



Potrošnja in značilnosti tujih obiskovalcev Ljubljane

2022

Naročnik: Turizem Ljubljana
Izvajalec: Ekonomska fakulteta



VIBRANT. VIVID. #VISITLJUBLJANA

Povzetek

Demografski podatki in značilnosti obiskovalcev Ljubljane

- Anketiranci so po spolu enakomerno razporejeni, starostni razredi sovpadajo z merjenjem SURS-a v letu 2019. V vzorcu prednjačijo zaposleni v zasebnem sektorju in obiskovalci iz Nemčije, Italije, Francije, ZDA, Združenega kraljestva in Avstrije. Pri primerjavi s podatki s SURS-a iz leta 2021 v strukturi ni večjih odstopanj. Nekoliko več obiskovalcev je iz ZDA, ki so v letu 2022 spet začeli več potovati. Manj je obiskovalcev iz bližnjih držav, ki jih je bilo med koronsko krizo več.
- Največ obiskovalcev je v Ljubljano prišlo na mestne počitnice. Sledijo kultura, tranzit, hrana in pijača ter obisk prijateljev in/ali družine. Dobra petina vprašanih je v Ljubljani ostala le en dan, dobra tretjina dva dni, slaba petina tri dni, medtem ko je ena desetina vprašanih v Ljubljani ostala štiri dni. Več kot tri četrtine vprašanih je Ljubljano obiskalo prvič. Slaba tretjina vprašanih je v Ljubljani nastanjena v hotelu, slaba četrtina pa v zasebnem apartmaju.
- Največ vprašanih se je v Ljubljano pripeljalo z lastnim vozilom, sledijo tisti, ki so prišli z avtobusom, vlakom ali letalom. Največ anketirancev je v Ljubljano prišlo direktno od doma. Med preostalimi je največ takih, ki so v Ljubljano prišli z drugih slovenskih destinacij. Dobra petina anketirancev se je po obisku Ljubljane vrnila direktno domov. Dve petini anketirancev sta obiskali tudi druge slovenske destinacije. Dobri dve petini vprašanih sta potovali s partnerjem, petina z družino, prav tako petina pa s prijatelji.

Turistične storitve v Ljubljani

- Ljubljana po mnenju anketirancev skrbi za zaščito naravnih virov in je družbeno vključujoča, sprejema manjšine ter razlike in različnost. Prav tako so turistične storitve v Ljubljani tehnološko napredne/digitalizirane; spletno stran [visitljubljana.com](https://www.visitljubljana.com) je že obiskala dobra tretjina anketirancev. Več kot dve tretjini anketirancev sta verjetnost priporočila obiska Ljubljane prijatelju ocenili z najvišjo oceno 100. Povprečna ocena znaša 93,8, kar je odličen rezultat. Anketiranci Ljubljano po obisku vidijo kot lepo, prijetno, mirno, gostoljubno, ljubko, krasno, zeleno in čudovito.



