



# IDENTIFIKACIJA TRŽNEGA POTENCIALA

Poročilo raziskave o potovalnih navadah, poziciji  
Slovenije in segmentacija turistov

RUSIJA

December 2017



## Naročnik

---

**Ime:** Slovenska turistična organizacija

**Naslov:** Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana

**Kontaktna oseba:** Barbara Zmrzlikar

---

## Izvajalec

---

**Ime:** Valicon d.o.o.

**Naslov:** Kopitarjeva 2, 1000 Ljubljana

**Kontaktna oseba:** Zenel Batagelj

---

### IZJAVA O VAROVANJU OSEBNIH PODATKOV ANKETIRANCEV

Družba Valicon je v skladu s kodeksom ESOMAR in AAPOR zavezana k varovanju osebnih podatkov anketirancev. Valicon tako v vseh pogledih preprečuje, da bi bilo mogoče prepoznati identiteto anketirancev. Vse spremenljivke oziroma polja, ki bi lahko neposredno kazala na identiteto anketiranca, so iz podatkovnih baz in poročil odstranjena. Prav tako so odgovori anketirancev fizično ločeni od podatkov anketirancev. Vsak poskus namerne identifikacije anketiranca ali razkritje identitete anketiranca s strani naročnika ali družbe Valicon pomeni kršitev zgoraj omenjenih kodeksov.

# UVOD





**8**  
držav



REPREZENTATIVEN VZOREC

**23.647**

anketirancev



**12.380**

predstavnikov ciljne  
populacije



**2.771**

turistov in obiskovalcev  
Slovenije

**12**  
PERSON



**T = 19:15**

Povprečni čas trajanja ankete



**14. 11. – 5. 12. 2017**

Obdobje zbiranja podatkov

Ekipa **10-IH STROKOVNJAKOV**  
na projektu:

**VALICON**

Globalen ponudnik spletnih panelov:

**research  
now**



## O projektu

VALICON je za Slovensko turistično organizacijo izvedel globalno spletno raziskavo „Identifikacija tržnega potenciala“, ki je potekala vzporedno na 8-ih ciljnih trgih:

- **Italija,**
- **Avstrija,**
- **Nemčija,**
- **Združeno kraljestvo,**
- **Francija,**
- **Ruska federacija,**
- **Nizozemska,**
- **Poljska.**





# Vsebina raziskave

Z raziskavo smo na posameznem trgu preverjali:

- **Strukturo trga** in **tržni potencial**
  - prisotnost 12-ih person (segmenti), ki so bile identificirane v tržni raziskavi »Segmentacija – identifikacija ciljnih skupin slovenskega turizma« in strukturo ciljne populacije po teh segmentih
  - identifikacijo ključnih segmentov (največji ali z največjim ekonomskim potencialom)
- **Potovalne motive** in **proces nakupnega odločanja** za potovanja znotraj regije (Evropa)
- **Percepcijo** in **konkurenčno pozicioniranje** destinacije Slovenija
- **Poznavanje** in **izkušnjo** z obiskom Slovenije, vključno s **stopnjo priporočanja**



# Vsebinski sklopi glede na nivo analize

Pridobljeni podatki so za vsak posamezen trg analizirani na nivoju celotne ciljne skupine ter na nivoju različnih podvzorcev.

## CELOTNA CILJNA SKUPINA

Predstavlja značilnosti tistih, ki **potujejo v tujino** z namenom oddiha, počitnic ali potovanja **vsaj 1-krat letno** in tam **prespijo vsaj 2-krat**.

## OBISKOVALCI SLOVENIJE

(Podvzorec 1)

Predstavlja značilnosti tistih, ki **potujejo v tujino** z namenom oddiha, počitnic ali potovanja **vsaj 1-krat letno** in tam **prespijo vsaj 2-krat**. **Slovenijo** poznajo in so jo že **obiskali**, pri čemer so upoštevani tudi krajši in neturistični obiski.

## TURISTI V SLOVENIJI

(Podvzorec 2)

Predstavlja značilnosti tistih, ki **potujejo v tujino** z namenom oddiha, počitnic ali potovanja vsaj 1-krat letno in tam **prespijo vsaj 2-krat**. **Med** njihovimi **destinacijami**, kjer so prespali vsaj 2-krat, je **tudi Slovenija**.

### PRIKAZ REZULTATOV:

- Splošne **potovalne navade** in **motivi**
- **Elementi nakupne poti** in **potrošnja**

- **Podoba** in **percepcija** Slovenije

- **Struktura trga** (persone)

- **Poznavanje, izkušnja** in **NPS stopnja**

- **Podoba** in **percepcija** Slovenije



## O izvajalcu

### VALICON

**Valicon** je podjetje, ki deluje na področju trženjskega svetovanja, z bogatimi 20 letnimi izkušnjami na področju trženjskih raziskav. Regionalno strategijo prilagajamo lokalnemu trgu in verjamemo v dolgotrajna partnerstva z našimi strankami.

Nismo zgolj izvajalec tržnih raziskav ali anketnega zbiranja podatkov. Naše **napredne tehnologije** nas ločijo od ostalih, naše storitve pa **dodajajo vrednost poslovanju in znamkam** naših naročnikov. Kombiniramo različne pristope, kot so trženjske raziskave, analitika in avtomatizacija, trženjsko svetovanje in zbiranje podatkov, z namenom, da zagotovimo najvišjo stopnjo kakovosti ter uporabnost v naslednjih korakih trženjskih procesov in aktivnosti.

Zanašamo se na preverjeno strukturo, v kateri vse naše rešitve sledijo ciklu dejavnosti vaše znamke, produkta ali podjetja.





## Predstavitev panela

Raziskava je bila izvedena v sodelovanju z uglednim **ponudnikom spletnih panelov Research Now**. Podjetje je globalno aktivno pri zbiranju podatkov v Evropi, Bližnjem vzhodu, Ameriki in Azijsko-Pacifiškem območju in so **vodilni strokovnjaki** v razvoju programskih rešitev za zbiranje podatkov v več jezikih. So **lastniki certifikata ISO 2052** ter **prejemniki** večih **nagrad**. Vsi njihovi spletni **paneli** so **aktivno upravljani, zaščiteni** in zgrajeni na podlagi desetletnih izkušenj ter omogočajo **izvedbo projektov na visoki kakovostni ravni**. Spletni paneli so lokalno vodeni in nudijo podporo v lokalnem jeziku, upoštevane so razlike med državami, ravno tako je prilagojeno tudi nagrajevanje članov spletnega panela. Za pridobivanje panelistov uporabljajo različne programe (eRewards®, Valued Opinions® in Peanut Labs®), ki **omogočajo dostop do** najbolj **reprezentativnih in kakovostnih ciljnih skupin** v različnih industrijah.

**Podjetje** je s svojimi paneli **zagotovilo vzorec respondentov**, ki so anketo v svojem jeziku izpolnjevali **znotraj Valiconovega anketnega sistema**, s čimer smo vzporedno vzdrževali **nadzor nad strukturo vzorca** in **kakovostjo podatkov**.



VIR: 2016 Annual Survey of Market Research Professionals (MarketResearchCareers.com)



2017 TOP 50  
INNOVATIVE  
COMPANY

RESEARCH NOW  
RANKED #6

# **METODOLOGIJA**





# Metodološki okvir raziskave



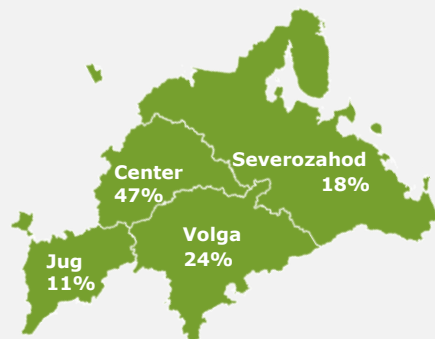
<b>Način izvedbe</b>	Spletna raziskava, metoda CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), Valicon v sodelovanju s spletnimi paneli podjetja Research Now.
<b>Država izvedbe</b>	Rusija
<b>Obdobje izvedbe</b>	30. november - 1. december 2017
<b>Ciljna skupina</b>	Prebivalci posamezne države, ki <u>vsaj enkrat letno potujejo v tujino z namenom oddiha, počitnic, potovanja in tam prespijo vsaj 2 noči.</u>
<b>Vzorec</b>	Celoten vzorec: n=5.829; Ciljna skupina: n=1.583; Obiskovalci Slovenije: n=131; Turisti Slovenije: n=29.
<b>Reprezentativnost</b>	Ciljna oseba je izbrana iz vzorčnega okvira, ki je reprezentativen za populacijo v starosti od 18 do 65 let. Podatki so uteženi glede na spol, starost in regijo.
<b>Dolžina vprašalnika</b>	Povprečni čas trajanja anket: t=24:25.



# RUSIJA: Demografija vzorca



## REGIJE:



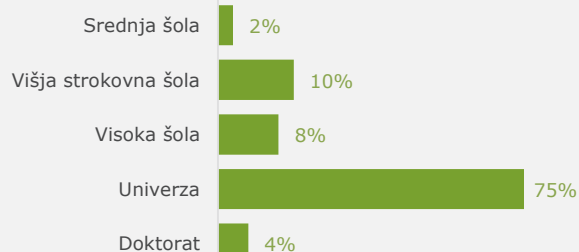
### PODROBNEJŠA OPREDELITEV REGIJ:

**Center:** Osrednja Zvezno okrožje. **Jug:** Južno Zvezno okrožje. **S-zahod:** Severozahodno Zvezno okrožje. **Volga:** Zvezno okrožje Volge.

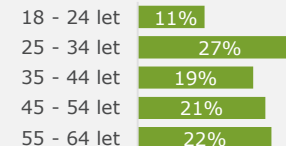
## SPOL:



## IZOBRAZBA:



## STAROST:



## OSEBNI DOHODEK:



# Deleži in velikost vzorcev



Obrobjeni elipsi nakazujeta osnovo za izračune deležev.



Osnova: RUSIJA 18-65 let	
POPULACIJA 18-65 LET	100,0%
CILJNA SKUPINA	27,2%
OBISKOVALCI SLOVENIJE	2,2%
TURISTI SLOVENIJE	0,5%

Osnova: CILJNA SKUPINA	
POPULACIJA 18-65 LET	/
CILJNA SKUPINA	100,0%
OBISKOVALCI SLOVENIJE	8,0%
TURISTI SLOVENIJE	1,8%

Absolutna velikost*	
	97.436.838
	26.540.211
	2.183.667
	486.324

\*Absolutna velikost je vedno izračunana glede na populacijo države v starosti 18-65 let.

# **STRUKTURA IN VELIKOST TRGA (PERSONE)**





Top izbira

0,3%

**OŽJI POTENCIAL**  
Top izbira +  
ponovni obisk

1%

6%

**ŠIRŠI POTENCIAL**  
Izbira

6%

17%

Obisk ali izbira

7%

7%

**RUS**

n=1568

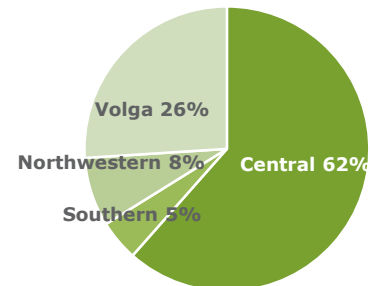
## OŽJI POTENCIAL:

1%

*Turisti, ki bi Slovenijo z namenom turističnega obiska izbrali najprej (top izbira) ALI tiste, ki bi že opravljen turistični obisk v Sloveniji ponovili.*

	Velikost*
<b>Skupaj v CS:</b>	<b>293.820</b>
Central	180.763
Southern	13.584
Northwestern	23.037
Volga	76.436

## REGIJSKA RAZPOREDITEV:



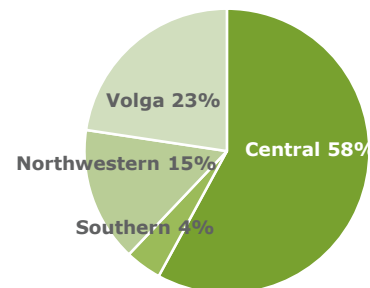
## ŠIRŠI POTENCIAL:

6%

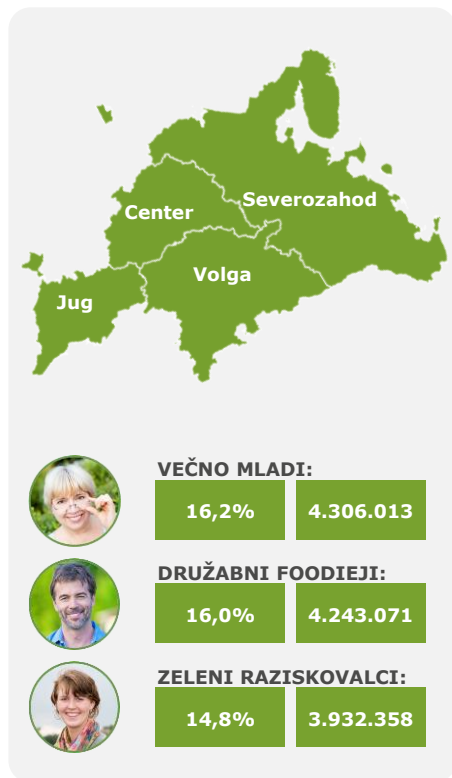
*Turisti, ki bi Slovenijo z namenom turističnega obiska izbrali najprej (top izbira) ALI tiste, ki bi že opravljen turistični obisk v Sloveniji ponovili.*

	Velikost*
<b>Skupaj v CS:</b>	<b>1.485.158</b>
Central	860.666
Southern	61.367
Northwestern	227.150
Volga	335.975

## REGIJSKA RAZPOREDITEV:



# RUSIJA: Velikost segmentov po regijah



	Skupaj	Central	Southern	Northwestern	Volga
%	100,0%	46,9%	11,4%	18,2%	23,5%
<b>Velikost</b>	<b>26.540.211</b>	<b>12.454.065</b>	<b>3.020.548</b>	<b>4.833.218</b>	<b>6.232.380</b>
<b>ZELENI RAZISKOVALCI</b>	%	48,3%	8,8%	20,1%	22,8%
<b>Velikost</b>	<b>3.932.358</b>	<b>1.898.913</b>	<b>347.229</b>	<b>791.528</b>	<b>894.689</b>
<b>DRUŽABNI FOODIEJI</b>	%	45,0%	10,1%	15,5%	29,4%
<b>Velikost</b>	<b>4.243.071</b>	<b>1.908.099</b>	<b>426.865</b>	<b>658.744</b>	<b>1.249.362</b>
<b>URBANI POTROŠNIKI</b>	%	49,4%	11,0%	14,9%	24,8%
<b>Velikost</b>	<b>3.866.496</b>	<b>1.908.824</b>	<b>423.624</b>	<b>576.917</b>	<b>957.131</b>
<b>URBANI OZAVEŠČENI</b>	%	42,4%	17,9%	23,0%	16,7%
<b>Velikost</b>	<b>1.934.903</b>	<b>821.117</b>	<b>346.331</b>	<b>445.052</b>	<b>322.403</b>
<b>SPROŠČENI ESKAPISTI</b>	%	43,8%	10,5%	24,0%	21,7%
<b>Velikost</b>	<b>2.701.507</b>	<b>1.183.563</b>	<b>284.669</b>	<b>647.538</b>	<b>585.737</b>
<b>AKTIVNI NOSTALGIKI</b>	%	47,9%	12,1%	21,7%	18,3%
<b>Velikost</b>	<b>685.074</b>	<b>328.197</b>	<b>83.212</b>	<b>148.426</b>	<b>125.240</b>
<b>AVANTURISTI</b>	%	51,8%	13,4%	3,9%	30,9%
<b>Velikost</b>	<b>357.840</b>	<b>185.398</b>	<b>48.037</b>	<b>13.892</b>	<b>110.512</b>
<b>VEČNO MLADI</b>	%	47,0%	10,7%	19,8%	22,5%
<b>Velikost</b>	<b>4.306.013</b>	<b>2.025.335</b>	<b>460.925</b>	<b>852.271</b>	<b>967.482</b>
<b>LEPOTNI RAZVAJENCI</b>	%	49,3%	12,9%	12,6%	25,3%
<b>Velikost</b>	<b>2.845.776</b>	<b>1.401.740</b>	<b>366.340</b>	<b>358.210</b>	<b>719.487</b>
<b>PREDANE MAME</b>	%	57,2%	13,1%	20,0%	9,7%
<b>Velikost</b>	<b>321.445</b>	<b>183.871</b>	<b>42.139</b>	<b>64.278</b>	<b>31.157</b>
<b>AKTIVNE DRUŽINE</b>	%	45,4%	13,6%	32,2%	8,8%
<b>Velikost</b>	<b>369.392</b>	<b>167.715</b>	<b>50.301</b>	<b>118.843</b>	<b>32.533</b>
<b>BREZSKRBNI MLADI</b>	%	44,9%	14,4%	16,6%	24,1%
<b>Velikost</b>	<b>976.336</b>	<b>438.584</b>	<b>140.141</b>	<b>162.531</b>	<b>235.080</b>





