

KONGRESNI GOSTJE, NJIHOVE NAVADE IN POTROŠNJA 2017



www.visitljubljana.com

Splošno

	Raziskava	KONGRESNI GOSTJE, NJIHOVE NAVADE IN POTROŠNJA 2017
	Vodja projekta	Gorazd Čad
	Jezik	 English
	Spletni naslov	https://www.surveio.com/survey/d/l2E5O5E4Q0W7W8O5H
	Prvi odgovor Zadnji odgovor	09/15/2017 09/24/2017
	Trajanje raziskave	10 dni

NAROČNIK:

TURIZEM LJUBLJANA

Krekov trg 10

1000 Ljubljana

IZVAJALEC:

TOLERANCA MARKETING d.o.o.

Štihovalica 4

1000 Ljubljana

Povzetek

Mednarodni strokovni kongresi in druge oblike poslovnih srečanj so postali pomembna gospodarska dejavnost, v katero se na nivoju Ljubljane veliko vlaga. Udeleženci poslovnih srečanj so med najbolj zaželenimi obiskovalci zaradi številnih multiplikativnih učinkov in precej večje turistične potrošnje. V okviru raziskave, ki je pred vami, smo želeli preveriti, kakšna je dejanska potrošnja kongresnih gostov in kakšne so njihove navade in pričakovanja.

Splošne značilnosti anketiranih kongresnih gostov v Ljubljani:

1. Kongresni udeleženci so **visoko izobraženi**, saj je med njimi kar **86 %** takšnih z magisterijem ali doktoratom znanosti.
2. Glavnino udeležencev tvori **srednja generacija**, od 30 do 49 let starosti. Takšnih udeležencev je 55,88 %.
3. Med anketiranimi udeleženci jih je glavnina, 64,9 % zaposlenih v javnem sektorju (izobraževanje, znanost, zdravstvo, sociala).
4. Dobrih **40 odstotkov udeležencev je aktivnih** in na dogodku sodelujejo s strokovnim predavanjem, ostali pa so pasivni udeleženci (44,5%) in razstavljalci (15,5 %).
5. Skoraj 80 % udeležencev je bilo na dogodku/kongresu **v Sloveniji prvič (79,5 %)**.

Značilnosti glede logistike in bivanja na destinaciji:

1. Velika večina kongresnih udeležencev prihaja v Ljubljano **z letalskimi prevozniki (81%)**.
2. Delež udeležencev, ki uporabljajo **druge oblike prevoza** (vlak in avtobus), je nizek in znaša **8,3%**.
3. Veliko anketiranih udeležencev **ustvari v času kongresa 2 - 4 nočitve** (72,6 %), med njimi pa je velika večina bivala v Ljubljani 3 do 4 nočitve (65,9 %).
4. **Povprečna dolžina bivanja** vseh anketiranih kongresnih gostov je **3,97 dni**.
5. Največji delež gostov je **spal v hotelih (68,7%)**. Sledi AirBnB, kjer je namestitev poiskalo **13,3 %** anketiranih udeležencev.

Značilnosti glede motivov udeležbe in podaljšanja bivanja:

1. V največjem deležu se kongresni gostje **udeležijo enega do dveh** mednarodnih dogodkov na leto (50,8 %).
2. Najpomembnejša motiva za udeležbo na dogodku sta priložnost za **izobraževanje in usposabljanje** (85,4%) in **mreženje** (84,4 % anketiranih).
3. Za manj pomembne dejavnike so anketirani udeleženci izpostavili dodatno ponudbo destinacije in kvaliteto in ceno namestitve.
4. **Dostopnost do destinacije** je po mnenju anketiranih bolj pomemben dejavnik kot varnost destinacije. Kot pomemben dejavnik ga je izpostavilo 61,3 % anketiranih.
5. Manjši del kongresnih gostov (29,8 %) **bivanje na destinaciji podaljša** običajno za 1 - 2 dni (72,0 %).