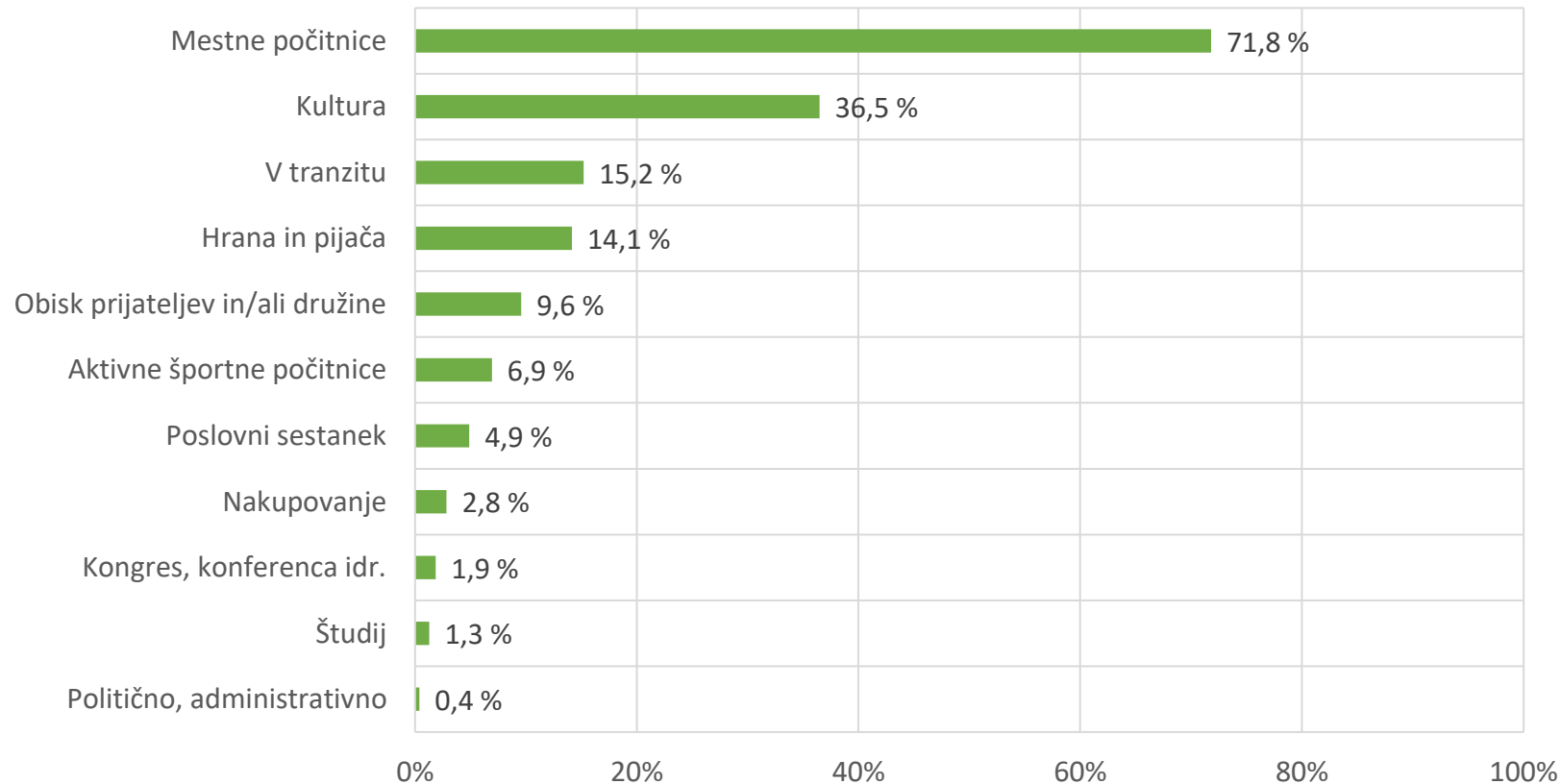
Povzetek

Izdatki obiskovalcev Ljubljane

- Dve petini anketiranih (60,6 %) ocenjujeta, da je bila njihova dosedanja potrošnja v skladu s pričakovanji. Manj od pričakovanega je zapravilo 16,8 % vprašanih, več od pričakovanega pa 22,6 %. Povprečni izdatki na osebo na dan vseh obiskovalcev brez nastanitve znašajo 53,34 €. Povprečni izdatki na osebo na dan prenočitvenikov z nastanitvijo znašajo 122,84 €. Večina vseh obiskovalcev je sredstva namenila za hrano in pijačo (87,6 %) ter nastanitev (71,9 %). Sledijo nakupovanje (30,7 %), kultura (19,7 %), prevoz znotraj Ljubljane (15,3 %), izleti izven Ljubljane (11,5 %) ter vodeni ogledi in druge mestne izkušnje (10,1 %). Povprečni izdatki za nastanitev na osebo na dan znašajo 72,49 €. Povprečni izdatki za nastanitev v hotelu znašajo 103,31 €, za nastanitev v zasebnem apartmaju 56,46 €, za nastanitev v hostlu 42,37 €, za nastanitev v kampu pa 22,78 €.
- V vzorcu med različnimi obdobji anketiranja ni opaznejših razlik. Razlike po spolu prav tako niso razvidne. Nadpovprečne izdatke imajo anketiranci v starostnih skupinah 25-44 let in 45-64 let, medtem ko imajo podpovprečne izdatke anketiranci v starostnih skupinah 15-24 let in nad 65 let. Med prenočitveniki imajo nadpovprečne izdatke anketiranci v starostnih skupinah 45-64 let in nad 65 let, anketiranci v starostni skupini 25-44 let imajo le nekoliko podpovprečne izdatke, medtem ko imajo anketiranci v starostni skupini 15-24 let precej podpovprečne izdatke.
- Med 18 državami z največ anketiranci imajo najvišje povprečne izdatke anketiranci iz Švice, Združenega kraljestva, Španije in ZDA. Najnižje povprečne izdatke pa imajo anketiranci iz Srbije, Hrvaške, BiH in Madžarske.
- V celotnem vzorcu imajo nadpovprečne izdatke anketiranci, ki so nastanjeni v hotelu in v kampu, medtem ko imajo podpovprečne izdatke anketiranci, ki so nastanjeni v zasebnem apartmaju, hostlu in pri prijateljih in/ali družini, ter tisti, ki v Ljubljani niso prenočili. Med prenočitveniki imajo nadpovprečne izdatke anketiranci, ki so nastanjeni v hotelu, medtem ko imajo podpovprečne izdatke anketiranci, ki so nastanjeni v zasebnem apartmaju, hostlu, kampu in pri prijateljih in/ali družini.



