



Zadovoljstvo gostov na destinaciji Portorož 2019

18/03/2020

Poročilo raziskave med anketiranimi
obiskovalci

Izvajalci projekta:

Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Turistica

Raziskovalna skupina:

Izr.prof.dr. Eva Podovšovnik,

doc.dr. Miha Lesjak

Ključne besede: zadovoljstvo, turizem, značilnosti potovanj, potovalni motivi,

Zahvala:

Raziskovalci bi se še posebej radi zahvalili študentom UP FTŠ – Turistice, ki so s svojim delom kot anketarji pripomogli k zbiranju podatkov.

Portorož, maj marec 2020

KAZALO

KAZALO SLIK	4
1 UVOD	6
2 RAZISKOVALNI NAČRT	7
2.1 Raziskovalni problem.....	7
2.2 Raziskovalne hipoteze.....	7
2.3 Vzorčni okvir in vzorčenje.....	7
2.4 Način zbiranja podatkov.....	8
2.5 Uporabljene metode za analizo podatkov.....	8
2.6 Opis vzorca.....	9
3 LASTNOSTI TOKRATNEGA OBISKA DESTINACIJE	19
3.1 Potovalna družba	19
3.2 Predhodni obiski destinacije	24
3.3 Število nočitev na destinaciji	28
3.4 Tip nastanitve.....	33
3.5 Poraba za nastanitev.....	38
3.6 Poraba za hrano, pičačo in aktivnosti na destinaciji na osebo na dan.....	45
4 ZADOVOLJSTVO NA DESTINACIJI	50
4.1 Splošno zadovoljstvo z destinacijo.....	50
4.2 Zadovoljstvo s posameznimi dejavniki	53
5 POTOVALNI MOTIVI ZA OBISK DESTINACIJE	67
6 PRILOGE.....	74

KAZALO SLIK

Slika 1: Porazdelitev anketiranih glede na državljanstvo	9
Slika 2: Porazdelitev glede na državljanstvo anketiranih	10
Slika 3: Obisk po posameznih mesecih v letu 2019 glede na državljanstvo anketiranih	11
Slika 4: Lokacija tokratnega obiska destinacije glede na državljanstvo anketiranih	13
Slika 5: Porazdelitev anketiranih po spolu glede na državljanstvo anketiranih.....	15
Slika 6: Porazdelitev anketiranih po starosti glede na državljanstvo anketiranih.....	17
Slika 7: Porazdelitev anketiranih glede na potovalno družbo po državljanstvu anketiranih	20
Slika 8: Potovalna družba anketiranih ob tokratnem obisku destinacije glede na mesec obiska destinacije.....	22
Slika 9: Struktura potovalne družbe anketiranih glede na lokacijo destinacije	23
Slika 10: Porazdelitev odgovorov glede na število predhodnih obiskov destinacije po državljanstvu anketiranih	25
Slika 11: Število predhodnih obiskov destinacije glede na mesec obiska destinacije.....	26
Slika 12: število predhodnih obiskov destinacije glede na lokacijo destinacije	27
Slika 13: Število nočitev na destinaciji glede na državljanstvo anketiranih	29
Slika 14: Število nočitev tokratnega obiska destinacije glede na lokacijo destinacije	31
Slika 15: Število nočitev tokratnega obiska destinacije glede na lokacijo na destinaciji	32
Slika 16: Tip nastanitve glede na državljanstvo anketiranih	34
Slika 17: tip namestitve ob tokratnem obisku destinacije glede na mesec obiska destinacije.....	36
Slika 18: tip namestitve ob tokratnem obisku destinacije glede na lokacijo tokratnega obiska destinacije.....	37
Slika 19: Poraba za nastanitev na osebo na dan glede na državljanstvo anketiranih	39

Slika 20: Poraba za nastanitev na osebo na dan ob tokratnem obisku destinacije glede na mesec obiska destinacije	41
Slika 21: Poraba za nastanitev na osebo na dan ob tokratnem obisku destinacije glede na lokacijo tokratnega obiska destinacije	43
Slika 22: Poraba za hrano, pičičo in aktivnosti na destinaciji, na osebo na dan, glede na državljanstvo anketiranih	45
Slika 23: Poraba za hrano, pičičo in aktivnosti na destinaciji na osebo na dan glede na mesec obiska destinacije	47
Slika 24: Poraba za hrano, pičičo in aktivnosti na destinaciji na osebo na dan glede na lokacijo tokratnega obiska destinacije	48
Slika 25: Splošno zadovoljstvo z obiskom destinacije glede na državljanstvo anketiranih	50
Slika 26: ocena splošnega zadovoljstva glede na mesec obiska destinacije.....	51
Slika 27: Ocena splošnega zadovoljstva glede na lokacijo tokratnega obiska destinacije	52
Slika 28: Zadovoljstvo glede na državljanstvo anketiranih.....	54
Slika 29: Zadovoljstvo z destinacijo glede na mesec obiska destinacije	57
Slika 30: Zadovoljstvo z destinacijo glede na lokacijo na destinaciji.....	61
Slika 31: Motivi obiska destinacije glede na državljanstvo anketiranih	68
Slika 32: Motivi obiska destinacije glede na mesec obiska destinacije	70
Slika 33: Motivi obiska destinacije glede na lokacijo obiska destinacije	72

1 UVOD

Destinacija Piran/Portorož je vodilna destinacija mediteranske makro regije in s svojo turistično ponudbo obiskovalcem in turistom ponuja številne motive za turistični obisk destinacije. Tradicionalno najbolj pomembni turistični trgi destinacije Piran/Portorož so vezani na domačega (slovenskega turista) in turiste bližnjih držav (Italije, Avstrije, Nemčije).

Zagotavljanje kakovosti ponudbe destinacije se dosega s sprotnimi analizami in raziskavami med turisti destinacije. Samo tako lahko destinacija Piran/Portorož zagotovi ustrezен razvoj turistične ponudbe in skupaj z deležniki, ki sodelujejo v turističnem sektorju, dosega strateško postavljene rezultate.

Poročilo zajema analizo turistov, ki so v letu 2019 obiskali destinacija Piran/Portorož in nam zaupali svoje odgovore vezane na turistične izkušnje v destinaciji. V poročilu predstavimo socio-demografske karakteristike turistov. Dodatno pa so analizirani podatki o prihodih in nočitvah po narodnosti, predhodni obiski turistov, tip nastanitve, potovalna družba in podatki o finančni potrošnji za nastanitev, hrano in pijačo. V posebnem poglavju predstavimo še rezultate zadovoljstva turistov s posameznimi dejavniki na destinaciji. V zaključku poročila so zajeti tudi potovalni motivi prihoda na destinacijo Piran/Portorož.

2 RAZISKOVALNI NAČRT

V tem poglavju predstavljamo raziskovalni načrt ankete med obiskovalci destinacije Portorož in Piran v letu 2019. Pri tem najprej opišemo raziskovalni problem. Nato se osredotočimo na opis vzorčnega okvira in opisa načina vzorčenja, opišemo način zbiranja podatkov ter predstavimo dobljeni vzorec. V zadnjem delu poglavja so podane uporabljenе metode za analizo podatkov.

2.1 Raziskovalni problem

S pridobljenimi rezultati raziskave med obiskovalci destinacije Portorož in Piran v letu 2019 bodo akterji s področja turizma spoznali mnenja obiskovalcev te destinacije. Z doseganjem visoko postavljenih ciljev se bo omenjena destinacija lahko še naprej razvijala.

2.2 Raziskovalne hipoteze

V poročilu nas zanima preveriti naslednje raziskovalne hipoteze:

Hipoteza 1: Vzorec anketiranih turistov se razlikuje glede na državljanstvo anketiranih, mesec obiska destinacije in lokacijo na destinacijs.

Hipoteza 2: Lastnosti tokratnega obiska destinacije se razlikujejo glede na državljanstvo anketiranih, mesec obiska destinacije in lokacijo na destinacijs.

Hipoteza 3: Zadovoljstvo na destinacijs se razlikuje glede na državljanstvo anketiranih, mesec obiska destinacije in lokacijo na destinacijs.

Hipoteza 4: Potovalni motivi se razlikujejo glede na državljanstvo anketiranih, mesec obiska destinacije in lokacijo na destinacijs.

2.3 Vzorčni okvir in vzorčenje

Naš vzorčni okvir so predstavljali obiskovalci turistične destinacije Portorož in Piran v letu 2019. Vzorčili nismo, saj smo želeli pridobiti mnenja in vtise čim večjega števila prisotnih obiskovalcev in obiskovalk. Pri tem smo anketirali obiskovalce, ki so se sprehajali na destinaciji, tiste, ki so prišli v

Turistično-informacijski center (v nadaljevanju TIC) ter tiste, ki so se udeležili raznih dogodkov, ki jih je tekom leta organiziralo Turistično združenje Portorož (v nadaljevanju TZP).

2.4 Način zbiranja podatkov

Odločili smo se za anketno zbiranje podatkov. Celotni anketni vprašalnik se nahaja v prilogi A dokumenta.

Predhodno strokovno izobraženi študenti Univerze na Primorskem, Fakultete za turistične študije – Turistica, so prisotne obiskovalce, ki so leta 2019 obiskali destinacijo, izvajali osebno anketiranje preko mobilnih tehnologij (tablic oziroma mobilnih telefonov). Prav tako so posebej izobraženi študenti izvajali osebno anketiranje z uporabo tehnologije (tablice/pametni telefoni) na izbranih dogodkih, ki jih je v letu 2019 organiziral TZP. Na TIC-u so anketarji zbirali elektronske naslove obiskovalcev. Tem smo poslali povezavo do spletne ankete ter jih prosili za sodelovanje.

Pripravili smo slovensko, angleško, italijansko in nemško različico ankete. Ob tem je bila tudi organizirana nagradna igra. Med vsemi, ki so anketo izpolnili do konca in pustili elektronski naslov, smo izzrebali 3 praktične nagrade.

Anketa je bila aktivna na spletnem portalu www.1ka.si do 31.1.2020. Skupno smo dobili pravilno izpolnjenih 721 veljavnih anketnih vprašalnikov.

2.5 Uporabljene metode za analizo podatkov

Za analizo podatkov smo uporabili računalniški program IBM PASW Statistics.

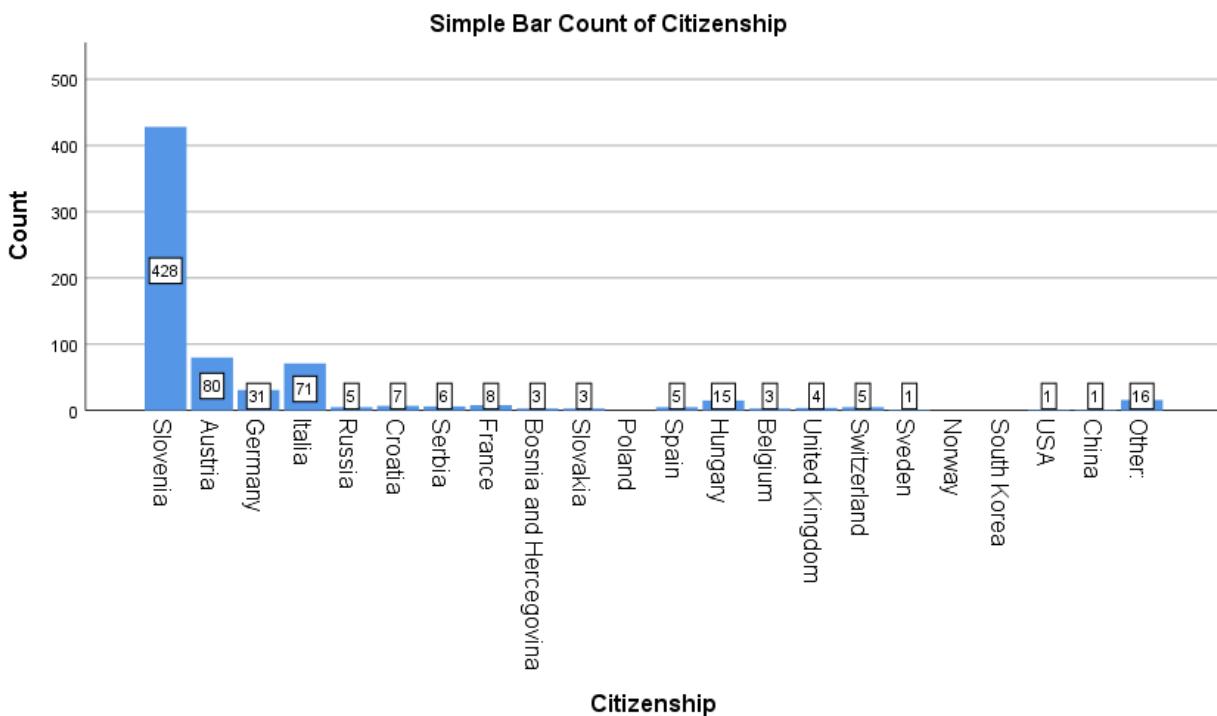
Pri tem smo uporabili naslednje statistične metode za analizo podatkov:

- frekvenčne porazdelitve,
 - opisne statistike (aritmetična sredina, modus, Mediana, standardni odklon, minimum, maksimum),
 - mere porazdelitve spremenljivke (koeficient asimetrije in koeficient sploščenosti),
 - Hi-kvadrat test (za preverjanje povezanosti med anketiranimi različnimi državljanstev in demografskimi podatki) in
 - t-test (za preverjanje razlik med domačimi in tujimi obiskovalci).
-

2.6 Opis vzorca

V nadaljevanju opisujemo dobljeni vzorec po izbranih socio-demografskih značilnostih anketiranih obiskovalcev destinacije Portorož in Piran v letu 2019, in sicer po spolu, starosti in državljanstvu.

V nadaljevanju smo anketirane povprašali po njihovem državljanstvu. Rezultati so podani na sliki 1.

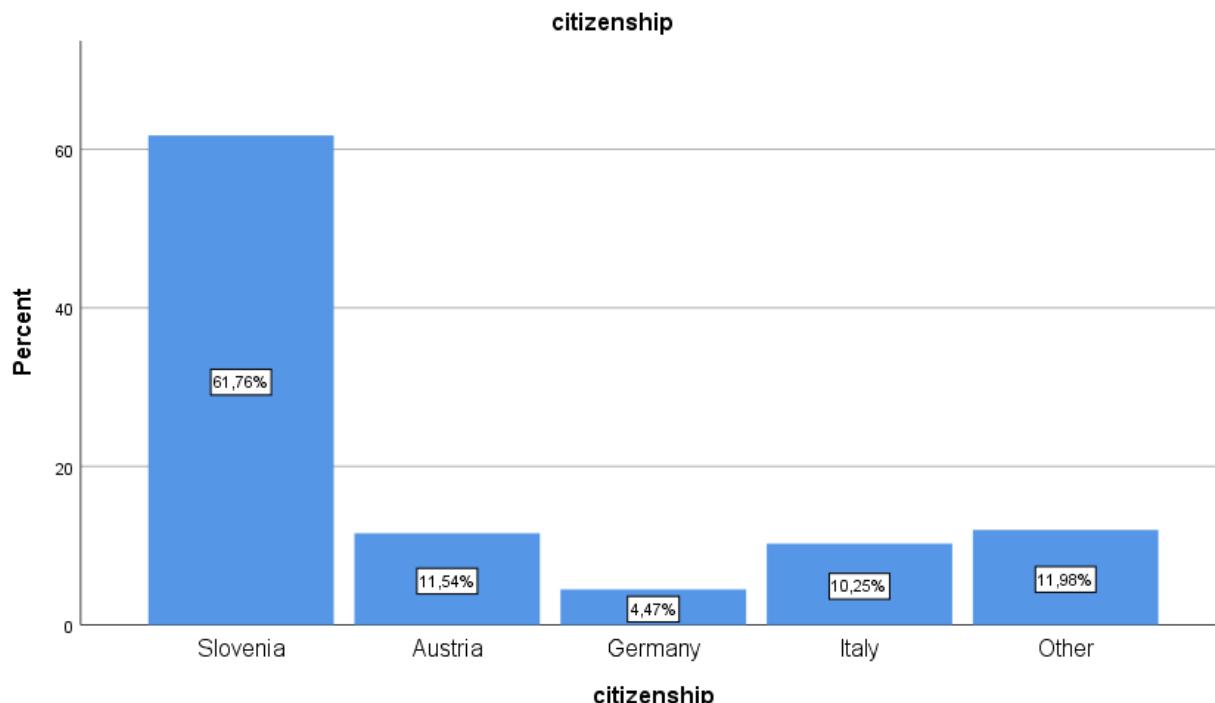


SLIKA 1: PORAZDELITEV ANKETIRANIH GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO

3,9 % anketiranih ni podalo odgovora na vprašanje o njihovem državljanstvu. Te smo izločili iz nadaljnje statistične analize.

Največ, 61,8 % vseh, anketiranih obiskovalcev Portoroža in Pirana v letu 2019 je Slovencev. Sledijo jim Avstrijci (11,5 %), Italijani (10,2 %), Nemci (4,5 %) in Madžari (2,2 %). Ostalih je manj kot v 2 % primerov. 2,3 % vseh anketiranih je navedlo, da prihajajo iz drugih držav, ki niso bile navedene na ponujenem seznamu.

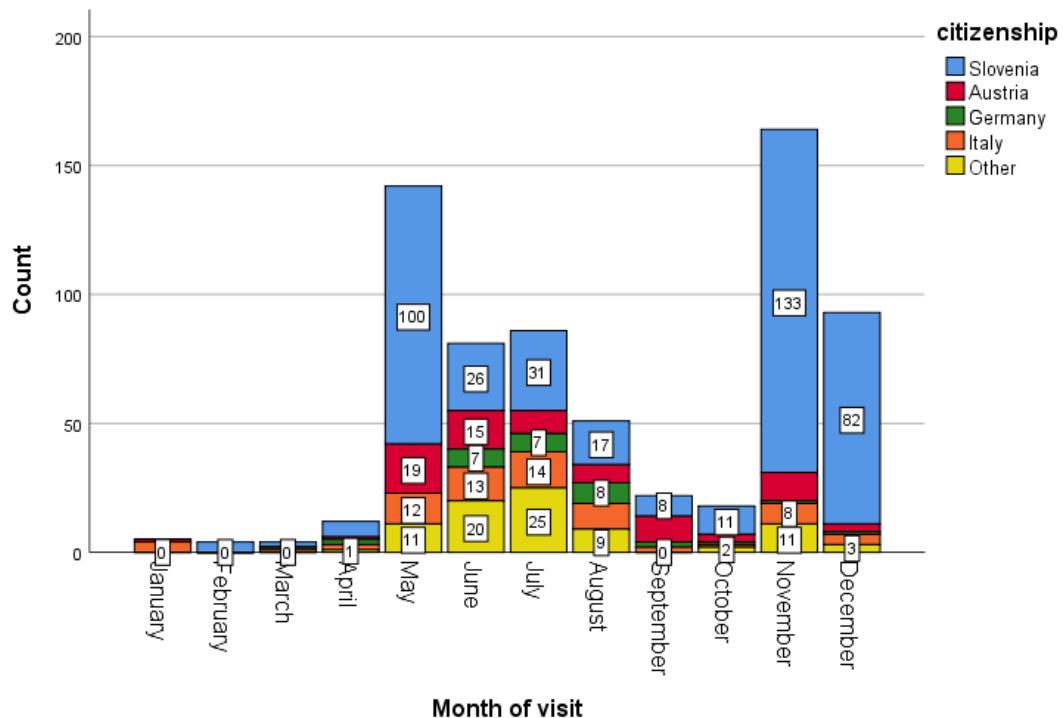
Odločili smo se, da bomo anketirane razdelili v pet skupin, in sicer na domačine (obiskovalce, ki so slovenski državljanji) ter na anketirane, ki prihajajo iz Avstrije, Italije in Nemčije, kot tudi vse ostale anketirane. Na naslednji sliki prikazujemo to porazdelitev.



SLIKA 2: PORAZDELITEV GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

Iz slike 2 je razvidno, da je bilo med anketiranimi obiskovalci destinacije Portorož in Piran v letu 2019 61,76 % domačih obiskovalcev, 11,54 % avstrijskih obiskovalcev, 10,25 % italijanskih obiskovalcev, 4,47 % nemških obiskovalcev in 11,98 % obiskovalcev iz ostalih držav sveta.

V nadaljevanju smo pregledali obisk anketiranih po posameznih mesecih v letu 2019 (slika 3) glede na državljanstvo anketiranih.



SLIKA 3: OBISK PO POSAMEZNIH MESECIH V LETU 2019 GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

1,9 % anketiranih ni podalo odgovora na vprašanje o mesecu obiska destinacije. Te smo izločili iz nadaljnje statistične analize.

Največ anketiranih (24,6 %) je destinacijo obiskalo novembra 2019. Sledijo jim maj (20,7 % vseh), december (13,6 % vseh), julij (12,3 % vseh), junij (11,7 % vseh) in avgust (7,5 % vseh). V ostalih mesecih je bilo manj kot 3 % vseh anketiranih.

Hl-kvadrat test je pokazal statistično značilne povezanosti med državljanstvom anketiranih in mesecem obiska ($\chi^2 = 230,088$, $p = 0,001$). Podrobni rezultati so podani v prilogi B1.

V maju 2019 so prevladovali avstrijski (24,1 % vseh avstrijskih anketiranih obiskovalcev) in slovenski anketirani (23,8 % vseh slovenskih anketiranih obiskovalcev).

Junija 2019 je bilo največ anketiranih turistov iz ostalih držav (24,4 % vseh anketiranih obiskovalcev drugih držav) in anketiranih nemških turistov (23,3 % vseh nemških anketiranih obiskovalcev).

Julija 2019 je bilo največ anketiranih turistov iz ostalih držav (30,5 % vseh anketiranih obiskovalcev drugih držav) in anketiranih nemških turistov (23,3 % vseh nemških anketiranih obiskovalcev).

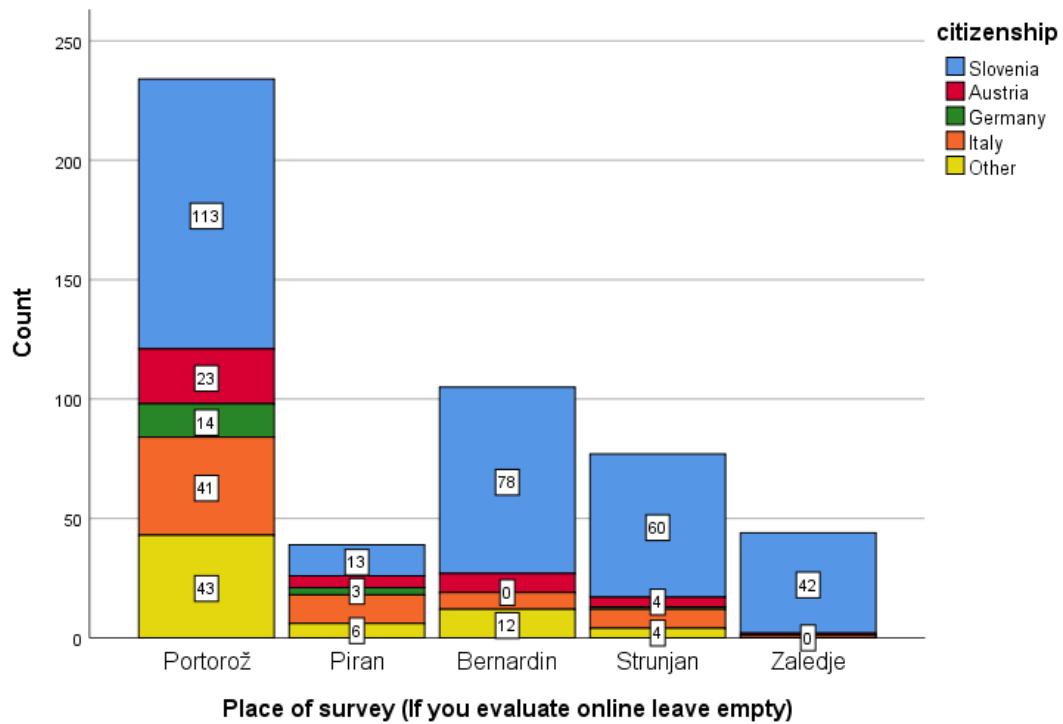
Avgusta 2019 so prevladovali anketirani nemški turisti (26,7 % vseh anketiranih nemških turistov).