#### TIP DESTINACIJE

Ob morju	86%
Mesta	51%
Kulturno-zgodovinska središča	50%
V gorah	39%
Prestolnice	29%

#### VRSTA NAMESTITVE

Hotel	91%
Apartma	37%
Zasebna soba (npr. Airbnb)	28%
Namestitev pri sorod. ali prijat.	24%
Hostel	22%

#### PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	88%
Avto	6%
Vlak	3%
Avtobus	2%
Ladja oz. drugo plovilo	0%

#### PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	61%
Avto	54%
Peš	24%
Vlak	22%
Kolo	4%

#### AKTIVNOSTI

Sonce in morje	81%
Ogled glavnih turističnih znam.	66%
Ogledovanje starih mestnih jeder	65%
Naravne znamenitosti, narava	65%
Ogled mesta, prestolnice	59%

#### SPODBUDA

Pretekle izkušnje	58%
Cena destinacije	55%
Priporočila prijateljev	51%
Članki na spletu	40%
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	26%

#### VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	68%
Pri prijateljih, družini	47%
Spletni forumi	42%
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	35%
Mnenja na družbenih medijih	32%

#### NAČIN REZERVACIJE

Agencija	63%
Booking.com	41%
Airbnb	13%
Neposredno pri ponud. namest.	12%
Preko uradnih TIC-ov	6%

#### S KOM POTUJE

Z družino	41%
V paru	32%
S prijatelji	14%
Sam	10%
S sorodniki	2%

### LASTNOSTI:

Velikost*	<b>26.540.211</b>
Delež*	<b>27%</b>
Starost	<b>41</b>
Ženske	<b>54%</b>

Poletje	<b>64%</b>
Jesen	<b>21%</b>
Krajša potovanja	<b>1</b>
Daljša potovanja	<b>1</b>



## TIP DESTINACIJE

Mesta	73%	+22
Prestolnice	51%	+21
Kulturno-zgodovinska središča	57%	+7
Ob jezeru	34%	+11
Ob morju	77%	-10

## VRSTA NAMESTITVE

Namestitev pri sorod. ali prijat.	33%	+9
Hostel	31%	+9
Butični hotel	22%	+11
Apartma	40%	+3
Hotel	90%	-1

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	91%	+3
Motor	2%	+2
Avto	5%	-1
Avtodom (camper)	2%	+1

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	66%	+12
Vlak	52%	+30
Kolo	5%	+2
Peš	23%	-1
Avtobus	49%	-12

## AKTIVNOSTI

Ogled mesta, prestolnice	84%	+24
Naravne znamenitosti, narava	77%	+13
Križarjenje	37%	+16
Zdravstveni tretmaji in storitve	36%	+14
Nakupovanje	51%	+9

## SPODBUDA

Članki na spletu	53%	+14
Pretekle izkušnje	69%	+11
TV oddaje	38%	+15
Članki v tiskanih medijih	18%	+11
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	30%	+4

## VIR INFORMACIJ

Mnenja na družbenih medijih	45%	+13
Pri prijateljih, družini	56%	+9
Članki na spletu	70%	+2
Članki v tiskanih medijih	21%	+11
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	40%	+5

## NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	63%	+22
Neposredno pri ponud. namest.	28%	+16
Airbnb	24%	+11
Preko uradnih TIC-ov	11%	+5
Organizator	11%	+6

## S KOM POTUJE

V paru	37%	+5
S sorodniki	9%	+7
Z družino	32%	-9
S prijatelji	13%	-1
Sam	9%	-1

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>486.324</b>
Delež*	<b>0,5%</b>
Starost	<b>46</b>
Ženske	<b>65%</b>

Pomlad	<b>66%</b>
Poletje	<b>15%</b>
Krajša potovanja	<b>2</b>
Daljša potovanja	<b>2</b>



## TIP DESTINACIJE

Ob morju	84%	-3
<b>Zdravilišča</b>	<b>16%</b>	<b>+5</b>
Kulturno-zgodovinska središča	40%	-10
Terme (Wellness in Spa)	16%	+1
V gorah	28%	-10

## VRSTA NAMESTITVE

<b>Hotel</b>	<b>95%</b>	<b>+4</b>
Namestitev pri sorod. ali prijat.	22%	-2
Lastna nepremičnina (vikend)	6%	+0
Apartma	27%	-10
Zasebna soba (npr. Airbnb)	22%	-6

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	89%	+1
Avto	7%	+1
Ladja oz. drugo plovilo	1%	+0
Vlak	2%	-1
Kolo	0%	+0

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	63%	+2
Peš	25%	+1
Kolo	3%	-1
Avto	46%	-8
Vlak	19%	-3

## AKTIVNOSTI

<u>Ogledovanje starih mestnih jeder</u>	<b>81%</b>	<b>+16</b>
Sonce in morje	82%	+2
<u>Ogled glavnih turističnih znam.</u>	<b>73%</b>	<b>+6</b>
<u>Zgodovina in gradovi</u>	<b>72%</b>	<b>+14</b>
<u>Thermal health spa</u>	<b>38%</b>	<b>+15</b>

## SPODBUDA

<b>Cena destinacije</b>	<b>58%</b>	<b>+4</b>
Priporočila prijateljev	51%	+0
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	26%	+0
TV oddaje	24%	+1
Bližina destinacije	16%	+1

## VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	66%	-2
Pri prijateljih, družini	46%	-1
Pri agencijah	31%	+1
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	34%	-1
Mnenja na družbenih medijih	32%	-1

## NAČIN REZERVACIJE

<b>Agencija</b>	<b>70%</b>	<b>+7</b>
Preko uradnih TIC-ov	7%	+1
Neposredno pri ponud. namest.	11%	-1
Agoda.com	3%	+0
Booking.com	37%	-4

## S KOM POTUJE

Z družino	40%	-1
<b>Sam</b>	<b>14%</b>	<b>+4</b>
V paru	31%	-2
S sorodniki	2%	+0
S prijatelji	13%	-1

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>4.306.013</b>
Delež*	<b>4%</b>
Starost	<b>45</b>
Ženske	<b>60%</b>

Poletje	<b>55%</b>
Jesen	<b>26%</b>
Krajša potovanja	<b>1</b>
Daljša potovanja	<b>1</b>



## TIP DESTINACIJE

Kulturno-zgodovinska središča	76%	+27
Mesta	69%	+18
Ob morju	93%	+7
Prestolnice	45%	+15
Drugje v naravi	28%	+11

## VRSTA NAMESTITVE

Hotel	96%	+5
Namestititev pri sorod. ali prijat.	38%	+13
Butični hotel	23%	+12
Zasebna soba (npr. Airbnb)	36%	+9
Apartma	41%	+4

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Vlak	6%	+3
Letalo	88%	+0
Avtobus	2%	+0
Avto	4%	-2

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	61%	+7
Avtobus	65%	+4
Vlak	27%	+5
Peš	27%	+2
Kolo	3%	-1

## AKTIVNOSTI

Ogled glavnih turističnih znam.	92%	+26
Zgodovina in gradovi	88%	+31
Naravne znamenitosti, narava	89%	+24
Aquafun, zabavišni parki	65%	+28
Ogledovanje starih mestnih jeder	87%	+22

## SPODBUDA

TV oddaje	35%	+13
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	37%	+11
Prijubljenost destinacije	35%	+11
Članki na spletu	49%	+9
Cena destinacije	60%	+5

## VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	80%	+12
Mnenja na družbenih medijih	41%	+9
Spletni forumi	49%	+8
Pri prijateljih, družini	54%	+7
Pri agencijah	38%	+8

## NAČIN REZERVACIJE

Neposredno pri ponud. namešt.	19%	+7
Agencija	65%	+2
Preko uradnih TIC-ov	9%	+3
Organizator	6%	+1
Expedia.com	4%	+2

## S KOM POTUJE

Z družino	49%	+7
V paru	31%	-1
S prijatelji	11%	-3
S sorodniki	3%	+0
Sam	6%	-4

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>4.243.071</b>
Delež*	<b>4%</b>
Starost	<b>40</b>
Ženske	<b>55%</b>

Poletje	<b>71%</b>
Jesen	<b>18%</b>
Krajša potovanja	<b>1</b>
Daljša potovanja	<b>1</b>



## TIP DESTINACIJE

Kulturno-zgodovinska središča	74%	+24
V gorah	69%	+30
Ob morju	92%	+6
Prestolnice	46%	+16
Ob jezeru	41%	+18

## VRSTA NAMESTITVE

Apartma	65%	+28
Zasebna soba (npr. Airbnb)	39%	+11
Hotel	90%	-2
Hostel	23%	+1
Kamp	17%	+5

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	7%	+1
Letalo	88%	+0
Avtobus	2%	+0
Motor	0%	+0
Vlak	2%	-1

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Peš	35%	+11
Avto	58%	+3
Vlak	26%	+5
Kolo	6%	+2
Avtobus	60%	-1

## AKTIVNOSTI

Naravne znamenitosti, narava	84%	+20
Ogledovanje starih mestnih jeder	81%	+16
Ogled mesta, prestolnice	72%	+13
Ogled glavnih turističnih znam.	72%	+6
Športne aktivnosti	29%	+13

## SPODBUDA

Cena destinacije	63%	+8
Članki na spletu	51%	+11
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	32%	+6
TV oddaje	26%	+4
Video posnetki na spletu	23%	+4

## VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	74%	+5
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	41%	+6
Pri prijateljih, družini	49%	+3
Spletni forumi	44%	+2
Potopisna literatura	14%	+4

## NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	57%	+17
Airbnb	20%	+7
Neposredno pri ponud. namešt.	15%	+3
Organizator	5%	+0
Drugi spl. portal	4%	+2

## S KOM POTUJE

V paru	42%	+10
S prijatelji	14%	+1
Z družino	31%	-10
S sorodniki	3%	+0
Sam	10%	+0

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>3.932.358</b>
Delež*	<b>4%</b>
Starost	<b>41</b>
Ženske	<b>54%</b>

Poletje	<b>65%</b>
Jesen	<b>21%</b>
Krajša potovanja	<b>1</b>
Daljša potovanja	<b>2</b>



## TIP DESTINACIJE

Mesta	74%	+23
Ob morju	82%	-5
Kulturno-zgodovinska središča	44%	-6
Prestolnice	32%	+2
Terme (Wellness in Spa)	10%	-5

## VRSTA NAMESTITVE

Hotel	95%	+3
Namestittev pri sorod. ali prijat.	21%	-4
Apartma	31%	-7
Drugo	1%	+0
Butični hotel	7%	-4

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	91%	+3
Avtobus	4%	+3
Kolo	0%	+0
Avto	4%	-2
Vlak	1%	-2

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	63%	+2
Peš	26%	+1
Avto	51%	-3
Vlak	22%	+0
Motor	2%	+0

## AKTIVNOSTI

Nakupovanje	67%	+26
Ogled mesta, prestolnice	73%	+13
Ogled glavnih turističnih znam.	76%	+9
Gastronomija	46%	+12
Nočno življenje (bari, klubi)	31%	+16

## SPODBUDA

Pretekle izkušnje	60%	+1
Priporočila prijateljev	51%	+0
Prijateljnost destinacije	24%	+0
TV oddaje	23%	+0
Spletni oglasi	4%	+1

## VIR INFORMACIJ

Spletni forumi	43%	+2
Mnenja na družbenih medijih	34%	+2
Blogi	28%	+2
Članki na spletu	67%	-1
Pri prijateljih, družini	46%	-1

## NAČIN REZERVACIJE

Agencija	62%	+0
Agoda.com	5%	+2
Booking.com	39%	-2
Organizator	5%	+0
Expedia.com	3%	+1

## S KOM POTUJE

Z družino	42%	+1
V paru	33%	+1
S prijatelji	15%	+1
Sam	8%	-2
S sorodniki	2%	-1

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>3.866.496</b>
Delež*	<b>4%</b>
Starost	<b>40</b>
Ženske	<b>57%</b>

Poletje	<b>64%</b>
Jesen	<b>19%</b>
Krajša potovanja	<b>1</b>
Daljša potovanja	<b>1</b>



## TIP DESTINACIJE

Ob morju	98%	+11
Terme (Wellness in Spa)	40%	+25
V gorah	33%	-6
Ob jezeru	20%	-3
Drugje v naravi	15%	-2

## VRSTA NAMESTITVE

Hotel	96%	+5
Lastna nepremičnina (vikend)	11%	+5
Apartma	27%	-10
Butični hotel	9%	-2
Namestitev pri sorod. ali prijat.	15%	-10

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	95%	+7
Motor	0%	+0
Avto	4%	-2
Vlak	1%	-2

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	59%	+5
Avtobus	55%	-6
Peš	18%	-6
Avtodom (camper)	1%	+0
Motor	1%	-2

## AKTIVNOSTI

Sonce in morje	93%	+12
Aktivnosti in zabava za otroke	53%	+29
Nakupovanje	58%	+16
Aquafun, zabaviščni parki	46%	+9
Thermal health spa	33%	+9

## SPODBUDA

Pretekle izkušnje	65%	+7
Cena destinacije	62%	+8
Prijateljnost destinacije	28%	+4
Objave na družbenih medijih, blogih	22%	+0
Bližina destinacije	15%	+1

## VIR INFORMACIJ

Pri agencijah	43%	+13
Pri prijateljih, družini	44%	-3
Mnenja na družbenih medijih	34%	+2
Članki na spletu	63%	-5
Spletni forumi	39%	-3

## NAČIN REZERVACIJE

Agencija	81%	+19
Lastna namestitev	4%	+0
Preko uradnih TIC-ov	5%	-1
Pri ponudniku aktivnosti	2%	+0
Neposredno pri ponud. namest.	7%	-5

## S KOM POTUJE

Z družino	68%	+27
S prijatelji	10%	-4
S sorodniki	3%	+0
V paru	16%	-16
Sam	2%	-8

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>2.845.776</b>
Delež*	<b>3%</b>
Starost	<b>41</b>
Ženske	<b>55%</b>

Poletje	<b>74%</b>
Jesen	<b>15%</b>
Krajša potovanja	<b>1</b>
Daljša potovanja	<b>1</b>

# RUSIJA: Sproščeni eskapisti (10,2%)



## TIP DESTINACIJE

Ob morju	83%	-3
<b>Terme (Wellness in Spa)</b>	<b>19%</b>	<b>+4</b>
<b>Zdravilišča</b>	<b>17%</b>	<b>+6</b>
V gorah	29%	-9
Kulturno-zgodovinska središča	29%	-20