Namen obiska

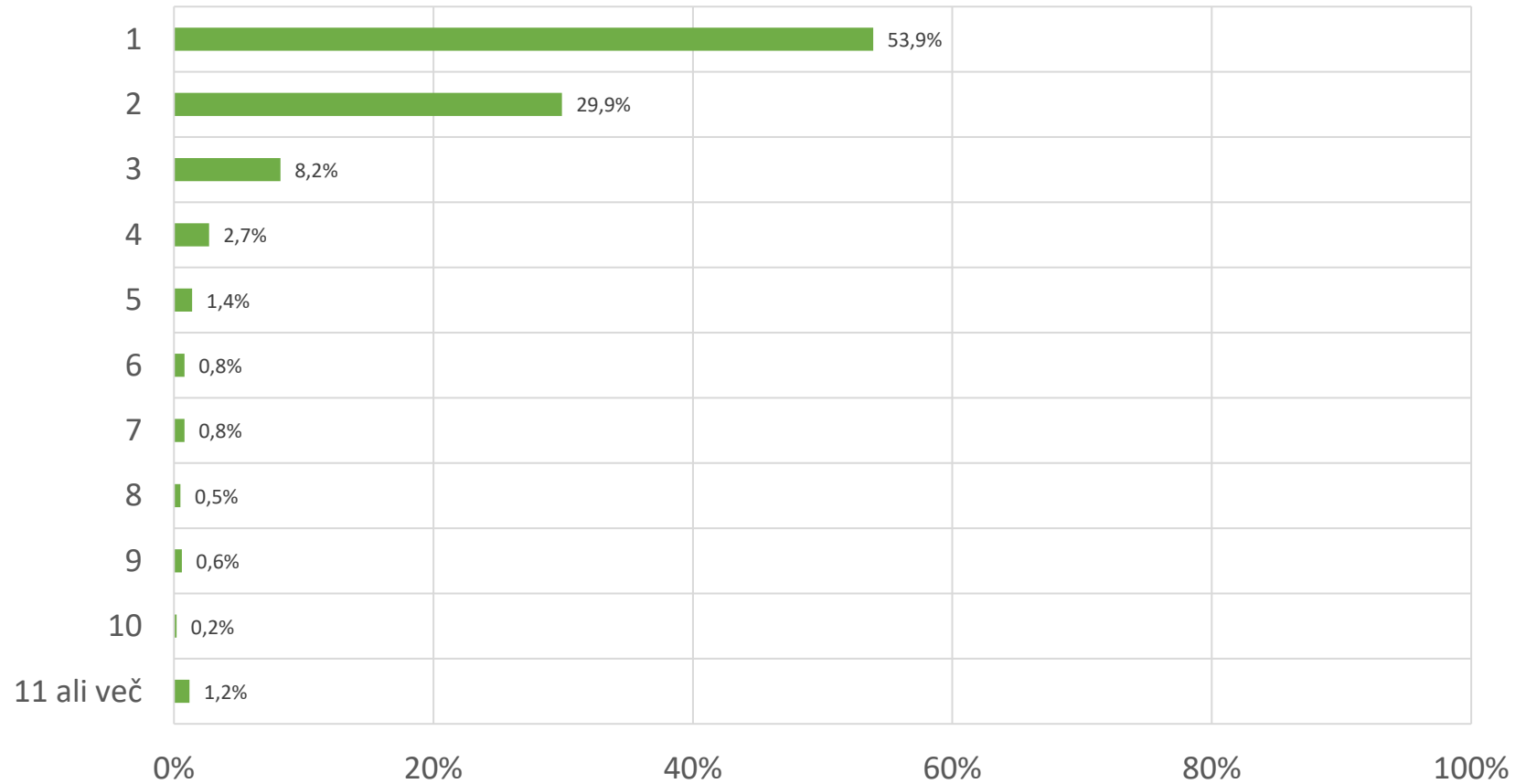


Največ obiskovalcev (71,8 %) je v Ljubljano prišlo na mestne počitnice. Sledijo kultura (36,5 %), tranzit (15,2 %), hrana in pijača (14,1 %) ter obisk prijateljev in/ali družine (9,6 %).

N = 1.025

Vir: Raziskava o tujih obiskovalcih Ljubljane, 2022.

Koliko dni ste že v Ljubljani?

