

ANALIZA VEDENJA OBISKOVALCEV

Izvajanje ankete: jesen 2022

Vzorec za analizo: 219

TERMIN IN VZOREC

Anketo smo opravljali v dveh terminih in sicer smo poleti med tujci izvedli ankete preko vprašalnikov v TIC Radovljica, v jesenskem času pa preko spleta. Anketa je bila ves čas na voljo na portalu 1ka. Pripravili smo slovensko in angleško različico vprašalnika, zato rezultate podajamo iz dveh različnih virov, ima pa vsak vprašalnik svoje specifikacije.

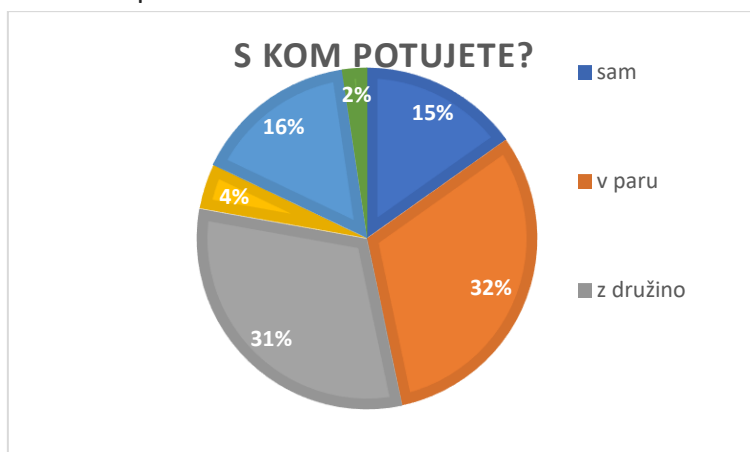
Večina rešenih anket na spletu je bila rezultat plačanih oglasov na omrežju Facebook. Poleg spleta pa smo anketiranje opravljali tudi v sklopu dogodka Radolška tržnica, ki je potekal septembra.

Angleško anketo je rešilo 76 obiskovalcev na spletu, 28 pa smo jih uspeli pridobiti od obiskovalcev TIC Radovljica ter v sklopu manjšega dogodka na trgu. Naj povemo, da je anketiranje v TIC Radovljica izjemno neprijazno in velikokrat v breme tako turistu kot študentu, zato je število anket majhno.

REZULTATI ANKETE

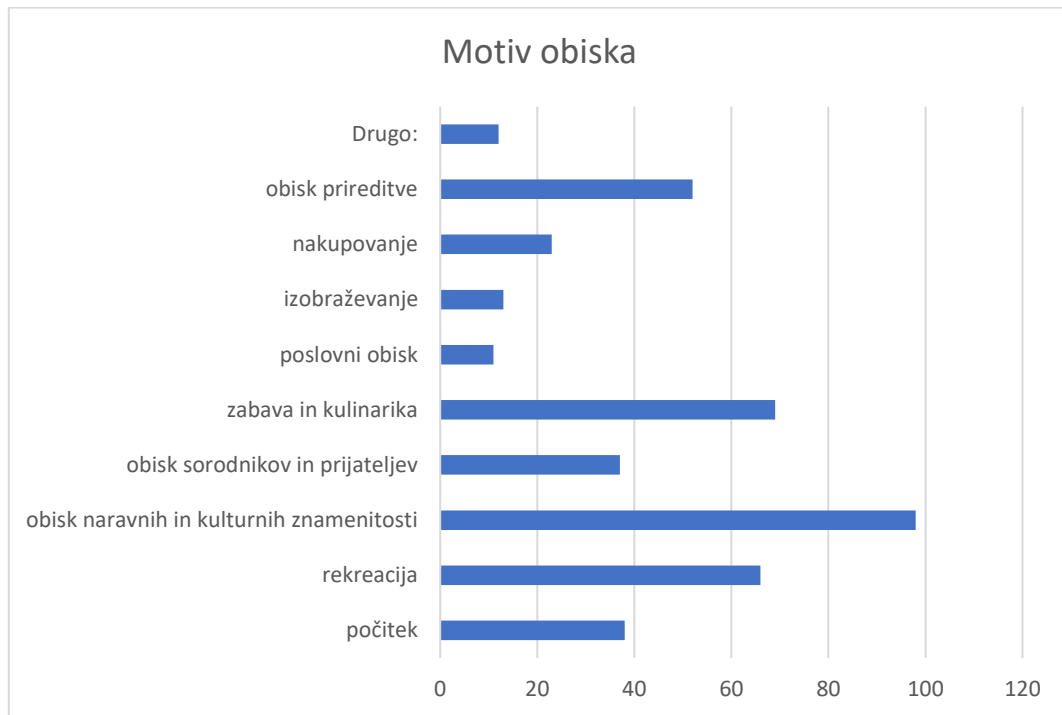
Kljub vsemu so nam rezultati ankete dali nekaj izhodišč za lažjo oceno vedenja naših obiskovalcev. Ključne ugotovitve o gostih:

Gostje največkrat potujejo v paru in z družino. Oba segmenta sta zelo enakovredna, smo pa zaznali razliko med slovenskimi in tujimi anketami. V slovenskih anketah je bil pogostejši odgovor v paru, pri turistih pa z družino.



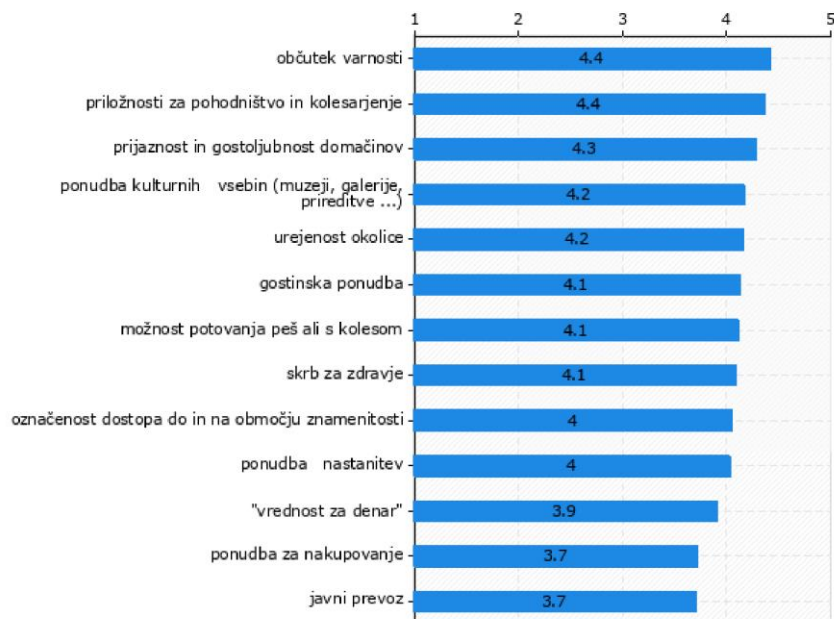
Na destinacijo največkrat pridejo z avtom. Med javnimi prevozi jih več uporablja avtobus kot vlak, velik je tudi delež tistih, ki hodijo peš ali pa pridejo na destinacijo s kolesom.

Med motivi za obisk je na prvem mestu obisk naravnih in kulturnih znamenitosti. Sledita zabava in kulinarika, ter na tretjem mestu rekreacija. Četrty najverjetnejši motiv so prireditve.



OCENA TURISTIČNE PONUDBE:

Vsa področja so ocenjena s povprečnimi ocenami med 3,7 in 4,4, kar je zelo dober rezultat. Gostje so najslabše ocenili možnosti javnega prevoza in nakupovanja. Ker je mesto Radovljica sicer zelo dobro povezano z drugimi kraji s pogostimi avtobusnimi linijami, predvidevamo da je slaba ocena bolj rezultat slabših povezav proti podeželju. Področje nakupovanja pa povezujemo s tem, da mestno jedro ne ponuja velikega števila trgovinic.



PREPOZNAVANJE TRAJNOSTNIH PRIZADEVANJ DESTINACIJE

Obiskovalci so prepoznali težnje po trajnostnem turizmu, najboljšo oceno pa je dobila trditev, da v destinaciji lahko pijejo vodo iz pipe. Nekoliko slabše so ocene o dovoljšnem podajanju informacij o odgovornem ravnanju, o dostopu do zdravstva ter o varčevanju z energijo in vodo. Pri tem vprašanju so anketiranci podali tudi nekaj konkretnih predlogov. Ti so več dreves in zelenja, prireditve na temo okolja, več košev za ločeno zbiranje odpadkov in več možnosti najema koles.