Značilnosti glede potrošnje kongresnih gostov:

1. V času tridnevnega mednarodnega dogodka po svetu kongresni gostje povprečno potrošijo **1.502,45 EUR**.
2. V času tridnevnega mednarodnega dogodka v Ljubljani kongresni gostje povprečno potrošijo **1.482,00 EUR**.
3. Ženske udeleženke porabijo **3,42 %** več sredstev, predvsem na račun višje porabe za osebne izdatke ter hrano in pijačo.
4. **73,35 % vseh stroškov** predstavljajo stroški kotizacije, nočitev in prevoza do destinacije. Ti stroški so po mnenju anketirancev v Ljubljani primerljivi ali nekoliko višji kot v ostalih destinacijah, kjer sicer potekajo njihovi kongresi.
5. Največje **rezerve pri ustvarjanju dodatne potrošnje** kongresnih gostov imamo na področju stroškov za kulturo, prevoze na destinaciji, zabavo, po in pred-kongresne izlete ter osebne izdatke in nakupe.

Splošno zadovoljstvo z obiskom Ljubljane

1. Velika večina udeležencev (97,6%) bi se na destinacijo ponovno vrnila in se zanima za dogodke v regiji.
2. Večina kongresnih gostov ocenjuje kongres, ki so se ga udeležili **v skladu s pričakovanji**, veliko pa kot **boljši od pričakovanj** (42,6 %).
3. Tri najpomembnejše prednosti Ljubljane so **občutek varnosti na destinaciji, prijaznost in gostoljubnost ljudi ter čistoča in urejenost Ljubljane**.
4. Udeleženci so kot **povprečne** ocenili namestitve, lokalno kulinariko in dostopnost destinacije.
5. V anketi so bili udeleženci najbolj **kritični in nezadovoljni** z nakupovanjem in zabavo, nekoliko slabše je ocenjeno tudi razmerje med kakovostjo in ceno.

V času tridnevnega mednarodnega dogodka v Ljubljani kongresni gostje povprečno potrošijo **1.482,00 €**

Povprečna dnevna potrošnja kongresnih gostov znaša **494 €** (tridnevni kongres), kar je **3,7 kratnik porabe običajnih turistov***

Za namestitve so udeleženci povprečno porabili **113,67 €/dan**
Za hrano in pijačo so udeleženci povprečno porabili **42,33 €/dan**
Za osebno potrošnjo so udeleženci povprečno porabili **27,67 €/dan**
Za zabavo so udeleženci povprečno porabili **19,67 €/dan**
Za izlete so udeleženci povprečno porabili **16,00 €/dan**
Za kulturo so udeleženci povprečno porabili **13,33 €/dan**
Za prevoze so udeleženci povprečno porabili **12,33 €/dan**

Nižja poraba od povprečja anketiranih udeležencev na drugih kongresih, ki se jih udeležujejo je v Ljubljani na naslednjih področjih:

Na področju kulture: potrošnja v Ljubljani je **40,00 €**, povprečje 85,67 €
Na področju prevoza na destinaciji: potrošnja v Ljubljani je **37,00 €**, povprečje 63,92 €
Na področju zabave: potrošnja v Ljubljani je **37,00 €**, povprečje 63,92 €
Na področju izletov: potrošnja v Ljubljani je **48,00 €**, povprečje 75,75 €
Na področju osebnih izdatkov: potrošnja v Ljubljani je **83,00 €**, povprečje 107,77 €

* Izhajajoč iz podatkov raziskave Valicon iz leta 2015 znaša primerljiva poraba turistov z vključeno namestitvijo in prevozom do destinacije na dan 135 EUR/dan.

Podatki o raziskavi

Raziskava kongresnih gostov, njihovih navad in potrošnje je bila izvedena na osnovi raziskave, ki smo jo prvič izvedli leta 2008. Na osnovi spoznanj in zaključkov ob izvedbi prve raziskave smo raziskavo nadgradili in preverili še, kako kongresni gostje vidijo Ljubljano kot kongresno destinacijo in kakšne so prednosti in pomanjkljivosti Ljubljane.