Novembra 2019 je bilo največ anketiranih slovenskih turistov (31,7 % vseh anketiranih slovenskih turistov).

Decembra 2019 je bilo največ anketiranih slovenskih turistov (19,5 % vseh anketiranih slovenskih turistov).

Na sliki 4 podajamo frekvence odgovorov o lokaciji destinacije glede na državljanstvo anketiranih. Pri tem so anketiranci izbrali eno od naštetih lokacij, kjer so opravili anketo:

- Portorož,
- Piran,
- Bernardin,
- Strunjan in
- zaledje.



SLIKA 4: LOKACIJA TOKRATNEGA OBISKA DESTINACIJE GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

29 % anketiranih ni podalo odgovora na vprašanje o lokaciji destinacije. Te smo izločili iz nadaljnje statistične analize.

Skoraj polovica (46,7 %) vseh anketiranih je anketo opravila v Portorožu. Sledijo jimi tisti, ki so bili anketirani na Bernardinu (20,9 % vseh), Strunjanu (15,2 % vseh), Piranu (8,6 %) in zaledju (8,6 % vseh).

Hl-kvadrat test je pokazal statistično značilne povezanosti med državljanstvom anketiranih in lokacijo anketiranja ($\chi^2 = 76,752$, $p = 0,001$). Podrobni rezultati so podani v prilogi B2.

V Portorožu je bilo anketiranih več nemških obiskovalcev (77,8 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev) kot ostalih obiskovalcev.

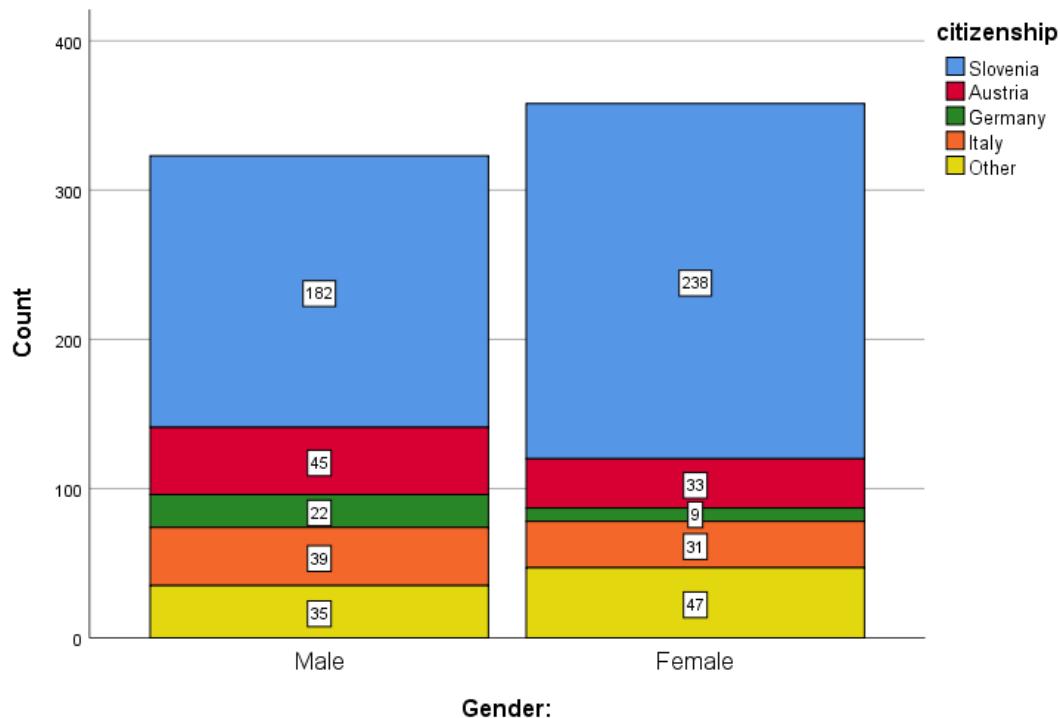
V Piranu je bilo anketiranih več italijanskih (17,4 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev) in nemških (16,7 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev) kot ostalih obiskovalcev.

Na Bernardinu je bilo anketiranih več slovenskih (25,5 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev), avstrijskih (19,8 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev) in obiskovalcev iz drugih držav (18,5 % vseh anketiranih obiskovalcev iz ostalih držav).

V Strunjanu je bilo anketiranih več slovenskih obiskovalcev (19,6 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev).

Tudi v zaledju je bilo anketiranih več slovenskih obiskovalcev (13,7 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev).

Na sliki 5 podajamo porazdelitev po spolu glede na državljanstvo anketiranih. Podrobni rezultati so podani v prilogi B3.



SLIKA 5: PORAZDELITEV ANKETIRANIH PO SPOLU GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

Spola ni podalo 3,5 % anketiranih. Izločili smo jih iz nadaljnje statistične analize.

V anketi je sodelovalo 52,73 % žensk in 47,27 % moških, ki so obiskali destinacijo Portorož in Piran v letu 2019.

Hl-kvadrat test je pokazal statistično značilne povezanosti med državljanstvom anketiranih in njihovim spolom ($\chi^2 = 15,677$, $p = 0,003$).

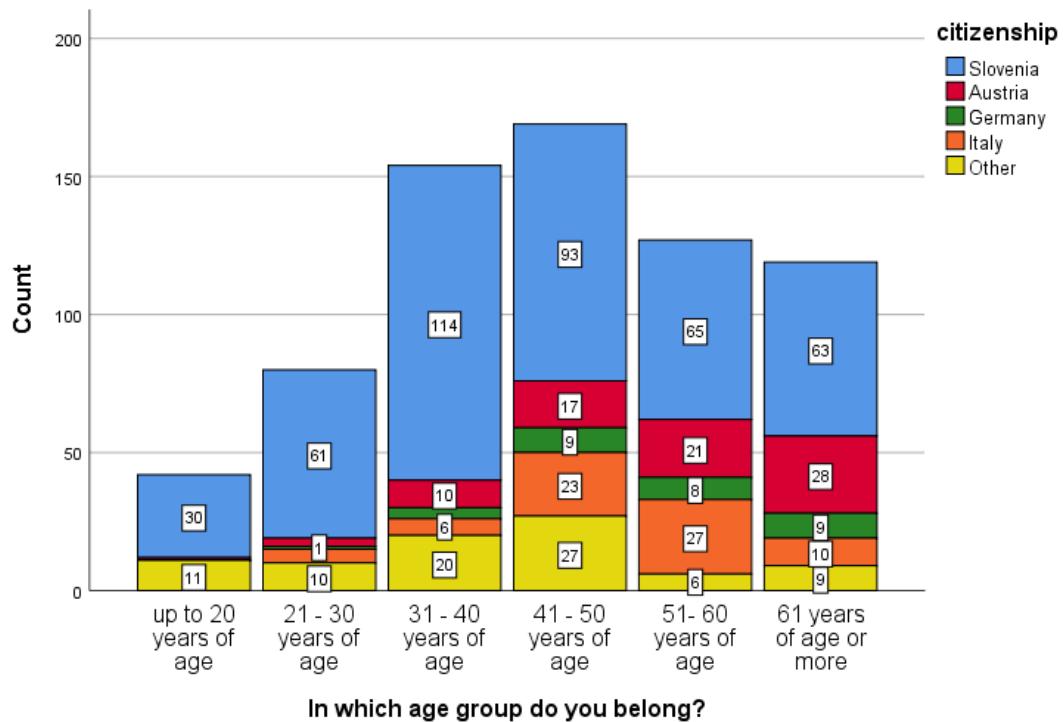
Največ anketiranih moških prihaja iz Nemčije (71 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev), najmanj pa iz Slovenije (43,3 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev) in ostalih držav (42,7 % vseh anketiranih iz ostalih držav).

Največ anketiranih žensk prihaja iz Slovenije (56,7 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev) in ostalih držav (57,3 % vseh anketiranih iz ostalih držav), najmanj pa iz Nemčije (29 % vseh nemških obiskovalcev).

V nadaljevanju prikazujemo porazdelitev anketiranih po starosti. Pri tem so anketirani navedli njihovo starost v letih. Pri tem so anketirani lahko izbrali enega od navedenih odgovorov:

- do 20 let,
- od 21 do 30 let,
- od 31 do 40 let,
- od 41 do 50 let,
- od 51 do 60 let ter
- 61 let in več.

Porazdelitev odgovorov glede na državljanstvo anketiranih je podana na sliki 6. Podrobni rezultati so podani v prilogi B4.



SLIKA 6: PORAZDELITEV ANKETIRANIH PO STAROSTI GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

2,1 % anketiranih ni podalo svoje starosti. Te smo izločili iz nadaljnje statistične analize.

Iz slike 6 lahko razberemo, da je porazdelitev anketiranih glede na starost približno normalna. Največ anketiranih obiskovalcev na destinaciji Portorož in Piran v letu 2019 je bila starih od 41 do 50 let (24,2 % vseh). Sledijo jim tisti stari med 31 in 40 let (22,2 % vseh), stari od 51 do 60 let (18,4 % vseh), starejši od 61 let (17,8 % vseh), stari med 21 in 30 let (11,5 % vseh) ter mlašji od 21 let (6,1 % vseh).

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 95,085$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med starostjo in državljanstvom anketiranih.

V starostni kategoriji so 20 let prevladujejo anketirani iz Slovenije (7 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev) in ostalih držav (13,3 % vseh anketiranih iz ostalih držav).

V starostni kategoriji od 21 do 30 let prevladujejo anketirani iz Slovenije (14,3 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev) in ostalih držav (12 % vseh anketiranih obiskovalcev iz ostalih držav).

V starostni kategoriji od 31 do 40 let zasledimo največ anketiranih iz Slovenije (26,8 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev) in ostalih držav (24,1 % vseh anketiranih iz ostalih držav).

V starostni kategoriji od 41 do 50 let je največ anketiranih iz Italije (32,4 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev) in ostalih držav (32,5 % vseh anketiranih iz ostalih držav).

V starostni kategoriji od 51 do 60 let je največ anketiranih iz Italije (kar 38 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev).

V starostni kategoriji nad 60 let je največ anketiranih iz Avstrije (35 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev).

3 LASTNOSTI TOKRATNEGA OBISKA DESTINACIJE

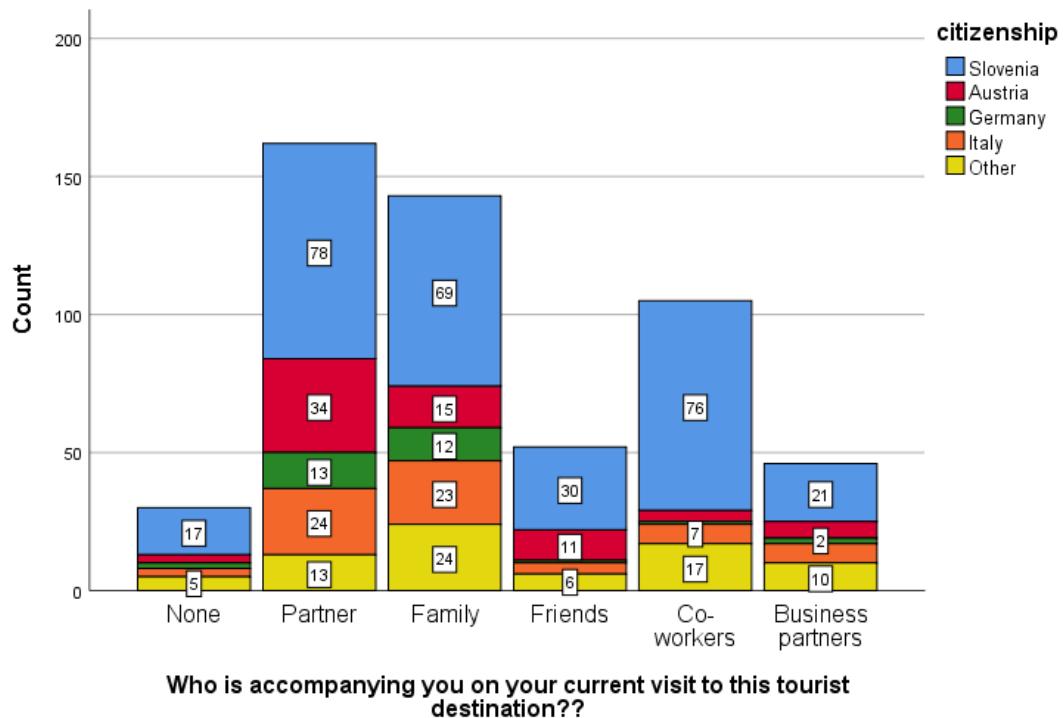
V tem poglavju predstavljamo lastnosti tokratnega obiska destinacije Portorož in Piran leta 2019.

3.1 Potovalna družba

Najprej smo anketirane vprašali o tem, s kom so prišli na destinacijo. Pri tem so anketirani lahko izbrali enega izmed ponujenih odgovorov:

- sam,
- s partnerjem,
- z družino,
- s prijatelji,
- s sodelavci,
- s poslovnimi partnerji.

Porazdelitev odgovorov glede na državljanstvo anketiranih je podana na sliki 7.



SLIKA 7: PORAZDELITEV ANKETIRANIH GLEDE NA POTOVALNO DRUŽBO PO DRŽAVLJANSTVU ANKETIRANIH

23,7 % anketiranih ni podalo odgovora na vprašanje na to vprašanje. Te smo izločili iz nadaljnje statistične analize.

30,55 % anketiranih je na destinacijo prišla s partnerjem. Sledijo jim tisti, ki so na destinacijo prišli z družino (26 % vseh), s sodelavci (19,09 % vseh), s prijatelji (10,18 % vseh), s poslovnimi partnerji (8,55 % vseh) in sami (5,64 % vseh).

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 49,546$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med potovalno družbo in državljanstvom anketiranih. Podrobni rezultati so podani v prilogi B5.

Na destinacijo je samih prišlo največ anketiranih iz Nemčije (6,5 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev) in iz ostalih držav (6,7 % vseh anketiranih obiskovalcev iz ostalih držav).

S partnerjem je prišlo največ anketiranih iz Avstrije (46,6 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev) in Nemčije (41,9 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev).

Z družino je na destinacijo največ anketiranih prišlo iz Nemčije (38,7 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev), Italije (33,8 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev) in ostalih držav (32 % vseh anketiranih obiskovalcev iz ostalih držav).

S prijatelji je v letu 2019 na destinacijo prišlo največ anketiranih iz Avstrije (15,1 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev) in Slovenije (10,3 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev).

S sodelavci je na destinacijo v letu 2019 prišlo največ anketiranih iz Slovenije (26,1 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev) in ostalih držav (22,7 % vseh anketiranih iz ostalih držav).

S poslovnimi partnerji je v letu 2019 na destinacijo prišlo največ anketiranih iz Italije (10,3 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev) in ostalih držav (13,3 % vseh anketiranih obiskovalcev iz ostalih držav).

Na sliki 8 predstavljamo potovalno družbo anketiranih ob tokratnem obisku destinacije glede na mesec obiska destinacije.



SLIKA 8: POTOVALNA DRUŽBA ANKETIRANIH OB TOKRATNEM OBISKU DESTINACIJE GLEDE NA MESEC OBISKA DESTINACIJE

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 360,698$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med potovalno družbo in mesecem obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B6.

Kdor je na destinacijo prišel sam, je to storil v večini primerov julija (11,6 % vseh anketiranih julijskih obiskovalcev), avgusta (11,3 % vseh anketiranih avgustovskih obiskovalcev) ali decembra (11,1 % vseh anketiranih decembrskih obiskovalcev).

Kdor je na destinacijo prišel s partnerjem, je to v večini primerov storil januarja (100 % vseh anketiranih januarskih obiskovalcev) ali marca (100 % vseh anketiranih marčevskih obiskovalcev).

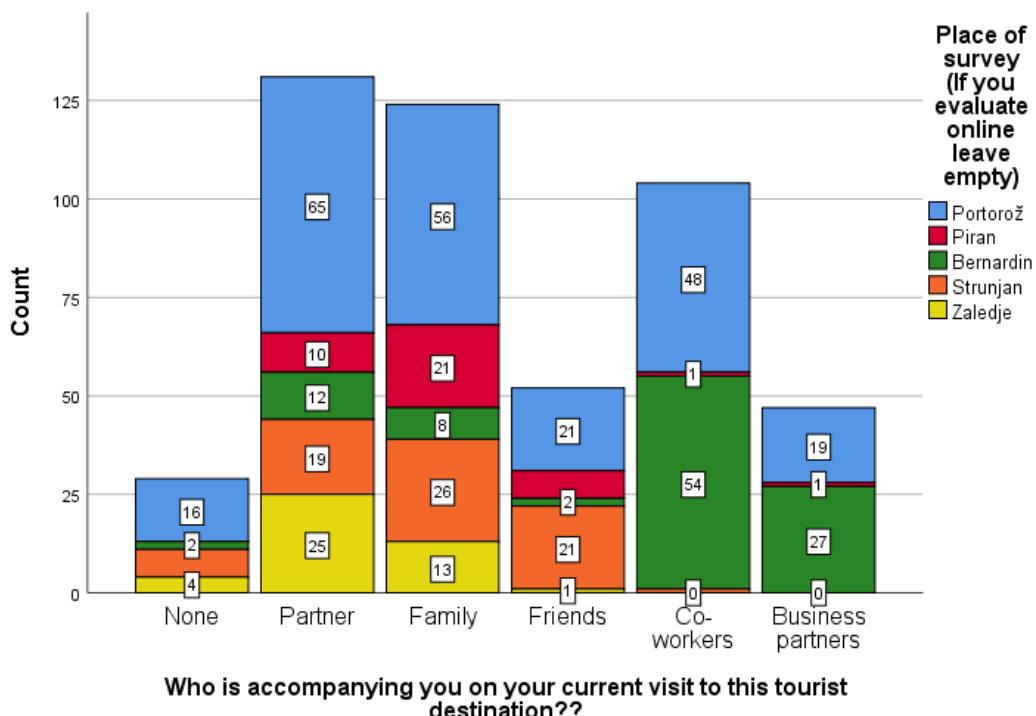
Kdor je na destinacijo prišel z družino, je to v večini primerov storil februarja (75 % vseh anketiranih februarskih obiskovalcev).

Kdor je na destinacijo prišel s prijatelji, je to v večini primerov storil novembra (34,7 % vseh novembrskih anketiranih obiskovalcev).

Kdor je na destinacijo prišel s sodelavci, je to v večini primerov storil maja (47,9 % vseh anketiranih majskih obiskovalcev) ali junija (37,7 % vseh anketiranih junijskih obiskovalcev).

Kdor je na destinacijo prišel s poslovnimi partnerji, je v večini primerov to storil maja (21,5 % vseh anketiranih majevskih obiskovalcev) ali junija (14,5 % vseh anketiranih junijskih obiskovalcev).

Na sliki 9 je predstavljena struktura potovalne družbe anketiranih glede na lokacijo destinacije.



SLIKA 9: STRUKTURA POTOVALNE DRUŽBE ANKETIRANIH GLEDE NA LOKACIJO DESTINACIJE

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 211,447$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med potovalno družbo in lokacijo destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B7.

Kdor je na destinacijo prišel sam, je v večini primerov za lokacijo izbral Strunjan (9,5 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana), zaledje (9,3 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja) ali Portorož (7,1 % vseh anketiranih obiskovalcev Portoroža).

Kdor je na destinacijo prišel s partnerjem, je v večini primerov za lokacijo destinacije izbral zaledje (58,1 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja).

Kdor je na destinacijo prišel z družino, je v večini primerov za lokacijo destinacije izbral Piran (52,5 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana).

Kdor je na destinacijo prišel s prijatelji, je v večini primerov za lokacijo destinacije izbral Strunjan (28,4 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana).

Kdor je na destinacijo prišel s sodelavci, je v večini primerov za lokacijo destinacije izbral Bernardin (51,4 % vseh anketiranih obiskovalcev Bernardina).

Kdor je na destinacijo prišel s poslovnimi partnerji, je v večini primerov za lokacijo destinacije izbral Bernardin (25,7 % vseh anketiranih obiskovalcev Bernardina).

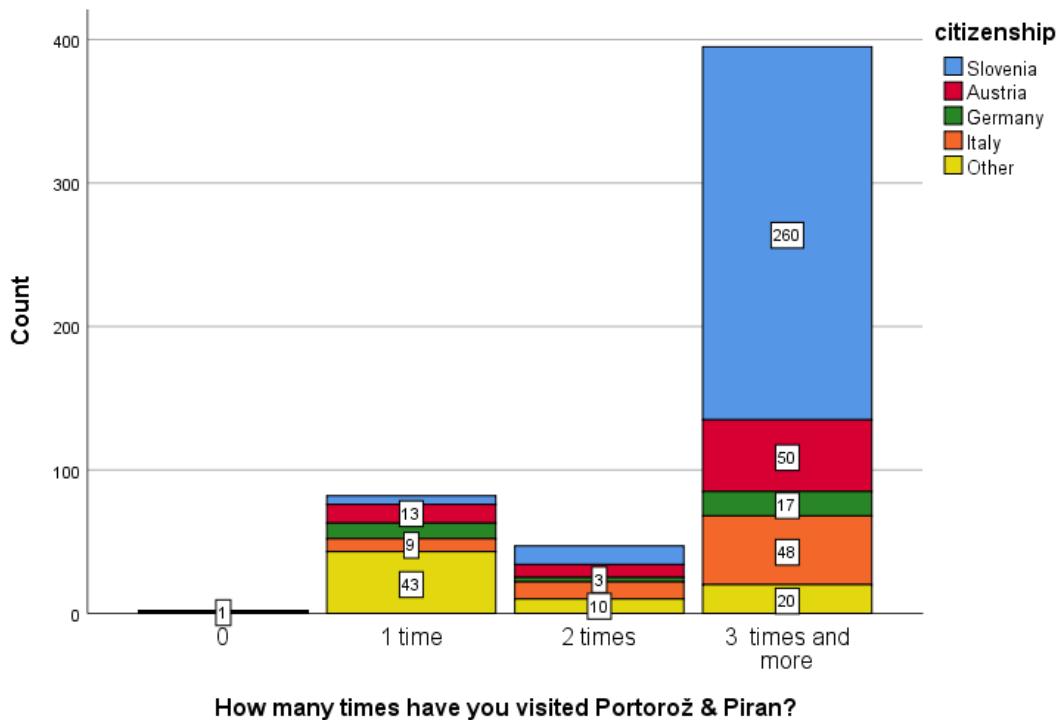
3.2 Predhodni obiski destinacije

V nadaljevanju smo anketirane vprašali, kolikokrat so predhodno že bili na destinaciji. Pri tem so lahko izbrali enega od ponujenih odgovorov:

- nikoli,
- 1-krat,
- 2-krat in

- 3-krat ali več.

