



Raziskava med meščani o zadovoljstvu v kontekstu turizma v Ljubljani

2022

Naročnik: Turizem Ljubljana
Izvajalec: Ninamedia d.o.o.



VIBRANT. VIVID. #VISITLJUBLJANA

Vzorec

- Vzorec raziskave je obsegal 1.000 prebivalcev Ljubljane. Od tega je 400 vprašanih iz ČS center (40,0 %) in 600 iz preostalih ČS (60,0 %). Med četrtnimi skupnostmi je najvišji delež anketiranih iz ČŠ Šiška (8,4 %) in ČŠ Bežigrad (8,1 %), ki imata tudi najvišji delež prebivalcev.
- Raziskava je bila izvedena v dveh obdobjih. V septembru je bilo izvedeno spletno anketiranje, v oktobru pa spletno anketiranje ter terensko anketiranje v mestnem središču.
- Med anketiranimi je 51,1 % žensk. Najvišji delež med njimi je starih med 31 do 45 let (30,1 %). Sledi starostna skupina 46 do 60 let (25,1 %), do 30. let (23,0 %) in nad 60. let (21,8 %). Večina anketiranih ima univerzitetno izobrazbo/bolonjski magisterij ali več (27,4 %). Sledijo tisti s štiri letno srednjo šolo oz. gimnazijo (25,5 %).
- Med anketiranci je približno polovica takšnih, ki v Ljubljani živijo več kot 40 let; med njimi je 48,7 % prebivalcev ČS Center in 50,7 % prebivalcev ostalih četrtnih skupnosti.
- Dobra desetina anketirancev dela ali študira na področju turizma, med njimi je malenkost višji delež prebivalcev ČS Center (14,5 %), kot prebivalcev ostalih četrtni skupnosti (13,5 %).



Povzetek

Življenje v Ljubljani

- Vsak dan mestno jedro obiše 17,3 % anketiranih Ljubljančanov, ki ne živijo v ČS Center, večkrat na teden pa četrtnina (24,3 %). Pri anketiranih prebivalcih ČS Center je v povprečju pogostost obiska mestnega središča precej višja kot pri prebivalcih drugih četrtnih skupnosti. Delež tistih, ki mestno jedro obišejo vsak dan, dosega slabo polovico (47,0 %), slaba četrtnina (23,8 %) pa mestno jedro obiše večkrat tedensko.
- Najbolj pogosta aktivnost v mestnem jedru je sprehod, kar počneta dve tretjini (66,0 %) prebivalcev ČS Center in malenkost nižji delež (64,3 %) prebivalcev drugih četrtnih skupnosti. Med pogostejše aktivnosti, ki jih običajno počne približno polovica vprašanih, sodijo še opravki, obisk lokalov in nakupovanje.
- Povprečna dolžina bivanja anketirancev v Ljubljani je 40 let, dobra desetina anketirancev pa dela ali študira na področju turizma.

Percepcija turizma v Ljubljani

- Za veliko večino vprašanih je prva misel v povezavi s turizmom v Ljubljani pozitivna. Med njimi sta dve tretjini (66,3 %) anketirancev iz ČS Center in precej višji delež (80,2 %) iz drugih četrtnih skupnosti. Najbolj pogoste besede s pozitivno konotacijo v povezavi s turizmom v Ljubljani so množično, čudovito, lepo, živahno; najbolj pogoste negativne pa prav tako množično in preveč turistov.



Povzetek

Strinjanje s trditvami o turizmu v Ljubljani*

- 66,8 % anketiranih Ljubljančanov se strinja ali popolnoma strinja, da razvoj turizma prispevka k razvoju Ljubljane (ČS center: 62,3 %; ostale ČS: 69,2 %).
- 64,2 % anketiranih Ljubljančanov se strinja ali popolnoma strinja, da povečanje števila turistov prispeva k razvoju lokalnega gospodarstva (ČS center: 60,0 %; ostale ČS: 67,0 %).
- 46,9 % anketiranih se ne strinja ali popolnoma ne strinja, da je življenje v turističnem kraju neprijetno (ČS center: 46,3 %; ostale ČS: 47,3 %). Dodanih 21,3 % se jih niti ne strinja niti strinja (ČS center: 19,8 %; ostale ČS: 22,3 %).
- 47,5 % odstotka turistov se ne strinja ali popolnoma ne strinja, da je število turistov potrebno omejiti (ČS center: 45,6 %; ostale ČS: 48,8 %). Dodanih 16,5 % se jih niti ne strinja niti strinja (ČS center: 14,5 %; ostale ČS: 18,2 %).
- S trditvijo, da bi se zaradi turizma najraje odselili se ni strinjalo 68,8 % anketirancev (ČS center: 63,6 %; ostale ČS: 72,5 %). Dodanih 13,3 % se jih niti ne strinja niti strinja (ČS center: 13,5 %; ostale ČS: 13,2 %).
- 64,0 % anketiranih Ljubljančanov se strinja ali popolnoma strinja, da je zaradi turizma življenje v Ljubljani dražje (ČS center: 64,5 %; ostale ČS: 63,6 %).