Ključni izziv raziskave je, da smo v raziskavo zajeli le kongresne goste mednarodnih strokovnih kongresov, ki so potekali v mesecu septembru.

Rezultati analize predstavljajo osnovo za nadaljnje tržne raziskave in smernice za delo slovenskih kongresnih ponudnikov.

345

Ogledov

302

Zaključenih anket

0

Nezaključenih anket

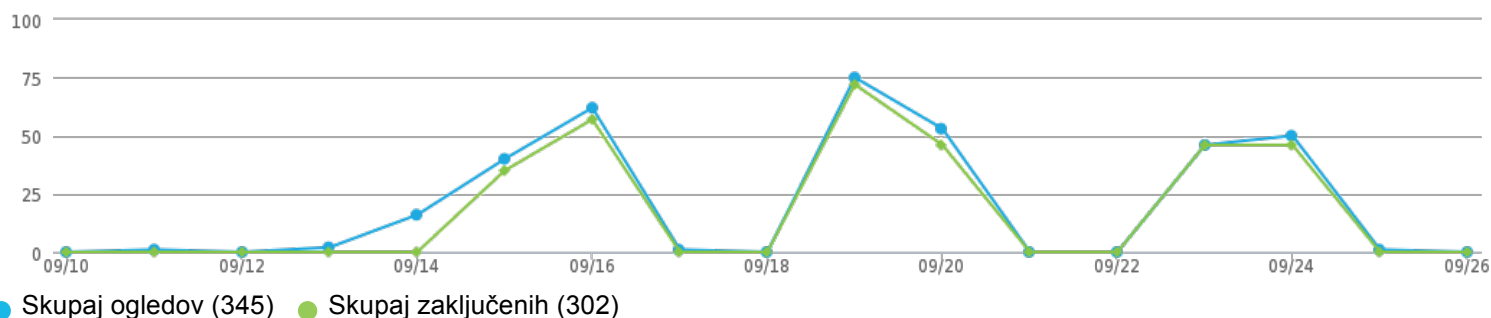
45

Prikazov

87.5 %

Delež odgovorov

Časovnica anketiranja (09/15/2017 - 09/24/2017)



Velikost vzorca

V raziskavo smo zajeli reprezentativen vzorec **302 kongresnih udeležencev** mednarodnih dogodkov, ki so potekali v septembru 2017.

Anketiranje je potekalo na naslednjih kongresih:

- 13. - 16.09.2017** / 47th Congress of the European Association for Behavioural and Cognitive Therapies
- 18. - 20.09.2017** / 2nd World Open Educational Resources Congress
- 18. - 20.09.2017** / LUX Europa 2017
- 22. - 24.09.2017** / Euroson 2017, 29th Congress of EFSUMB

Kongresov se je udeležilo 2.204 udeležencev, kar pomeni da smo v anketo zajeli **reprezentativen vzorec 13,7%** vseh udeležencev. Standardna napaka vzorca znaša +/- 1,3 odstotne točke, kar pomeni, da lahko rezultate zanesljivo posplošimo na celotno ciljno skupino.

Zaradi reprezentativnosti vzorca smo izbrali kongrese, ki so potekali v obeh kongresnih centrih (Cankarjev dom in Gospodarsko razstavišče) in v kongresnem centru Union hotelov.

Metoda anketiranja

Podatke smo zbrali z metodo osebnega anketiranja na reprezentativnem vzorcu 302 kongresnih gostov mednarodnih dogodkov, ki so potekali v septembru 2017 v Ljubljani.

Anketiranje je izvajalo **6 anketarjev**, ki so bili na delavnici pred začetkom sodelovanja podrobno seznanjeni z vsebino vprašalnika in osnovnimi značilnostmi kongresne industrije. Anketiranje je potekalo s pomočjo tabličnih računalnikov in v angleškem jeziku. Vnos podatkov v sistem je potekal preko rešitve v oblaku. Vsak kongresni gost je v zahvalo za sodelovanje dobil priponko za prtljago Turizma Ljubljana.