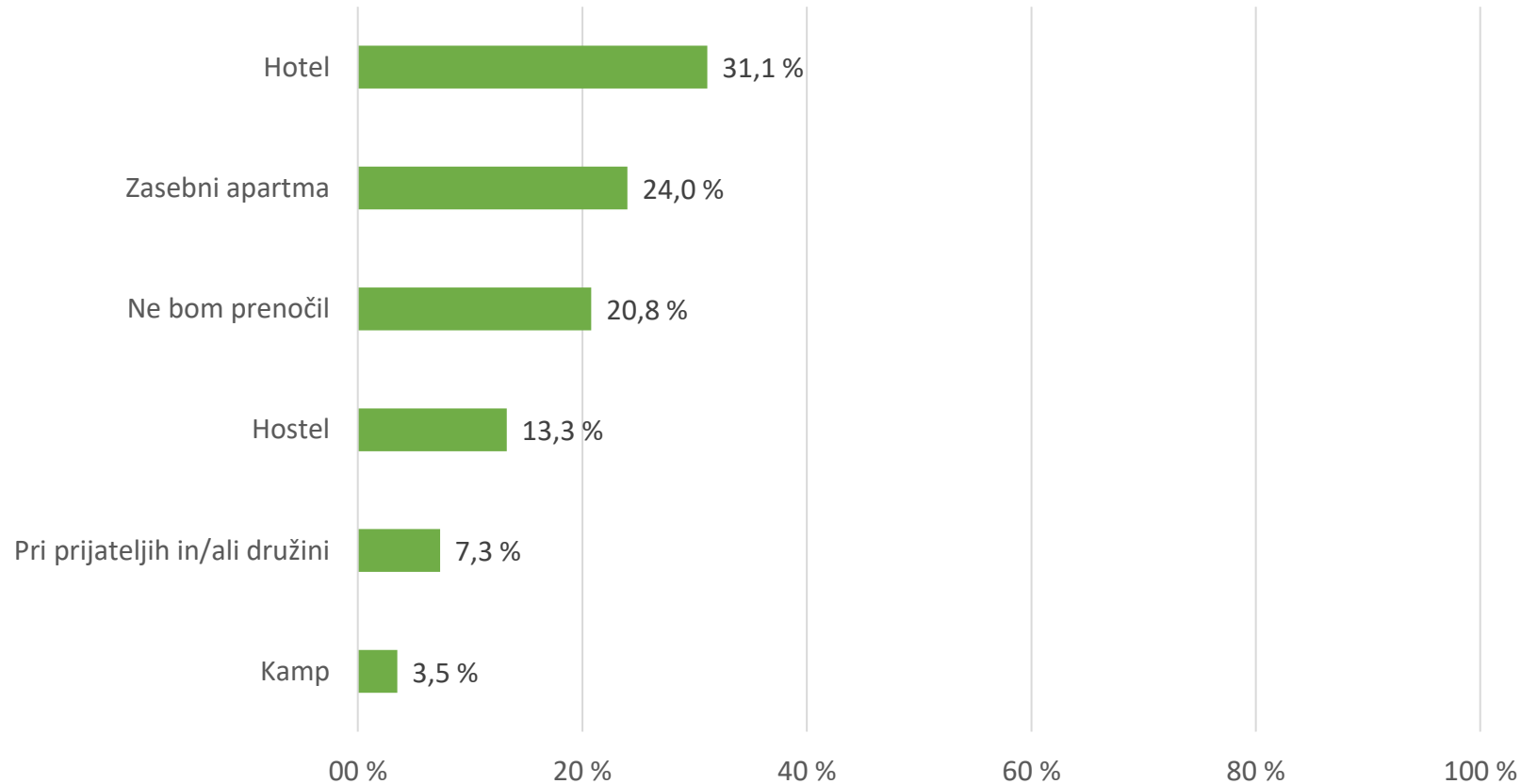


Dobra polovica vprašanih (53,9 %) je v Ljubljani šele en dan, slaba tretjina (29,9 %) je v Ljubljani že dva dni, slaba desetina (8,2 %) pa že tri dni. Več kot 10 dni je v Ljubljani 1,2 % vprašanih.

N = 1.025

Vir: Raziskava o tujih obiskovalcih Ljubljane, 2022.