*Anketiranci so na trditve odgovarjali na šeststopenjski lestvici: 1 - sploh se ne strinjam; 2 - ne strinjam se; 3 - niti se strinjam, niti se ne strinjam; 4 - strinjam se; 5 - popolnoma se strinjam, 6-ne vem.



Povzetek

Všečni in moteči elementi

- Več kot polovici anketirancev obeh javnosti je najbolj všeč, da je mestno središče zaprto za promet, sledijo narava, zgodovinske stavbe in infrastruktura. Dobri tretjini je všeč, da je mestno jedro čisto in urejeno, z živahnim dogajanjem in kulinarično ponudbo, približno petina pa je izpostavila dostopnost oz. povezanost vsega, kar mesto ponuja. Dobri desetini so všeč turisti, pa tudi mir in sprostitev, ki ju mesto prinaša.
- Za anketirance obeh javnosti so najbolj moteče visoke cene, sledi gneča, ki nekoliko bolj moti prebivalce ČS Center, dobro tretjino moti premalo parkirnih mest, dobra četrtina pa je izpostavila berače in brezdomce. Turisti so moteči za slabo četrtino anketirancev iz ČS Center in dobro desetino anketirancev iz ostalih četrtnih skupnosti.



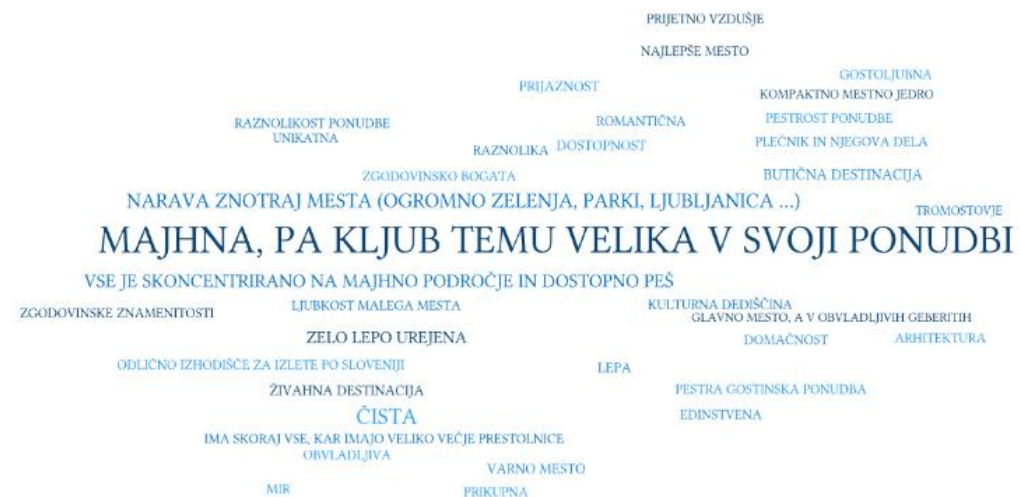
Povzetek

Ljubljana v primerjavi z drugimi turističnimi destinacijami

Anketiranci so izpostavili dve ključni lastnosti Ljubljane, zaradi katerih se najbolj razlikuje od drugih turističnih destinacij:

- majhna, pa kljub temu velika v svoji ponudbi
- narava znotraj mesta (ogromno zelenja, parki, reka skozi mesto ...)

Slika: Razlikovanje Ljubljane, kot turistične destinacije, od drugih destinacij



Povzetek

Obveščенost in pridobivanje informacij o turistični politiki in novostih v Ljubljani

- Velika večina anketiranih želi biti bolj obveščena o turistični politiki in novostih v Ljubljani.
- Najvišji delež anketirancev bi želel pridobiti dodatne informacije o turistični politiki in novostih v Ljubljani preko glasila Ljubljana, med njimi je šest desetih anketiranih prebivalcev ČS Center (61,0 %) in dobra polovica anketirancev iz ostalih četrtnih skupnosti (56,7 %). Polovica bi želela več informacij na internetu, sledijo družbena omrežja in mediji (časopisi, TV, radio).

Vključenost v turistične odločitve mesta

- Polovica anketiranih prebivalcev ČS Center (50,0 %) želi aktivne vključenosti v turistične odločitve mesta, dobra polovica anketirancev iz ostalih četrtnih skupnosti (56,7 %) pa si tega ne želi.
- Pripravljenost za sodelovanje je najvišja za sporočanje mnenj (sodelovanje v raziskavah, skupinskih diskusijah, poglobljenih intervjujih ...), sledi pripravljenost za sodelovanje pri oblikovanju predlogov in pripravljenost za prejemanje informacij. Aktivno so se pripravljene vključiti več kot tri četrtine tistih, ki si želijo sodelovati v turističnih odločitvah mesta.



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

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