## VRSTA NAMESTITVE

Hotel	90%	-2
Lastna nepremičnina (vikend)	6%	+0
Kamp	10%	-2
Glamping	2%	+1
Drugo	2%	+1

## PREVOZ DO DESTINACIJE

<b>Avto</b>	<b>13%</b>	<b>+7</b>
<b>Vlak</b>	<b>5%</b>	<b>+2</b>
Letalo	79%	-9
Avtobus	2%	+0
Ladja oz. drugo plovilo	1%	+0

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	53%	-8
Avto	48%	-6
<b>Avtodom (camper)</b>	<b>4%</b>	<b>+3</b>
Kolo	5%	+1
Vlak	13%	-9

## AKTIVNOSTI

<b>Thermal health spa</b>	<b>43%</b>	<b>+20</b>
Naravne znamenitosti, narava	68%	+3
Gastronomija	34%	+1
<b>Zdravstveni tretmaji in storitve</b>	<b>27%</b>	<b>+6</b>
Križarjenje	20%	+0

## SPODBUDA

Pretekle izkušnje	58%	-1
Priporočila prijateljev	47%	-4
Prijljubenost destinacije	21%	-3
Bližnja destinacije	14%	-1
Članki na spletu	31%	-9

## VIR INFORMACIJ

Mnenja na družbenih medijih	30%	-3
Pri prijateljih, družini	40%	-7
Spletni forumi	35%	-7
Pri agencijah	26%	-4
Članki v tiskanih medijih	9%	-1

## NAČIN REZERVACIJE

Agencija	63%	+0
Organizator	6%	+1
Booking.com	37%	-4
Lastna namestitvev	4%	+0
Airbnb	10%	-3

## S KOM POTUJE

<b>S prijatelji</b>	<b>19%</b>	<b>+5</b>
Z družino	35%	-6
V paru	32%	+0
Sam	10%	+0
S sorodniki	3%	+1

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>2.701.507</b>
Delež*	<b>3%</b>
Starost	<b>45</b>
Ženske	<b>60%</b>

Poletje	<b>61%</b>
Jesen	<b>23%</b>
Krajša potovanja	<b>1</b>
Daljša potovanja	<b>1</b>



# RUSIJA: Urbani ozaveščeni (7,3%)



## TIP DESTINACIJE

Mesta	74%	+23
Prestolnice	56%	+27
Kulturno-zgodovinska središča	64%	+14
Zdravilišča	11%	-1
Ob morju	67%	-19

## VRSTA NAMESTITVE

Hostel	57%	+35
Zasebna soba (npr. Airbnb)	46%	+18
Namestitev pri sorod. ali prijat.	32%	+8
Apartma	41%	+4
Kamp	16%	+4

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	89%	+1
Kolo	1%	+1
Vlak	3%	+0
Avtodom (camper)	1%	+1
Avtobus	2%	+0

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	74%	+13
Vlak	40%	+18
Kolo	6%	+2
Avto	51%	-3
Peš	23%	-1

## AKTIVNOSTI

Muzeji, galerije in umetnost	81%	+33
Spozn. lokalnega načina življenja	75%	+41
Ogledovanje starih mestnih jader	86%	+21
Ogled mesta, prestolnice	84%	+24
Družabni dogodki, festivali	63%	+40

## SPODBUDA

Objave na družbenih medijih, blogih	33%	+11
Članki na spletu	45%	+5
Cena destinacije	58%	+3
Članki v tiskanih medijih	15%	+8
Pretekle izkušnje	60%	+2

## VIR INFORMACIJ

Blogi	42%	+16
Članki na spletu	72%	+3
Spletni forumi	48%	+7
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	44%	+9
Potopisna predavanja	13%	+5

## NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	59%	+18
Airbnb	30%	+17
Neposredno pri ponud. namešt.	18%	+6
Preko uradnih TIC-ov	7%	+1
Pri ponudniku aktivnosti	4%	+2

## S KOM POTUJE

V paru	38%	+5
S prijatelji	18%	+4
Sam	16%	+6
Z družino	27%	-14
S sorodniki	2%	-1

## LASTNOSTI:

Delež\*

**1.934.903**

Starost

**2%**
**38**

Ženske

**59%**

Poletje

**52%**

Jesen

**24%**

Krajša potovanja

**1**

Daljša potovanja

**1**



## TIP DESTINACIJE

Ob morju	92%	±5
Mesta	73%	±22
Prestolnice	34%	+4
Ob jezeru	14%	-10
Kulturno-zgodovinska središča	33%	-16

## VRSTA NAMESTITVE

Hostel	72%	+50
Zasebna soba (npr. Airbnb)	34%	±6
Namestitev pri sorod. ali prijat.	31%	±7
Apartma	33%	-4
Kamp	14%	+2

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Vlak	8%	+5
Autodom (camper)	2%	+2
Avto	7%	+1
Ladja oz. drugo plovilo	1%	+1
Letalo	82%	-6

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	62%	+1
Kolo	5%	+1
Peš	25%	+1
Avto	49%	-5
Motor	3%	+1

## AKTIVNOSTI

Glasbeni festivali in koncerti	52%	+32
Ogled mesta, prestolnice	70%	+10
Sonce in morje	81%	+1
Nočno življenje (bari, klubi)	34%	+19
Družabni dogodki, festivali	32%	+9

## SPODBUDA

Članki na spletu	43%	+3
Prijateljnost destinacije	26%	+2
Pretekle izkušnje	53%	-6
Priporočila prijateljev	44%	-7
Potopisna literatura	9%	+0

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	54%	+7
Spletni portali (Tripadvisor idr.)	42%	+7
Članki na spletu	65%	-3
Članki v tiskanih medijih	8%	-1
Spletni forumi	33%	-8

## NAČIN REZERVACIJE

Lastna namestitev	11%	+6
Neposredno pri ponud. namest.	14%	+1
Pri ponudniku aktivnosti	5%	+3
Preko uradnih TIC-ov	7%	+1
Organizator	6%	+2

## S KOM POTUJE

V paru	39%	+7
Sam	20%	+10
Z družino	29%	-13
S prijatelji	13%	-1

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>976.336</b>
Delež*	<b>1%</b>
Starost	<b>36</b>
Ženske	<b>32%</b>

Poletje	<b>60%</b>
Jesen	<b>21%</b>
Krajša potovanja	<b>1</b>
Daljša potovanja	<b>1</b>



## TIP DESTINACIJE

V gorah	80%	+41
Ob jezeru	57%	+34
Drugje v naravi	46%	+29
Ob morju	75%	-11
Podeželje	13%	+4

## VRSTA NAMESTITVE

Hotel	94%	+3
Butični hotel	27%	+16
Zasebna soba (npr. Airbnb)	28%	+1
Turistična kmetija	5%	+2
Apartmenta	31%	-6

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Letalo	88%	+0
Avto	11%	+4
Motor	2%	+1

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	61%	+6
Motor	9%	+7
Vlak	20%	-1
Avtobus	45%	-16
Kolo	6%	+2

## AKTIVNOSTI

Gastronomija	51%	+17
Obisk vinske kleti	42%	+24
Športne aktivnosti	30%	+15
Zgodovina in gradovi	59%	+1
Naravne znamenitosti, narava	60%	-5

## SPODBUDA

Priporočila prijateljev	54%	+4
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	26%	+0
Pretekle izkušnje	49%	-9
Bližnja destinacije	10%	-4
Potopisna literatura	8%	-1

## VIR INFORMACIJ

Pri prijateljih, družini	53%	+6
Spletni forumi	33%	-8
Pri agencijah	27%	-3
Drugo	3%	+2
Mnenja na družbenih medijih	23%	-9

## NAČIN REZERVACIJE

Lastna namestitvev	9%	+5
Preko uradnih TIC-ov	8%	+2
Agencija	56%	-6
Drugo	3%	+2
Airbnb	9%	-4

## S KOM POTUJE

Sam	21%	+11
V paru	42%	+10
S sorodniki	6%	+4
Z družino	19%	-22
S prijatelji	11%	-3

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>685.074</b>
Delež*	<b>1%</b>
Starost	<b>40</b>
Ženske	<b>31%</b>

Poletje	<b>62%</b>
Jesen	<b>24%</b>
Krajša potovanja	<b>2</b>
Daljša potovanja	<b>1</b>

# RUSIJA: Aktivne družine (1,4%)



## TIP DESTINACIJE

V gorah	89%	+50
Ob jezeru	72%	+49
Drugje v naravi	71%	+53
Ob morju	83%	-4
Podézelje	26%	+16

## VRSTA NAMESTITVE

Apartma	61%	+24
Turistična kmetija	27%	+25
Hostel	38%	+16
Kamp	27%	+15
Kamper	16%	+14

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Vlak	6%	+3
Ladja oz. drugo plovilo	5%	+5
Letalo	86%	-2
Avto	3%	-3

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avtobus	71%	+10
Vlak	38%	+16
Kolo	14%	+10
Avto	57%	+3
Peš	33%	+9

## AKTIVNOSTI

Športne aktivnosti	66%	+51
Športne aktivnosti na vodi	52%	+44
Gornišтво (zahtevnejše ture)	36%	+33
Zimski šport	43%	+32
Spozn. lokalnega načina življenja	47%	+13

## SPODBUDA

Članki na spletu	54%	+15
Objave na družbenih medijih, blogih	28%	+5
Pretekle izkušnje	56%	-3
Video posnetki na spletu	24%	+5
Spletni oglasi	8%	+6

## VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	79%	+11
Spletni forumi	51%	+10
Potpisna predavanja	33%	+26
Blogi	34%	+8
Pri prijateljih, družini	37%	-10

## NAČIN REZERVACIJE

Airbnb	38%	+25
Booking.com	56%	+15
Preko uradnih TIC-ov	17%	+11
Expedia.com	11%	+8
Agoda.com	11%	+7

## S KOM POTUJE

Z družino	43%	+2
V paru	39%	+6
S prijatelji	19%	+5

## LASTNOSTI:

Delež\*

**369.392**
**0,4%**

Starost

**38**

Ženske

**50%**

Poletje

**49%**

Jesen

**14%**

Krajša potovanja

**3**

Daljša potovanja

**2**



## TIP DESTINACIJE

V gorah	69%	+31
Ob jezeru	47%	+24
Drugje v naravi	38%	+21
Ob morju	65%	-21
Podeželje	10%	+1

## VRSTA NAMESTITVE

Kamp	39%	+27
Kamper	37%	+35
Hostel	40%	+19
Turistična kmetija	15%	+13
Hotel	72%	-20

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Motor	5%	+4
Letalo	89%	+1
Ladja oz. drugo plovilo	2%	+2
Avto	4%	-2

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	81%	+27
Kolo	8%	+4
Peš	18%	-6
Avtobus	35%	-26
Motor	5%	+2

## AKTIVNOSTI

Adrenalinski športni izzivi	51%	+46
Zgodovina in gradovi	75%	+18
Športne aktivnosti na vodi	38%	+30
Družabni dogodki, festivali	31%	+9
Naravne znamenitosti, narava	63%	-2

## SPODBUDA

Prijjubljenost destinacije	34%	+10
Objave na družbenih medijih, blogih	34%	+11
Priporočila prijateljev	52%	+1
Ustreznost dest. v vseh letnih časih	30%	+4
Bližina destinacije	17%	+3

## VIR INFORMACIJ

Članki v tiskanih medijih	28%	+18
Članki na spletu	59%	-9
Pri prijateljih, družini	37%	-10
Potopisna predavanja	15%	+8
Mnenja na družbenih medijih	20%	-13

## NAČIN REZERVACIJE

Airbnb	20%	+7
Agencija	62%	+0
Lastna namestitve	5%	+0
Agoda.com	4%	+1
Pri ponudniku aktivnosti	4%	+1

## S KOM POTUJE

Z družino	54%	+13
Sam	23%	+13
S prijatelji	19%	+5
V paru	4%	-28

## LASTNOSTI:

Velikost*	357.840
Delež*	0,4%
Starost	33
Ženske	49%

Poletje	76%
Jesen	7%
Krajša potovanja	2
Daljša potovanja	1

# RUSIJA: Predane mame (1,2%)



## TIP DESTINACIJE

Ob jezeru	66%	+42
V gorah	59%	+21
Podeželje	16%	+7
Ob morju	64%	-23
Kulturno-zgodovinska središča	34%	-15

## VRSTA NAMESTITVE

Kamp	35%	+23
Apartma	56%	+19
Namestitev pri sorod. ali prijat.	35%	+11
Turistična kmetija	9%	+7
Butični hotel	15%	+4

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	13%	+7
Autodom (camper)	6%	+5
Autobus	4%	+3
Letalo	74%	-14
Vlak	3%	+0

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Avto	59%	+5
Motor	5%	+2
Autobus	47%	-14
Vlak	15%	-7
Kolo	3%	+0

## AKTIVNOSTI

Športne aktivnosti	43%	+27
Aquafun, zabavišni parki	48%	+11
Ribolov	34%	+22
Rekreacija	24%	+13
Podeželske, kmečke aktivnosti	21%	+17

## SPODBUDA

Pretekle izkušnje	63%	+5
Bližina destinacije	24%	+10
Članki na spletu	40%	+0
Potopisna literatura	15%	+6
TV oddaje	21%	-1

## VIR INFORMACIJ

Potopisna predavanja	18%	+10
Pri prijateljih, družini	38%	-9
Članki na spletu	57%	-11
Mnenja na družbenih medijih	27%	-5
Blogi	21%	-5

## NAČIN REZERVACIJE

Lastna namestitev	16%	+12
Agencija	58%	-4
Preko uradnih TIC-ov	12%	+6
Pri ponudniku	8%	+5
Agoda.com	3%	+0

## S KOM POTUJE

Z družino	47%	+5
V paru	34%	+1
S prijatelji	13%	-1
Sam	7%	-3

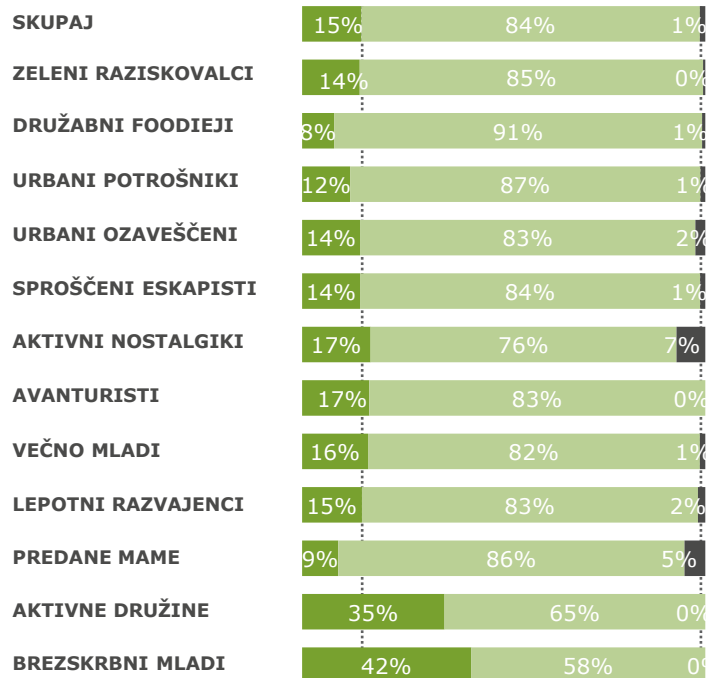
## LASTNOSTI:

	<b>321.445</b>
Delež*	<b>3%</b>
Starost	<b>43</b>
Ženske	<b>16%</b>

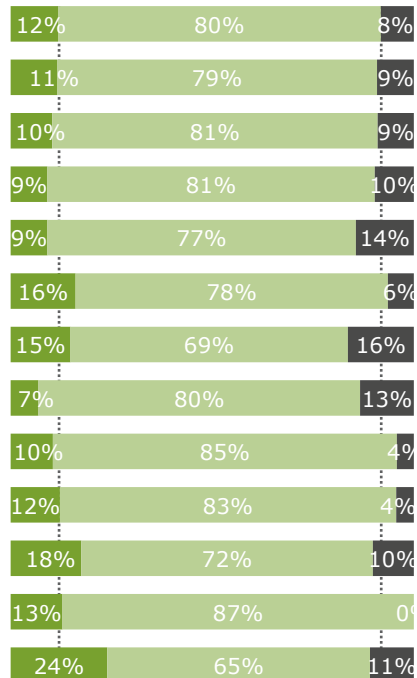
Poletje	<b>76%</b>
Jesen	<b>19%</b>
Krajša potovanja	<b>2</b>
Daljša potovanja	<b>1</b>



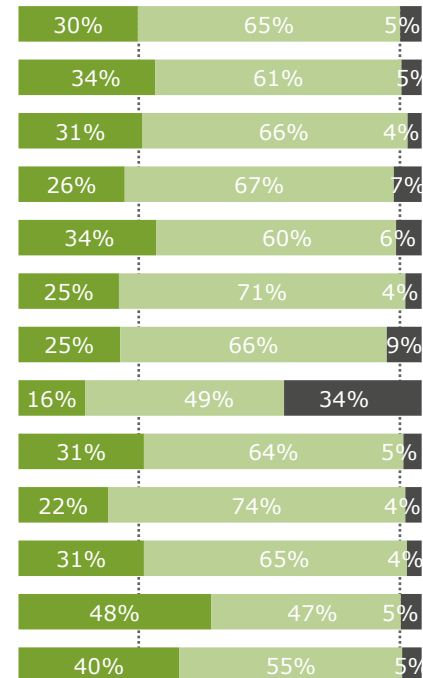
## IZBIRA NASTANITVE



## IZBIRA DESTINACIJE



## IZBIRA PREVOZA



iščejo najugodnejšo ponudbo

pretehtajo vrednost za denar

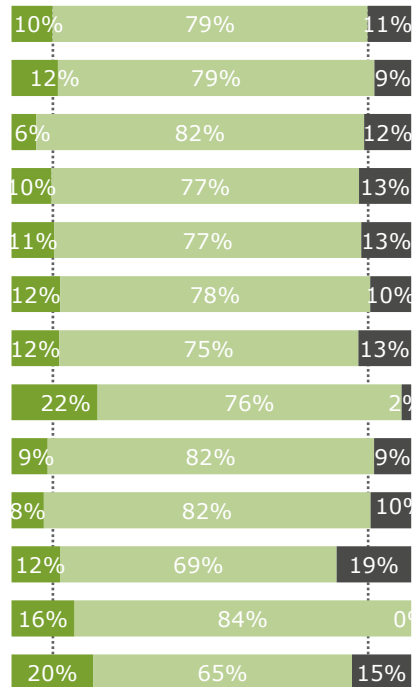
se ne ozirajo na ceno



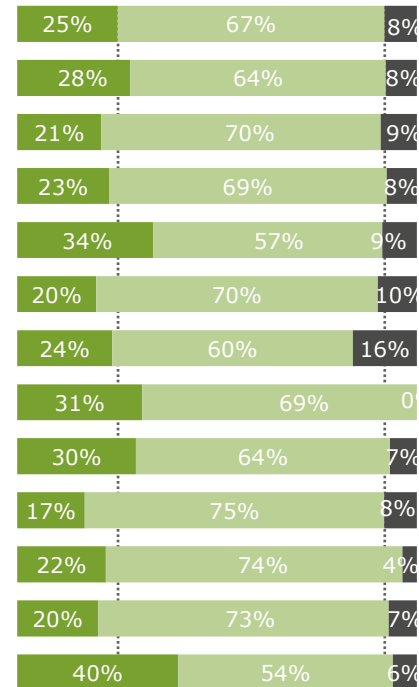
## IZBIRA DODATNIH AKTIVNOSTI



## IZBIRA HRANE



## NAKUPOVANJE



iščejo najugodnejšo ponudbo

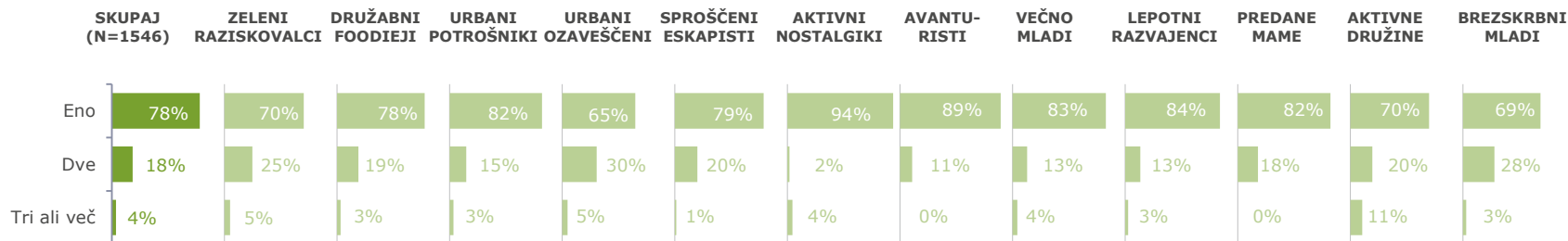
pretehtajo vrednost za denar

se ne ozirajo na ceno

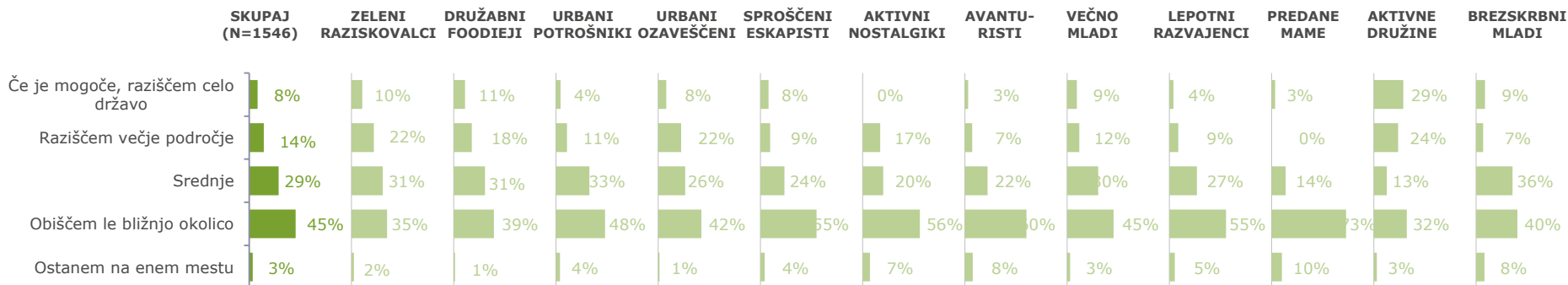




## Število držav, ki jih obišejo znotraj enega potovanja, oddiha ali počitnic



## Raziskovanje znotraj ene države





**SPLOŠNI PREGLED  
POTOVALNIH NAVAD,  
MOTIVOV TER NAKUPNE POTI**



## LASTNOSTI CILJNE SKUPINE:

Velikost	<b>26.540.211</b>	Poletje	<b>64%</b>
Delež	<b>27,2%</b>	Jesen	<b>21%</b>
Starost	<b>41</b>	Krajša potovanja	<b>1</b>
Ženske	<b>54%</b>	Daljša potovanja	<b>1</b>

## POTOVALNA DRUŽBA:

V paru	<b>49%</b>
Z družino	<b>34%</b>
S prijatelji	<b>14%</b>
Sam	<b>3%</b>

## VRSTA DESTINACIJE:

Ob morju	<b>66%</b>	<b>20%</b>	<b>86%</b>
Mesta	<b>13%</b>	<b>38%</b>	<b>51%</b>
Kult.-zgod. središča	<b>8%</b>	<b>41%</b>	<b>50%</b>

**2 x**  
letno potuje  
v tujino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

Sonce in morje	<b>81%</b>
Turistične znamenitosti	<b>66%</b>
Ogled starih mestnih jeder	<b>65%</b>
Naravni parki, znamenitosti	<b>65%</b>
Ogled mesta, prestolnice	<b>59%</b>
Zgodovina in gradovi	<b>58%</b>
Muzeji, galerije, umetnost	<b>48%</b>
Nakupovanje	<b>41%</b>
Aquafun, zabavišni parki	<b>37%</b>
Live like a local	<b>34%</b>

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

Spoznati nekaj novega	<b>25%</b>	<b>54%</b>
Obisk lepe destinacije	<b>12%</b>	<b>53%</b>
Doživeti drugo kulturo	<b>9%</b>	<b>38%</b>
Obisk mesta, prestolnice	<b>10%</b>	<b>32%</b>
Uživati v dobri hrani, pijači	<b>2%</b>	<b>27%</b>
Spočiti se, upočasniti življenje	<b>10%</b>	<b>27%</b>
Doživeti raznolikost	<b>6%</b>	<b>26%</b>
Preživeti čas z družino, utrditi vezi	<b>4%</b>	<b>16%</b>
Poskrbeti zase, se prenoviti	<b>4%</b>	<b>16%</b>
Preživeti čas s partnerjem	<b>4%</b>	<b>15%</b>

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

Turčija	<b>36%</b>	<b>57%</b>
Rusija	<b>20%</b>	<b>46%</b>
Španija	<b>25%</b>	<b>32%</b>
Grčija	<b>21%</b>	<b>31%</b>
Nevropske države	<b>20%</b>	<b>31%</b>
Češka	<b>20%</b>	<b>30%</b>
Italija	<b>22%</b>	<b>28%</b>
Ciper	<b>17%</b>	<b>28%</b>
Ukrajina	<b>6%</b>	<b>27%</b>
Nemčija	<b>17%</b>	<b>26%</b>
Slovenija	<b>11%</b>	<b>2%</b>

**Obisk**  
**Ponovljen obisk**

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / LASTNOSTI CILJNE SKUPINE: Velikost in delež predstavljata velikost ciljne skupine glede na populacijo v starosti 18 do 65 let. / POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujejo. / VRSTA DESTINACIJE: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10, primerjalno s Slovenijo).



## VRSTA NAMESTITIVE:



Ostale pogostejše namestitve:

**Sorodniki, prijatelji: 24%**

**Hostel: 22%**

**Kamp: 12%**

## REZERVACIJA:



**85%**

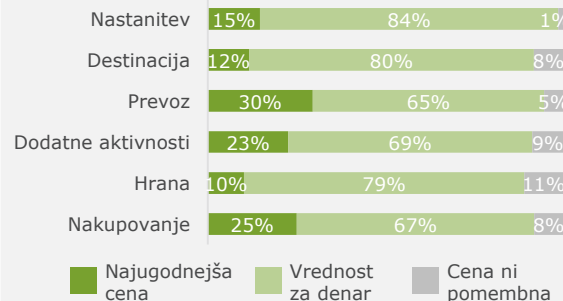
## NAČIN TRANSPORTA (%):



Do destinacije

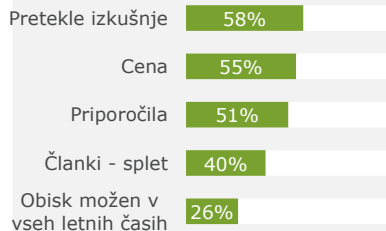
Na destinaciji (24% PEŠ, 4% KOLO, 2% MOTOR)

## CENOVNA OBČUTLJIVOST:



## NAKUPNA POT:

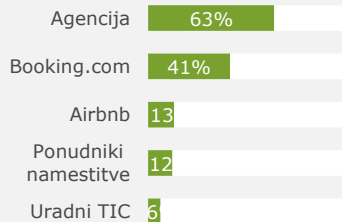
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:



## PRORAČUN IN PORABA:

	NAČRTOVANI STROŠKI	DEJANSKI STROŠKI
<b>NAMESTITEV, HRANA in drugo na osebo / dan</b>	<b>27 €</b>	<b>28 €</b>
<b>PREVOZ na osebo</b>	<b>65 €</b>	<b>68 €</b>

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / VRSTA NAMESTITIVE: kje običajno prespijo. / REZERVACIJA: koliko časa vnaprej rezervirajo. / NAČIN TRANSPORTA: kako potujejo do destinacije in kako na destinaciji. / CENOVNA OBČUTLJIVOST: stopnja pozornosti na ceno po elementih. / NAKUPNA POT: predstavlja običajne spodbude, ki jih navdušijo za destinacijo potovanja, vire informiranja o destinaciji ter načine rezervacije. / PRORAČUN (načrtovani stroški) IN PORABA (dejanski stroški): stroški prevoza na osebo in vsi ostali stroški



## LASTNOSTI OBISKOVALCEV SLOVENIJE:

Velikost	<b>2.183.667</b>	Poletje	<b>64%</b>
Delež	<b>2,2%</b>	Jesen	<b>15%</b>
Starost	<b>42</b>	Krajša potovanja	<b>2</b>
Ženske	<b>58%</b>	Daljša potovanja	<b>2</b>

## POTOVALNA DRUŽBA:

Z družino	<b>38%</b>
V paru	<b>34%</b>
S prijatelji	<b>20%</b>
Sam	<b>6%</b>
S sorodniki	<b>3%</b>

## VRSTA DESTINACIJE:

Ob morju	<b>51%</b>	<b>28%</b>	<b>79%</b>
Mesta	<b>18%</b>	<b>45%</b>	<b>63%</b>
Kult.-zgod. središča	<b>10%</b>	<b>41%</b>	<b>51%</b>

**4 x**  
letno potuje  
v tujino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

Sonce in morje	<b>69%</b>
Ogled starih mestnih jeder	<b>60%</b>
Turistične znamenitosti	<b>58%</b>
Naravni parki, znamenitosti	<b>57%</b>
Ogled mesta, prestolnice	<b>56%</b>
Zgodovina in gradovi	<b>54%</b>
Muzeji, galerije, umetnost	<b>47%</b>
Nakupovanje	<b>40%</b>
Live like a local	<b>36%</b>
Gastronomski užitki	<b>35%</b>

## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:

Obisk lepe destinacije	<b>12%</b>	<b>49%</b>
Spoznati nekaj novega	<b>19%</b>	<b>48%</b>
Obisk mesta, prestolnice	<b>10%</b>	<b>44%</b>
Doživeti drugo kulturo	<b>7%</b>	<b>35%</b>
Doživeti raznolikost	<b>5%</b>	<b>24%</b>
Uživati v dobri hrani, pijači	<b>0%</b>	<b>21%</b>
Spočiti se, upočasniti življenje	<b>8%</b>	<b>16%</b>
Poskrbeti zase, se prenoviti	<b>5%</b>	<b>15%</b>
Aktivno preživeti čas	<b>3%</b>	<b>14%</b>
Preživeti čas s partnerjem	<b>4%</b>	<b>13%</b>

## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:

Turčija	<b>26%</b>	<b>55%</b>
Grčija	<b>27%</b>	<b>50%</b>
Španija	<b>28%</b>	<b>49%</b>
Italija	<b>34%</b>	<b>49%</b>
Češka	<b>24%</b>	<b>48%</b>
Francija	<b>29%</b>	<b>43%</b>
Nemčija	<b>24%</b>	<b>42%</b>
Ciper	<b>23%</b>	<b>38%</b>
Rusija	<b>15%</b>	<b>38%</b>
Bolgarija	<b>13%</b>	<b>29%</b>
Slovenija	<b>10%</b>	<b>22%</b>

■ Ponovljen obisk  
■ Obisk

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo podvzorec v ciljni skupini: z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno in so že obiskali Slovenijo, pri čemer so upoštevani tudi krajišni in neturistični obiski. / LASTNOSTI OBISKOVALCEV SLOVENIJE: Velikost in delež predstavljata velikost podzorca (obiskovalci Slovenije) glede na populacijo v starosti 18 do 65 let. / POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujejo. / VRSTA DESTINACIJE - TOP 10: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10, primerjalno s Slovenijo).