Vrsta nastanitve

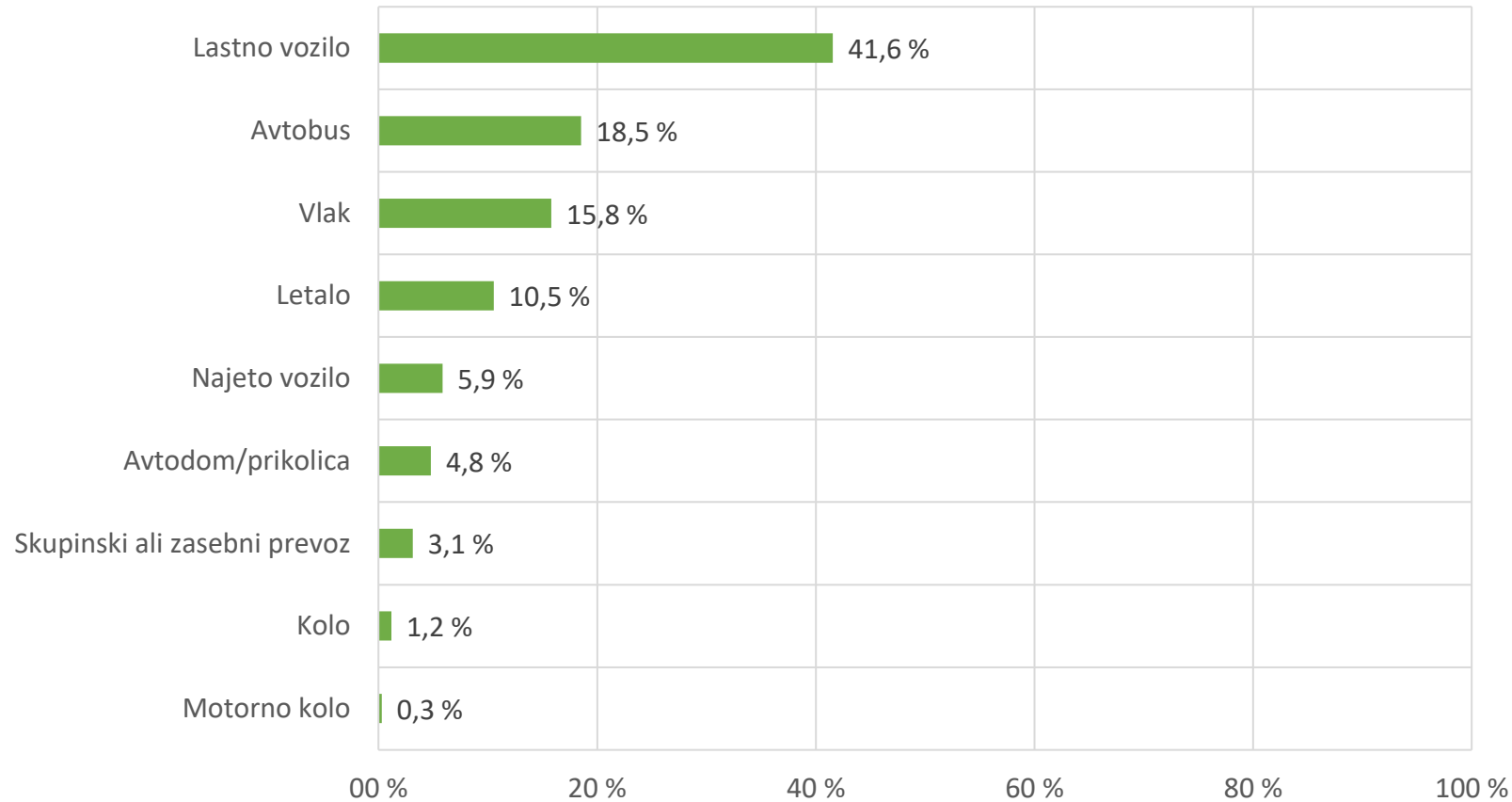


Slaba tretjina (31,1 %) vprašanih je v Ljubljani nastanjena v hotelu, slaba četrtnina (24,0 %) pa v zasebnem apartmaju. Sledijo hostel (13,3 %), pri prijateljih in/ali družini (7,3 %) ter kamp (3,5 %). Kar petina vprašanih (20,8 %) pa v Ljubljani sploh ni prenočila.

N = 1025

Vir: Raziskava o tujih obiskovalcih Ljubljane, 2022.

S kakšnim prevozom ste prišli v Ljubljano?

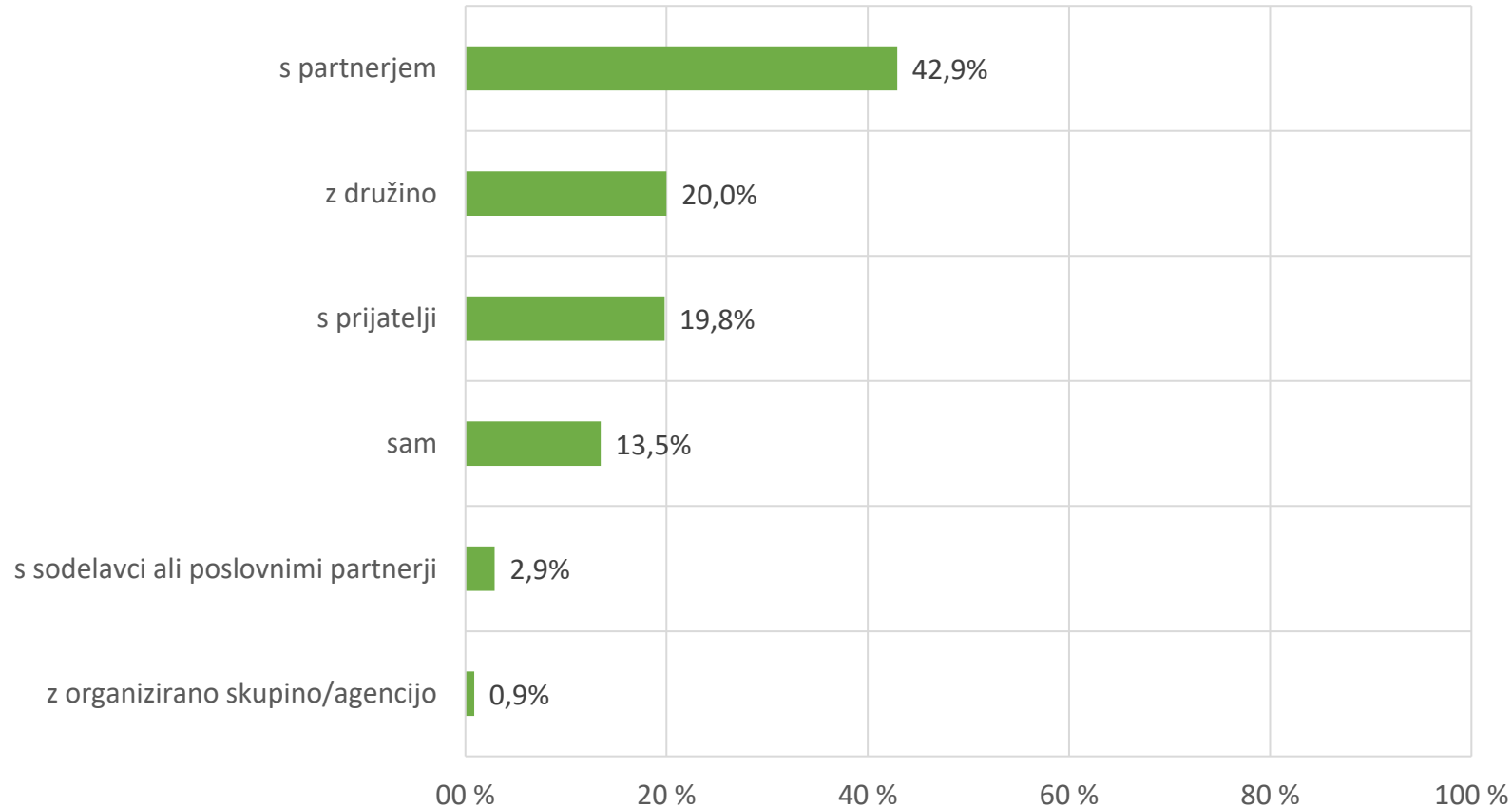


Največ vprašanih (41,6 %) se je v Ljubljano pripeljalo z lastnim vozilom, sledijo tisti, ki so prišli z avtobusom (18,5 %), vlakom (15,8 %) ali letalom (10,5 %).

