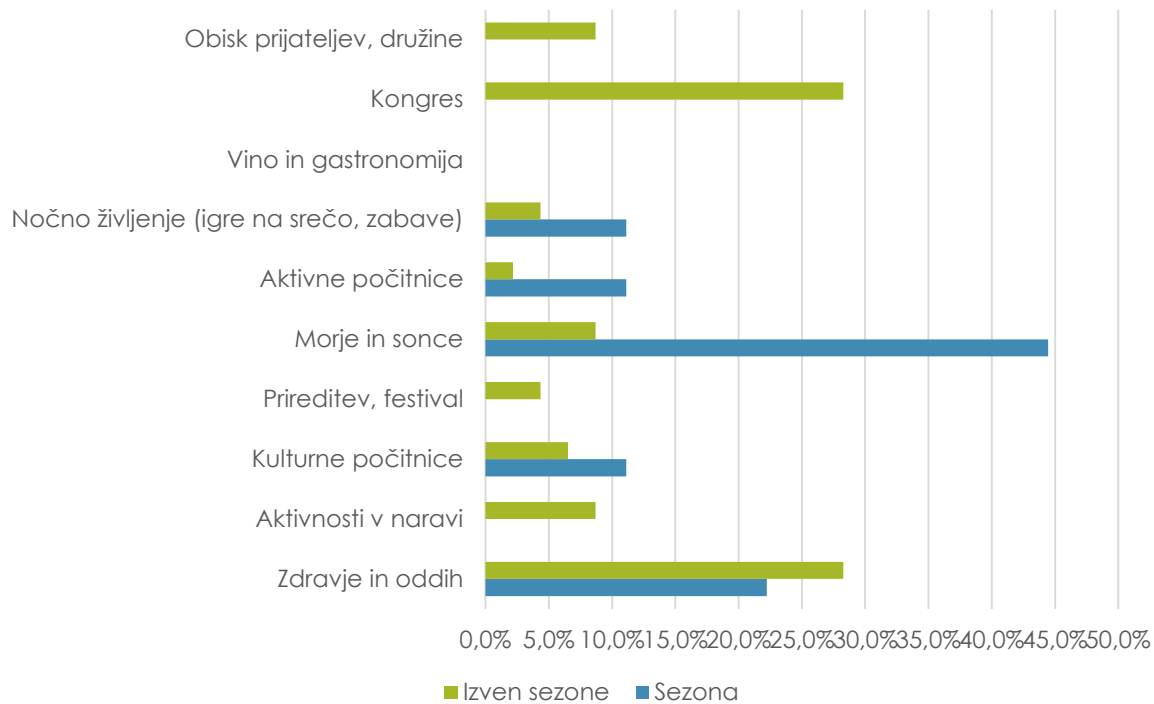
### Motivi za anketirance iz Italije



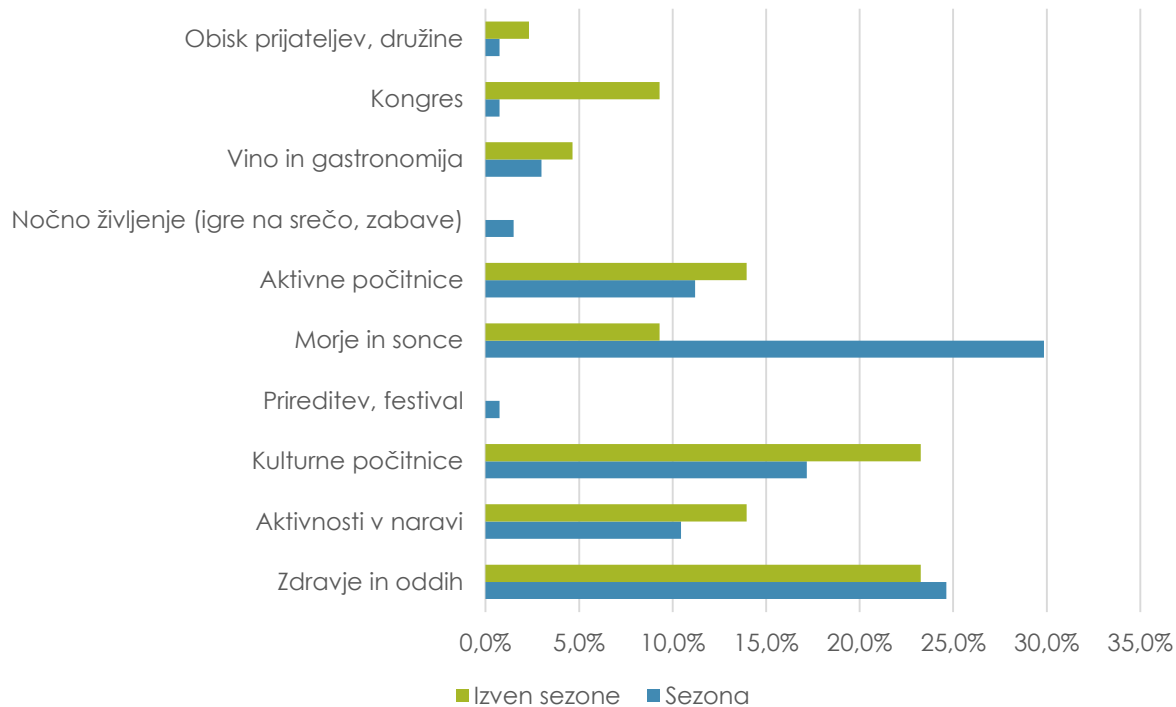