Porazdelitev odgovorov glede na državljanstvo anketiranih je podana na sliki 10.



SLIKA 10: PORAZDELITEV ODGOVOROV GLEDE NA ŠTEVILU PREDHODNIH OBISKOV DESTINACIJE PO DRŽAVLJANSTVU ANKETIRANIH

25,4 % anketiranih ni podalo odgovora na vprašanje na to vprašanje. Te smo izločili iz nadaljnje statistične analize.

Tri četrtine (75,28 %) anketiranih je destinacijo Portorož in Piran obiskala trikrat in več. 15,61 % anketiranih je na destinaciji bilo že enkrat, 8,74 % dvakrat in le 0,37 % jih je na destinacijo prišlo prvič.

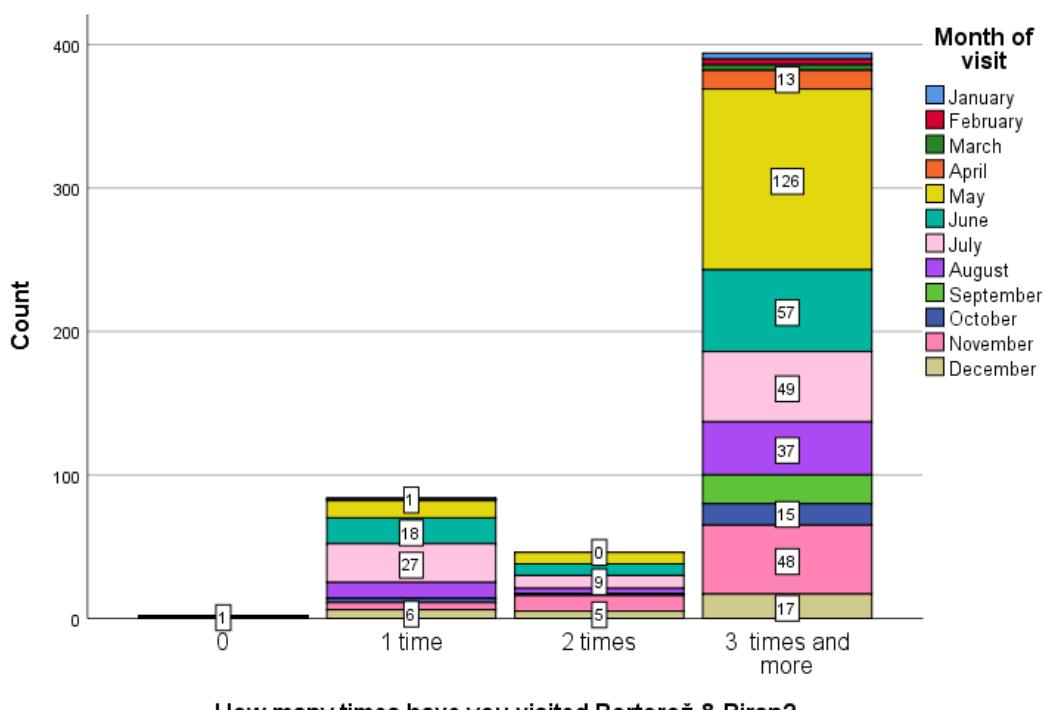
Hi-kvadrat test ($\chi^2 = 180,109$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med številom predhodnih obiskov destinacije in državljanstvom anketiranih. Podrobni rezultati so podani v prilogi B8.

Največ anketiranih (58,1 % vseh obiskovalcev iz drugih držav) iz drugih držav je destinacijo obiskalo drugič.

Med tistimi, ki so destinacijo obiskali predhodno dvakrat, je največ anketiranih iz Italije (17,4 % vseh italijanskih obiskovalcev).

Med stalnimi obiskovalci (tistimi, ki so destinacijo obiskali predhodno trikrat ali več) je največ anketiranih iz Slovenije (92,9 % vseh slovenskih anketiranih).

V nadaljevanju nas je zanimalo, kolikokrat so anketirani obiskali destinacijo glede na mesec njihovega obiska destinacije. Rezultati so podani na sliki 11.



How many times have you visited Portorož & Piran?

SLIKA 11: ŠTEVLO PREDHODNIH OBISKOV DESTINACIJE GLEDE NA MESEC OBISKA DESTINACIJE

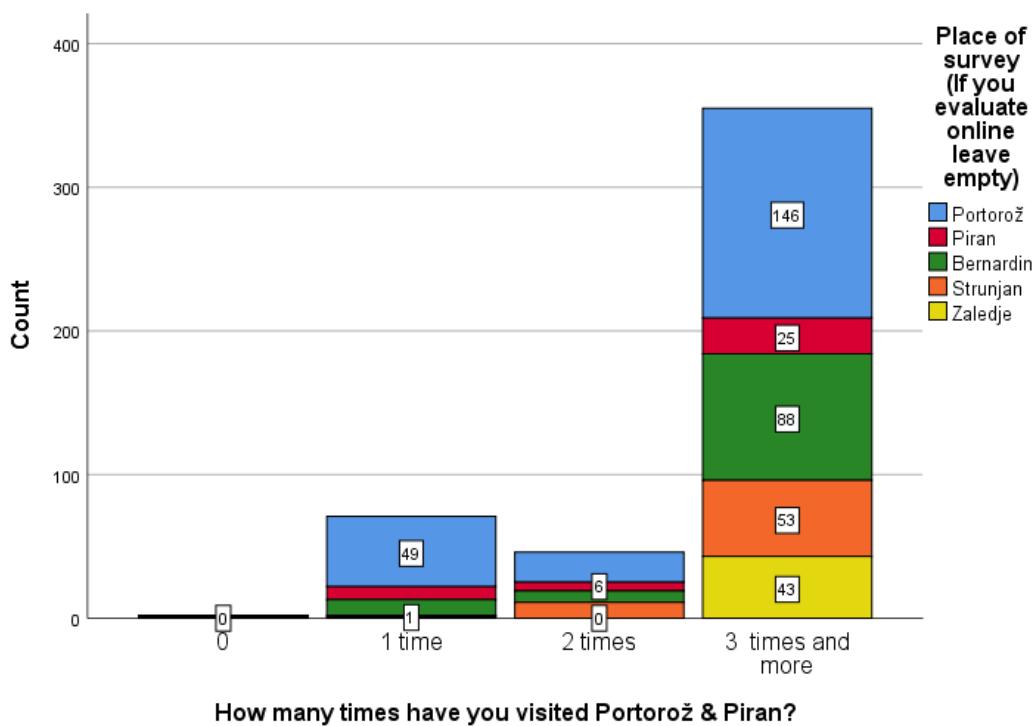
Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 180,109$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med številom predhodnih obiskov destinacije in mesecem obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B9.

Tisti, ki so na destinacijo prišli drugič, so v največ primerih destinacijo obiskali julija (31,8 % vseh anketiranih julijskih obiskovalcev).

Med tistimi, ki so na destinaciji predhodno bili dvakrat, je največ takih, ki so destinacijo obiskali decembra (17,2 % vseh anketiranih decembrskih obiskovalcev) ali novembra (16,9 % vseh anketiranih novembrskih obiskovalcev).

Med tistimi, ki so destinacijo predhodno obiskali vsaj trikrat, je največ takih, ki so na destinacijo prišli februarja (vsi anketirani februarski obiskovalci), marca (vsi anketirani marčevski obiskovalci) ali septembra (vsi anketirani septembrski obiskovalci).

V nadaljevanju nas je zanimala porazdelitev odgovorov o številu predhodnih obiskov destinacije glede na lokacijo destinacije. Rezultati so podani na sliki 12.



SLIKA 12: ŠTEVIL PREDHODNIH OBISKOV DESTINACIJE GLEDE NA LOKACIJO DESTINACIJE

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 42,734$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med številom predhodnih obiskov destinacije in lokacijo destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B10.

Med tistimi, ki so drugič obiskali destinacijo, je največ takih, ki so obiskali Portorož (22,6 % vseh anketiranih obiskovalcev Portoroža) ali Piran (22,5 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana).

Med tistimi, ki so predhodno že dvakrat obiskali destinacijo, je največ takih, ki so obiskali Strunjan (16,7 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana) ali Piran (15 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana).

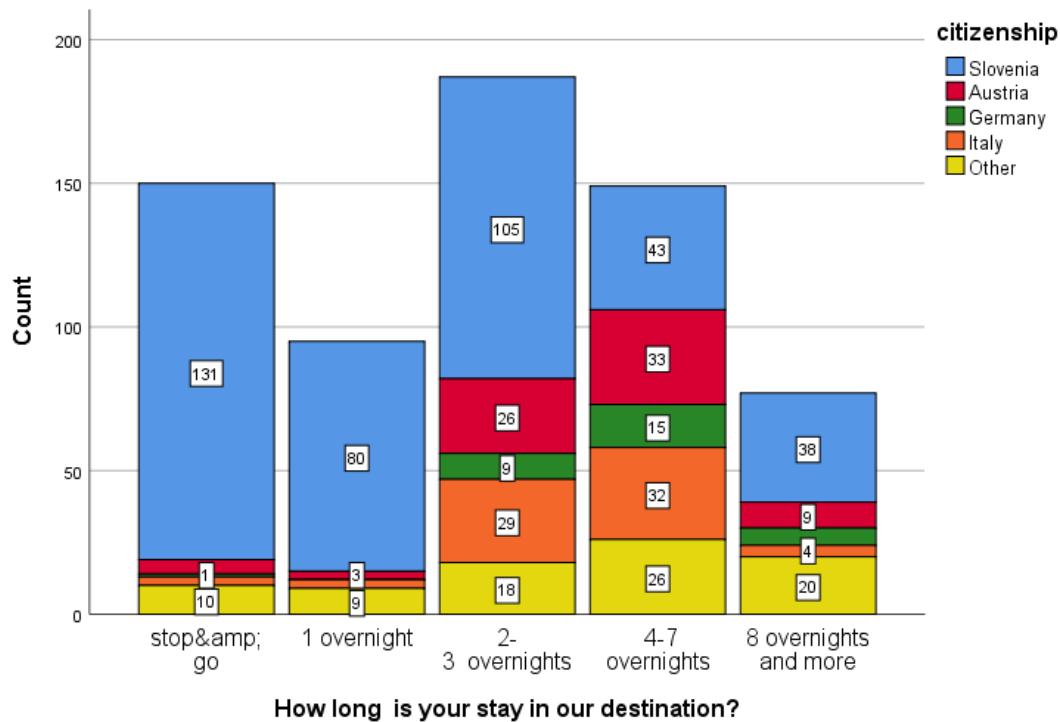
Med tistimi, ki so destinacijo predhodno obiskali trikrat ali več, je največ takih, ki so obiskali zaledje (97,7 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja).

3.3 Število nočitev na destinaciji

V nadaljevanju smo anketirane vprašali, koliko nočitev so opravili ob tokratnem obisku destinacije. Pri tem so lahko izbrali enega od naslednjih odgovorov:

- dnevni obiskovalec (»stop and go«),
- 1 nočitev,
- 2 ali 3 nočitve,
- od 4 do 7 nočitev,
- 8 nočitev in več.

Porazdelitev odgovorov glede na državljanstvo anketiranih je podana na sliki 13.



SLIKA 13: ŠTEVILLO NOČITEV NA DESTINACIJI GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

6,8 % anketiranih ni podalo odgovora na vprašanje na to vprašanje. Te smo izločili iz nadaljnje statistične analize.

29 % anketiranih je ob tokratnem obisku destinacije opravilo od 2 do 3 nočitev. Sledijo jim dnevni obiskovalci (22,6 % vseh), tisti, ki so prenočili od 4 do 7-krat (22,5 % vseh), tisti, ki so prespali enkrat (14,3 % vseh) ter tisti, ki so prespali osemkrat in več (11,6 % vseh).

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 161,567$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med številom nočitev ob tokratnem obisku destinacije in državljanstvom anketiranih. Podrobni rezultati so podani v prilogi B11.

Med dnevnimi obiskovalci je bilo največ slovenskih anketiranih (33 % vseh slovenskih anketiranih).

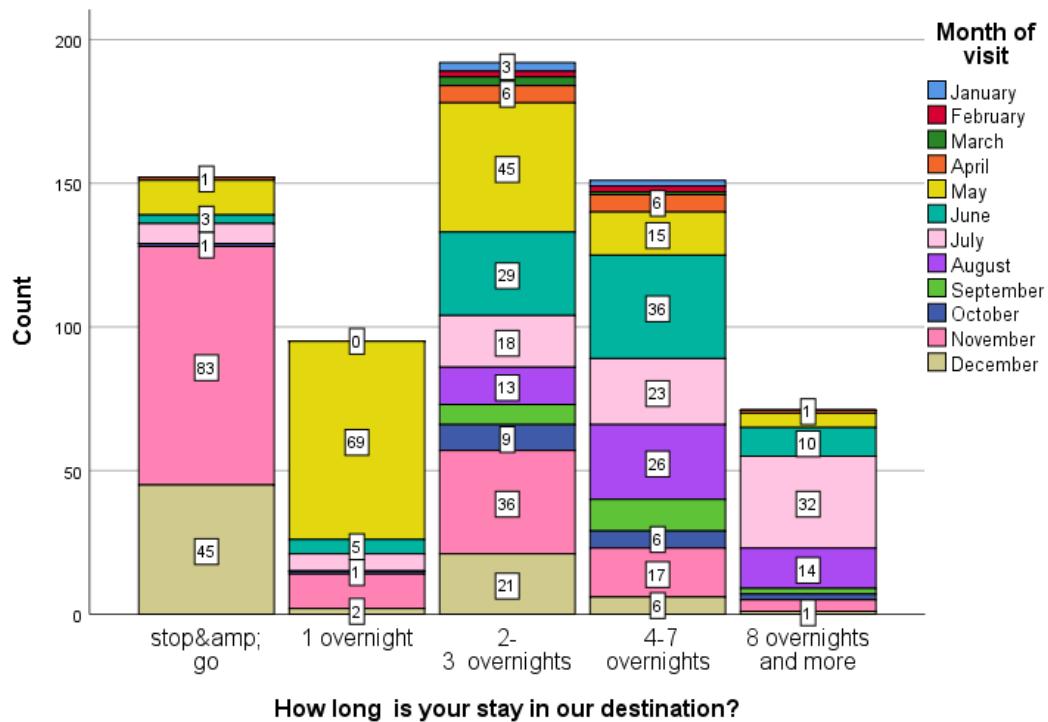
Med tistimi, ki so ob tokratnem obisku destinacije opravili eno nočitev, je bilo največ slovenskih anketiranih (20,2 % vseh slovenskih anketiranih).

Med tistimi, ki so ob tokratnem obisku destinacije opravili dve ali tri nočitve, je bilo največ italijanskih gostov (40,8 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev).

Med tistimi, ki so ob tokratnem obisku destinacije opravili od 4 do 7 nočitev, je bilo največ anketiranih iz Nemčije (48,4 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev), Italije (45,1 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev) in Avstrije (43,4 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev).

Med tistimi, ki so ob tokratnem obisku destinacije opravili 8 nočitev in več, je bilo največ anketiranih iz ostalih držav (24,1 % vseh anketiranih iz ostalih držav) in Nemčije (19,4 % vseh nemških anketiranih obiskovalcev).

Slika 14 predstavlja strukturo anketiranih glede na število nočitev tokratnega obiska destinacije glede na mesec obiska destinacije.



SLIKA 14: ŠTEVILLO NOČITEV TOKRATNEGA OBISKA DESTINACIJE GLEDE NA LOKACIJO DESTINACIJE

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 493,018$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med številom nočitev ob tokratnem obisku destinacije in mesecem tokratnega obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B12.

Med dnevnimi obiskovalci je največ tistih, ki so destinacijo obiskali decembra (60 % vseh anketiranih decembrskih obiskovalcev) ali novembra (54,6 % vseh anketiranih novembrskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so na destinaciji prespali eno noč, jih je največ na destinacijo prišlo maja (47,3 % vseh anketiranih majevskih obiskovalcev).

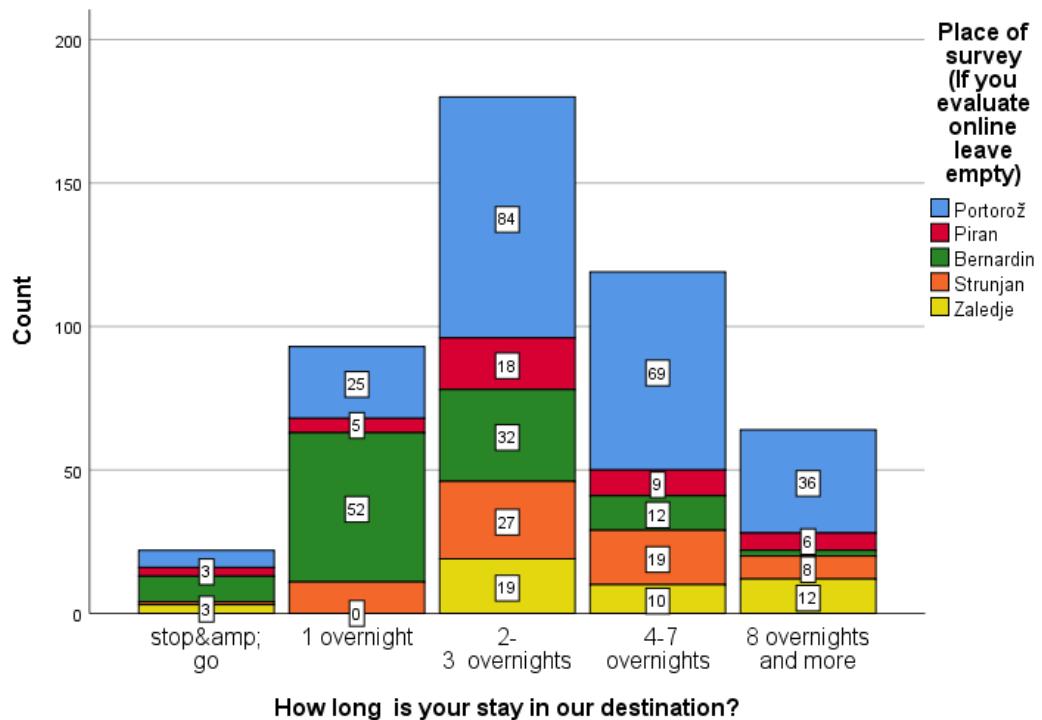
Med tistimi, ki so na destinaciji prespali dve ali tri noči, jih je največ na destinacijo prišlo marca (75 % vseh anketiranih majskeh obiskovalcev) ali januarja (60 % vseh anketiranih januarskih obiskovalcev).

Med tistimi, ki so na destinaciji prespali od štiri do sedem noči, jih je največ na destinacijo prišlo septembra (55 % vseh anketiranih septembrskih

obiskovalcev), februarja (50 % vseh anketiranih februarskih obiskovalcev) ali avgusta (49,1 % vseh anketiranih avgustovskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so na destinacijski prespal 8 noči in več, jih je največ na destinacijo prišlo julija (37,2 % vseh anketiranih julijskih obiskovalcev).

Slika 15 predstavlja strukturo anketiranih glede na število nočitev tokratnega obiska destinacije glede na lokacijo na destinaciji.



SLIKA 15: ŠTEVILO NOČITEV TOKRATNEGA OBISKA DESTINACIJE GLEDE NA LOKACIJO NA DESTINACIJI

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 105,171$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med številom nočitev ob tokratnem obisku destinacije in lokacijo tokratnega obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B13.

Med tistimi, ki so ob tokratnem obisku destinacije prespali eno noč, je največ anketiranih obiskalo Bernardin (48,6 % vseh anketiranih obiskovalcev Bernardina).

Med tistimi, ki so ob tokratnem obisku destinacije prespali dve ali tri noči, je največ anketiranih obiskalo Piran (43,9 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana), zaledje (43,2 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja), Strunjan (40,9 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana) ali Portorož (38,2 % vseh anketiranih obiskovalcev Portoroža).

Med tistimi, ki so na destinaciji tokrat prespali od štiri do sedem noči, je največ anketiranih obiskalo Portorož (31,4 % vseh anketiranih obiskovalcev Portoroža) ali Strunjan (28,8 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana).

Med tistimi, ki so na destinaciji tokrat prespali 8 ali večkrat, je največ anketiranih obiskalo zaledje (27,3 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja).

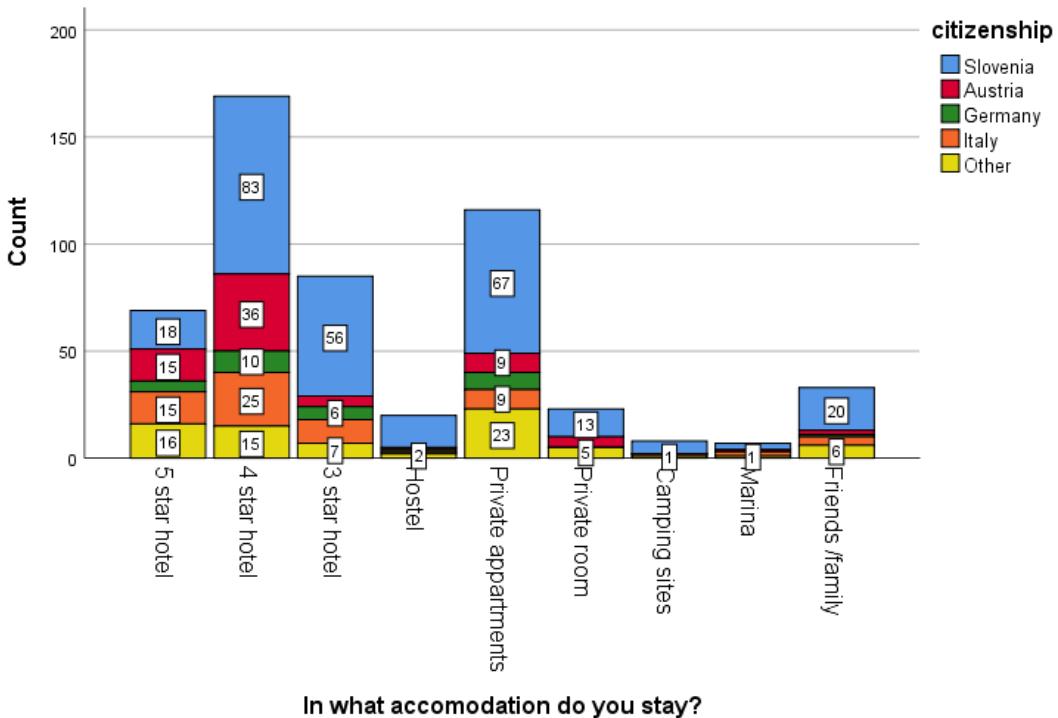
3.4 Tip nastanitve

Z naslednjim vprašanjem smo hoteli prepoznati, kakšen tip nastanitve so izbrali anketirani ob njihovem tokratnem obisku destinacije. Izbrali so lahko enega izmed ponujenih odgovorov:

- hotel 5*,
- hotel 4*,
- hotel 3*,
- hostel,
- zasebni apartma,
- zasebna soba,
- kamp,
- marina in

- prijatelji/sorodniki.

Porazdelitev odgovorov glede na državljanstvo anketiranih je podana na spodnji sliki.



SLIKA 16: TIP NASTANITVE GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

25,1 % anketiranih ni podalo odgovora na vprašanje na to vprašanje. Te smo izločili iz nadaljnje statistične analize.