N = 1.025

Vir: Raziskava o tujih obiskovalcih Ljubljane, 2022.

S kom ste potovali/potujete?

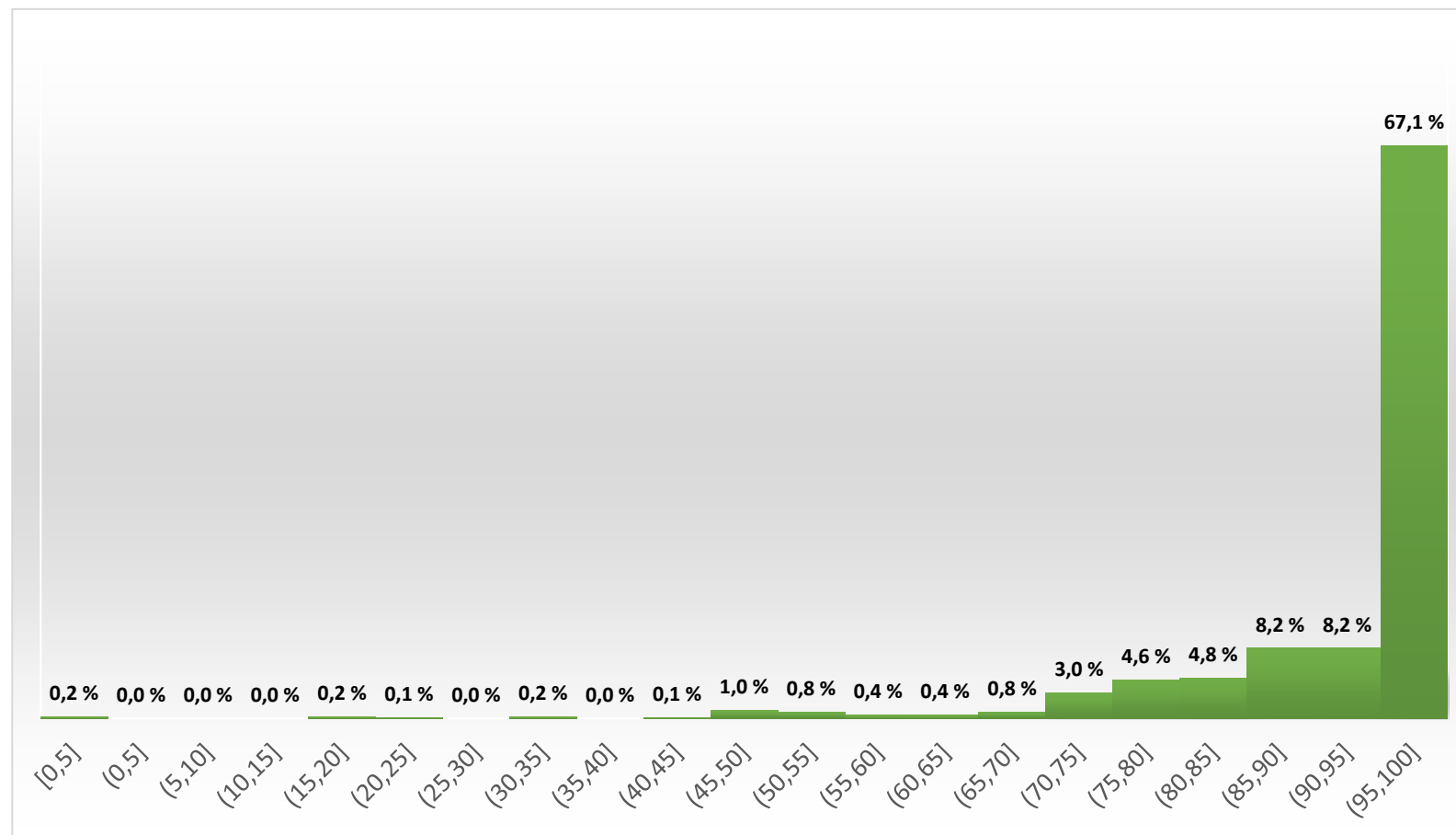


Dobri dve petini (42,9 %) vprašanih potujeta s partnerjem, petina (20,0 %) z družino, prav tako petina (19,8 %) s prijatelji, medtem ko 13,5 % vprašanih potuje samostojno.

N = 1.025

Vir: Raziskava o tujih obiskovalcih Ljubljane, 2022.

Kako verjetno bi obisk Ljubljane priporočili prijatelju?



Na sliki je prikazan histogram verjetnosti priporočila obiska Ljubljane prijatelju, merjeno na lestvici od 0 do 100. Več kot dve tretjini anketirancev sta verjetnost priporočila obiska Ljubljane prijatelju ocenili z oceno od 95 do 100, kar 62,5 % jih je podelilo najvišjo oceno (100). Povprečna ocena znaša 93,8 s standardnim odklonom 12,0. Mediana in modus znašata 100.