## VRSTA NAMESTITIVE:



Ostale pogostejše namestitve:

**Zasebna namestitev: 25%**  
**Sorodniki, prijatelji: 21%**  
**Kamp: 20%**

## REZERVACIJA:



83%

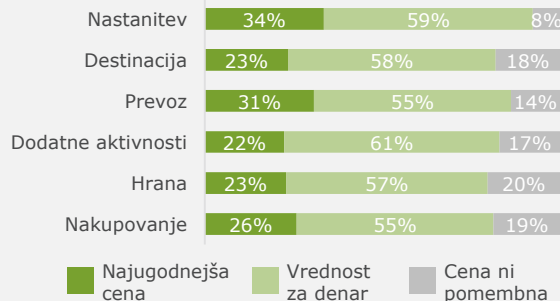
## NAČIN TRANSPORTA (%):

LETALO AVTO AVTODOM AVTOBUS MOTOR



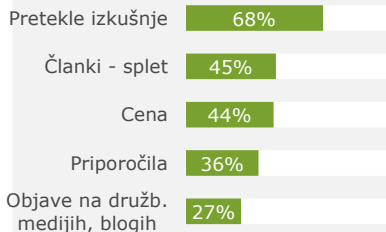
Do destinacije  
Na destinaciji (34% VLAK, 24% PEŠ, 6% KOLO)

## CENOVNA OBČUTLJIVOST:



## NAKUPNA POT:

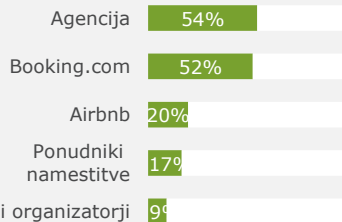
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:



## PRORAČUN IN PORABA:

	NAČRTOVANI STROŠKI	DEJANSKI STROŠKI
<b>NAMESTITEV, HRANA in drugo na osebo / dan</b>	<b>29 €</b>	<b>32 €</b>
<b>PREVOZ na osebo</b>	<b>58 €</b>	<b>62 €</b>

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo podvzorec in ciljni skupini: z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno in so že obiskali Slovenijo, pri čemer so upoštevani tudi krajši in neturistični obiski. / VRSTA NAMESTITIVE: kje običajno prespijo. / REZERVACIJA: koliko časa vnaprej rezervirajo. / NAČIN TRANSPORTA: kako potujejo do destinacije in kako na destinaciji. / CENOVNA OBČUTLJIVOST: stopnja pozornosti na ceno po elementih. / NAKUPNA POT: predstavlja običajne spodbude, ki jih navdušijo za destinacijo potovanja, vire informiranja o destinaciji ter načine rezervacije. / PRORAČUN IN PORABA: prikazuje stroške prevoza na osebo in vse ostale stroške povezane z namestitvijo, hrano, aktivnostmi na osebo na dan.



## LASTNOSTI TURISTOV SLOVENIJE:

Velikost **486.324**

Delež **0,5%**

Starost **46**

Ženske **65%**

Poletje **66%**

Jesen **15%**

Krajša potovanja **2**

Daljša potovanja **2**

## POTOVALNA DRUŽBA:

V paru **37%**

Z družino **32%**

S prijatelji **13%**

Sam **9%**

S sorodniki **9%**

## VRSTA DESTINACIJE:

Ob morju **39%** **38%** **77%**

Mesta **21%** **52%** **73%**

Kult.-zgod. središča **18%** **38%** **57%**

**4 x**  
letno potuje  
v tujino

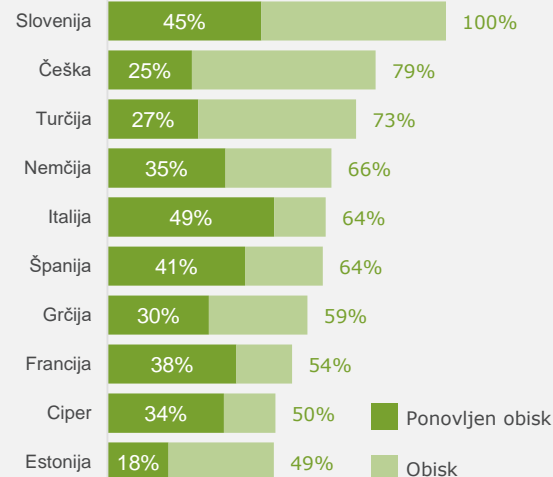
## AKTIVNOSTI - TOP 10:



## POTOVALNI MOTIVI - TOP 10:



## OBISKOVANJE DRŽAV - TOP 10:



### OPOMBE:

Rezultati zastopajo podvzorec in ciljni skupini: z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno, med njihovimi destinacijami pa je tudi Slovenija. / LASTNOSTI TURISTOV SLOVENIJE: Velikost in delež predstavljata velikost podvzorca (turisti Slovenije) glede na populacijo v starosti 18 do 65 let. / POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujejo. / VRSTA DESTINACIJE - TOP 10: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10).



## VRSTA NAMESTITIVE:



Ostale pogostejše namestitve:

**Hostel: 31%**

**Zasebna namestitvev: 26%**

**Butični hotel: 22 %**

## REZERVACIJA:



79%

## NAČIN TRANSPORTA (%):

LETALO AVTO MOTOR AVTODOM

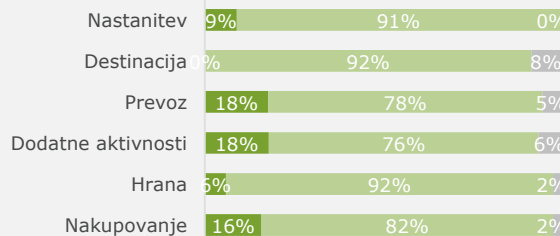


91 - 5 66 2 2 2 -

Do destinacije

Na destinaciji (52% VLAKE, 49% AVTOBUS, 23% PEŠ)

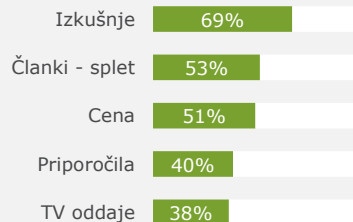
## CENOVNA OBCUTLJIVOST:



■ Najugodnejša cena ■ Vrednost za denar ■ Cena ni pomembna

## NAKUPNA POT:

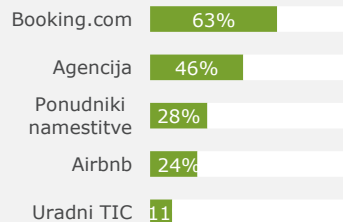
### SPODBUDE:



### VIRI INFORMACIJ:



### NAČIN REZERVACIJE:

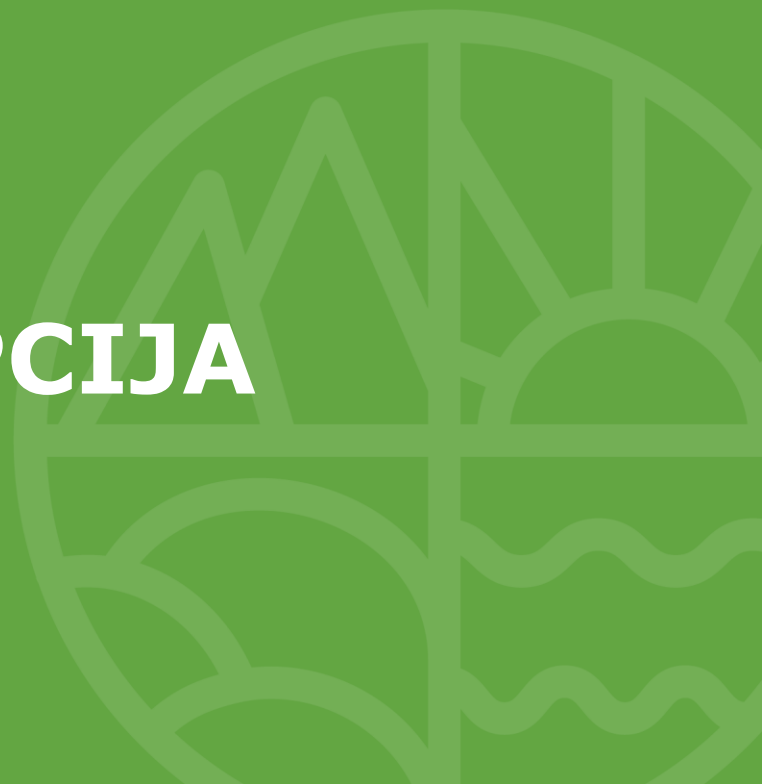


## PRORAČUN IN PORABA:

		NAČRTOVANI STROŠKI	DEJANSKI STROŠKI
NAMESTITEV, HRANA in drugo na osebo / dan	v Evropi	34 €	32 €
	v SLO	44 €	44 €
PREVOZ na osebo	v Evropi	71 €	73 €
	v SLO	139 €	151 €

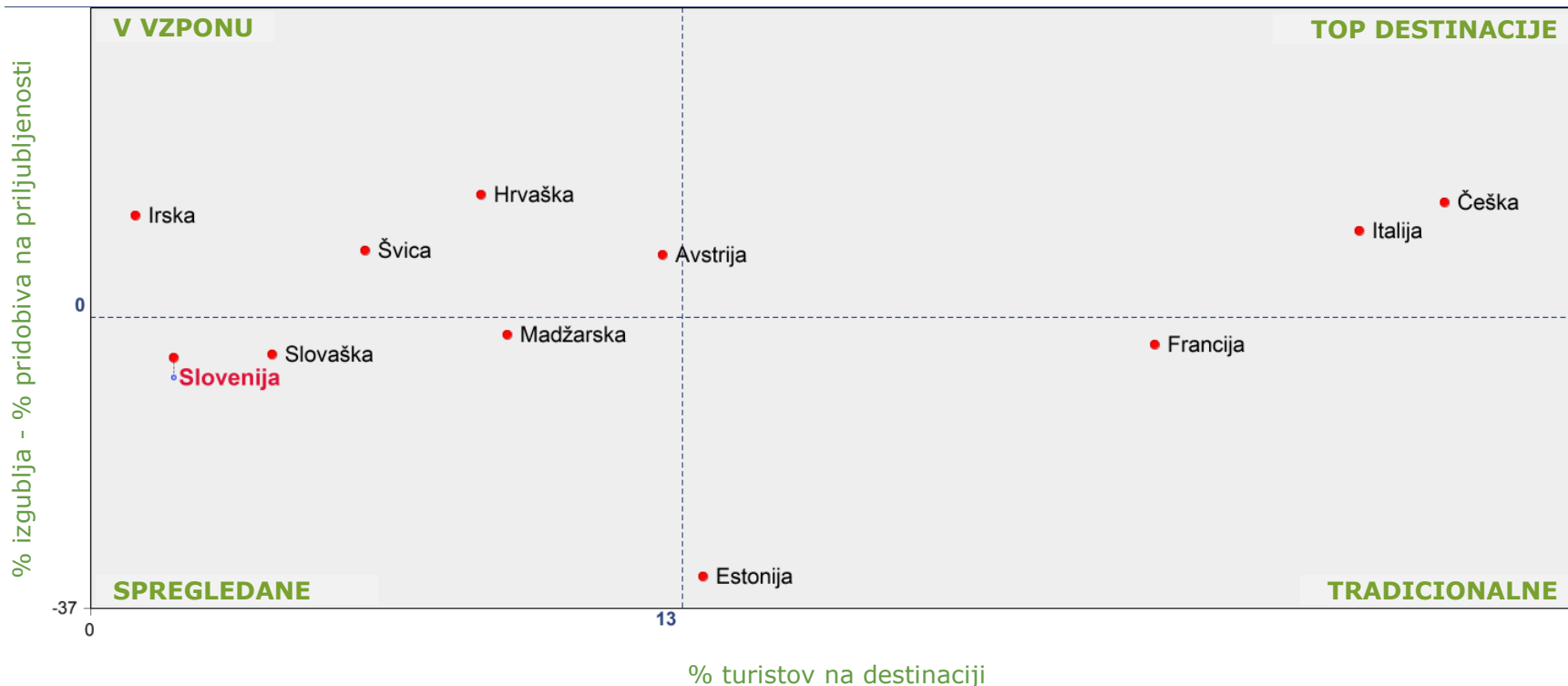


# **PODOBA IN PERCEPCIJA SLOVENIJE**



# RUSIJA: Relevantnost destinacij

Delež obiskovalcev glede na priljubljenost destinacije

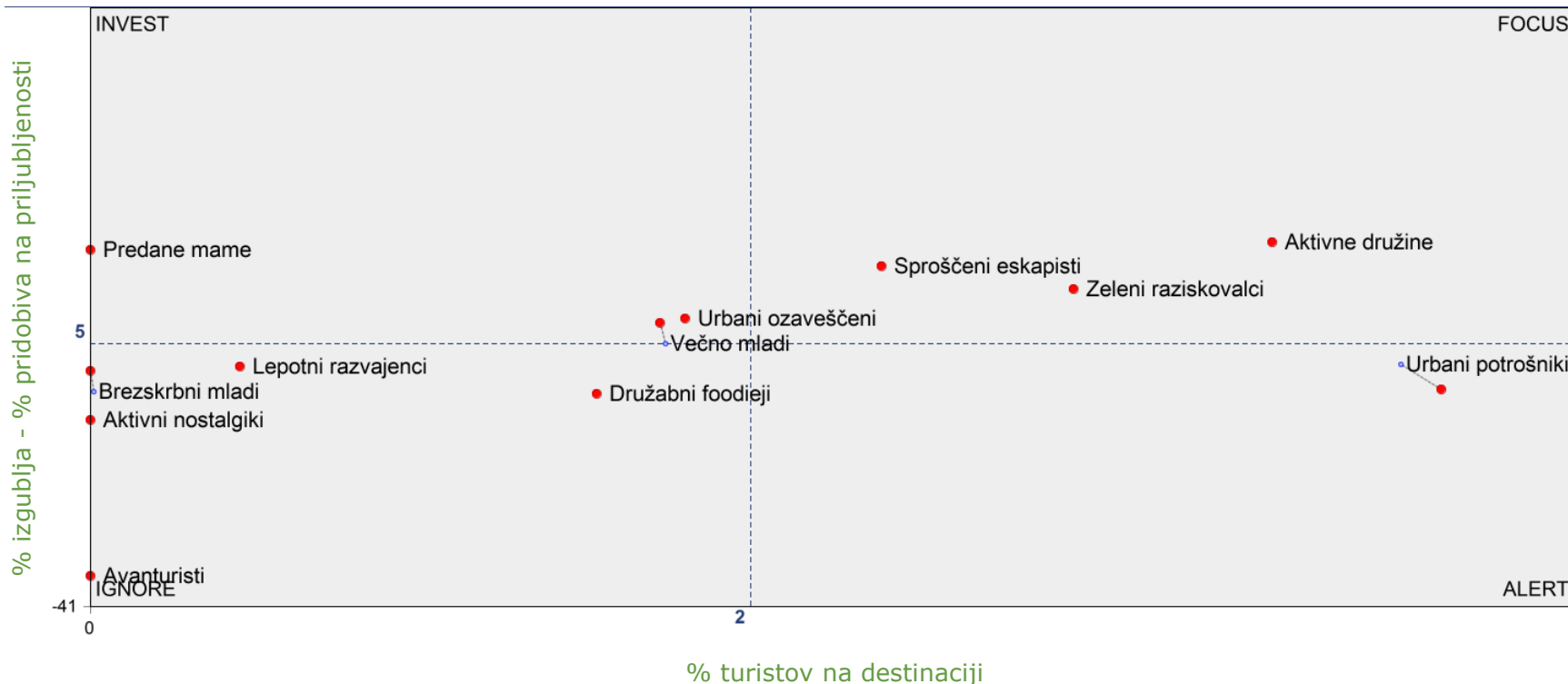


**OPOMBE:**

V grafu je prikazan delež obiskovalcev glede na razmerje pridobiva - izgublja na priljubljenosti (destinacija %izgublja - %pridobiva). % turistov na destinaciji predstavlja obiskanost destinacije (največji delež turistov se nahaja na destinacijah v desnem kvadrantu).