V letu 2019 je bilo največ anketiranih nameščenih v štirizvezdičnih hotelih (31,9 % vseh anketiranih). Sledijo jim tisti, ki so kot namestitev izbrali zasebne apartmaje (21,9 % vseh anketiranih), hotele s tremi zvezdicami (15,7 % vseh anketiranih), hotele s petimi zvezdicami (13,5 % vseh anketiranih), prenočitev pri sorodnikih ali prijateljih (6,3 % vseh anketiranih), zasebne sobe (4,3 % vseh anketiranih), hostel (3,7 % vseh anketiranih), kamp (1,5 % vseh anketiranih) in marino (1,3 % vseh anketiranih).

Hi-kvadrat test ($\chi^2 = 66,754$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med tipom nastanitve ob tokratnem obisku destinacije in državljanstvom anketiranih. Podrobni rezultati so podani v prilogi B14.

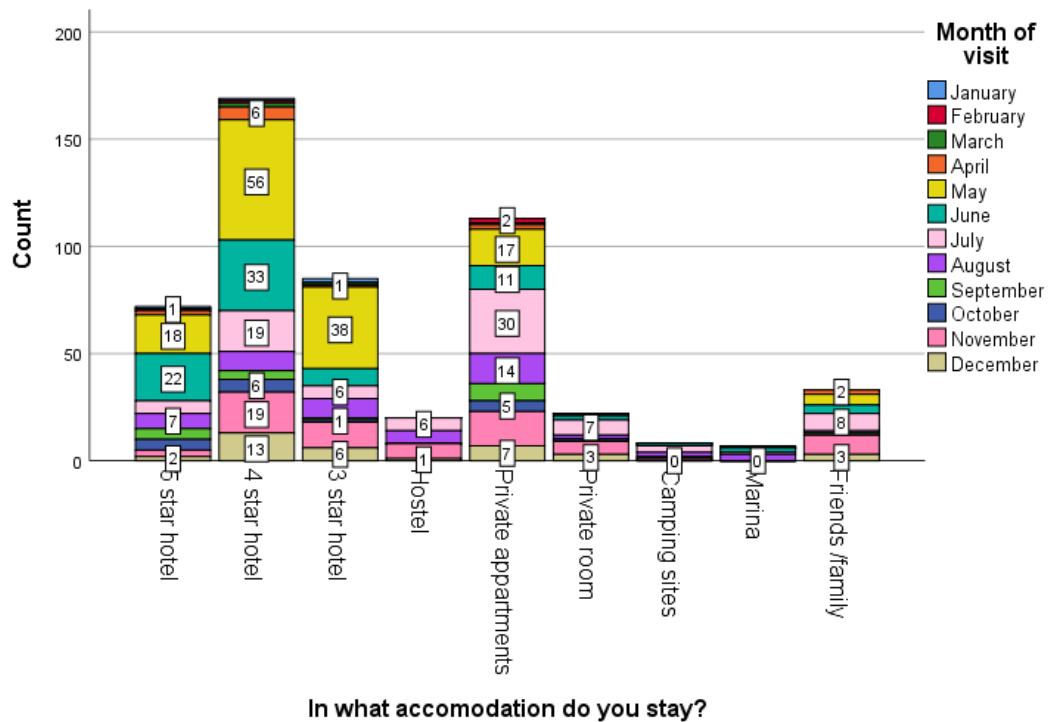
Med tistimi anketiranimi, ki so bili nastanjeni v hotelu 5*, je bilo največ Italijanov (22,1 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev), obiskovalcev iz drugih držav (21,1 % vseh anketiranih obiskovalcev drugih držav) in Avstrijev (20,3 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so bili nastanjeni v hotelu 4 *, je bilo največ Avstrijev (48,6 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so bili nastanjeni v hotelu 3*, je bilo največ Slovencev (19,9 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev) in Nemcev (19,4 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so bili nastanjeni v zasebnim apartmajih, je bilo največ državljanov ostalih držav (30,3 % vseh anketiranih obiskovalcev iz drugih držav), Nemcev (25,8 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev) in Slovencev (23,8 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev).

Na sliki 17 podajamo porazdelitev odgovorov o tipu namestitve ob tokratnem obisku destinacije glede na mesec obiska destinacije.



SLIKA 17: TIP NAMESTITVE OB TOKRATNEM OBISKU DESTINACIJE GLEDE NA MESEC OBISKA DESTINACIJE

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 177,681$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med tipom nastanitve ob tokratnem obisku destinacije in mesecem obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B15.

Med tistimi anketiranimi, ki so prenočili v hotelu 5*, je bilo največ obiskov oktobra (27,8 % vseh anketiranih oktobrskih obiskovalcev), junija (26,5 % vseh anketiranih junijskih obiskovalcev), februarja (25 % vseh anketiranih februarskih obiskovalcev), septembra (25 % vseh anketiranih septembrskih obiskovalcev) in januarja (20 % vseh anketiranih januarskih obiskovalcev).

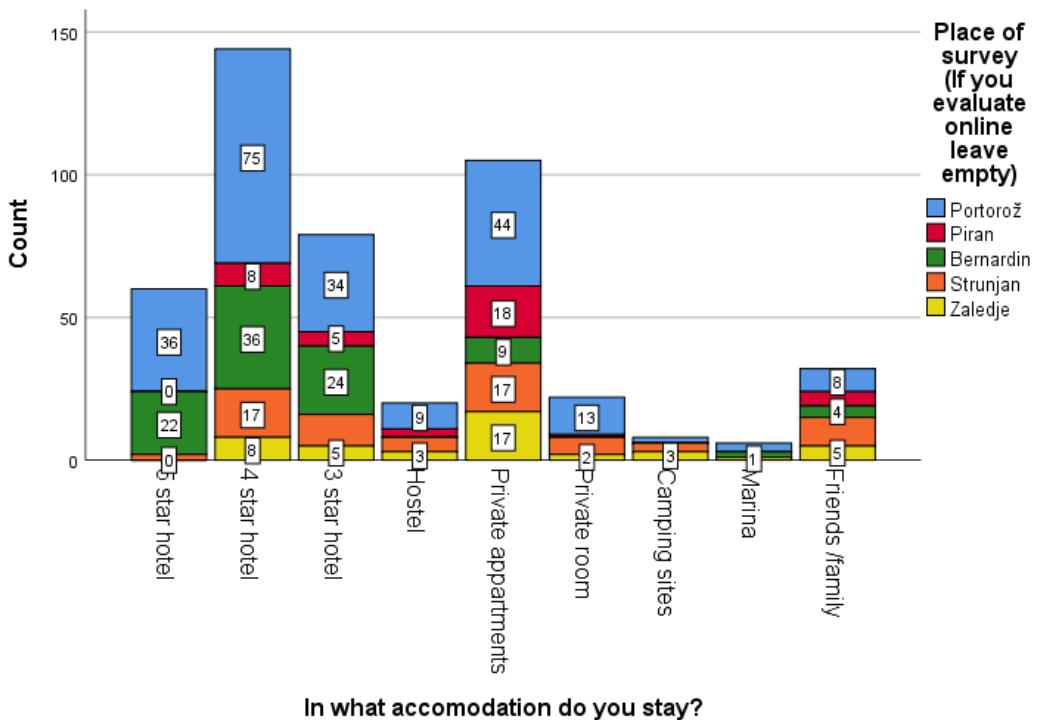
Med tistimi anketiranimi, ki so prenočili v hotelu 4*, je bilo največ obiskov marca (50 % vseh anketiranih marčevskih obiskovalcev), aprila (42,9 % vseh anketiranih aprilskih obiskovalcev), maja (41,8 % vseh anketiranih majevskih

obiskovalcev), junija (39,8 % vseh anketiranih junijskih obiskovalcev) in decembra (37,1 % vseh anketiranih decembrskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so prenočili v hotelu 3*, je bilo največ obiskov januarja (40 % vseh anketiranih januarskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so prenočili v zasebnih apartmajih, je bilo največ obiskov februarja (50 % vseh anketiranih februarskih obiskovalcev) in septembra (40 % vseh anketiranih septembriskih obiskovalcev).

Na sliki 18 podajamo porazdelitev odgovorov o tipu namestitve ob tokratnem obisku destinacije glede na lokacijo tokratnega obiska destinacije.



SLIKA 18: TIP NAMESTITVE OB TOKRATNEM OBISKU DESTINACIJE GLEDE NA LOKACIJO TOKRATNEGA OBISKA DESTINACIJE

Hi-kvadrat test ($\chi^2 = 104,355$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med tipom nastanitve ob tokratnem obisku destinacije in lokacijo tokratnega obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B16.

Med tistimi anketiranimi, ki so prenočili v hotelu 5*, jih je bilo največ nastanjenih na Bernardinu (22,7 % vseh anketiranih obiskovalcev Bernardina) in Portorožu (16,1 % vseh anketiranih obiskovalcev Portoroža).

Med tistimi anketiranimi, ki so prenočili v hotelu 4*, jih je bilo največ nastanjenih na Bernardinu (37,1 % vseh anketiranih obiskovalcev Bernardina) in Portorožu (33,5 % vseh anketiranih obiskovalcev Portoroža).

Med tistimi anketiranimi, ki so prenočili v hotelu 4*, jih je bilo največ nastanjenih na Bernardinu (24,7 % vseh anketiranih obiskovalcev Bernardina).

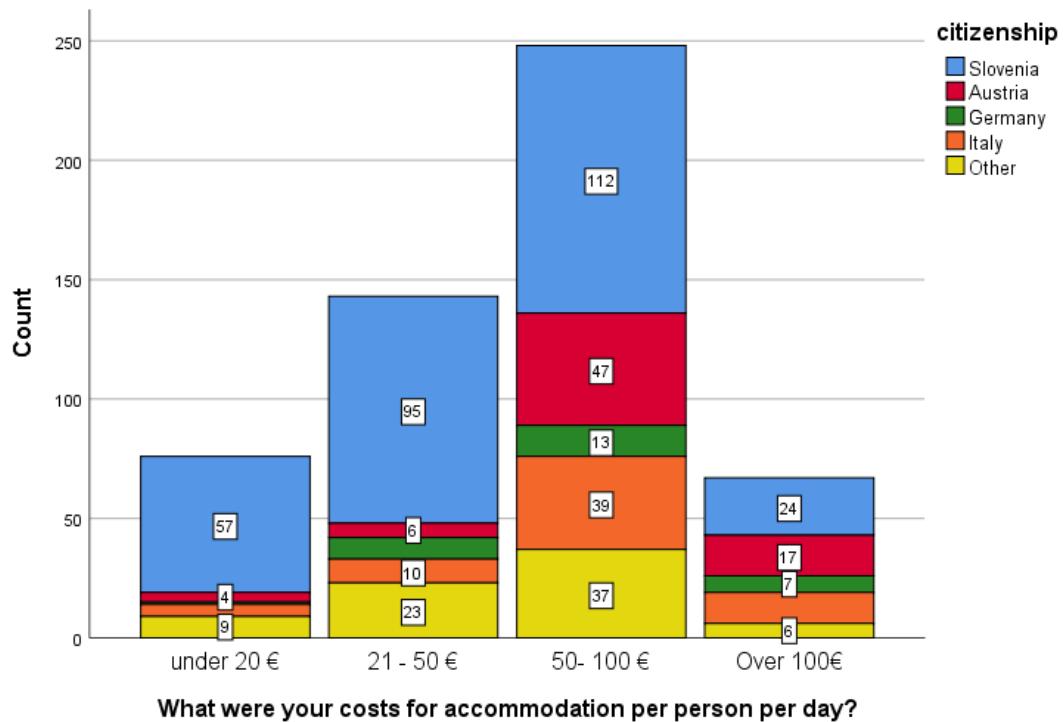
Med tistimi anketiranimi, ki so prenočili v zasebnih sobah, jih je bilo največ nastanjenih v Piranu (45 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana) in zaledju (38,6 % vseh obiskovalcev zaledja).

3.5 Poraba za nastanitev

Zanimala nas je tudi poraba za nastanitev na osebo na dan. Pri tem so anketirani lahko izbrali enega od podanih odgovorov:

- manj kot 20 €,
- od 21 do 50 €,
- od 51 do 100 € ter
- 101 € in več.

Porazdelitev odgovorov glede na državljanstvo anketiranih je podana na spodnji sliki.



SLIKA 19: PORABA ZA NASTANITEV NA OSEBO NA DAN GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

24,3 % anketiranih ni podalo odgovora na vprašanje na to vprašanje. Te smo izločili iz nadaljnje statistične analize. Podrobni rezultati so podani v prilogi B17.

Skoraj polovica anketiranih (46,2 % vseh) je za nastanitev na osebo na dan ob tokratnem bivanju na destinaciji porabila med 51 in 100 €. Sledijo jimi tisti, ki so porabili med 21 in 50 € (26,4 % vseh), tisti, ki so porabili manj kot 20 € (14,3 % vseh) ter tisti, ki so porabili 101 € in več (13,2 % vseh).

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 60,452$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med porabo za nastanitev na osebo na dan ter državljanstvom anketiranih.

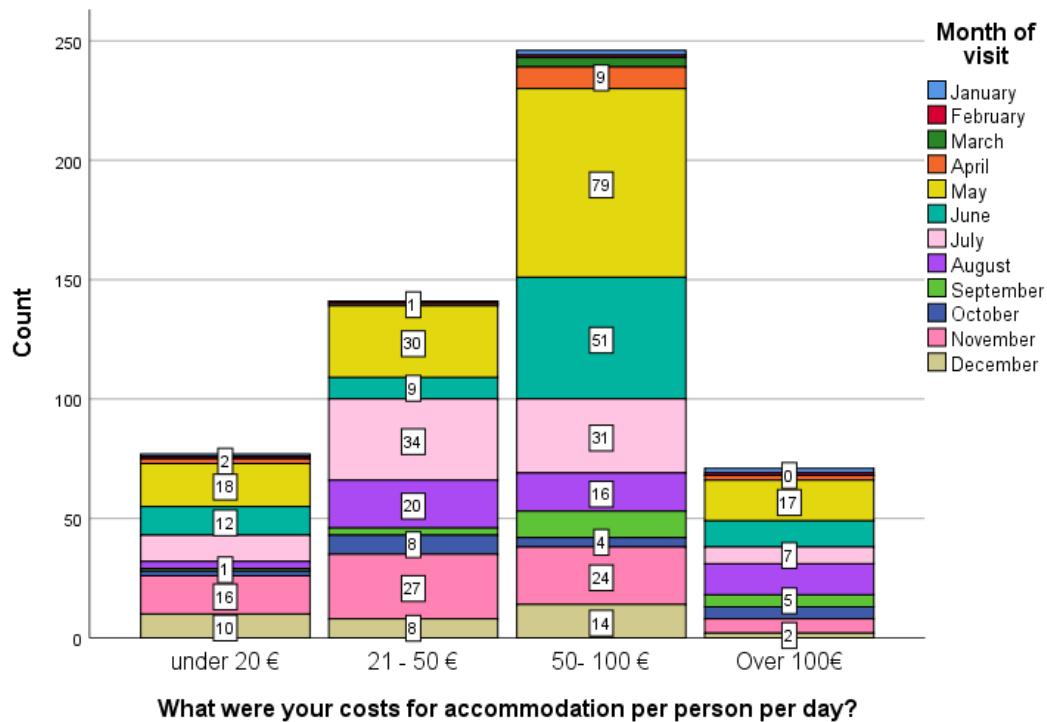
Med tistimi, ki so za prenočitev na osebo na dan plačali manj kot 20 €, je bilo največ anketiranih Slovencev (19,8 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev) in obiskovalcev iz drugih držav (12 % vseh anketiranih obiskovalcev drugih držav).

Med tistimi anketiranimi, ki so za nastanitev na osebo na dan plačali med 21 in 50 €, je bilo največ anketiranih Slovencev (33 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev), obiskovalcev iz drugih držav (30,7 % vseh anketiranih obiskovalcev iz drugih držav) ter obiskovalcev iz Nemčije (30 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so za nastanitev na osebo na dan plačali med 51 in 100 €, je bilo največ anketiranih Avstrije (63,5 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev) in Italije (58,2 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so za nastanitev na osebo na dan plačali več kot 100 €, je bilo največ anketiranih Nemčije (23,3 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev), Avstrije (23 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev) in Italije (19,4 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev).

Na sliki 20 predstavljamo porazdelitev porabe za nastanitev na osebo na dan ob tokratnem obisku destinacije glede na mesec obiska destinacije.



What were your costs for accommodation per person per day?

SLIKA 20: PORABA ZA NASTANITEV NA OSEBO NA DAN OB TOKRATNEM OBISKU DESTINACIJE GLEDE NA MESEC OBISKA DESTINACIJE

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 81,529$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med porabo za nastanitev na osebo na dan ter mesecem obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B18.

Med tistimi anketiranimi, ki so za nastanitev na osebo na dan porabili manj kot 20 €, jih je največ destinacijo obiskalo decembru (29,4 % vseh anketiranih decembrskih obiskovalcev), februarju (25 % vseh anketiranih februarskih obiskovalcev), novembру (21,9 % vseh anketiranih novembrskih obiskovalcev) in januarju (20 % vseh anketiranih januarskih obiskovalcev).

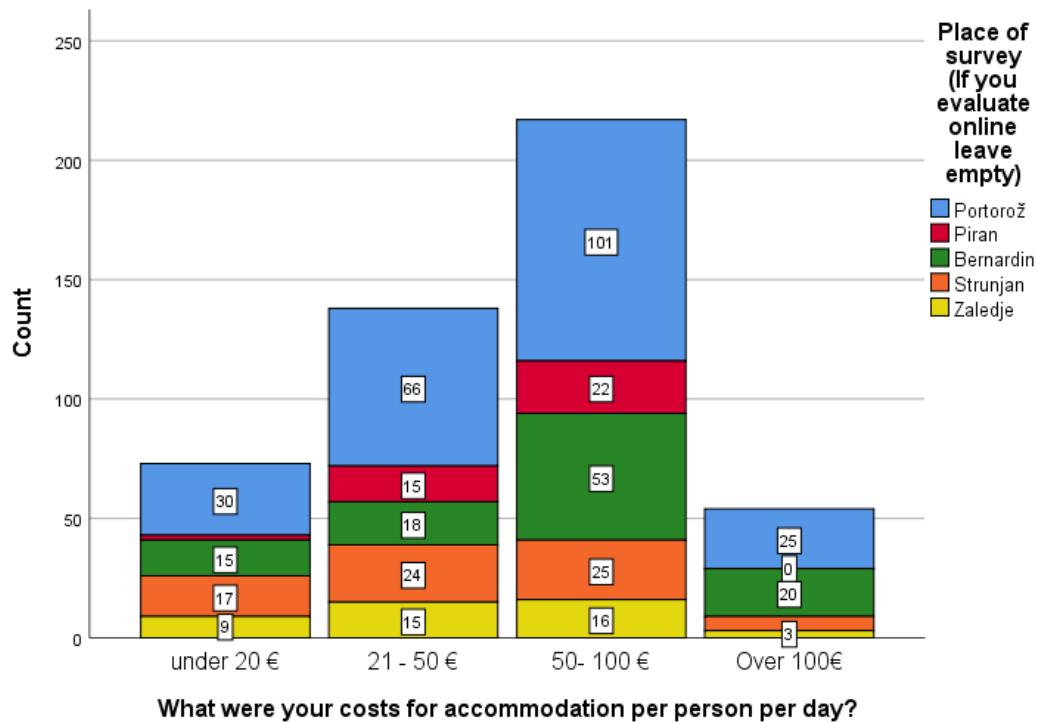
Med tistimi anketiranimi, ki so za nastanitev na osebo na dan porabili 21 in 50 €, jih je največ destinacijo obiskalo oktobru (42,1 % vseh anketiranih oktobrskih obiskovalcev), juliju (41 % vseh anketiranih julijskih obiskovalcev),

avgstu (38,5 % vseh anketiranih avgustovskih obiskovalcev) in novembru (37 % vseh anketiranih novembrskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so za nastanitev na osebo na dan porabili med 51 in 100 €, jih je največ destinacijo obiskalo aprila (64,3 % vseh anketiranih aprilskih obiskovalcev), junija (61,4 % vseh anketiranih junijskih obiskovalcev), septembra (55 % vseh anketiranih septembrskih obiskovalcev) in maja (54,9 % vseh anketiranih majskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so za nastanitev na osebo na dan porabili več kot 100 €, jih je največ destinacijo obiskalo januarja (40 % vseh anketiranih januarskih obiskovalcev).

Na sliki 21 predstavljamo porazdelitev porabe za nastanitev na osebo na dan ob tokratnem obisku destinacije glede na lokacijo tokratnega obiska destinacije.



What were your costs for accommodation per person per day?

SLIKA 21: PORABA ZA NASTANITEV NA OSEBO NA DAN OB TOKRATNEM OBISKU DESTINACIJE GLEDE NA LOKACIJO TOKRATNEGA OBISKA DESTINACIJE

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 30,119$, $p = 0,003$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med porabo za nastanitev na osebo na dan ter lokacijo tokratnega obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B19.

Med tistimi anketiranimi, ki so za namestitev na osebo na dan ob tokratnem obisku destinacije porabili manj kot 20 €, jih je bilo največ nastanjениh v Strunjanu (23,6 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana) in zaledju (20,9 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja).

Med tistimi anketiranimi, ki so za namestitev na osebo na dan ob tokratnem obisku destinacije porabili med 21 in 50 €, jih je bilo največ nastanjениh v Piranu (38,5 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana), zaledju (34,9 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja), Strunjanu (33,3 % vseh anketiranih

obiskovalcev zaledja) in Portorožu (29,7 % vseh anketiranih obiskovalcev Portoroža).

Med tistimi anketiranimi, ki so za namestitev na osebo na dan ob tokratnem obisku destinacije porabili med 51 in 100 €, jih je bilo največ nastanjenih v Piranu (56,4 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana), Bernardinu (50 % vseh anketiranih obiskovalcev Bernardina) in Portorožu (45,5 % vseh anketiranih obiskovalcev Portoroža).

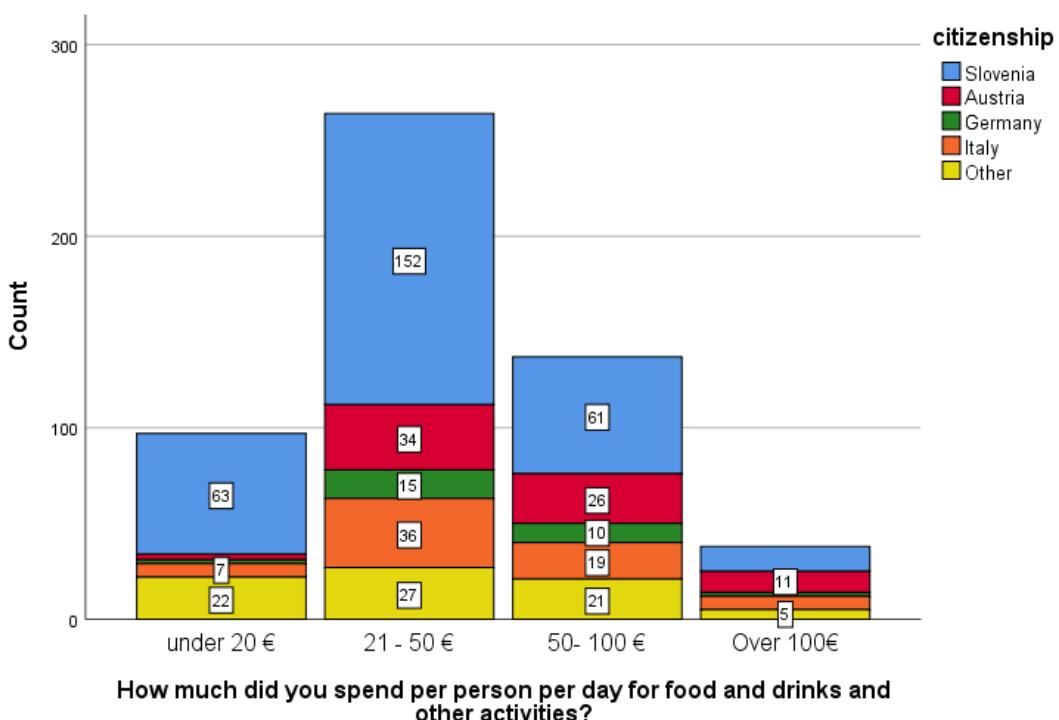
Med tistimi anketiranimi, ki so za namestitev na osebo na dan ob tokratnem obisku destinacije porabili več kot 100 €, jih je bilo največ nastanjenih na Bernardinu (18,9 % vseh anketiranih obiskovalcev Bernardina) in Portorožu (11,3 % vseh anketiranih obiskovalcev Portoroža).