N = 1.009

Vir: Raziskava o tujih obiskovalcih Ljubljane, 2022.



VIBRANT. VIVID. #VISITLJUBLJANA

Ljubljana v očeh obiskovalcev pred obiskom



Najpogostejši odgovori anketirancev, ko smo jih vprašali, naj z eno besedo opišejo Ljubljano pred obiskom, so: majhna (153), nepoznana (141), prijetna (116), ljubka (95), zanimiva (93), lepa (68), zelena (40), skrivnostna (26), zgodovinska (20), glavno mesto (20), stara (17), velika (14), kulturna (13), čarobna (13), spokojna (12).

N = 999

Vir: Raziskava o tujih obiskovalcih Ljubljane, 2022.



VIBRANT. VIVID. #VISITLJUBLJANA

Ljubljana v očeh obiskovalcev pred obiskom

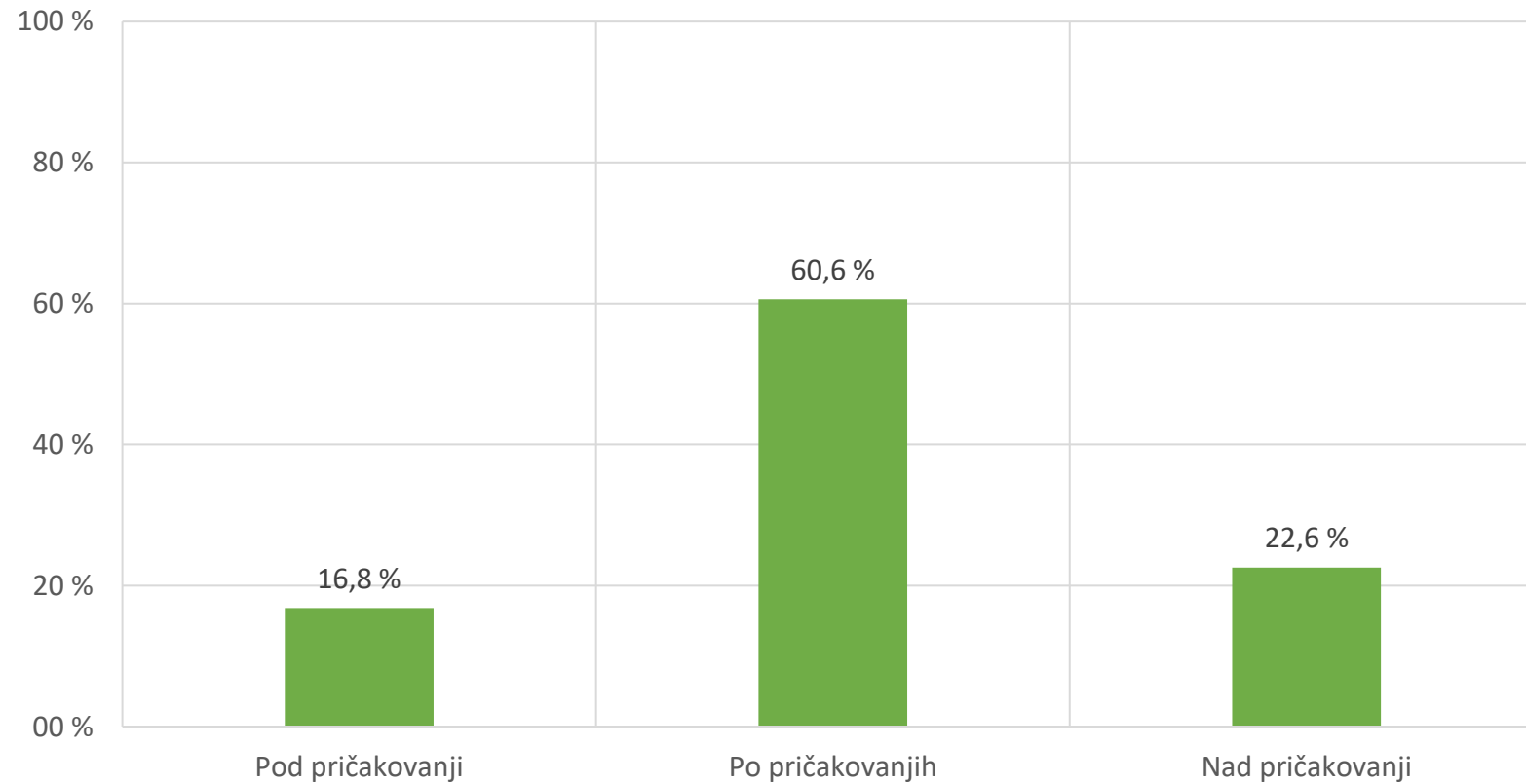


Najpogostejši odgovori anketirancev, ko smo jih vprašali, naj z eno besedo opišejo Ljubljano pred obiskom, so: majhna (153), nepoznana (141), prijetna (116), ljubka (95), zanimiva (93), lepa (68), zelena (40), skrivnostna (26), zgodovinska (20), glavno mesto (20), stara (17), velika (14), kulturna (13), čarobna (13), spokojna (12).

N = 999

Vir: Raziskava o tujih obiskovalcih Ljubljane, 2022.