# RUSIJA: Relevantnost Slovenije

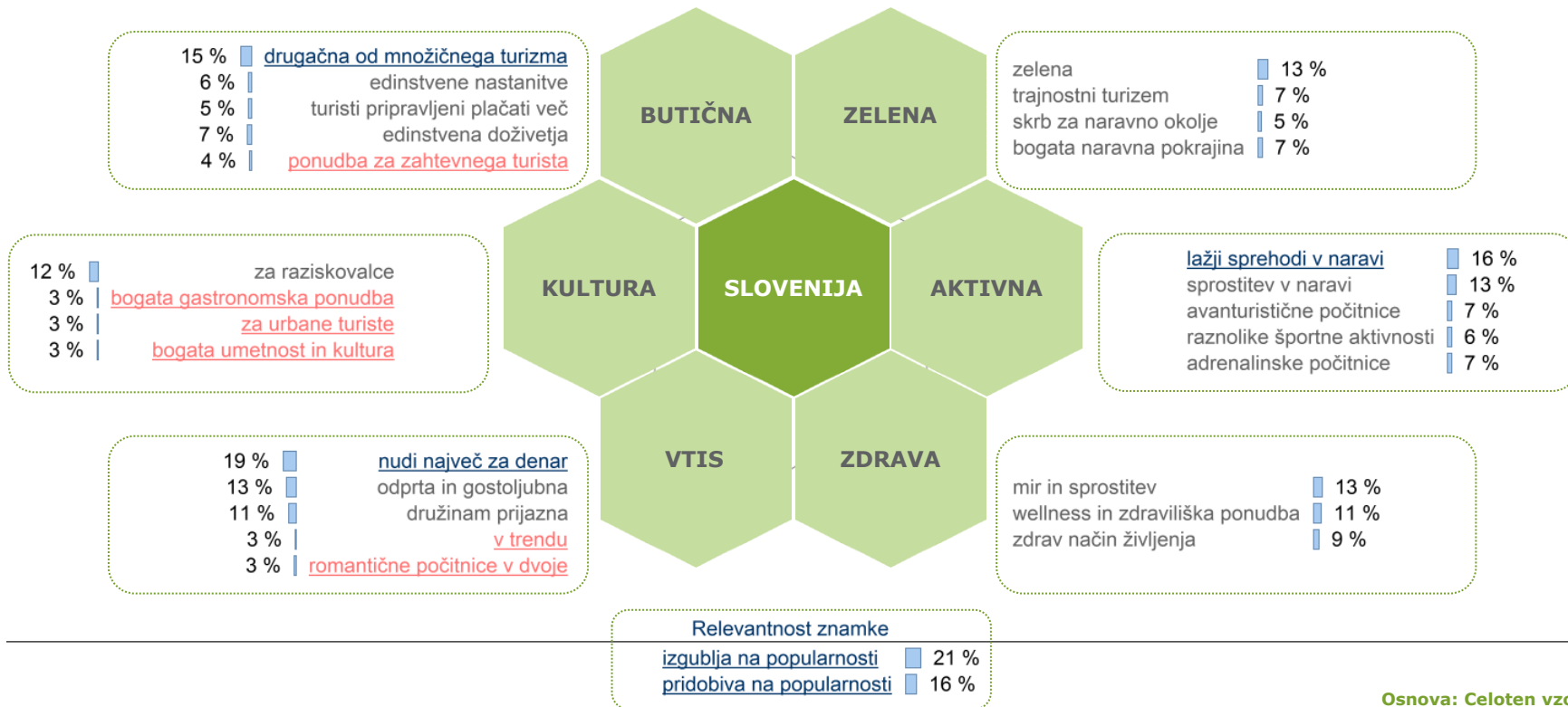
Relevantnost Slovenije kot turistične destinacije glede na priljubljenost po segmentih turistov



**OPOMBE:**

V grafu je prikazan delež obiskovalcev glede na razmerje pridobiva - izgublja na priljubljenosti (destinacija %izgublja - %pridobiva). % turistov na destinaciji predstavlja obiskanost destinacije (največji delež turistov se nahaja na destinacijah v desnem kvadrantu).

# RUSIJA: Podoba Slovenije



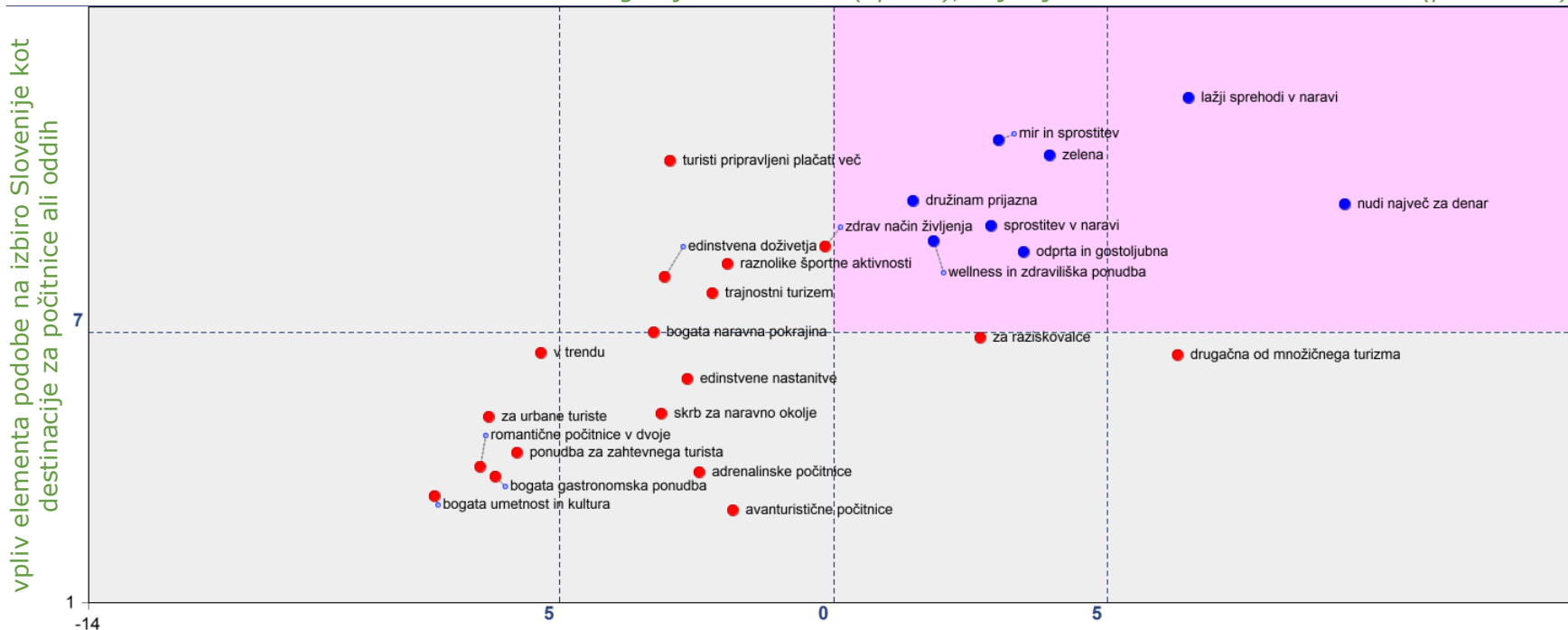
Osnova: Celoten vzorec

# RUSIJA: Pomembnost elementov

Vpliv elementov na izbiro Slovenije kot destinacije za počitnice ali oddih



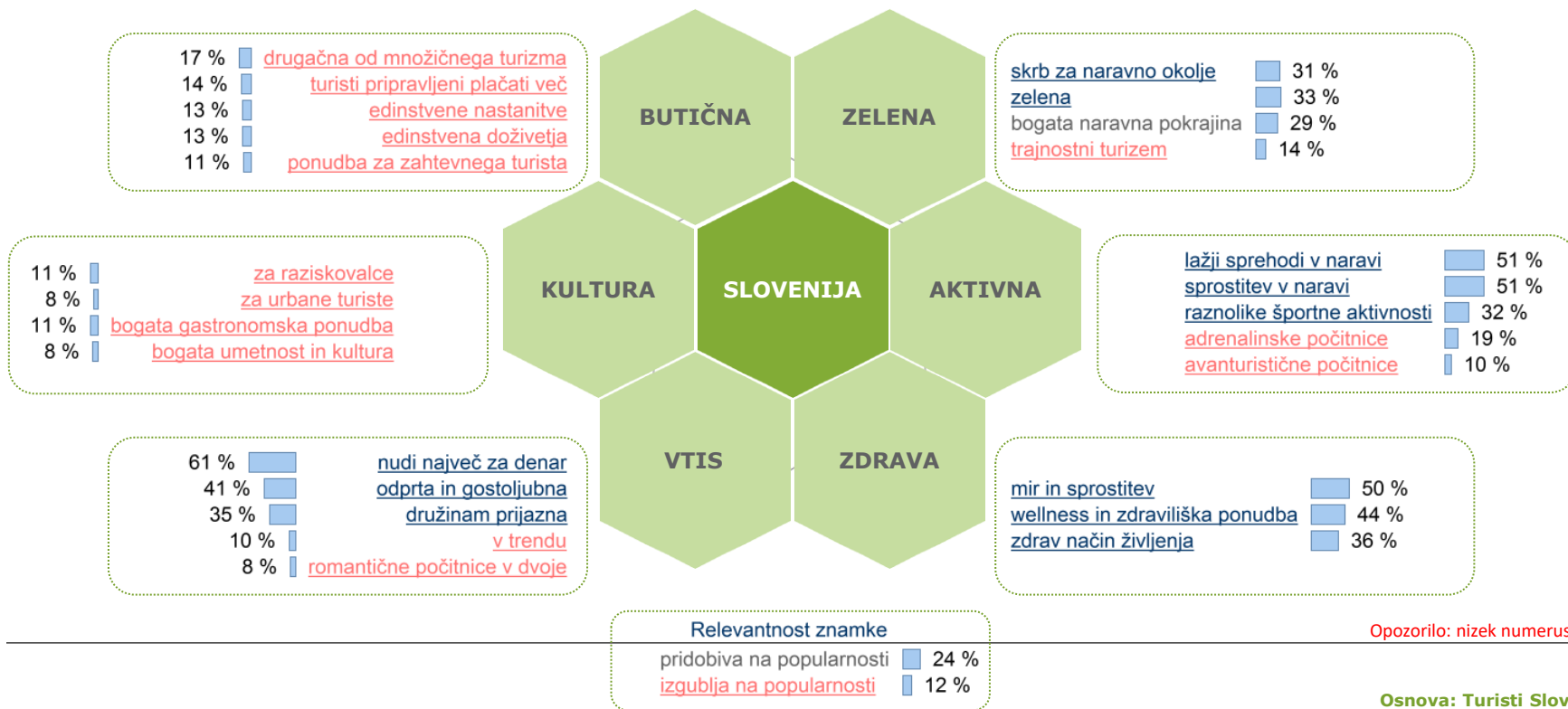
\*zanimivi elementi so v zgornjem delu slike (vplivni), najboljši so tisti na desni strani slike (pomembni)



šibkejša asociacija Slovenije ← → močnejša asociacija Slovenije

**OPOMBE:**

Vodila za interpretacijo: elementi v zgornjem desnem kvadrantu močno vplivajo na podobo destinacije. To so elementi, ki vplivajo na to, da se posameznik odloči za dopustovanje na destinaciji. Višji srednji kvadrant predstavlja nove priložnosti.



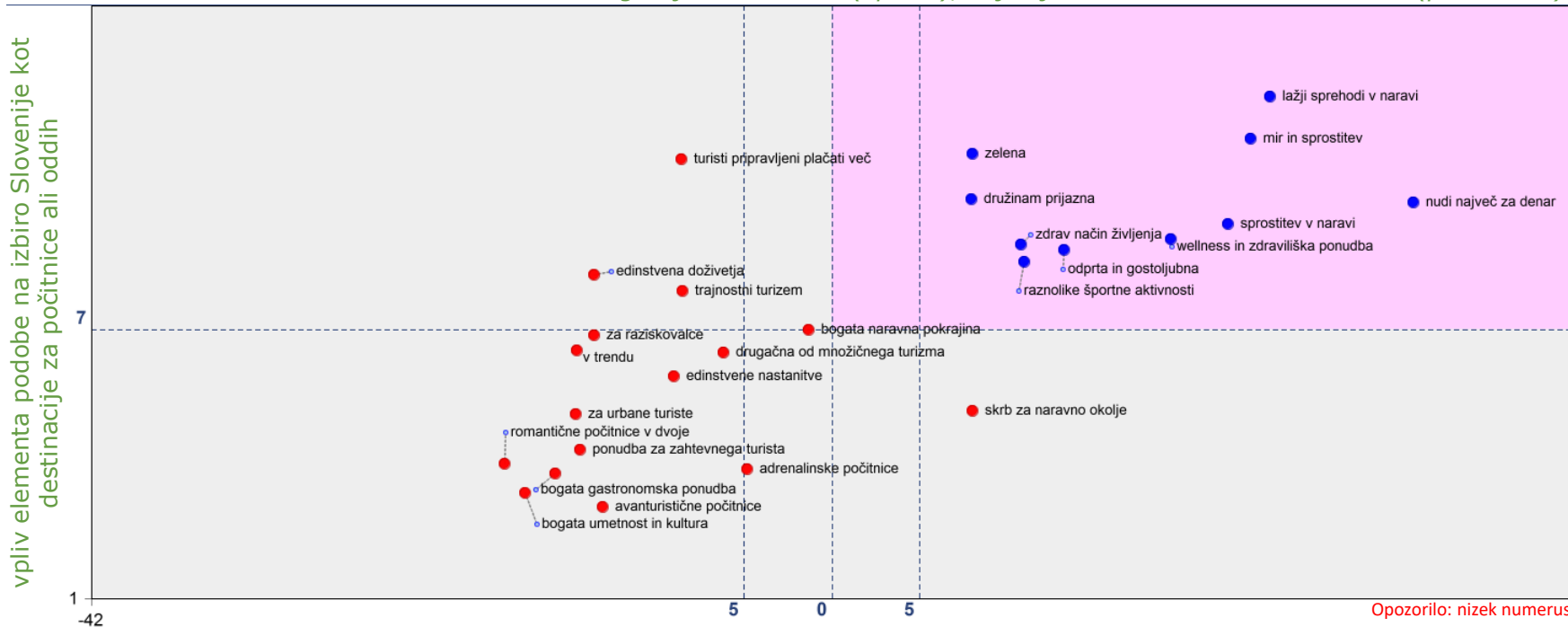
# RUSIJA: Pomembnost elementov

Vpliv elementov na izbiro Slovenije kot destinacije za počitnice ali oddih

Podvzorec: turisti v Sloveniji



\*zanimivi elementi so v zgornjem delu slike (vplivni), najboljši so tisti na desni strani slike (pomembni)