3.6 Poraba za hrano, pičačo in aktivnosti na destinaciji na osebo na dan

V nadaljevanju nas je zanimalo, koliko so anketirani porabili za hrano, pičačo in aktivnosti na destinaciji ob tokratnem obisku, na osebo na dan. Pri tem so lahko izbrali enega od ponujenih odgovorov:

- manj kot 20 €,
- od 21 do 50 €,
- od 51 do 100 € ter
- 101 € in več.

Porazdelitev odgovorov glede na državljanstvo anketiranih je podana na spodnji sliki.



SLIKA 22: PORABA ZA HRANO, PIČAČO IN AKTIVNOSTI NA DESTINACIJI, NA OSEBO NA DAN, GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

23,9 % anketiranih ni podalo odgovora na vprašanje na to vprašanje. Te smo izločili iz nadaljnje statistične analize.

Skoraj polovica (48,6 % vseh anketiranih) je za hrano, pičačo in aktivnosti ob tokratnem obisku destinacije porabila od 51 do 100 € na osebo na dan. Sledijo jim tisti, ki so za to porabili od 21 do 50 € na osebo na dan (26,4 % vseh anketiranih), manj kot 20 € na dan (14,3 % vseh anketiranih) in več kot 100 € (13,2 % vseh anketiranih).

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 30,119$, $p = 0,003$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med porabo za hrano, pičačo in ostale aktivnosti na osebo na dan ter državljanstvo anketiranih. Podrobni rezultati so podani v prilogi B20.

Med tistimi anketiranimi, ki so za hrano, pičačo in ostale aktivnosti ob tokratnem obisku destinacije porabili manj kot 20 € na osebo na dan, jih je bilo največ iz drugih držav (29,3 % vseh anketiranih obiskovalcev iz drugih držav) in Slovenije (21,8 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so za hrano, pičačo in ostale aktivnosti ob tokratnem obisku destinacije porabili med 21 in 50 € na osebo na dan, jih je bilo največ iz Slovenije (52,6 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev), Italije (52,2 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev) in Nemčije (51,7 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so za hrano, pičačo in ostale aktivnosti ob tokratnem obisku destinacije porabili med 51 in 100 € na osebo na dan, jih je bilo največ iz Avstrije (35,1 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev) in Nemčije (34,5 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so za hrano, pičačo in ostale aktivnosti ob tokratnem obisku destinacije porabili več kot 100 € na osebo na dan, jih je bilo največ iz Avstrije (14,9 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev) in Italije (10,1 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev).

Na sliki 23 je predstavljena struktura odgovorov glede porabe za hrano, pičičo in aktivnosti na destinaciji na osebo na dan glede na mesec obiska destinacije.



SLIKA 23: PORABA ZA HRANO, PIČIČO IN AKTIVNOSTI NA DESTINACIJI NA OSEBO NA DAN GLEDE NA MESEC OBISKA DESTINACIJE

Hl-kvadrat test ($\chi^2 = 74,219$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med porabo za hrano, pičičo in aktivnosti na destinaciji na osebo na dan ter mesec tokratnega obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B21.

Med tistimi anketiranimi, ki so za hrano, pičičo in aktivnosti na destinaciji porabili manj kot 20 € na osebo na dan, jih je največ prišlo na destinacijo decembra (30,6 % vseh anketiranih decembrskih obiskovalcev) in julija (30,1 % vseh anketiranih julijskih obiskovalcev).

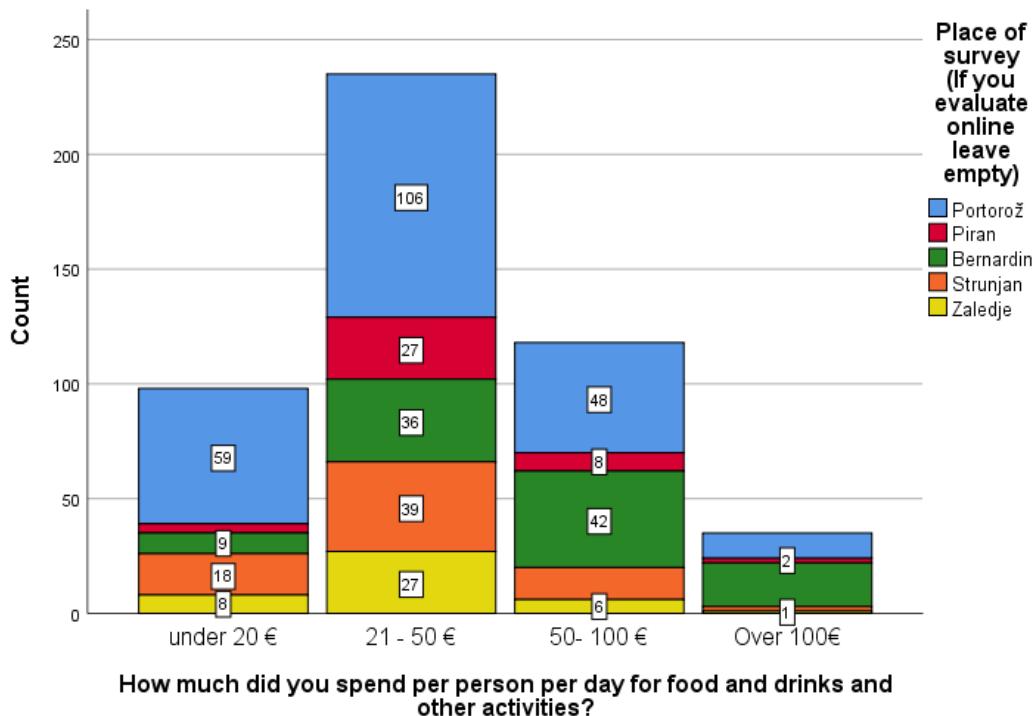
Med tistimi anketiranimi, ki so za hrano, pičičo in aktivnosti na destinaciji porabili med 21 in 50 € na osebo na dan, jih je največ prišlo na destinacijo februarja (75 % vseh anketiranih februarskih obiskovalcev), oktobra (68,4 %

vseh anketiranih oktobrskih obiskovalcev) in januarja (60 % vseh anketiranih januarskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so za hrano, pičo in aktivnosti na destinaciji porabili med 51 in 100 € na osebo na dan, jih je največ prišlo na destinacijo septembra (65 % vseh anketiranih septembrskih obiskovalcev) in marca (50 % vseh anketiranih marčevskih obiskovalcev).

Med tistimi anketiranimi, ki so za hrano, pičo in aktivnosti na destinaciji porabili manj kot 20 € na osebo na dan, jih je največ prišlo na destinacijo avgusta (12 % vseh anketiranih avgustovskih obiskovalcev) in maja (11 % vseh anketiranih majskih obiskovalcev).

Na sliki 24 je predstavljena struktura odgovorov glede porabe za hrano, pičo in aktivnosti na destinaciji na osebo na dan glede na lokacijo tokratnega obiska destinacije.



SLIKA 24: PORABA ZA HRANO, PIJAČO IN AKTIVNOSTI NA DESTINACIJI NA OSEBO NA DAN GLEDE NA LOKACIJO TOKRATNEGA OBISKA DESTINACIJE

Hi-kvadrat test ($\chi^2 = 60,297$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilne povezanosti med porabo za hrano, pičačo in aktivnosti na destinaciji na osebo na dan ter lokacijo tokratnega obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B22.

Med tistimi anketiranimi, ki so ob tokratnem obisku destinacije porabili manj kot 20 € na osebo na dan za hrano, pičačo in druge aktivnosti, jih je bilo največ nastanjenih Portorožu (26,3 % vseh anketiranih obiskovalcev Portoroža) in Strunjanu (24,7 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana).

Med tistimi anketiranimi, ki so ob tokratnem obisku destinacije porabili med 21 in 50 € na osebo na dan za hrano, pičačo in druge aktivnosti, jih je bilo največ nastanjenih v Piranu (65,9 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana) in v zaledju (64,3 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja)

Med tistimi anketiranimi, ki so ob tokratnem obisku destinacije porabili med 51 in 100 € na osebo na dan za hrano, pičačo in druge aktivnosti, jih je bilo največ nastanjenih na Bernardinu (39,6 % vseh anketiranih obiskovalcev Bernardina).

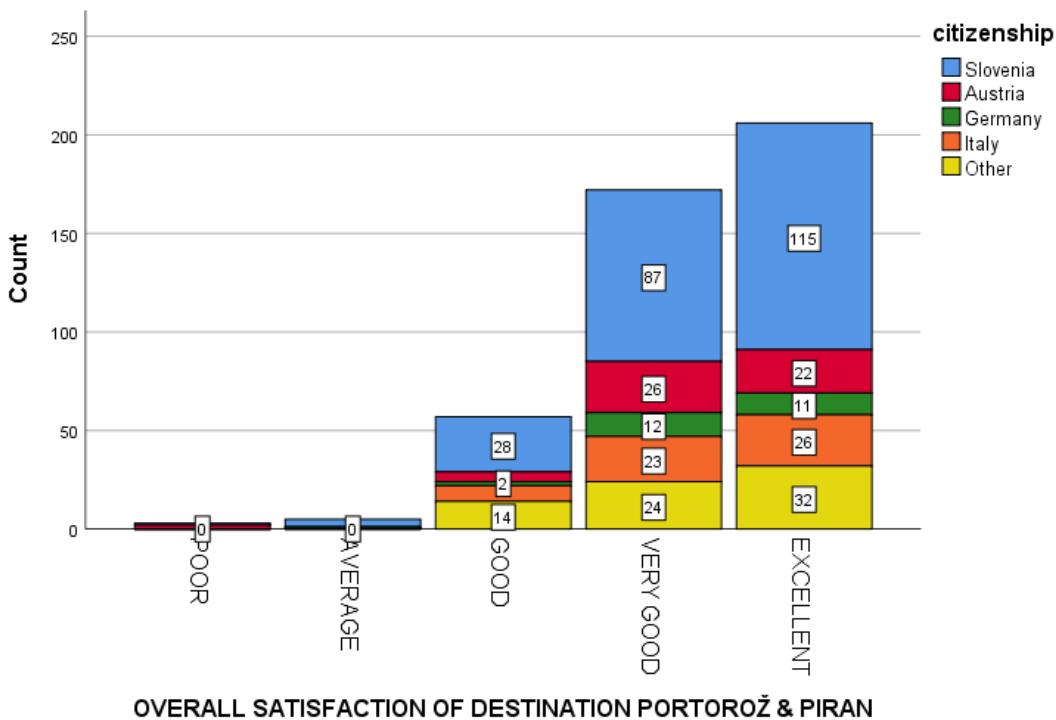
Med tistimi anketiranimi, ki so ob tokratnem obisku destinacije porabili manj kot 20 € na osebo na dan za hrano, pičačo in druge aktivnosti, jih je bilo največ nastanjenih na Bernardinu (17,9 % vseh anketiranih obiskovalcev Bernardina).

4 ZADOVOLJSTVO NA DESTINACIJI

V tem poglavju nas zanima zadovoljstvo z destinacijo. Najprej nas je zanimalo splošno zadovoljstvo z bivanjem na destinaciji, nato še zadovoljstvo s posameznimi dejavniki.

4.1 Splošno zadovoljstvo z destinacijo

Najprej smo anketirane vprašali po njihovem splošnem zadovoljstvu. Pri tem so lahko uporabili odgovor na 5-stopenjski lestvici (1 – slabo, 5 – odlično). Na sliki 25 so podani odgovori glede na državljanstvo anketiranih.



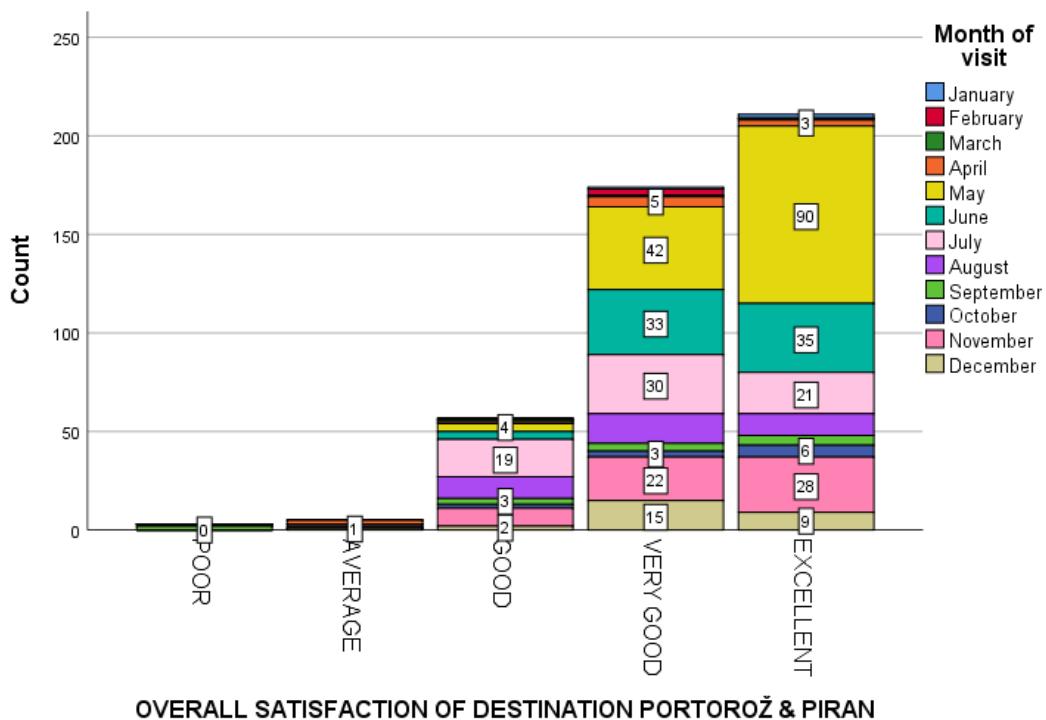
SLIKA 25: SPLOŠNO ZADOVOLJSTVO Z OBISKOM DESTINACIJE GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

36,8 % anketiranih na vprašanje ni odgovorilo. Te smo izločili iz nadaljnje statistične analize.

Skoraj polovica (46,5 % vseh) anketiranih je zadovoljstvo z destinacijo označila kot odlično. Sledijo jim tisti, ki so svoje zadovoljstvo ocenili kot prav dobro (38,8 % vseh), dobro (12,7 % vseh), povprečno (1,3 % vseh) in slabo (0,7 % vseh).

Test analize variance ($F = 0,334$, $p = 0,855$) ne nakazuje na statistično značilnih razlik v ocenjevanju splošnega zadovoljstva glede na državljanstvo anketiranih. Tako ne moremo trditi, da državljanstvo anketiranih vpliva na njihovo splošno zadovoljstvo z obiskom destinacije.

Na sliki 26 predstavljamo oceno splošnega zadovoljstva glede na mesec obiska destinacije.



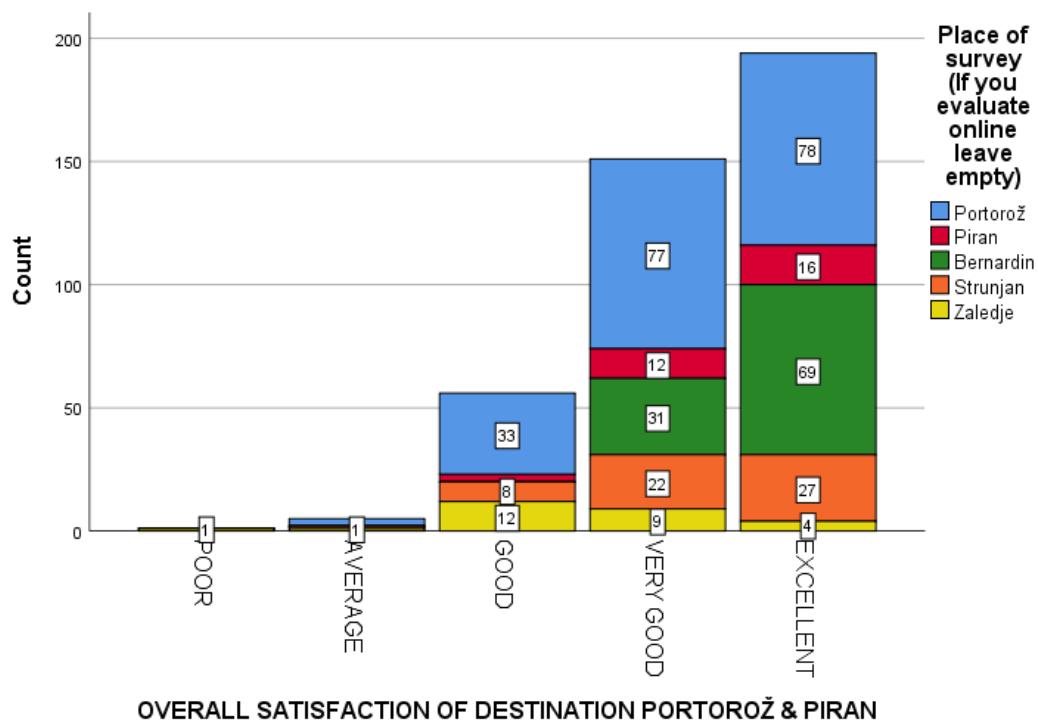
SLIKA 26: OCENA SPLOŠNEGA ZADOVOLJSTVA GLEDE NA MESEC OBISKA DESTINACIJE

Test analize variance ($F = 6,342$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilnih razlik v ocenjevanju splošnega zadovoljstva glede na mesec obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B23.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja (aritmetična sredina znaša 4,63), so v povprečju bolje ocenili splošno zadovoljstvo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila (aritmetična sredina znaša 3,82), junija (aritmetična sredina znaša 3,96), avgusta (aritmetična sredina znaša 3,95) ali septembra (aritmetična sredina znaša 3,71).

Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija (aritmetična sredina znaša 4,43), so v povprečju bolje ocenili splošno zadovoljstvo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija (aritmetična sredina znaša 3,96).

Na sliki 27 predstavljamo oceno splošnega zadovoljstva glede na lokacijo tokratnega obiska destinacije.



SLIKA 27: OCENA SPLOŠNEGA ZADOVOLJSTVA GLEDE NA LOKACIJO TOKRATNEGA OBISKA DESTINACIJE

Test analize variance ($F = 16,468$, $p = 0,001$) nakazuje na statistično značilnih razlik v ocenjevanju splošnega zadovoljstva glede na lokacijo tokratnega obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B24.

Anketirani, ki so bili anketirani v zaledju (aritmetična sredina znaša 3,52), so bili v povprečju manj zadovoljni od anketiranih, ki so obiskali Portorož (aritmetična sredina znaša 4,2), Piran (aritmetična sredina znaša 4,42), Bernardin (aritmetična sredina znaša 4,69) in Strunjan (aritmetična sredina znaša 4,29).

Anketirani, ki so obiskali Bernardin, so bili v povprečju bolj zadovoljni kot anketirani, ki so obiskali Portorož in Strunjan.

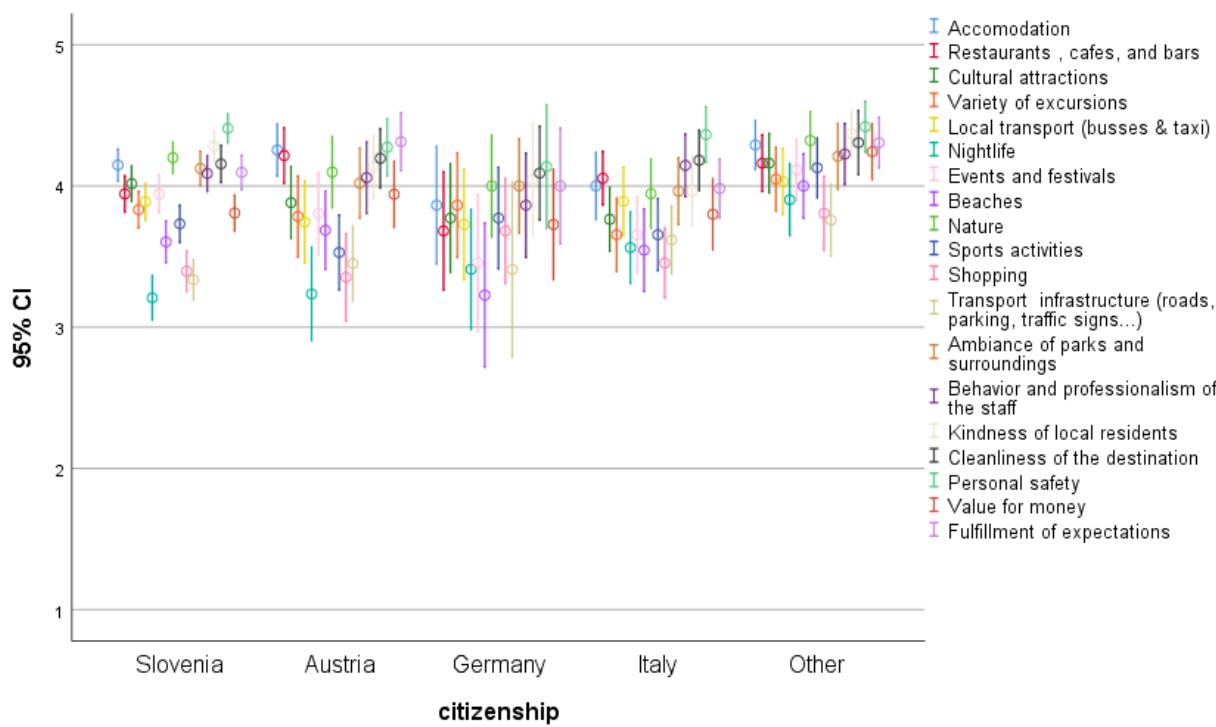
4.2 Zadovoljstvo s posameznimi dejavniki

V nadaljevanju smo anketirane vprašali po zadovoljstvu s posameznimi dejavniki. Pri tem so anketirani ocenjevali na 5-stopenjski lestvici (1 – slabo, 5 – odlično) naslednje dejavnike:

- nastanitev,
- restavracije, bari,
- kulturne znamenitosti,
- ponudba izletov,
- lokalni prevoz,
- nočno življenje,
- dogodki in festivali,
- plaže,
- narava,
- športne aktivnosti,

- nakupovanje,
- prometna infrastruktura,
- urejenost parkov in okolice,
- obnašanje in profesionalnost osebja,
- prijaznost domačinov,
- čistoča destinacije,
- osebna varnost,
- razmerje med kakovostjo in ceno,
- uresničitev pričakovanj.