### Motivi za anketirance iz srednje in V Evrope



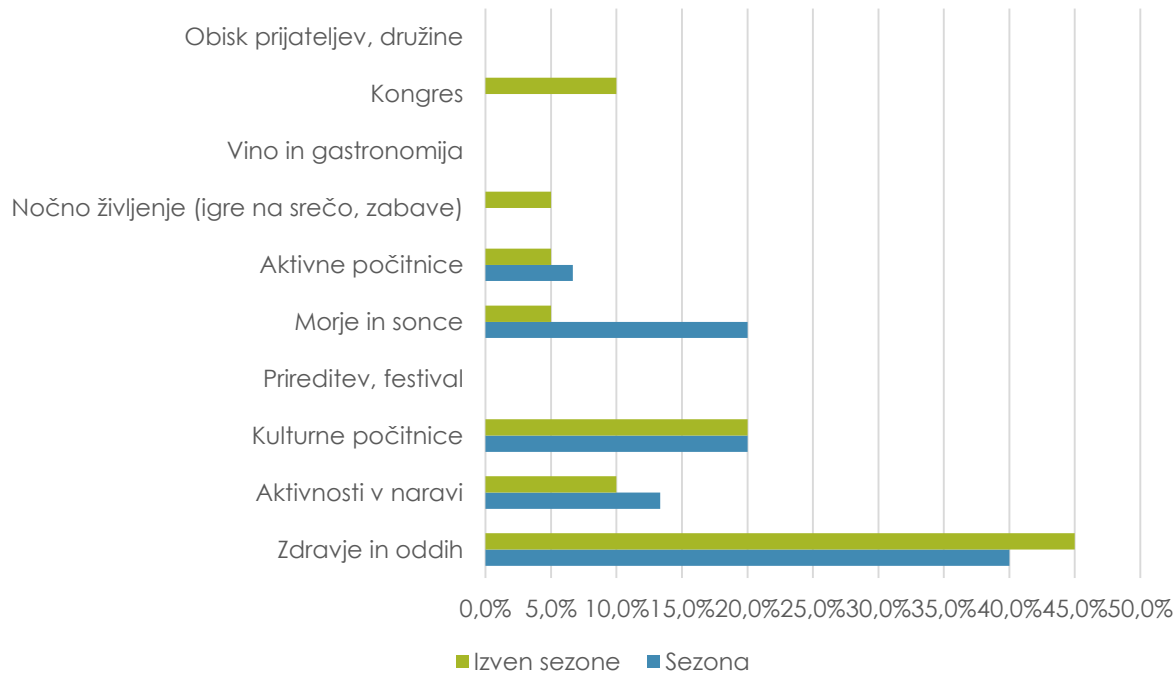
### Motivi za anketirance iz držav bivše Jugoslavije