Metoda osebnega anketiranja je zagotovila visoko kvaliteto podatkov, najmanjše število manjkajočih in nepopolnih odgovorov ter najmanjšo možnost za napačno razumevanje vprašanj. Anketi sta vsebovali tako standardizirana kot tudi nestandardizirana vprašanja, ki so omogočila pridobivanje bolj popolnih podatkov. Pridobljeni podatki so bili obdelani s pomočjo statističnega paketa za analizo podatkov Survio.

Zaradi kompleksnosti vprašanj je povprečna dolžina intervjuja trajala **11,6 minut** (71,2% anket).

V nadaljevanju so podrobneje predstavljene osnovne značilnosti anketiranih gostov in njihove potrošnje, ki smo jih letos dopolnili s podatki o načinu prihoda v Ljubljani, povprečnem številu nočitev in vrsti namestitveni kapacitet.

Profil anketiranih udeležencev

V vzorec smo zajeli slabih **60 % moških (57,7 %)** in dobrih **40 % žensk (42,3%)**, kar je primerljivo z anketiranjem, ki je bilo izvedeno leta 2008.

Anketirani udeleženci prihajajo iz **67 držav**, kar je pomembno višji delež kot leta 2008. Spremenila se je tudi struktura držav, ki je bolj raznolika, saj se je delež udeležencev iz evropskih držav zmanjšal na 44,78 %, leta 2008 pa jih je bilo kar 84,1 %. Največ anketiranih udeležencev je iz Turčije (29), Poljske (24), Nemčije (19), Italije (13), Danske (12), Velike Britanije (12), Hrvaške (9), Japonske (8), Švedske (8) in Finske (8). Slovenskih udeležencev v anketi nismo zajeli. Veliko število anketiranih udeležencev iz Turčije je posledica dejstva, da je dva kongresa organiziral turški PCO Dekon, ki je kongres Euroson prestavil iz Istanbula v Ljubljano.

Povprečna starost anketiranih udeležencev je **40,34 let**. Najštevilčnejša starostna skupina je od 40 - 49 let (**29,96 %**), sledijo ji udeleženci v starostni skupini od 30 - 39 let (**25,92 %**) in pa starostna skupina od 20 - 29 let (22,22 %). Primerjava z raziskavo leta 2008 pokaže, da se je struktura udeležencev nekoliko pomladila.

Kongresni gostje so višje izobraženi, saj ima največji delež gostov opravljeno specializacijo, magisterij in doktorat.

Največji delež anketiranih kongresnih udeležencev je zaposlenih v javnem sektorju, sledi delež gostov zaposlenih v privatnem sektorju. Manjši del udeležencev je bilo samozaposlenih ali študentov. Prav tako manjši delež (3,4%) udeležencev prihaja iz strokovnih združenj, političnih strank in nevladnih organizacij).

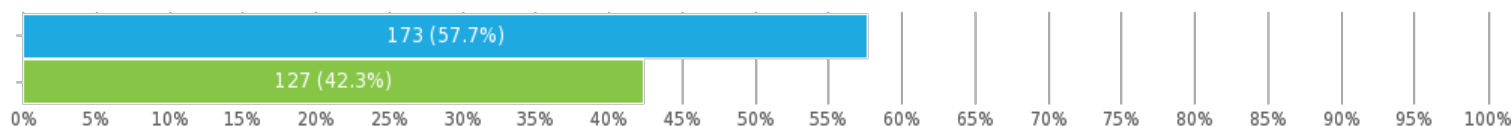
Rezultati

Spol:

Odgovori **300x**, neodgovorjeno **2x**

V našem vzorcu smo anketirali skoraj 57,7 odstotkov moških in 42,3 % žensk. Med posameznimi kongresi ni bilo pomembnih razlik in je razmerje med spoloma uravnoteženo. Razlika pa je pri zadnjem kongresu Euroson, na katerem so prevladovali moški udeleženci in dvignili skupen delež moških udeležencev.