Na spodnji sliki predstavljamo porazdelitev aritmetičnih sredin glede na državljanstvo anketiranih.



SLIKA 28: ZADOVOLJSTVO GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

Anketirani (glej prilogo B25) so bili zadovoljni z osebno varnostjo (aritmetična sredina znaša 4,35), prijaznostjo domačinov (aritmetična sredina znaša 4,22), čistočo destinacije (aritmetična sredina znaša 4,17), naravo (aritmetična sredina znaša 4,17), nastanitvami (aritmetična sredina znaša 4,13), uresničitvijo pričakovanj (aritmetična sredina znaša 4,13), obnašanjem in profesionalnostjo osebja (aritmetična sredina znaša 4,11), urejenostjo parkov in okolice (aritmetična sredina znaša 4,07), restavracijami in bari (aritmetična sredina znaša 4,02), kulturnimi znamenitostmi (aritmetična sredina znaša 3,99), dogodki in festivali (aritmetična sredina znaša 3,9), lokalnimi prevozi (aritmetična sredina znaša 3,88), razmerjem med kakovostjo in ceno (aritmetična sredina znaša 3,87), ponudbo ekskurzij (aritmetična sredina znaša 3,83), športnimi aktivnostmi (aritmetična sredina znaša 3,74) in plažami (aritmetična sredina znaša 3,66).

Anketirani so bili niti zadovoljni niti nezadovoljni z nakupovanjem (aritmetična sredina znaša 3,45), prometnimi povezavami (aritmetična sredina znaša 3,42) in nočnim življenjem (aritmetična sredina znaša 3,36).

Test analize variance nakazuje na statistično značilnih razlik v ocenjevanju zadovoljstva glede na državljanstvo anketiranih pri naslednjih dejavnikih: nočno življenje ($F = 4,498$, $p = 0,001$), športne aktivnosti ($F = 4,222$, $p = 0,002$), nakupovanje ($F = 3,029$, $p = 0,017$), prijaznost domačinov ($F = 2,994$, $p = 0,018$) in razmerjem med kakovostjo in ceno ($F = 3,627$, $p = 0,003$). Podrobnejši rezultati so podani v prilogi B26.

Anketiranci iz ostalih držav (aritmetična sredina znaša 3,85) so bili v povprečju bolj zadovoljni z nočnim življenjem na destinaciji kot anketiranci iz Slovenije (aritmetična sredina znaša 3,23) in Avstrije (aritmetična sredina znaša 3,25).

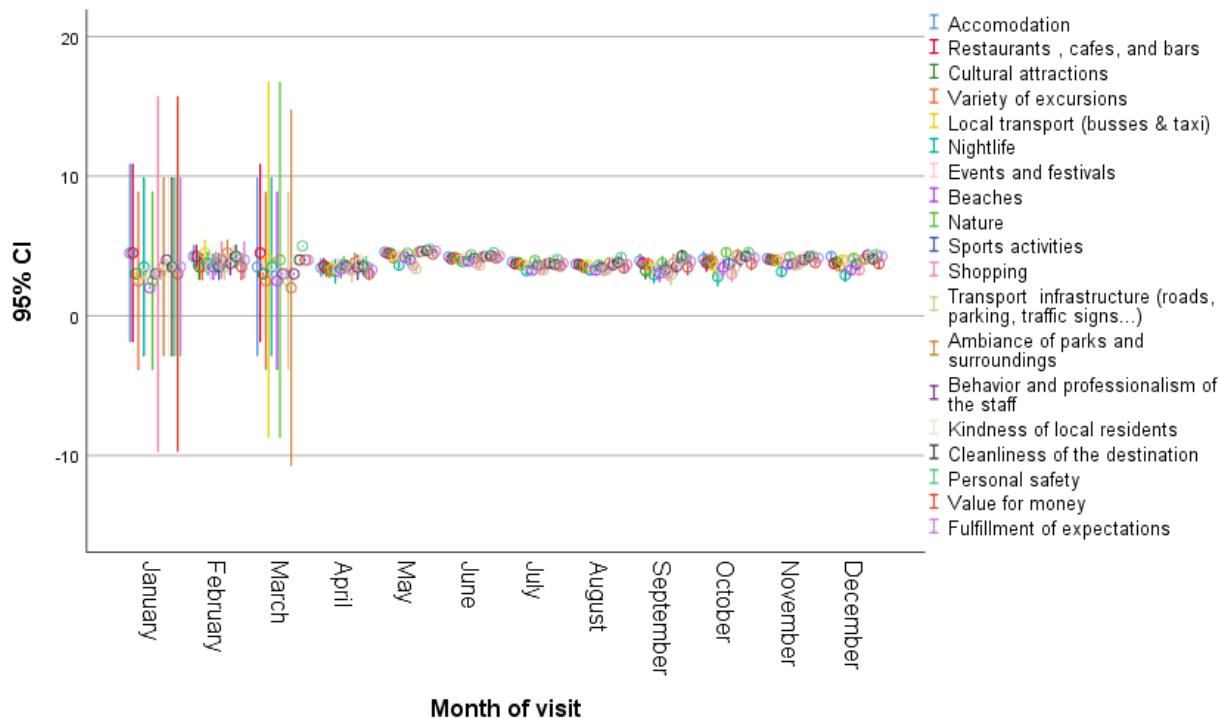
Anketiranci iz ostalih držav (aritmetična sredina znaša 4,13) so bili v povprečju bolj zadovoljni s športnimi aktivnostmi na destinaciji kot anketiranci iz Slovenije (aritmetična sredina znaša 3,72), Avstrije (aritmetična sredina znaša 3,25) in Italije (aritmetična sredina znaša 3,51).

Anketiranci iz ostalih držav (aritmetična sredina znaša 3,79) so bili v povprečju bolj zadovoljni z nakupovanjem na destinaciji kot anketiranci iz Avstrije (aritmetična sredina znaša 3,23).

Anketiranci iz ostalih držav (aritmetična sredina znaša 3,79) so bili v povprečju bolj zadovoljni s prometnimi povezavami na destinaciji kot anketiranci iz Avstrije (aritmetična sredina znaša 3,37).

Anketiranci iz ostalih držav (aritmetična sredina znaša 4,26) so bili v povprečju bolj zadovoljni z razmerjem med kakovostjo in ceno na destinaciji kot anketiranci iz Slovenije (aritmetična sredina znaša 3,83) in Avstrije (aritmetična sredina znaša 3,78).

Na spodnji sliki predstavljamo porazdelitev aritmetičnih sredin glede na mesec obiska destinacije.



SLIKA 29: ZADOVOLJSTVO Z DESTINACIJO GLEDE NA MESEC OBISKA DESTINACIJE

Test analize variance nakazuje na statistično značilnih razlik v ocenjevanju zadovoljstva glede na državljanstvo anketiranih pri vseh dejavnikih. Podrobni rezultati so podani v prilogi B27.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni z nastanitvijo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija ali avgusta. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni z nastanitvijo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali avgusta. Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni z restavracijami in bari kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija, avgusta in decembra. Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni s kulturnimi znamenitostmi kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija, avgusta, septembra in decembra. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni s kulturnimi znamenitostmi kot anketirani, ki

so destinacijo obiskali avgusta in septembra. Anketirani, ki so destinacijo obiskali novembra, so bili v povprečju bolj zadovoljni s kulturnimi znamenitostmi kot anketirani, ki so destinacijo obiskali septembra.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni s ponudbo izletov kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija in avgusta. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni s ponudbo izletov kot anketirani, ki so destinacijo obiskali avgusta.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni z lokalnimi prevozi kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija in avgusta.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni z nočnim življenjem kot anketirani, ki so destinacijo obiskali novembra in decembra.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni z dogodki in festivali kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija, avgusta, septembra in oktobra. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni z dogodki in festivali kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija in avgusta. Anketirani, ki so destinacijo obiskali novembra, so bili v povprečju bolj zadovoljni z dogodki in festivali kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija in avgusta.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni s plažami kot anketirani, ki so destinacijo obiskali januarja, julija, avgusta, novembra in decembra. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni s plažami kot anketirani, ki so destinacijo obiskali januarja in julija.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni z naravo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija in avgusta. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni z naravo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali avgusta. Anketirani, ki so destinacijo obiskali oktobra, so bili v povprečju bolj zadovoljni z naravo kot anketirani, ki

so destinacijo obiskali avgusta. Anketirani, ki so destinacijo obiskali novembra, so bili v povprečju bolj zadovoljni z naravo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali avgusta.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni s športnimi aktivnostmi kot anketirani, ki so destinacijo obiskali avgusta.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni z urejenostjo parkov in okolice kot anketirani, ki so destinacijo obiskali marca, aprila, junija, julija, avgusta, septembra in novembra. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni z urejenostjo parkov in okolice kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija. Anketirani, ki so destinacijo obiskali oktobra, so bili v povprečju bolj zadovoljni z urejenostjo parkov in okolice kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni z obnašanjem in profesionalnostjo osebja kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija, avgusta, septembra in novembra. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni z obnašanjem in profesionalnostjo osebja kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija in avgusta.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni prijaznostjo domačinov kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija in avgusta.

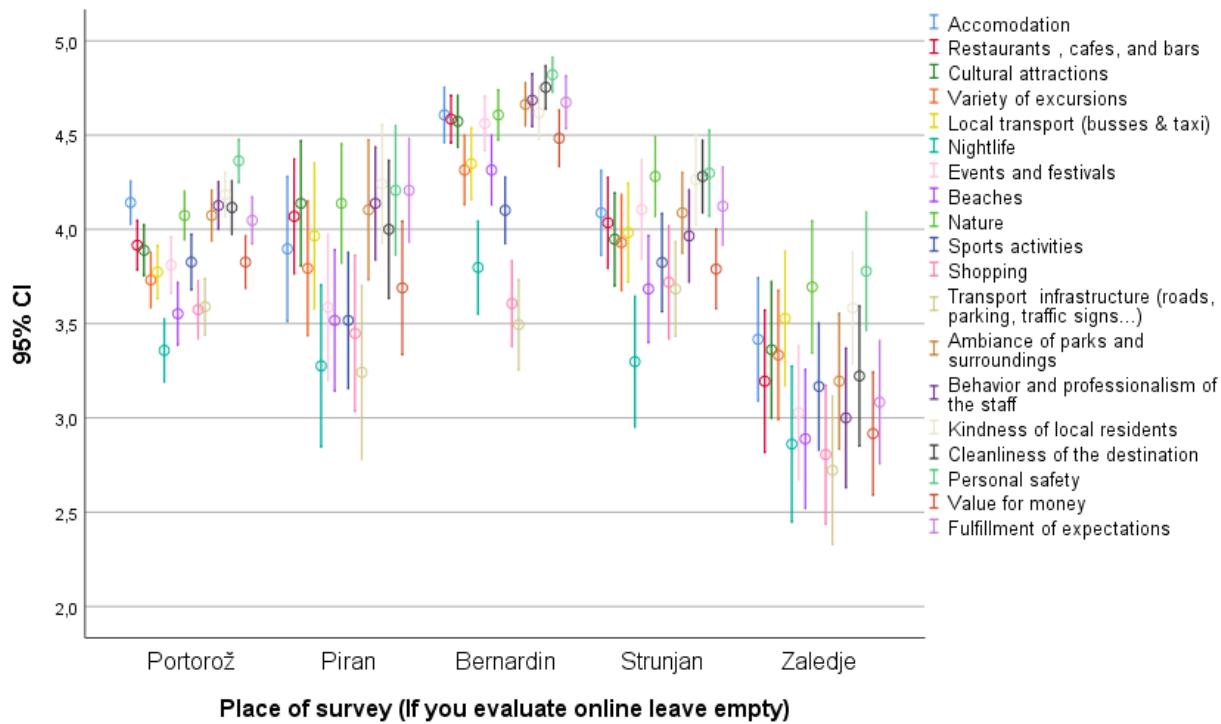
Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni s čistočo destinacije kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija, avgusta, novembra in decembra. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni s čistočo destinacije kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija in avgusta. Anketirani, ki so destinacijo obiskali novembra, so bili v povprečju bolj zadovoljni s čistočo destinacije kot anketirani, ki so destinacijo obiskali julija.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni z osebno varnostjo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija, avgusta, novembra in decembra. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni z osebno varnostjo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija in avgusta. Anketirani, ki so destinacijo obiskali oktobra, so bili v povprečju bolj zadovoljni z osebno varnostjo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni z razmerjem med ceno in kakovostjo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija, avgusta, septembra, novembra in decembra. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni z razmerjem med ceno in kakovostjo kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija in avgusta.

Anketirani, ki so destinacijo obiskali maja, so bili v povprečju bolj zadovoljni z izpolnitvijo pričakovanj kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija in avgusta. Anketirani, ki so destinacijo obiskali junija, so bili v povprečju bolj zadovoljni z izpolnitvijo pričakovanj kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila, julija in avgusta. Anketirani, ki so destinacijo obiskali novembra, so bili v povprečju bolj zadovoljni z izpolnitvijo pričakovanj kot anketirani, ki so destinacijo obiskali aprila in avgusta.

Na spodnji sliki predstavljamo porazdelitev aritmetičnih sredin glede na lokacijo trenutnega obiska destinacije.



SLIKA 30: ZADOVOLJSTVO Z DESTINACIJO GLEDE NA LOKACIJO NA DESTINACIJI

Test analize variance nakazuje na statistično značilnih razlik v ocenjevanju zadovoljstva glede na državljanstvo anketiranih pri vseh dejavnikih. Podrobni rezultati so podani v prilogi B28.

V povprečju so bili z nastanitvami bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z nastanitvami bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Piran, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili z nastanitvami bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili z restavracijami in bari bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z restavracijami in bari bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z restavracijami in bari bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali

Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili z restavracijami in bari bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili s kulturnimi znamenitostmi bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s kulturnimi znamenitostmi bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s kulturnimi znamenitostmi bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili s kulturnimi znamenitostmi bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili s ponudbo ekskurzij bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s ponudbo ekskurzij bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s ponudbo ekskurzij bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož in zaledje. V povprečju so bili s ponudbo ekskurzij bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili z lokalnim prevozom bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož in Strunjan.

V povprečju so bili z nočnim življenjem bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Strunjan in zaledje.

V povprečju so bili z dogodki in festivali bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z dogodki in festivali bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali

Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z dogodki in festivali bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Piran, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili z dogodki in festivali bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili s plažami bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s plažami bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s plažami bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Piran, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili s plažami bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili z naravo bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z naravo bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož in zaledje. V povprečju so bili z naravo bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili s športnimi aktivnostmi bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s športnimi aktivnostmi bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Piran in zaledje. V povprečju so bili s športnimi aktivnostmi bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili z nakupovanjem bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z nakupovanjem bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z nakupovanjem bolj

zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z nakupovanjem bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili s prometno infrastrukturo bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s prometno infrastrukturo bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s prometno infrastrukturo bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili z urejenostjo parkov in okolice bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z urejenostjo parkov in okolice bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z urejenostjo parkov in okolice bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Piran, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili z urejenostjo parkov in okolice bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili z obnašanjem in profesionalnostjo osebja bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z obnašanjem in profesionalnostjo osebja bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z obnašanjem in profesionalnostjo osebja bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Piran, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili z obnašanjem in profesionalnostjo osebja bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili s prijaznostjo domačinov bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s prijaznostjo domačinov bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s prijaznostjo domačinov bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili s prijaznostjo domačinov bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili s čistočo okolja bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s čistočo okolja bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili s čistočo okolja bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Piran, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili s čistočo okolja bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili z osebno varnostjo bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z osebno varnostjo bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z osebno varnostjo bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Piran, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili z osebno varnostjo bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

V povprečju so bili z razmerjem med kakovostjo in ceno bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z razmerjem med kakovostjo in ceno bolj

zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z razmerjem med kakovostjo in ceno bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Piran, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili z razmerjem med kakovostjo in ceno bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

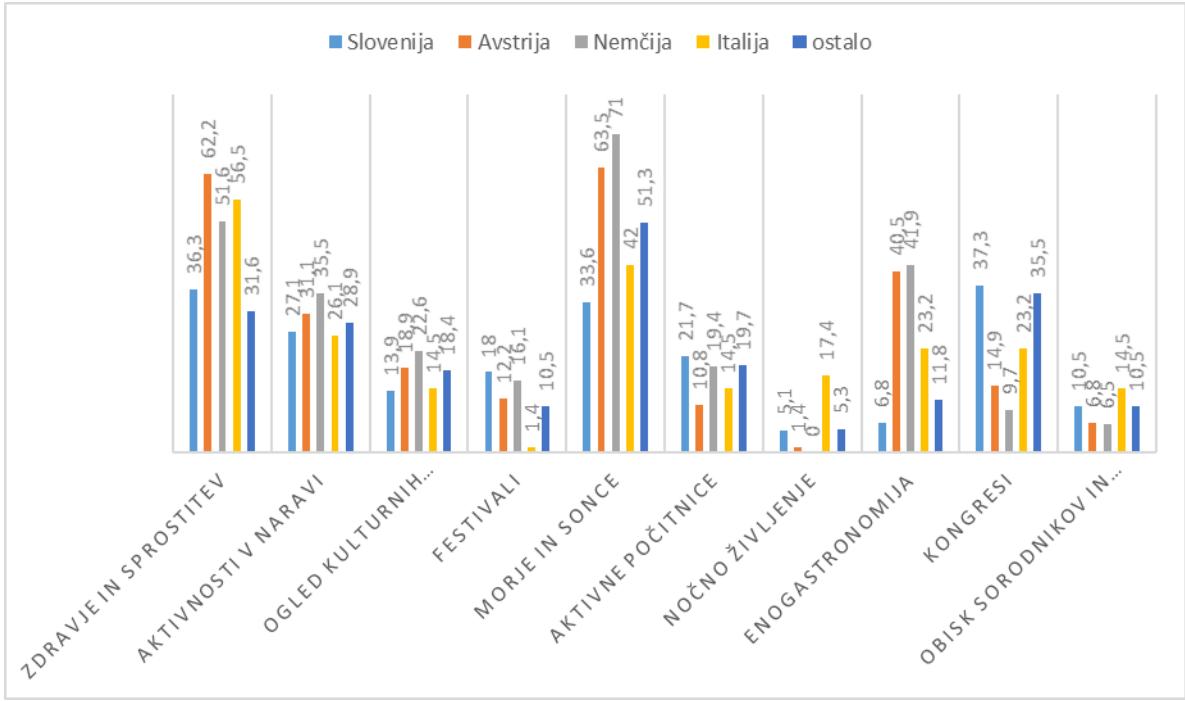
V povprečju so bili z izpolnitvijo pričakovanj bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Portorož, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z izpolnitvijo pričakovanj bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Piran, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje. V povprečju so bili z izpolnitvijo pričakovanj bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Bernardin, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali Portorož, Strunjan in zaledje. V povprečju so bili z izpolnitvijo pričakovanj bolj zadovoljni anketirani, ki so obiskali Strunjan, v primerjavi z anketiranimi, ki so obiskali zaledje.

5 POTOVALNI MOTIVI ZA OBISK DESTINACIJE

V zadnjem delu nas je zanimalo, kakšen je pomen potovalnih motivov za tokratni obisk destinacije. Pri tem so anketirani izbirali lahko med naslednjimi ponujenimi odgovori:

- zdravje in sprostitev,
- aktivnosti v naravi,
- ogled kulturnih znamenitosti,
- festivali,
- morje in sonce,
- aktivne počitnice,
- nočno življenje,
- enogastronomija,
- kongresi in
- obisk sorodnikov in prijateljev.

Porazdelitev odgovorov glede na državljanstvo anketiranih je podana na sliki 31.



SLIKA 31: MOTIVI OBISKA DESTINACIJE GLEDE NA DRŽAVLJANSTVO ANKETIRANIH

43,5 % 22,7 % anketiranih je navedlo, da so na destinacijski prišli zaradi morja in sonca, 30,1 % jih je prišlo zaradi kongresne dejavnosti, 28 % jih je prišlo zaradi aktivnosti v naravi, 22,7 % jih je prišlo zaradi sprostitev in užitka, 18,6 % jih je prišlo na aktivne počitnice, 16,3 % jih je prišlo zaradi enogastronomije, 15,4 % zaradi ogleda kulturnih znamenitosti, 14 % zaradi festivalov, 10 % jih je prišlo obiskati sorodnike ali prijatelje in 5,9 % jih je prišlo zaradi nočnega življenja.

Skoraj vsi Hi-kvadrat test nakazujejo na statistično značilne povezanosti med motivi obiska destinacije in državljanstvom anketiranih. Podrobni rezultati so podani v prilogi B29.

Z motivom zdravja in užitka je v letu 2019 destinacijo obiskalo največ anketiranih Avstrijcev (62,2 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev), Italijanov (56,5 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev) in Nemcev (51,6 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev).

Z motivom obiska festivalov je v letu 2019 destinacijo obiskalo največ anketiranih Slovencev (18 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev), Nemcev (16,1 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev) in Avstrijcev (12,2 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev).

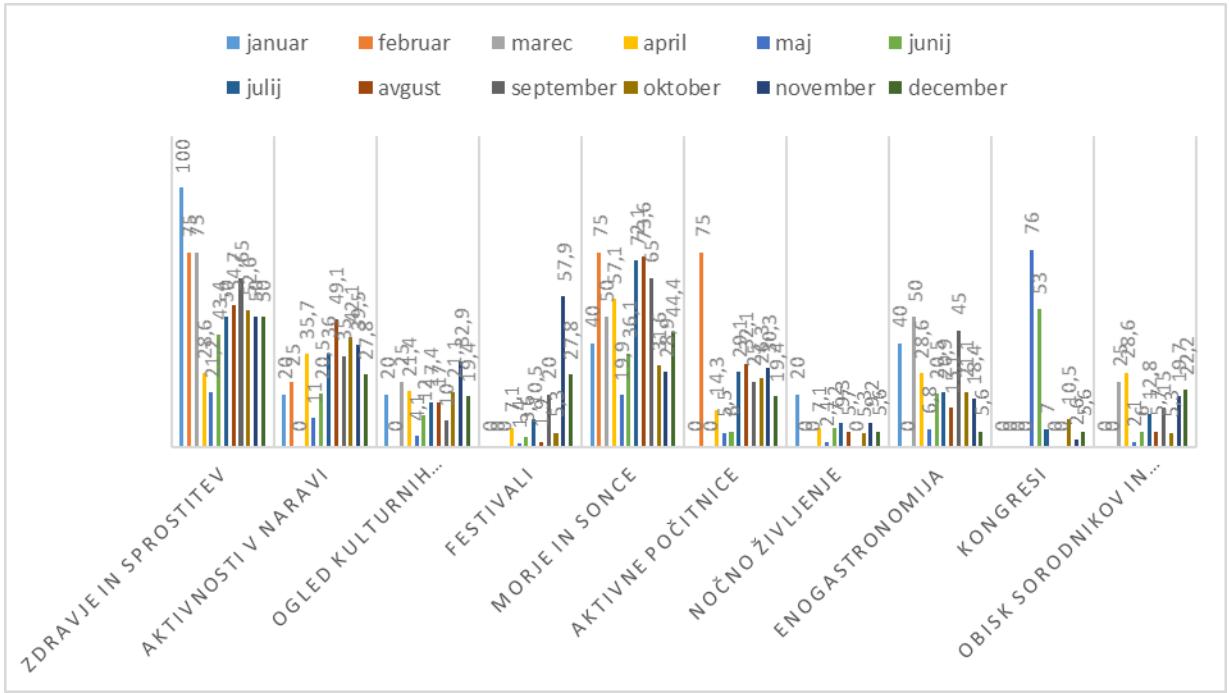
Z motivom sonca in morja je v letu 2019 destinacijo obiskalo največ anketiranih Nemcev (71,1 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev) in Avstrijcev (63,5 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev).