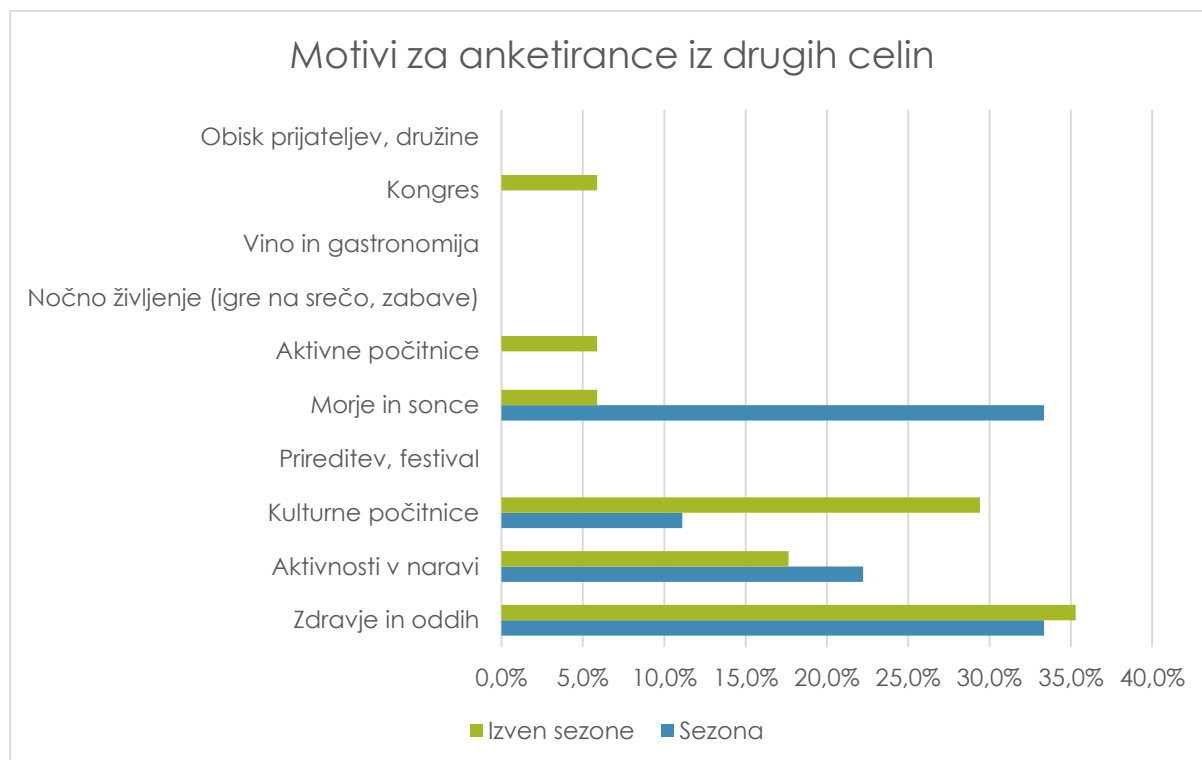


### Motivi za anketirance iz S in Z Evrope



### Motivi za anketirance iz Rusije, Ukrajine in Gruzije





Prav vsi grafi kažejo na trend k skrbi za zdravje in oddih, predvsem pa k preživljanju prostega časa aktivno in v naravi. Trg srednje in V Evrope se je pokazal kot zelo podoben že obstoječim skupinam, kar je vredno izkoristiti. Prav tako je viden uspeh pri zadoščanju motivov gostom iz držav bivše Jugoslavije, predvsem v obdobjih izven sezone. Seveda je to smiselno vzdrževati. Spodbudno je, da se je pri oddaljenejših trgih pokazal motiv kulture oz. obiska kulturnih znamenitosti, kar je bodoče smiselno izkoristiti. Motivi, ki so jih anketiranci pri svojih odgovorih, izbrali bolj poredko, prav gotovo kažejo na to, da je na destinaciji še veliko potenciala. Oddaljenim trgom je mogoče ponuditi vsaj še kongrese, vino in gastronomijo ter prireditve in festivale.