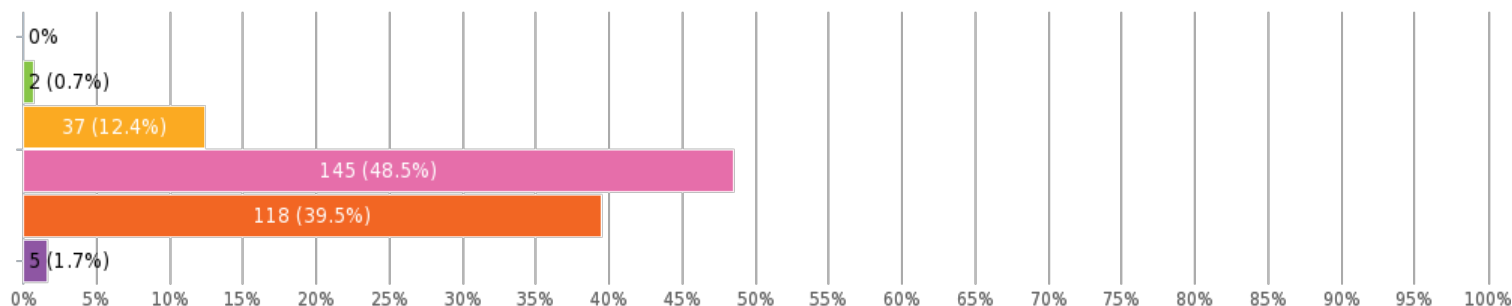
Spol	Odgovori	Delež
Moški	173	57.7 %
Ženska	127	42.3 %



Izobrazba udeležencev:

Kongresni gostje so višje izobraženi, saj ima največji delež gostov opravljeno specializacijo, magisterij in doktorat. Udeležencev z magisterijem in specializacijo ali doktoratom znanosti je bilo **86 %**.

Stopnja izobrazbe	Število odgovorov	Delež
Osnovna šola	0	0 %
Srednja ali poklicna šola	2	0.7 %
Fakulteta, visoka ali višja šola	37	12.4 %
Magisterij ali specializacija	145	46.5 %
Doktorat znanosti	118	39.5 %
Drugo	5	1.7 %

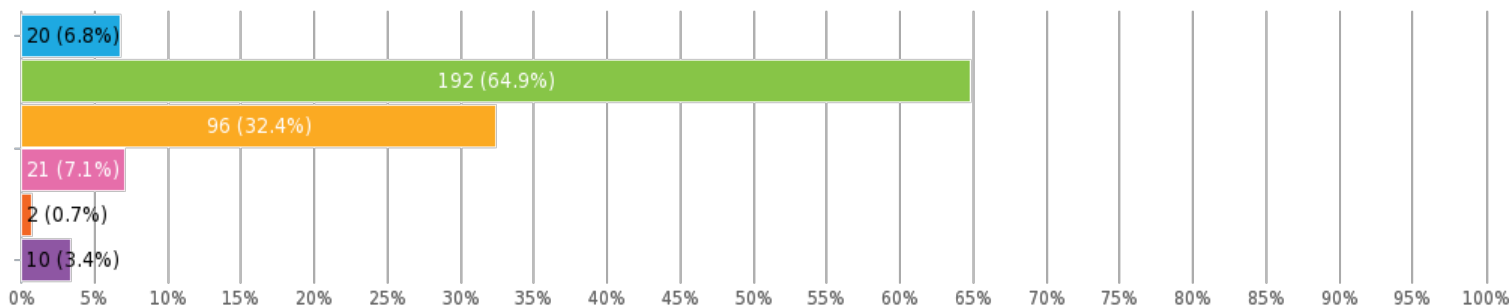


Zaposlitev?

Odgovori **296x**, neodgovorjeno **6x**

Največji delež kongresnih udeležencev je zaposlenih v javnem sektorju, sledi delež gostov zaposlenih v privatnem sektorju. Delež zaposlenih v javnem sektorju je znatno višji kot ob raziskavi leta 2008, kar je posledica strukture izbranih kongresov za anketiranje (strokovni kongresi znanstvenih združenj). Manjši delež (3,4%) udeležencev prihaja iz strokovnih združenj, političnih strank in nevladnih organizacij). Delež študentov je nekoliko višji, kot smo ga ugotovili v okviru raziskave leta 2008.