Z motivom nočnega življenja je v letu 2019 destinacijo obiskalo največ anketiranih Italijanov (17,4 % vseh anketiranih italijanskih obiskovalcev).

Z motivom enogastronomije je v letu 2019 destinacijo obiskalo največ anketiranih Nemcev (41,9 % vseh anketiranih nemških obiskovalcev) in Avstrijcev (40,5 % vseh anketiranih avstrijskih obiskovalcev).

Z motivom obiska kongresa je v letu 2019 destinacijo obiskalo največ anketiranih Slovencev (37,3 % vseh anketiranih slovenskih obiskovalcev) in obiskovalcev iz drugih držav (35,5 % vseh anketiranih obiskovalcev iz drugih držav).

Na sliki 32 je podana porazdelitev odgovorov o potovalnih motivih za obisk destinacije glede na mesec obiska destinacije.



SLIKA 32: MOTIVI OBISKA DESTINACIJE GLEDE NA MESEC OBISKA DESTINACIJE

Vsi HI-kvadrat test nakazujejo na statistično značilne povezanosti med motivi obiska destinacije in mesecem obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B30.

Z motivom zdravja in užitka je v letu 2019 največ anketiranih prišlo na destinacijo v mesecu januarju (100 % vseh anketiranih januarskih obiskovalcev), februarju (75 % vseh anketiranih februarskih obiskovalcev) in marcu (75 % vseh anketiranih marčevskih obiskovalcev).

Z motivom aktivnosti v naravi je v letu 2019 največ anketiranih prišlo na destinacijo v mesecu avgustu (49,1 % vseh anketiranih avgustovskih obiskovalcev), oktobra (42,1 % vseh anketiranih oktobrskih obiskovalcev) in novembra (39,5 % vseh anketiranih novembrskih obiskovalcev).

Z motivom obiska kulturnih znamenitosti je v letu 2019 največ anketiranih prišlo na destinacijo v mesecu novembru (32,9 % vseh anketiranih novembrskih obiskovalcev).

Z motivom obiska festivalov je v letu 2019 največ anketiranih prišlo na destinacijo v mesecu novembru (57,9 % vseh anketiranih novembrskih obiskovalcev).

Z motivom morja in sonca je v letu 2019 največ anketiranih prišlo na destinacijo v mesecu februarju (75 % vseh anketiranih februarskih obiskovalcev), avgusta (73,6 % vseh anketiranih avgustovskih obiskovalcev), julija (72,1 % vseh anketiranih julijskih obiskovalcev) in septembra (65 % vseh anketiranih septembrskih obiskovalcev).

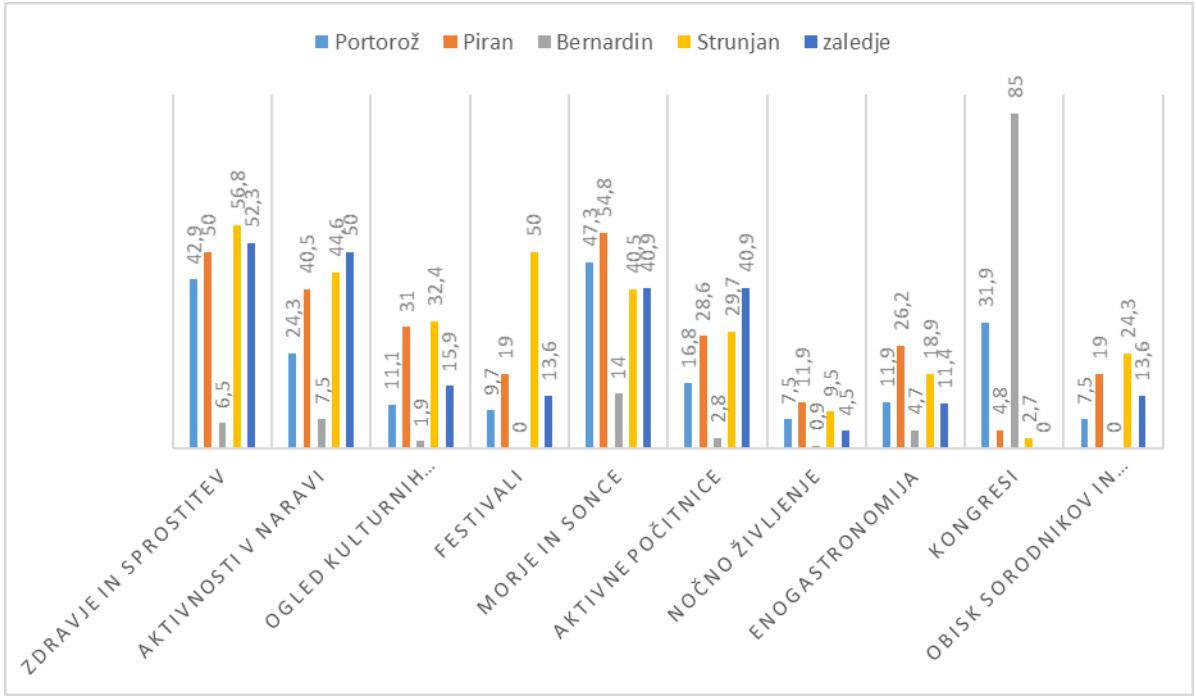
Z motivom aktivnih počitnic je v letu 2019 največ anketiranih prišlo na destinacijo v mesecu februarju (75 % vseh anketiranih februarskih obiskovalcev).

Z motivom enogastronomije je v letu 2019 največ anketiranih prišlo na destinacijo v mesecu marcu (50 % vseh anketiranih marčevskih obiskovalcev), septembra (45 % vseh anketiranih septembrskih obiskovalcev) in januarja (40 % vseh anketiranih januarskih obiskovalcev).

Z motivom udeležbe na kongresu je v letu 2019 največ anketiranih prišlo na destinacijo v mesecu maju (76 % vseh anketiranih majevskih obiskovalcev) in junija (53 % vseh anketiranih junijskih obiskovalcev).

Z motivom obiska prijateljev in sorodnikov je v letu 2019 največ anketiranih prišlo na destinacijo v mesecu aprilu (28,6 % vseh anketiranih aprilskeh obiskovalcev), marca (25 % vseh anketiranih marčevskih obiskovalcev) in decembra (22,2 % vseh anketiranih decembrskih obiskovalcev).

Na sliki 33 je podana porazdelitev odgovorov o potovalnih motivih za obisk destinacije glede na mesec obiska destinacije.



SLIKA 33: MOTIVI OBISKA DESTINACIJE GLEDE NA LOKACIJO OBISKA DESTINACIJE

Vsi HI-kvadrat test nakazujejo na statistično značilne povezanosti med motivi obiska destinacije in lokacijo obiska destinacije. Podrobni rezultati so podani v prilogi B31.

Z motivom zdravja in užitka je v letu 2019 največ anketiranih obiskovalcev obiskalo Strunjan (56,8 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana), zaledje (52,3 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja) in Piran (50 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana).

Z motivom aktivnosti v naravi je v letu 2019 največ anketiranih obiskovalcev obiskalo zaledje (50 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja), Strunjan (44,6 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana) in Piran (40,5 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana).

Z motivom obiska kulturnih znamenitosti je v letu 2019 največ anketiranih obiskovalcev obiskalo Strunjan (32,4 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana) in Piran (31 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana).

Z motivom obiska festivalov je v letu 2019 največ anketiranih obiskovalcev obiskalo Strunjan (50 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana).

Z motivom morja in sonca je v letu 2019 največ anketiranih obiskovalcev obiskalo Piran (54,8 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana), Portorož (47,3 % vseh anketiranih obiskovalcev Portoroža), zaledje (40,9 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja) in Strunjan (40,5 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana).

Z motivom aktivnih počitnic je v letu 2019 največ anketiranih obiskovalcev obiskalo zaledje (40,9 % vseh anketiranih obiskovalcev zaledja).

Z motivom enogastronomije je v letu 2019 največ anketiranih obiskovalcev obiskalo Piran (26,2 % vseh anketiranih piranskih obiskovalcev).

Z motivom udeležbe na kongresu je v letu 2019 največ anketiranih obiskovalcev obiskalo Bernardin (85 % vseh anketiranih obiskovalcev Bernardina).

Z motivom obiska sorodnikov in prijateljev je v letu 2019 največ anketiranih obiskovalcev obiskalo Strunjan (24,3 % vseh anketiranih obiskovalcev Strunjana) in Piran (19 % vseh anketiranih obiskovalcev Pirana).

6 PRILOGE

Priloga A. Anketni vprašalnik

Evaluation of destination PORTOROŽ&PIRAN

Kratko ime ankete: Analiza destinacije 2019
druga

Dolgo ime ankete: Evaluation of destination
PORTOROŽ&PIRAN

Število vprašanj: 15

Anketa je zaključena.

Aktivna od: 07.11.2019

Aktivna do: 07.02.2020

Avtor: igor novel Novel

Spreminjal: igor novel Novel

Dne: 31.03.2018

Dne: 17.01.2020

Opis: Kopija ankete: Analiza destinacije 2018

Q2 - Please evaluate the quality of different elements of our destination PORTOROŽ&PIRAN :

	POOR	AVERAGE	GOOD	VERY GOOD	EXCELLENT
OVERALL SATISFACTION OF DESTINATION PORTOROŽ&PIRAN	<input type="radio"/>				
Accommodation	<input type="radio"/>				
Restaurants , cafes, and bars	<input type="radio"/>				
Cultural attractions	<input type="radio"/>				
Variety of excursions	<input type="radio"/>				
Local transport (busses&taxi)	<input type="radio"/>				
Nightlife	<input type="radio"/>				
Events and festivals	<input type="radio"/>				
Beaches	<input type="radio"/>				
Nature	<input type="radio"/>				
Sports activities	<input type="radio"/>				
Shopping	<input type="radio"/>				
Transport infrastructure (roads, parking , traffic signs...)	<input type="radio"/>				
Ambiance of parks and surroundings	<input type="radio"/>				
Behavior and professionalism of the staff	<input type="radio"/>				
Kindness of local residents	<input type="radio"/>				
Cleanliness of the destination	<input type="radio"/>				
Personal safety	<input type="radio"/>				
Value for money	<input type="radio"/>				
Fulfillment of expectations	<input type="radio"/>				

BLOK (1) (Demographics)
XSEX - Gender:

							Male
							Female

BLOK XAGE - (1) In which age (group Demographics do you) belong?

up to 20 years of age
 21 - 30 years of age
 31 - 40 years of age
 41 - 50 years of age
 51- 60 years of age or age more

BLOK Q3 (1) - (Demographics) Citizenship

Bosnia and Herzegovina
 and Slovakia
 Poland
 Spain
 Hungary
 Belgium
 Kingdom
 Switzerland
 Sweden
 Norway
 Korea
 USA
 China
 Other:

United South

BLOK XSTS3 - Who is (1) accompanying you on your current visit to this tourist destination??

None
 Partner
 Family
 Friends

1

Business

Co-workers
partners

BLOK (1) **Demographics**)
XSTS2 - How many times have you visited Portorož&Piran?

 1
 2
 times and
 3

BLOK (1) **Demographics**)
XSTS1 - How long is your stay in our destination?

stop&go
overnight
overnights
overnights
more

1
2-3
4-7
overnights
and

BLOK (1) **Demographics**)
Q4 - What was the aim of your holidays possible
Multiple answers are possible

Health Activities and in relaxation
Cultural nature
Sun & holiday
Active Festival
Nightlife (gambling,
Eno- gastronomy
Visting friends and Congress
relatives

BLOK (1) **Demographics**)
XDS2a4 - What were your costs for accommodation per person per day?

○ ○ ○ ○	under 21	-	20	€
	50-		50	€
		Over	100	€

BLOK (1) Demographics
XDS2a41 - How much did you spend per person per day for food and drinks and other activities?

		under		20		€
21		-		50		€
	50-		Over	100		€

100€

BLOK XSTS	(1)	In	what	(accommodation	Demographics do you) stay?
			5		star	hotel
			4		star	hotel
			3		star	hotel
				Private		Hostel
				Private		apartments
				Camping		room
						sites
						Marina
				Friends		/family

BLOK Q5	(1)	-	Month	(Demographics of) visit
					January	
					February	
					March	
					April	
					May	
					June	
					July	
					August	
					September	
					October	
					November	
					December	

BLOK XLOKACREGk	(1)	Place	of	survey	(If	(you	evaluate	Demographics online	leave) empty)
								Portorož		
								Piran		
								Bernardin		
								Strunjan		
								Zaledje		

C1 – Kalkulaci

Priloga B. Dodatne tabele

Priloga B1.

Gender: * citizenship Crosstabulation

		citizenship					Total
		Slovenia	Austria	Germany	Italy	Other	
Gender: Male	Count	182	45	22	39	35	323
	% within citizenship	43,3%	57,7%	71,0%	55,7%	42,7%	47,4%
Female	Count	238	33	9	31	47	358
	% within citizenship	56,7%	42,3%	29,0%	44,3%	57,3%	52,6%
Total	Count	420	78	31	70	82	681
	% within citizenship	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B2.

Place of survey (If you evaluate online leave empty) * citizenship Crosstabulation

Place of survey (If you evaluate online leave empty)	Portorož		citizenship					Total
			Slovenia	Austria	Germany	Italy	Other	
		Count	113	23	14	41	43	234
		% within citizenship	36,9%	56,1%	77,8%	59,4%	66,2%	46,9%
	Piran	Count	13	5	3	12	6	39
		% within citizenship	4,2%	12,2%	16,7%	17,4%	9,2%	7,8%
	Bernardin	Count	78	8	0	7	12	105
		% within citizenship	25,5%	19,5%	0,0%	10,1%	18,5%	21,0%
	Strunjan	Count	60	4	1	8	4	77
		% within citizenship	19,6%	9,8%	5,6%	11,6%	6,2%	15,4%
	Zaledje	Count	42	1	0	1	0	44
		% within citizenship	13,7%	2,4%	0,0%	1,4%	0,0%	8,8%
Total		Count	306	41	18	69	65	499
		% within citizenship	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B3.

Gender: * citizenship Crosstabulation

		citizenship					Total	
		Slovenia	Austria	Germany	Italy	Other		
Gender:	Male	Count	182	45	22	39	35	323
		% within citizenship	43,3%	57,7%	71,0%	55,7%	42,7%	47,4%
	Female	Count	238	33	9	31	47	358
		% within citizenship	56,7%	42,3%	29,0%	44,3%	57,3%	52,6%
Total		Count	420	78	31	70	82	681
		% within citizenship	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B4.

In which age group do you belong? * citizenship Crosstabulation

In which age group do you belong?	up to 20 years of age	citizenship						Total
		Slovenia	Austria	Germany	Italy	Other		
In which age group do you belong?	up to 20 years of age	Count	30	1	0	0	11	42
		% within citizenship	7,0%	1,3%	0,0%	0,0%	13,3%	6,1%
In which age group do you belong?	21 - 30 years of age	Count	61	3	1	5	10	80
		% within citizenship	14,3%	3,8%	3,2%	7,0%	12,0%	11,6%
In which age group do you belong?	31 - 40 years of age	Count	114	10	4	6	20	154
		% within citizenship	26,8%	12,5%	12,9%	8,5%	24,1%	22,3%
In which age group do you belong?	41 - 50 years of age	Count	93	17	9	23	27	169
		% within citizenship	21,8%	21,3%	29,0%	32,4%	32,5%	24,5%
In which age group do you belong?	51- 60 years of age	Count	65	21	8	27	6	127
		% within citizenship	15,3%	26,3%	25,8%	38,0%	7,2%	18,4%
In which age group do you belong?	61 years of age or more	Count	63	28	9	10	9	119
		% within citizenship	14,8%	35,0%	29,0%	14,1%	10,8%	17,2%
Total		Count	426	80	31	71	83	691
		% within citizenship	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B5.

**Who is accompanying you on your current visit to this tourist destination?? * citizenship
Crosstabulation**

			citizenship					Total
			Slovenia	Austria	Germany	Italy	Other	
Who is accompanying you on your current visit to this tourist destination??	None	Count	17	3	2	3	5	30
		% within citizenship	5,8%	4,1%	6,5%	4,4%	6,7%	5,6%
	Partner	Count	78	34	13	24	13	162
		% within citizenship	26,8%	46,6%	41,9%	35,3%	17,3%	30,1%
	Family	Count	69	15	12	23	24	143
		% within citizenship	23,7%	20,5%	38,7%	33,8%	32,0%	26,6%
	Friends	Count	30	11	1	4	6	52
		% within citizenship	10,3%	15,1%	3,2%	5,9%	8,0%	9,7%
	Co-workers	Count	76	4	1	7	17	105
		% within citizenship	26,1%	5,5%	3,2%	10,3%	22,7%	19,5%
	Business partners	Count	21	6	2	7	10	46
		% within citizenship	7,2%	8,2%	6,5%	10,3%	13,3%	8,6%
Total	Count	291	73	31	68	75	538	
	% within citizenship	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Priloga B6.

		Month of visit													
		January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December	Total	
Who is accompanying you on your current visit to this tourist destination??	None	Count	0	0	0	0	0	3	10	6	0	1	6	4	30
		% within Month of visit	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	11,6%	11,3%	0,0%	5,9%	8,0%	11,1%	5,6%
	Partner	Count	4	1	4	7	32	19	23	23	11	11	17	12	164
		% within Month of visit	100,0%	25,0%	100,0%	53,8%	22,2%	22,9%	26,7%	43,4%	55,0%	64,7%	22,7%	33,3%	30,4%
	Family	Count	0	3	0	5	7	13	44	22	7	3	24	12	140
		% within Month of visit	0,0%	75,0%	0,0%	38,5%	4,9%	15,7%	51,2%	41,5%	35,0%	17,6%	32,0%	33,3%	26,0%
	Friends	Count	0	0	0	1	5	5	5	2	2	2	26	6	54
		% within Month of visit	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	3,5%	6,0%	5,8%	3,8%	10,0%	11,8%	34,7%	16,7%	10,0%
	Co-workers	Count	0	0	0	0	69	31	0	0	0	0	2	2	104
		% within Month of visit	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	47,9%	37,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%	5,6%	19,3%
	Business	Count	0	0	0	0	31	12	4	0	0	0	0	0	47

	partners	% within Month of visit	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	21,5%	14,5%	4,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,7%	
Total	Count		4	4	4	13	144	83	86	53	20	17	75	36	539
	% within Month of visit		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B7.

Crosstab

Priloga B8.

How many times have you visited Portorož & Piran? * citizenship Crosstabulation

		citizenship						Total
		Slovenia	Austria	Germany	Italy	Other		
How many times have you visited Portorož & Piran?	0	Count	1	0	0	0	1	2
		% within citizenship	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,4%
1 time		Count	6	13	11	9	43	82
		% within citizenship	2,1%	18,1%	35,5%	13,0%	58,1%	15,6%
2 times		Count	13	9	3	12	10	47
		% within citizenship	4,6%	12,5%	9,7%	17,4%	13,5%	8,9%
3 times and more		Count	260	50	17	48	20	395
		% within citizenship	92,9%	69,4%	54,8%	69,6%	27,0%	75,1%
Total		Count	280	72	31	69	74	526
		% within citizenship	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B9.

Crosstab

Priloga B10.

Crosstab

		Place of survey (If you evaluate online leave empty)					
		Portorož	Piran	Bernardin	Strunjan	Zaledje	Total
How many times have you visited Portorož & Piran?	0	Count	1	0	0	1	0
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	0,5%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%
	1 time	Count	49	9	11	1	1
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	22,6%	22,5%	10,3%	1,5%	2,3%
	2 times	Count	21	6	8	11	0
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	9,7%	15,0%	7,5%	16,7%	0,0%
	3 times and more	Count	146	25	88	53	43
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	67,3%	62,5%	82,2%	80,3%	97,7%
Total		Count	217	40	107	66	44
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B11.

How long is your stay in our destination? * citizenship Crosstabulation

			citizenship					Total
			Slovenia	Austria	Germany	Italy	Other	
How long is your stay in our destination?	stop&go	Count	131	5	1	3	10	150
		% within citizenship	33,0%	6,6%	3,2%	4,2%	12,0%	22,8%
	1 overnight	Count	80	3	0	3	9	95
		% within citizenship	20,2%	3,9%	0,0%	4,2%	10,8%	14,4%
	2-3 overnights	Count	105	26	9	29	18	187
		% within citizenship	26,4%	34,2%	29,0%	40,8%	21,7%	28,4%
	4-7 overnights	Count	43	33	15	32	26	149
		% within citizenship	10,8%	43,4%	48,4%	45,1%	31,3%	22,6%
	8 overnights and more	Count	38	9	6	4	20	77
		% within citizenship	9,6%	11,8%	19,4%	5,6%	24,1%	11,7%
Total		Count	397	76	31	71	83	658
		% within citizenship	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B12.

Crosstab

		Month of visit												Total
		January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December	
How long is stop&go	Count	0	0	0	1	12	3	7	0	0	1	83	45	152
your stay in our destination?	% within Month of visit	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%	8,2%	3,6%	8,1%	0,0%	0,0%	5,3%	54,6%	60,0%	23,0%
1 overnight	Count	0	0	0	0	69	5	6	0	0	1	12	2	95
	% within Month of visit	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	47,3%	6,0%	7,0%	0,0%	0,0%	5,3%	7,9%	2,7%	14,4%
2-3 overnights	Count	3	2	3	6	45	29	18	13	7	9	36	21	192
	% within Month of visit	60,0%	50,0%	75,0%	42,9%	30,8%	34,9%	20,9%	24,5%	35,0%	47,4%	23,7%	28,0%	29,0%
4-7 overnights	Count	2	2	1	6	15	36	23	26	11	6	17	6	151
	% within Month of visit	40,0%	50,0%	25,0%	42,9%	10,3%	43,4%	26,7%	49,1%	55,0%	31,6%	11,2%	8,0%	22,8%
8 overnights and more	Count	0	0	0	1	5	10	32	14	2	2	4	1	71
	% within Month of visit	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%	3,4%	12,0%	37,2%	26,4%	10,0%	10,5%	2,6%	1,3%	10,7%
Total	Count	5	4	4	14	146	83	86	53	20	19	152	75	661

% within Month of visit	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
----------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

Priloga B13.

Crosstab

Priloga B14.