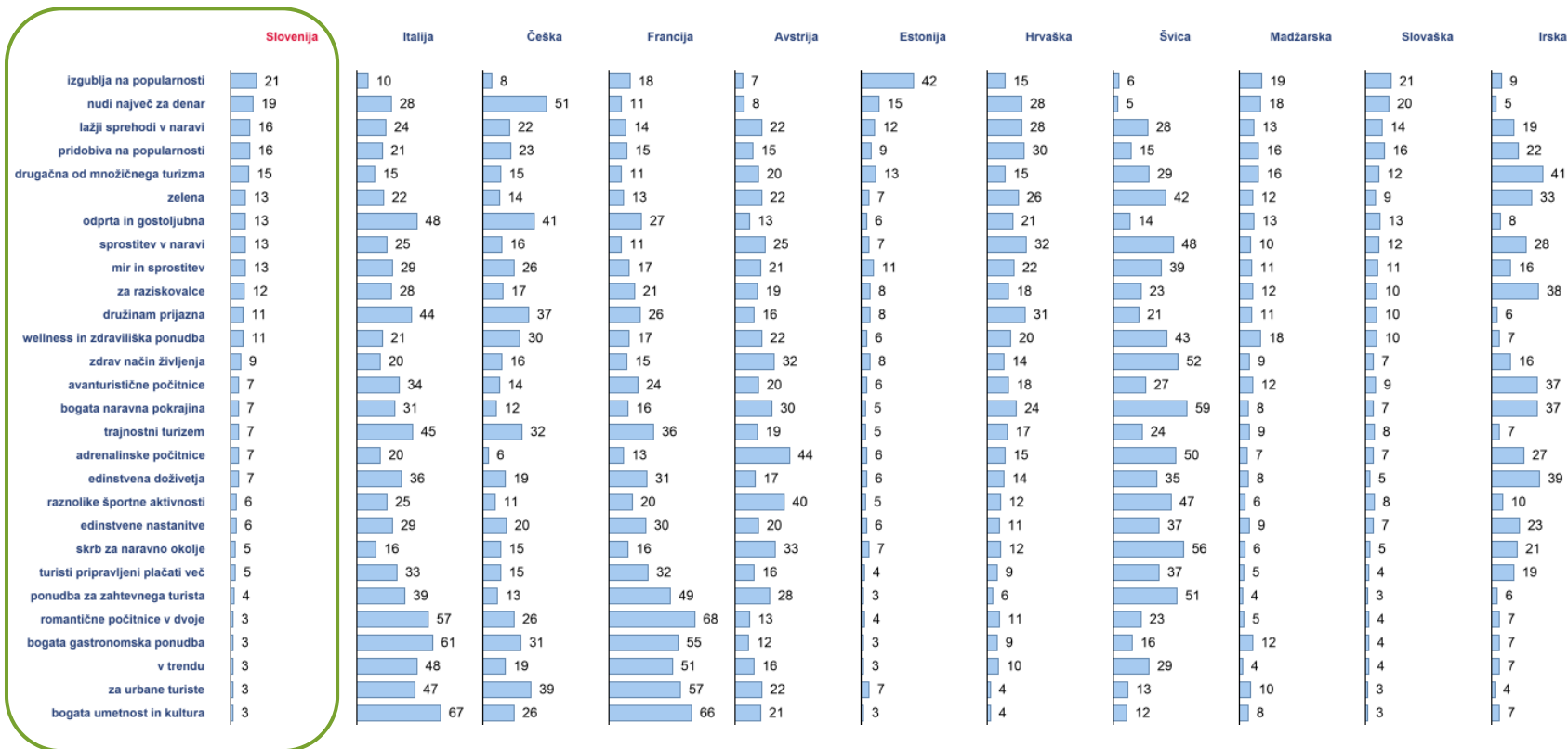
šibkejša asociacija Slovenije ← → močnejša asociacija Slovenije

Osnova: turisti v Sloveniji

**OPOMBE:**

Vodila za interpretacijo: elementi v zgornjem desnem kvadrantu močno vplivajo na podobo destinacije. To so elementi, ki vplivajo na to, da se posameznik odloči za dopustovanje na destinaciji. Višji srednji kvadrant predstavlja nove priložnosti.

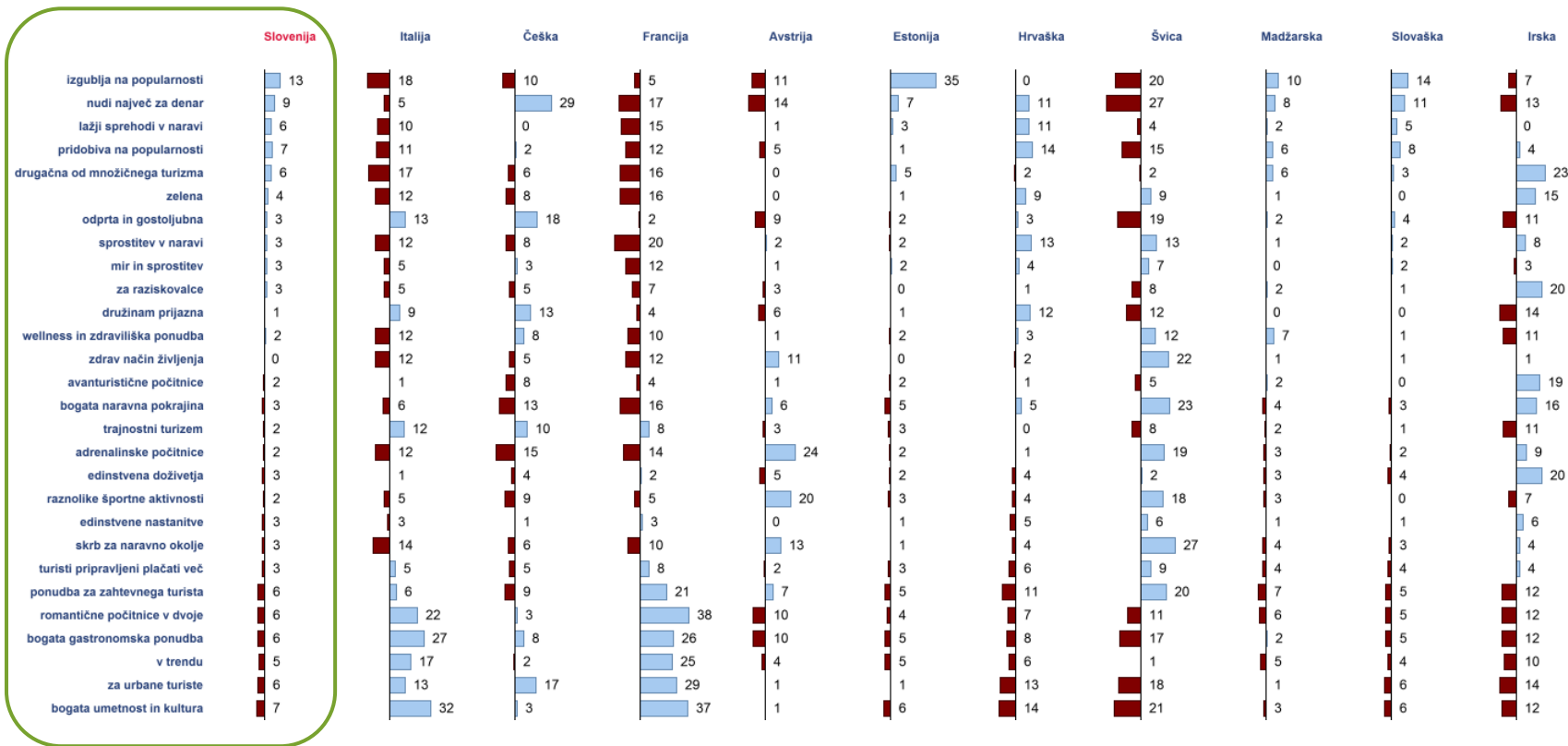
# RUSIJA: Podoba destinacij



OPOMBE: Anketiranci so za vsak navedeni element oziroma trditev, ki je vezana na podobo držav kot turističnih destinacij, izbirali tri izmed ponujenih držav, za katere menijo, da trditve najbolj veljajo. Najprej so izbrali državo, za katero trditev najbolj velja. Prikazani so deleži navedb za destinacije po elementih. Elementi so sortirani po deležu navedb za destinacijo Slovenija.



# RUSIJA: Značilni elementi destinacij



Prikazana so odstopanja od teoretske vrednosti za vsak element. Pozitivno odstopanje v desno (modra barva) pomeni, da je element bolj značilen za to destinacijo glede na ostale destinacije. Negativno odstopanje v levo (rdeča barva) pomeni, da je element manj značilen za to destinacijo glede na ostale destinacije. Elementi so sortirani glede na značilnosti za destinacijo Slovenija.

# **POZNAVANJE, IZKUŠNJA IN PRIPOROČILA SLOVENIJE**



# RUSIJA: Poznavanje in izkušnje s Slovenijo



## POZNAVANJE SLOVENIJE

Osnova: vzorec

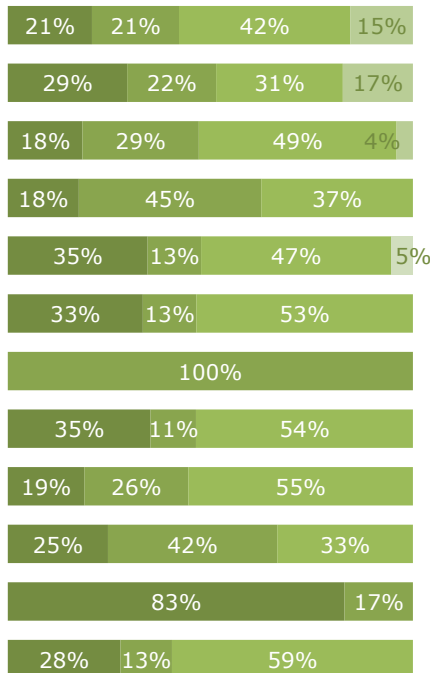


Poznavanje:

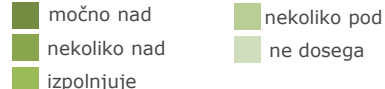


## ZADOVOLJSTVO

Osnova: obiskovalci Slovenije

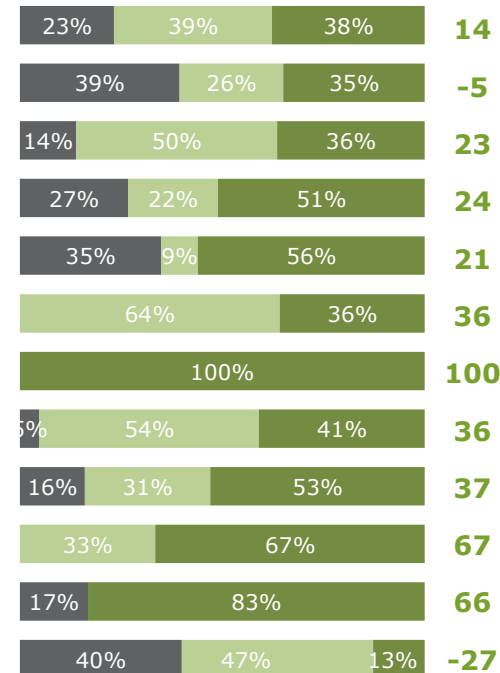


Izpolnjevanje pričakovanj:



## NPS - STOPNJA PRIPOROČANJA

NPS Indeks



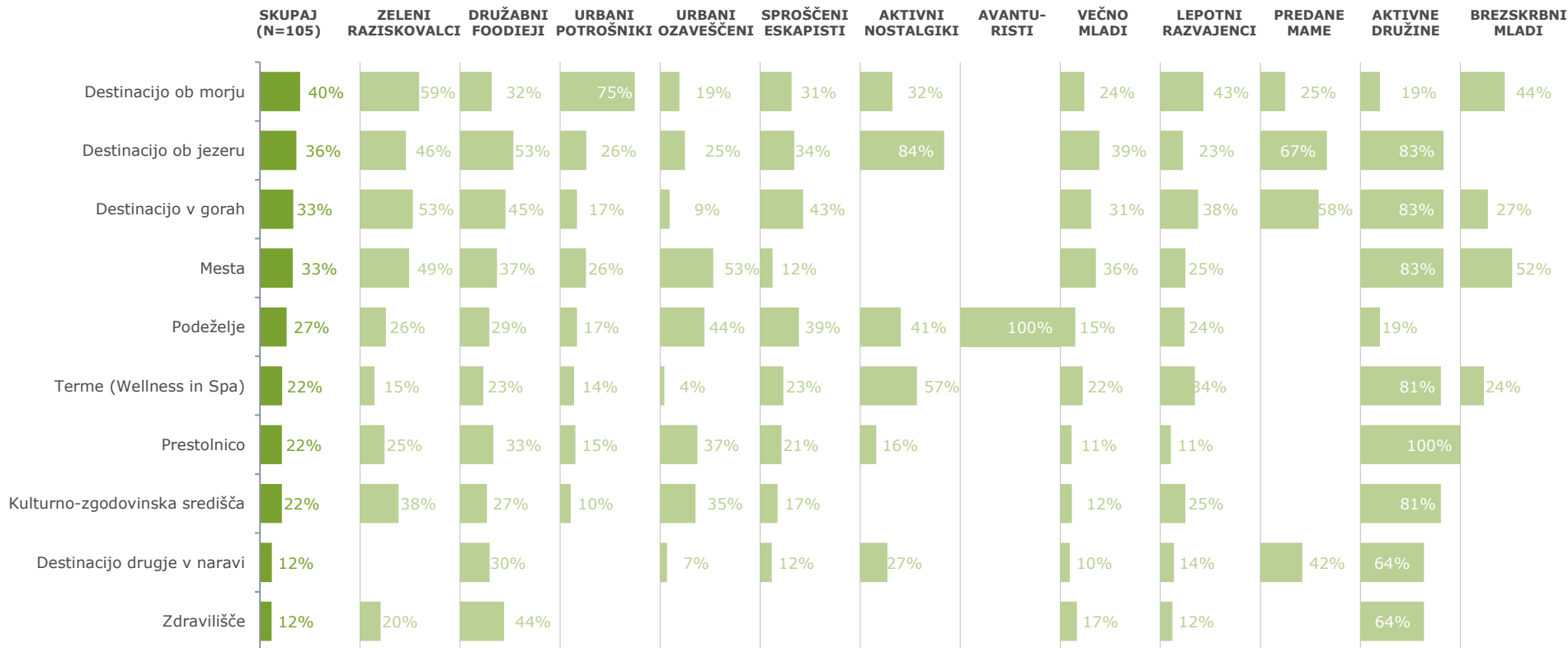
Priporočila:



**OPOMBA:** Obrekovalci predstavljajo vrednosti od 0-6, nevtralni 7-8, promotorji 9-10 (priporočajo državo). NPS index je delež promotorjev minus delež obrekovalcev in kaže na stopnjo lojalnosti.