Potrošnja za turistične storitve glede na pričakovanja



Dve petini anketiranih (60,6 %) ocenjujeta, da je bila njihova dosedanja potrošnja v skladu s pričakovanji. Manj od pričakovanega je opravilo 16,8 % vprašanih, več od pričakovanega pa 22,6 %.

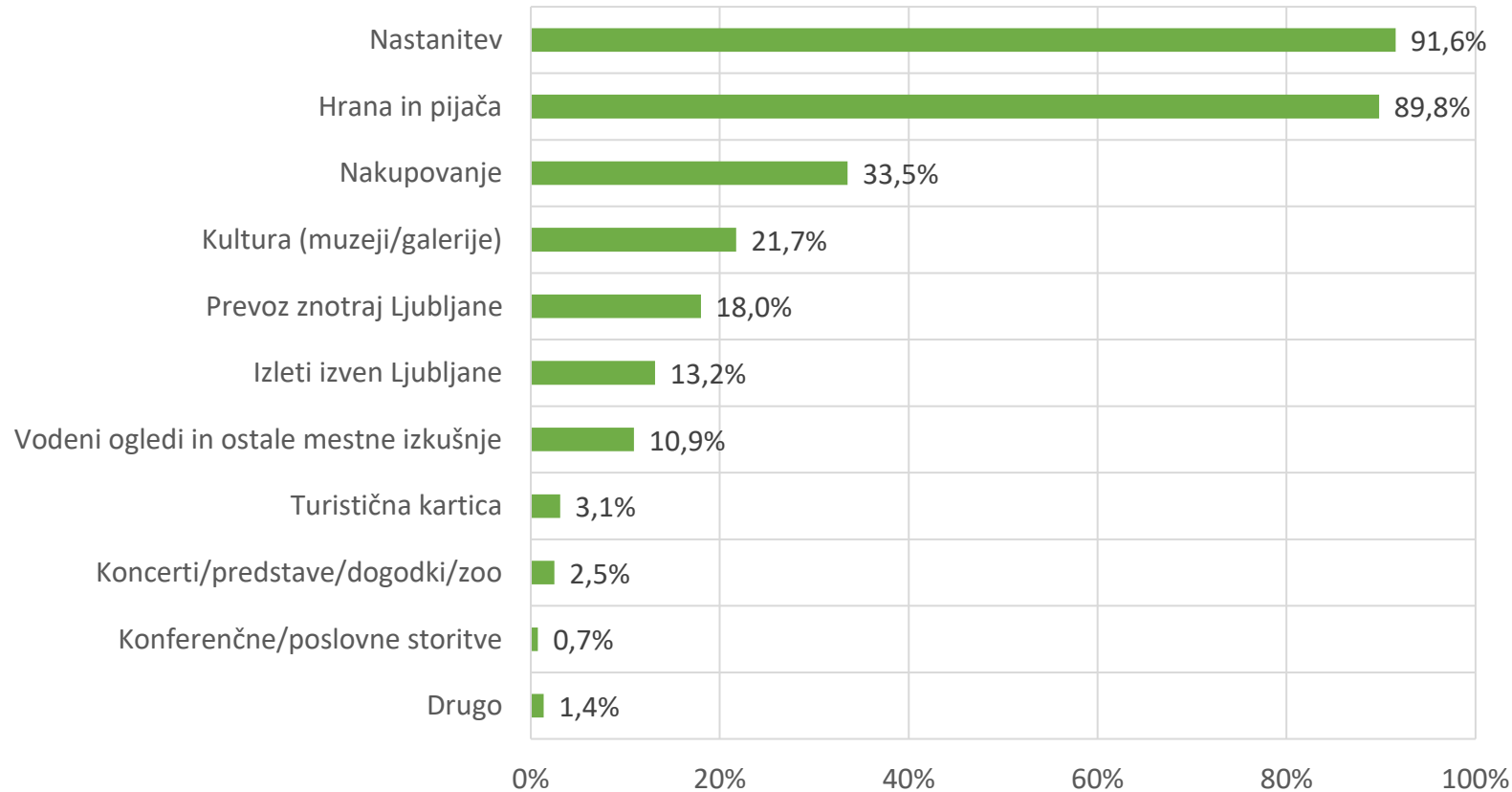
N = 975

Vir: Raziskava o tujih obiskovalcih Ljubljane, 2022.



VIBRANT. VIVID. #VISITLJUBLJANA

Delež uporabe po posamezni storitvi (prenočitveniki)



Večina prenočitvenikov je denarna sredstva namenila za nastanitev (91,6 %) ter hrano in pijačo (89,8 %). Sledijo nakupovanje (33,5 %), kultura (21,7 %), prevoz znotraj Ljubljane (18,0 %), izleti izven Ljubljane (13,2 %) ter vodeni ogledi in druge mestne izkušnje (10,9 %). Pri preostalih storitvah je delež manjši od 5 %.

N = 975

Vir: Raziskava o tujih obiskovalcih Ljubljane, 2022. Anketiranci so lahko izbirali več možnih odgovorov.

Javni zavod Turizem Ljubljana je lokalna turistična organizacija, ki jo je ustanovila Mestna občina Ljubljana.

Turizem Ljubljana spodbuja razvoj ter v sodelovanju s turističnimi ponudniki izvaja promocijo turistične ponudbe Ljubljane in regije Osrednja Slovenija.