Crosstab

			citizenship					Total
			Slovenia	Austria	Germany	Italy	Other	
In what accomodation do you stay?	5 star hotel	Count	18	15	5	15	16	69
		% within citizenship	6,4%	20,3%	16,1%	22,1%	21,1%	13,0%
	4 star hotel	Count	83	36	10	25	15	169
		% within citizenship	29,5%	48,6%	32,3%	36,8%	19,7%	31,9%
	3 star hotel	Count	56	5	6	11	7	85
		% within citizenship	19,9%	6,8%	19,4%	16,2%	9,2%	16,0%
	Hostel	Count	15	1	1	1	2	20
		% within citizenship	5,3%	1,4%	3,2%	1,5%	2,6%	3,8%
	Private appartments	Count	67	9	8	9	23	116
		% within citizenship	23,8%	12,2%	25,8%	13,2%	30,3%	21,9%
	Private room	Count	13	5	0	0	5	23
		% within citizenship	4,6%	6,8%	0,0%	0,0%	6,6%	4,3%
	Camping sites	Count	6	0	0	1	1	8
		% within citizenship	2,1%	0,0%	0,0%	1,5%	1,3%	1,5%
	Marina	Count	3	1	0	2	1	7
		% within citizenship	1,1%	1,4%	0,0%	2,9%	1,3%	1,3%
	Friends /family	Count	20	2	1	4	6	33
		% within citizenship	7,1%	2,7%	3,2%	5,9%	7,9%	6,2%
	Total	Count	281	74	31	68	76	530
		% within citizenship	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B15.

Crosstab

		Month of visit												Total	
		January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December		
In what accommodation do you stay?	5 star hotel	Count	1	1	0	2	18	22	6	7	5	5	3	2	72
		% within Month of visit	20,0%	25,0%	0,0%	14,3%	13,4%	26,5%	7,0%	13,2%	25,0%	27,8%	4,1%	5,7%	13,6%
	4 star hotel	Count	1	1	2	6	56	33	19	9	4	6	19	13	169
		% within Month of visit	20,0%	25,0%	50,0%	42,9%	41,8%	39,8%	22,1%	17,0%	20,0%	33,3%	26,0%	37,1%	31,9%
	3 star hotel	Count	2	0	1	1	38	8	6	9	1	1	12	6	85
		% within Month of visit	40,0%	0,0%	25,0%	7,1%	28,4%	9,6%	7,0%	17,0%	5,0%	5,6%	16,4%	17,1%	16,1%
	Hostel	Count	0	0	0	0	0	0	6	6	0	0	7	1	20
		% within Month of visit	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,0%	11,3%	0,0%	0,0%	9,6%	2,9%	3,8%
	Private appartments	Count	0	2	1	2	17	11	30	14	8	5	16	7	113
		% within Month of visit	0,0%	50,0%	25,0%	14,3%	12,7%	13,3%	34,9%	26,4%	40,0%	27,8%	21,9%	20,0%	21,4%
Private		Count	0	0	0	1	0	2	7	2	0	1	6	3	22

room	% within Month of visit	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%	0,0%	2,4%	8,1%	3,8%	0,0%	5,6%	8,2%	8,6%	4,2%
Camping sites	Count	0	0	0	0	0	1	3	2	1	0	1	0	8
	% within Month of visit	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	3,5%	3,8%	5,0%	0,0%	1,4%	0,0%	1,5%
Marina	Count	1	0	0	0	0	2	1	3	0	0	0	0	7
	% within Month of visit	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	1,2%	5,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
Friends /family	Count	0	0	0	2	5	4	8	1	1	0	9	3	33
	% within Month of visit	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	3,7%	4,8%	9,3%	1,9%	5,0%	0,0%	12,3%	8,6%	6,2%
Total	Count	5	4	4	14	134	83	86	53	20	18	73	35	529
	% within Month of visit	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B16.

Crosstab

		Place of survey (If you evaluate online leave empty)						
		Portorož	Piran	Bernardin	Strunjan	Zaledje	Total	
In what accomodation do you stay?	5 star hotel	Count	36	0	22	2	0	60
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	16,1%	0,0%	22,7%	2,8%	0,0%	12,6%
	4 star hotel	Count	75	8	36	17	8	144
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	33,5%	20,0%	37,1%	23,9%	18,2%	30,3%
	3 star hotel	Count	34	5	24	11	5	79
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	15,2%	12,5%	24,7%	15,5%	11,4%	16,6%
	Hostel	Count	9	3	0	5	3	20
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	4,0%	7,5%	0,0%	7,0%	6,8%	4,2%
	Private appartments	Count	44	18	9	17	17	105
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	19,6%	45,0%	9,3%	23,9%	38,6%	22,1%
	Private room	Count	13	1	0	6	2	22
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	5,8%	2,5%	0,0%	8,5%	4,5%	4,6%
	Camping sites	Count	2	0	0	3	3	8
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	0,9%	0,0%	0,0%	4,2%	6,8%	1,7%
	Marina	Count	3	0	2	0	1	6
		% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	1,3%	0,0%	2,1%	0,0%	2,3%	1,3%
Friends /family		Count	8	5	4	10	5	32

	% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	3,6%	12,5%	4,1%	14,1%	11,4%	6,7%
Total	Count	224	40	97	71	44	476
	% within Place of survey (If you evaluate online leave empty)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B17.

Crosstab

			citizenship					Total
			Slovenia	Austria	Germany	Italy	Other	
What were your costs for accommodation per person per day?	under 20 €	Count	57	4	1	5	9	76
		% within citizenship	19,8%	5,4%	3,3%	7,5%	12,0%	14,2%
	21 - 50 €	Count	95	6	9	10	23	143
		% within citizenship	33,0%	8,1%	30,0%	14,9%	30,7%	26,8%
	50- 100 €	Count	112	47	13	39	37	248
		% within citizenship	38,9%	63,5%	43,3%	58,2%	49,3%	46,4%
	Over 100€	Count	24	17	7	13	6	67
		% within citizenship	8,3%	23,0%	23,3%	19,4%	8,0%	12,5%
Total		Count	288	74	30	67	75	534
		% within citizenship	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B18.

Crosstab

Priloga B19.

Crosstab

Priloga B20.

Crosstab

			citizenship					Total
			Slovenia	Austria	Germany	Italy	Other	
How much did you spend per person per day for food and drinks and other activities?	under 20 €	Count	63	3	2	7	22	97
		% within citizenship	21,8%	4,1%	6,9%	10,1%	29,3%	18,1%
	21 - 50 €	Count	152	34	15	36	27	264
		% within citizenship	52,6%	45,9%	51,7%	52,2%	36,0%	49,3%
	50- 100 €	Count	61	26	10	19	21	137
		% within citizenship	21,1%	35,1%	34,5%	27,5%	28,0%	25,6%
	Over 100€	Count	13	11	2	7	5	38
		% within citizenship	4,5%	14,9%	6,9%	10,1%	6,7%	7,1%
Total		Count	289	74	29	69	75	536
		% within citizenship	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Priloga B21.

Crosstab

		Month of visit													
		January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December	Total	
How much did you spend per person per day for food and drinks and other activities?	under 20 €	Count % within Month of visit	0 0,0%	1 25,0%	1 25,0%	3 21,4%	11 7,5%	11 13,3%	25 30,1%	12 24,0%	1 5,0%	3 15,8%	17 23,0%	11 30,6%	96 17,8%
	21 - 50 €	Count % within Month of visit	3 60,0%	3 75,0%	1 25,0%	7 50,0%	66 45,2%	39 47,0%	44 53,0%	22 44,0%	6 30,0%	13 68,4%	42 56,8%	16 44,4%	262 48,7%
	50- 100 €	Count % within Month of visit	2 40,0%	0 0,0%	2 50,0%	3 21,4%	53 36,3%	26 31,3%	9 10,8%	10 20,0%	13 65,0%	3 15,8%	13 17,6%	7 19,4%	141 26,2%
	Over 100€	Count % within Month of visit	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 7,1%	16 11,0%	7 8,4%	5 6,0%	6 12,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 2,7%	2 5,6%	39 7,2%
Total		Count % within Month of visit	5 100,0%	4 100,0%	4 100,0%	14 100,0%	146 100,0%	83 100,0%	83 100,0%	50 100,0%	20 100,0%	19 100,0%	74 100,0%	36 100,0%	538 100,0%

Priloga B22.

Crosstab

Priloga B23.

OVERALL SATISFACTION OF DESTINATION PORTOROŽ & PIRAN

Month of visit	Mean	N	Std. Deviation
January	4,25	4	,957
February	4,00	3	,000
March	4,00	3	1,000
April	3,82	11	1,079
May	4,63	136	,542
June	4,43	72	,601
July	3,96	72	,863
August	3,95	38	,837
September	3,71	14	1,383
October	4,36	11	,809
November	4,32	59	,730
December	4,19	27	,736
Total	4,30	450	,782

Priloga B24.

OVERALL SATISFACTION OF DESTINATION PORTOROŽ & PIRAN

Place of survey (If you evaluate online leave empty)	Mean	N	Std. Deviation
Portorož	4,20	191	,778
Piran	4,42	31	,672
Bernardin	4,69	100	,465
Strunjan	4,29	58	,773
Zaledje	3,52	27	,935
Total	4,31	407	,770

Priloga B25.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Personal safety	549	1	5	4,35	,809
Kindness of local residents	549	1	5	4,22	,842
Cleanliness of the destination	553	1	5	4,17	,943
Nature	543	1	5	4,17	,877
Accomodation	545	1	5	4,13	,859
Fulfillment of expectations	551	1	5	4,13	,903
Behavior and professionalism of the staff	550	1	5	4,11	,940
Ambiance of parks and surroundings	546	1	5	4,07	,961
Restaurants , cafes, and bars	546	1	5	4,02	,940
Cultural attractions	541	1	5	3,99	,951
Events and festivals	533	1	5	3,90	1,041
Local transport (busses & taxi)	536	1	5	3,88	,999
Value for money	548	1	5	3,87	,964
Variety of excursions	532	1	5	3,83	,997
Sports activities	529	1	5	3,74	1,005
Beaches	548	1	5	3,66	1,123
Shopping	543	1	5	3,45	1,097
Transport infrastructure (roads, parking, traffic signs...)	545	1	5	3,42	1,096
Nightlife	530	1	5	3,36	1,184
Valid N (listwise)	443				

Priloga B26.

citizenship		Nightlife	Sports activities	Shopping	Transport infrastructure (roads, parking, traffic signs...)	Kindness of local residents	Value for money
Slovenia	Mean	3,23	3,72	3,40		3,29	4,29
	N	288	290	290	292	287	292
	Std. Deviation	1,267	1,062	1,167	1,126	,835	1,026
Austria	Mean	3,25	3,50	3,23	3,37	4,08	3,78
	N	65	64	75	71	75	73
	Std. Deviation	1,160	,943	1,073	1,003	,834	,870
Germany	Mean	3,41	3,85	3,64	3,60	4,23	3,71
	N	27	27	28	30	31	31
	Std. Deviation	1,010	,770	,826	1,329	,845	,783
Italy	Mean	3,51	3,62	3,52	3,69	3,99	3,82
	N	65	65	66	68	69	68
	Std. Deviation	,937	,963	,949	,885	,915	,945
Other	Mean	3,85	4,13	3,79	3,79	4,36	4,26
	N	73	75	73	73	75	73
	Std. Deviation	1,023	,844	,999	,985	,690	,800
Total	Mean	3,36	3,75	3,46	3,44	4,23	3,87
	N	518	521	532	534	537	537
	Std. Deviation	1,188	1,006	1,100	1,090	,834	,964

Priloga B27.

Month of visit	Accomo dation	Restau rants , cafes,	Cultur al	Variet y of	(bus ses)	Loca l trans	Eve nts and	Spor ts	Transport infrastructure (roads, parking, traffic signs...)	Ambian ce of parks and professio nalism of surroun dings	Kind ness of local resid ents	Cleanli ness of the destin ation	Pers onal safet y	Val ue for	Fulfillm ent of expect ations					
January	Mean	3,80	3,80	2,67	2,67	3,25	2,80	3,00	2,00	3,2	3,00	2,75	3,00	3,80	3,80	3,60	4,00	3,4	3,60	
	N	5	5	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
	Std. Deviation	,837	1,095	,577	,577	,500	,837	,816	,000	,837	,816	,957	,000	,837	,447	,837	,548	,707	,894	
February	Mean	4,25	4,25	3,50	3,50	4,50	3,75	3,50	3,50	3,7	3,50	4,00	3,50	4,50	3,75	4,25	4,25	4,00	3,5	4,00
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
	Std. Deviation	,500	,500	,577	,577	,577	,500	,577	,577	,500	,577	,816	,577	,577	,500	,500	,500	,000	,577	,816
March	Mean	3,50	4,25	3,50	3,33	4,33	3,33	3,67	2,75	4,0	3,25	3,25	3,25	3,00	3,50	4,00	4,00	4,50	3,7	4,00
	N	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

	Std. Devi ation	,577	,957	1,000	1,528	1,15	,577	1,15	,500	1,1	,500	,500		1,258	1,633	1,000	,816	,816	1,00	,50	,816
		5	5			55		55								0	0				
April	Mea n	3,46	3,54	3,46	3,38	3,33	3,08	3,33	3,46	3,7	3,54	3,31		3,00	3,69	3,46	3,85	3,62	3,62	3,0	3,31
	N	13	13	13	13	12	12	12	13	13	13	13		13	13	13	13	13	13	13	13
	Std. Devi ation	,877	,967	,877	,870	,778	1,24	1,07	,877	,92	,660	,751		1,354	1,032	1,330	,987	,961	1,04	,86	,855
May	Mea n	4,50	4,43	4,40	4,10	4,20	3,64	4,35	4,18	4,4	3,95	3,57		3,33	4,57	4,59	4,50	4,66	4,73	4,3	4,55
	N	139	143	144	138	139	139	139	142	141	136	141		143	143	143	143	144	143	143	144
	Std. Devi ation	,674	,792	,787	,969	,942	1,19	,970	,957	,82	1,00	1,11		1,099	,677	,705	,740	,628	,569	,82	,708
June	Mea n	4,23	4,12	4,15	4,09	3,96	3,85	4,12	3,89	4,3	4,07	3,74		3,58	4,16	4,28	4,29	4,29	4,52	4,1	4,29
	N	82	81	82	82	81	81	82	83	82	80	82		83	83	83	83	83	82	82	83
	Std. Devi ation	,742	,900	,803	,905	,858	,896	,908	1,09	,76	,911	1,07		1,001	,862	,816	,789	,957	,652	,94	,789
July	Mea n	3,82	3,75	3,78	3,65	3,71	3,25	3,51	3,31	3,9	3,65	3,34		3,30	3,61	3,81	4,02	3,74	4,05	3,6	3,76
	N	84	83	82	84	82	79	80	83	84	82	85		84	84	84	84	85	84	84	85

	Std. Devi- ation	,809	,922	,943	,898	,949	1,04	,871	1,07	,86	,852	1,07		1,084	,982	,828	,850	1,025	,890	,98	,934
Augus t	Mean	3,69	3,69	3,61	3,47	3,57	3,27	3,34	3,31	3,6	3,42	3,22		3,35	3,78	3,65	3,88	3,75	4,04	3,3	3,59
	N	51	52	51	49	49	49	50	52	51	50	51		51	49	51	51	52	52	51	51
	Std. Devi- ation	,905	,897	,918	,960	,979	,995	1,06	1,13	,95	,992	1,00		1,146	1,026	1,074	,952	,988	,907	1,0	1,080
Septe mber	Mean	4,14	3,90	3,35	3,75	3,68	3,05	3,55	3,41	3,9	3,37	3,09		3,05	3,84	3,77	4,14	4,32	4,23	3,6	4,09
	N	22	20	20	20	22	19	20	22	20	19	22		20	19	22	22	22	20	22	22
	Std. Devi- ation	,889	,788	1,137	,851	1,12	1,12	,887	1,26	,96	1,11	1,06		1,317	1,214	1,110	,640	,716	,869	,99	,921
Octob er	Mean	4,12	3,94	4,00	3,94	3,59	3,00	3,44	3,59	4,5	3,75	3,06		3,53	4,39	4,12	4,17	4,28	4,56	3,8	4,28
	N	17	18	18	18	17	17	16	17	17	16	16		17	18	17	18	18	18	18	18
	Std. Devi- ation	,928	1,056	,907	1,056	1,27	1,27	1,20	1,06	,61	,775	,998		1,007	,698	,928	,618	,575	,616	,78	,752
Nove mber	Mean	4,15	4,07	4,11	3,96	3,87	3,14	4,20	3,63	4,2	3,74	3,65		3,73	4,07	4,07	4,31	4,25	4,24	3,8	4,21
	N	74	73	72	71	72	74	74	73	72	73	74		71	74	73	71	73	72	72	72

	Std. Devi ation	,961	,903	,912	1,034	1,10	1,35	,965	1,11	,84	1,08	1,15		1,041	,849	,918	,803	,741	,847	,78	,768
						0	8		2	3	0	2								7	
Dece mber	Mea n	4,22	3,76	3,83	3,61	4,00	2,95	3,97	3,37	4,1	3,70	3,35		3,97	4,03	4,21	4,21	4,00	4,26	3,6	4,18
	N	37	37	36	36	38	37	37	38	38	37	37		38	38	38	38	37	38	38	38
	Std. Devi ation	,750	,863	,971	,964	,870	1,22	,763	1,02	,84	1,10	1,03		,822	,915	,843	,843	1,054	,795	,80	,766
							4		5	4	2	3								9	
Total	Mea n	4,14	4,04	4,01	3,86	3,90	3,39	3,94	3,68	4,1	3,77	3,48		3,45	4,10	4,13	4,24	4,20	4,36	3,8	4,15
	N	532	533	529	521	523	519	521	535	531	518	533		532	534	537	536	540	537	535	539
	Std. Devi ation	,847	,914	,931	,977	,988	1,16	1,01	1,10	,87	,988	1,08		1,084	,937	,923	,823	,912	,808	,95	,890
							4	5	8	7		4								6	

Priloga B28.

Place of survey (If you evaluate online leave empty)				Restaurants , cafes,		Cultural attractions		Variety of excursions		Local transport (bus & taxi)		Events and nightlife		Sports and festivals		Transport infrastructure (roads, parking, traffic signs...)		Ambiance of parks and surroundings		Behavior and professionalism of the staff		Kindness of local residents		Cleanliness of the destination		Personal safety and mobility		Value and fulfillment of expectations								
Porto	Mean	4,11	3,91	3,89	3,74	3,78	3,36	3,81	3,58	4,0	3,79	3,56	6		3,52		4,04		4,11		4,17		4,11		4,31		3,82		4,03							
	N	224	221	219	219	219	221	221	222	225	218	220	224		225		224		225		225		223		225		225									
	Std. Deviation	,815	,920	,952	1,013	,967	1,17	1,04	1,18	,92	1,02	1,06	0		5		1,067		,956		,869		,812		,972		,813		,965		,888					
Piran	Mean	4,03	4,20	4,29	3,95	3,90	3,27	3,64	3,61	4,3	3,58	3,58	1		3,35		3,95		4,22		4,37		4,12		4,31		3,90		4,29							
	N	40	41	41	41	40	33	36	41	42	38	36	1		40		41		41		41		42		42		42		41							
	Std. Deviation	,920	,782	,814	,921	1,08	1,09	,990	1,02	,81	,889	1,07	1		8		2		1		1,189		1,071		,759		,767		,889		,841		,906		,716	
Bernardin	Mean	4,60	4,58	4,54	4,26	4,32	3,76	4,55	4,32	4,6	4,10	3,62	0		3,44		4,69		4,69		4,64		4,75		4,83		4,50		4,66							
	N	102	106	107	103	102	106	106	106	105	105	107	107		105		107		107		107		106		106		107		107							
	Std. Deviation	,693	,599	,691	,874	,892	1,14	,692	,846	,62	,843	1,08	3		9		7		1,126		,525		,650		,549		,425		,692		,658					
Strunjan	Mean	4,12	4,03	4,00	3,92	3,88	3,23	4,11	3,68	4,27	3,77	3,62	7		3,71		4,12		4,00		4,21		4,25		4,28		3,75		4,14							
	N	74	74	73	71	73	73	74	74	71	73	74	72		74		73		71		73		71		72		71									

	Std.	,843	,936	,898	,996	1,05	1,29	1,01	1,07	,79	1,04	1,16		,985	,810	,928	,955	,741	,848	,85	,761
	Devi ation					3	7	5	4	2	8	7								2	
Zaled je	Mean	3,27	3,14	3,30	3,26	3,44	2,84	2,98	2,89	3,6	3,11	2,73		2,70	3,09	2,98	3,48	3,16	3,65	2,8	2,98
	N	44	44	43	42	43	44	43	44	44	44	44		44	43	44	42	44	43	44	44
	Std. Devia tion	,949	1,091	1,036	,989	1,00	1,18	1,05	1,06	,95	,970	1,06		1,133	1,042	1,067	,917	1,055	,973	,95	,952
Total	Mean	4,13	4,03	4,03	3,86	3,89	3,38	3,93	3,69	4,2	3,78	3,51		3,44	4,10	4,13	4,23	4,18	4,36	3,8	4,11
	N	484	486	483	476	477	477	480	487	487	478	481		487	488	489	486	490	487	488	488
	Std. Devia tion	,882	,948	,951	1,006	1,00	1,20	1,05	1,14	,88	1,00	1,11		1,109	,966	,950	,858	,954	,827	,98	,923

Priloga 29.

	Slovenija	Avstria	Nemčija	Italija	ostalo
zdravje in sprostitev	36,3	62,2	51,6	56,5	31,6
aktivnosti v naravi	27,1	31,1	35,5	26,1	28,9
ogled kulturnih znamenitosti	13,9	18,9	22,6	14,5	18,4
festivali	18	12,2	16,1	1,4	10,5
morje in sonce	33,6	63,5	71	42	51,3
aktivne počitnice	21,7	10,8	19,4	14,5	19,7
nočno življenje	5,1	1,4	0	17,4	5,3
enogastronomija	6,8	40,5	41,9	23,2	11,8
kongresi	37,3	14,9	9,7	23,2	35,5
obisk sorodnikov in prijateljev	10,5	6,8	6,5	14,5	10,5

Priloga 30.

	januar	februar	marec	april	maj	junij	julij	avgust	september	oktober	november	december
zdravje in sprostitev	100	75	75	28,6	21,2	43,4	50	54,7	65	52,6	50	50
aktivnosti v naravi	20	25	0	35,7	11	20,5	36	49,1	35	42,1	39,5	27,8
ogled kulturnih znamenitosti	20	0	25	21,4	4,1	12	17,4	17	10	21,1	32,9	19,4
festivali	0	0	0	7,1	1,4	3,6	10,5	1,9	20	5,3	57,9	27,8
morje in sonce	40	75	50	57,1	19,9	36,1	72,1	73,6	65	31,6	28,9	44,4
aktivne počitnice	0	75	0	14,3	5,5	6	29,1	32,1	25	26,3	30,3	19,4
nočno življenje	20	0	0	7,1	2,1	7,2	9,3	5,7	0	5,3	9,2	5,6
enogastronomija	40	0	50	28,6	6,8	20,5	20,9	15,1	45	21,1	18,4	5,6
kongresi	0	0	0	0	76	53	7	0	0	10,5	2,6	5,6
obisk sorodnikov in prijateljev	0	0	25	28,6	2,1	6	12,8	5,7	15	5,3	19,7	22,2

Priloga 31.

	Portorož	Piran	Bernardin	Strunjan	zaledje
zdravje in sprostitev	42,9	50	6,5	56,8	52,3
aktivnosti v naravi	24,3	40,5	7,5	44,6	50
ogled kulturnih znamenitosti	11,1	31	1,9	32,4	15,9
festivali	9,7	19	0	50	13,6
morje in sonce	47,3	54,8	14	40,5	40,9
aktivne počitnice	16,8	28,6	2,8	29,7	40,9
nočno življenje	7,5	11,9	0,9	9,5	4,5
enogastronomija	11,9	26,2	4,7	18,9	11,4
kongresi	31,9	4,8	85	2,7	0
obisk sorodnikov in prijateljev	7,5	19	0	24,3	13,6