# RUSIJA: Vrsta destinacije v Sloveniji

Pod vzorec: obiskovalci Slovenije





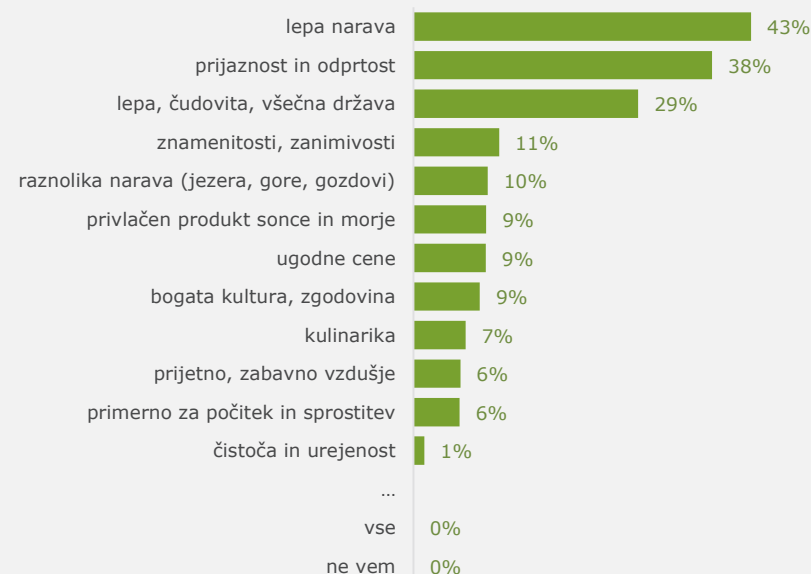
## Priložnosti za izboljšave - Top 12

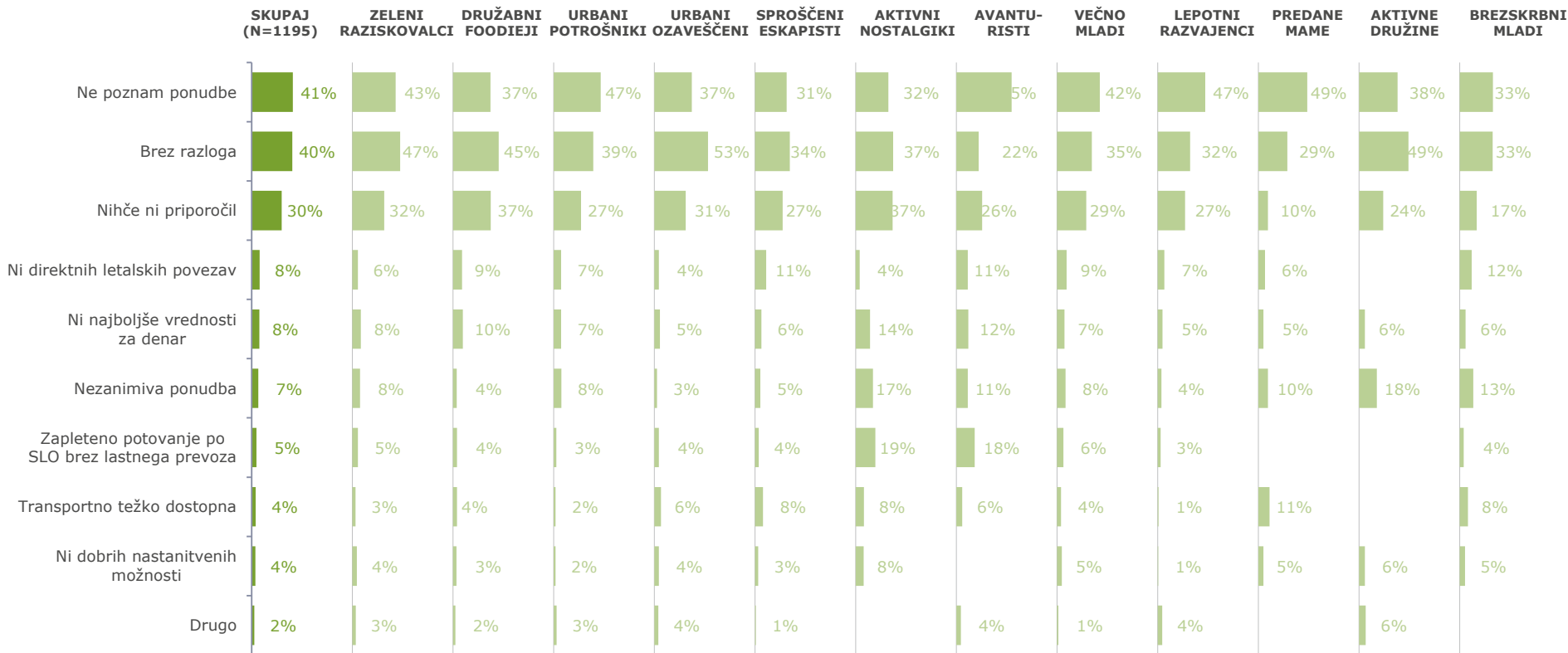
Obrekovalci in nevtralni (Slovenije ne bi priporočili), n=72



## Elementi navdušenja - Top 12

Promotorji (Slovenijo bi priporočili), n=58





**PRILOGE**





## Dodatna pojasnila

**Velikosti ciljnih skupin in segmentov** (absolutne vrednosti) so bile izračunane na osnovi **podatkov o populaciji** držav na dan 1. jan., 2016\*:

Država	Celotna populacija*	Populacija v starosti 18-65 let*
Avstrija	8.690.100	5.574.356
Francija	66.760.000	39.372.128
Italija	60.665.600	37.287.764
Nemčija	82.175.700	51.549.829
Nizozemska	16.979.100	10.477.231
Poljska	37.967.200	25.060.599
Rusija	143.973.300	97.436.838
Velika Britanija	65.382.600	39.850.721

Pri izračunu porabe turistov je bila uporabljena **valutna konverzija** na dan 30. nov., 2017\*\*:

- **UK:** 1 GBP= 1.13041 EUR
- **Poljska:** 1 PLN= 0.23793 EUR
- **Rusija:** 1 RUB= 0.01442 EUR

\*Vir: <http://ec.europa.eu/eurostat>

\*\*Vir: <https://www.oanda.com/currency/converter/>





## Legenda ikon

### VRSTA NAMESTITVE



**Apartma**



**Hostel**



**Hotel**



**Butični  
hotel**



**Privatna  
namestitev**



**Kamp**



**Sorodniki ali  
prijatelji**

### NAČIN TRANSPORTA



**Letalo**



**Avto**



**Kolo**



**Hoja**



**Javni  
prevoz  
(avtobus)**



**Javni  
prevoz  
(vlak)**



**Avtodom**



**Motor**

# RUSIJA: Zeleni raziskovalci (14.8%)



Ime persone, ki predstavlja segment turistov v državi. Odstotek predstavlja delež persone v primerjavi z vsemi turisti v državi)



## TIP DESTINACIJE

Kulturne	74%	+24
----------	-----	-----

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj odvih, počitnice ali potovanje?

## VRSTA NAMESTITVE

Apartma	65%	+28
---------	-----	-----

Vprašanje: Kakšne vrste namestitev običajno iščete za svoj odvih, počitnice ali potovanje? (razvrščanje do 5 odgovorov)

## PREVOZ DO DESTINACIJE

Avto	7%	+1
------	----	----

Vprašanje: Katero prevozno sredstvo največkrat uporabite za prihod na destinacijo?

## PREVOZ NA DESTINACIJI

Peš	35%	+11
-----	-----	-----

Vprašanje: Kako se običajno gibljete od ene do druge točke na destinaciji?

## AKTIVNOSTI

Naravne znamenitosti, narava	84%	+20
Ogledovanje prirodnih mestnih znamenitosti	81%	+16

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj odvih, počitnice ali potovanje?

## SPODBUDA

Cena destinacije	63%	+8
Članki na spletu	51%	+11
Ustrezno v času leta	32%	+6

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj odvih, počitnice ali potovanje?

## VIR INFORMACIJ

Članki na spletu	74%	+5
Spletni portali (Tripadvisor)	41%	+6
Prijatelji	40%	+3

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj odvih, počitnice ali potovanje?

## NAČIN REZERVACIJE

Booking.com	57%	+17
Airbnb	20%	+7
Neposredno	15%	+3

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj odvih, počitnice ali potovanje?

## S KOM POTUJE

V paru	42%	+10
S prijatelji	14%	+1
Z družino	31%	-10
S sorodniki	2%	-10

Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj odvih, počitnice ali potovanje?

## LASTNOSTI:

Velikost*	<b>3.957.665</b>
Delež*	<b>4%</b>
Starost	<b>41</b>
Ženske	<b>54%</b>

Poletje	<b>65%</b>
Jesen	<b>21%</b>
Krajša potovanja	<b>1</b>
Daljša potovanja	<b>2</b>

# RUSIJA: Splošne potovalne navade in motivi



Podnaslov „Podvzorec“ označuje, na katerem podvzorcju so prikazani rezultati. V primeru, kjer podvzorec ni naveden, so rezultati prikazani na celotni ciljni skupini.

## LASTNOSTI CILJNE SKUPINE:

Velikost	26.711.071
Delež	27%
Starost	41
Ženske	54%

Podatki izračunani glede na velikost celotne populacije države.

64%
21%
1
1

Daljša potovanja

## POTOVALNA DRUŽBA:

Vprašanje: S kom običajno preživljate oddih, počitnice ali potujete na potovanje?

S prijatelji	14%
Sam	3%

## VRSTA DESTINACIJE:

Top 3 -Vprašanje: Kakšne vrste destinacij običajno izberete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

Kult.-zgod. središča	8%	41%	50%
----------------------	----	-----	-----

2 x

Pogostost potovanja v tujino ne glede na dolžino

## AKTIVNOSTI - TOP 10:

Na morje	81%
Ogled mesta, prestolnice	59%
Zgodovina in gradovi	58%
Muzeji, galerije, umetnost	48%
Nakupovanje	41%
Aquafun, zabavišni parki	37%
Live like a local	34%

Top 10 - Vprašanje: Kakšne vrste aktivnosti so za vas pomembne, ko potujete v tujino z namenom oddiha, počitnic ali potovanja? (več odgovorov)

## POTOVALNI MOTIVI:

Uživati v dobri hrani, pijači	25%	54%
Spočiti se, upočasniti življenje	10%	27%
Doživeti raznolikost	6%	26%
Preživeti čas z družino, utrditi vezi	4%	16%
Poskrbeti zase, se prenoviti	4%	16%
Preživeti čas s partnerjem	4%	15%

Top 10 TOM - Vprašanje: Kateri je vaš glavni motiv (kateri so še drugi), da greste na oddih, počitnice ali potovanje po Evropi? (en glavni odgovor (TOM) in ostali odgovori)

## OBISKOVANJE DRŽAV:

Češka	20%	30%
Italija	22%	28%
Ciper	17%	28%
Ukrajina	6%	27%
Nemčija	17%	26%
Slovenija	11%	2%

Top 10 - OBISK DRŽAV IN PONOVA NAMERA OBISKA, pri čemer je bil podrobno podan nabor evropskih držav - Vprašanje: V katerih državah ste kadarkoli bivali vsaj 2 noči z namenom oddiha, počitnic ali potovanja? Ali bi katero izmed držav, kjer ste že potovali, obiskali ponovno? Navedbe smo primerjali s Slovenijo. (več odgovorov)

■ Ponovljen obisk  
■ Obisk

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / LASTNOSTI CILJNE SKUPINE: Velikost in delež predstavljata velikost ciljne skupine glede na populacijo v starosti 18 do 65 let. / POTOVALNA DRUŽBA: s kom potujete. / VRSTA DESTINACIJE: Kakšen tip destinacije izbirajo. / AKTIVNOSTI - TOP 10: kaj počnejo. / POTOVALNI MOTIVI - TOP 10: s kakšnim namenom potujejo (prva in ostale navedbe). / OBISKOVANJE DRŽAV: katere države so do sedaj obiskali in bi jih obiskali ponovno (Top 10, primerjalno s Slovenijo).

# RUSIJA: Elementi nakupne poti in potrošnja



Podnaslov „Podvzorec“ označuje, na katerem podvzorcju so prikazani rezultati. V primeru, kjer podvzorec ni naveden, so rezultati prikazani na celotni ciljni skupini.

## VRSTA NAMESTITITVE:

Top 3 najbolj običajne namestitve prikazane v ikonah. Manj pogoste namestitve so navedene v tekstu.

Vprašanje: Kakšne vrste namestitev običajno iščete za svoj oddih, počitnice ali potovanje?

Razvrstite od za vas bolj do manj običajne vrste namestitve. (več odgovorov)

## REZERVACIJA:

Vprašanje: Koliko vnaprej običajno rezervirate vaš oddih, počitnice ali potovanje po Evropi? Podatek prikazuje najpogostejše navedeni rezultat in vključuje vse ostale časovno krajše navedbe.

## NAČIN TRANSPORTA (%):

LETALO VLAKE AVTOBUS



Vprašanje: Katero prevozno sredstvo največkrat uporabite za prihod na destinacijo /Kako se običajno gibljete od ene do druge točke na destinaciji vašega oddiha, počitnic ali potovanja?

88

- Do destinacije
- Na destinaciji (24% PEŠ, 4% KOLO, 2% MOTOR)

## CENOVNA OBČUTLJIVOST:

Nastanitev 84% 1%

Vprašanje: Ocenite, kako pomembna je za vas cena, ko izbirate posamezne elemente vašega oddiha, potovanja ali počitnic v Evropi.

Dodatni

Hrana 10% 79% 11%

Nakupovanje 25% 67% 8%

Najugodnejša cena  Vrednost za denar  Cena ni pomembna

## NAKUPNA POT:

### SPODBUDE

### VIRI INFORMACIJ:

### NAČIN REZERVACIJE:

Preletel Top 5 navedb - Vprašanja: Kaj najbolj spodbude vaše zanimanje za destinacijo, ko začnete razmišljati / Kje vse iščete informacije, ko se želite informirati o določeni destinaciji za preživljanje / Kako običajno rezervirate vaš oddih, počitnice ali potovanje v Evropi? (več odgovorov)

Priporočila 51%

Spletni forumi 42%

Airbnb 13

Članki - splet 40%

Spletni portali 35%

Ponudniki namestitve 12

Obisk možen v vseh letnih časih 26%

Mnenja na družb. medijih 32%

Uradni TIC 5

## PRORAČUN IN PORABA:

### NAČRTOVANI

### DEJANSKI

Vprašanje: Pomislite na vaše zadnje počitnice ali oddih v Evropi / Bivanja v Sloveniji (podvzorec Turisti v Sloveniji), kjer ste prespali vsaj 2 noči in ocenite načrtovane in dejanske stroške vašega potovanja. Stroški so izračunani na osebo na osnovi dodatnega preverjanja števila oseb in števila dni potovanja.

### OPOMBE:

Rezultati zastopajo ciljno skupino: vsi, ki z namenom oddiha ali počitnic potujejo v tujino vsaj 1x letno. Podatki se nanašajo na potovanja po evropskih destinacijah. / VRSTA NAMESTITITVE: kje običajno prespajo. / REZERVACIJA: koliko časa vnaprej rezervirajo. / NAČIN TRANSPORTA: kako potujejo do destinacije in kako na destinaciji. / CENOVNA OBČUTLJIVOST: stopnja pozornosti na ceno po elementih. / NAKUPNA POT: predstavlja običajne spodbude, ki jih navdušijo za destinacijo potovanja, vire informiranja o destinaciji ter načine rezervacije. / PRORACUN (načrtovani stroški) IN PORABA (dejanski stroški): stroški prevoza na osebo in vsi ostali stroški povezani z namestitvijo, hrano, aktivnostmi na osebo na dan.



**VALICON Ljubljana**

Kopitarjeva 2  
1000 Ljubljana  
T: +386 1 420 49 00  
F: +386 1 420 49 60  
info@valicon.si

**VALICON Zagreb**

Baruna Trenka 16  
10000 Zagreb  
T: +385 1 640 99 55  
F: +385 1 640 99 56  
info@valicon.hr

**VALICON Sarajevo**

Branilaca Sarajeva 20  
71000 Sarajevo  
T: +387 33 258 655  
F: +387 33 258 656  
info@valicon.ba

**VALICON Beograd**

Gavrila Principa 16/2  
11000 Beograd  
T: +381 11 32 86 978  
F: +381 11 30 30 444  
info@valicon.rs