Zaposlitev	Odgovori	Delež
● Študent	20	6.8 %
● Javni sektor	192	64.9 %
● Privatni sektor	96	32.4 %
● Samozaposlen	21	7.1 %
● Upokojenec	2	0.7 %
● Drugo	10	3.4 %

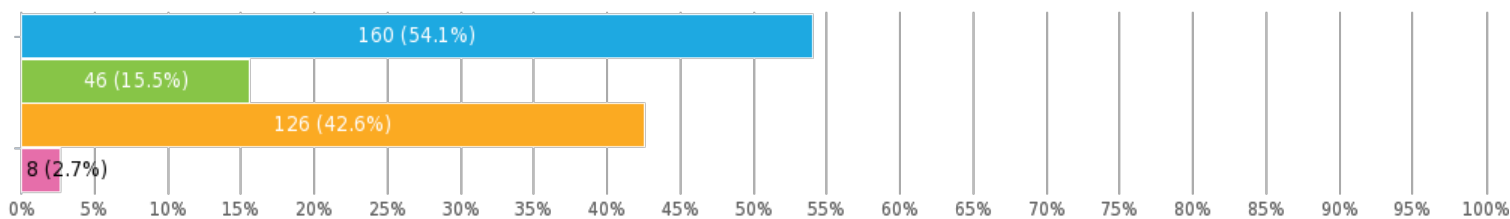


Struktura anketiranih udeležencev:

Odgovori **296x**, neodgovorjeno **6x**

Največji delež anketiranih udeležencev je takih, ki so na kongresu kot poslušalci (54,1%), sledijo jim aktivni udeleženci, ki so na kongresu imeli tudi eno od oblik prezentacije.

Struktura	Odgovori	Delež
● Udeleženec	160	54.1 %
● Razstavljalac	46	15.5 %
● Aktivni udeleženec / govornik	126	42.6 %
● Drugo / gost, spremljevalec, medij	8	2.7 %

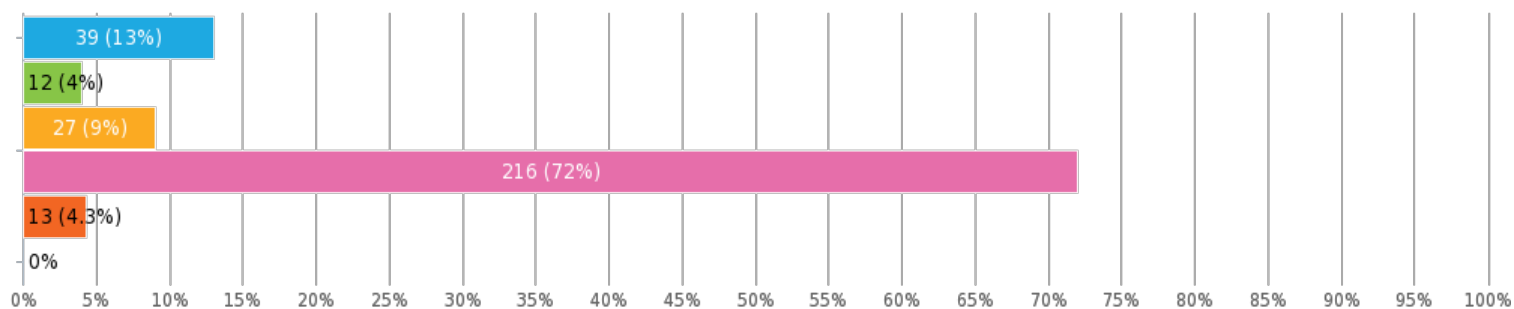


Katero obliko prevoza ste uporabili pri potovanju do Ljubljane?

Odgovori **300x**, neodgovorjeno **2x**

V letošnji raziskavi smo za razliko od leta 2008 analizirali način prihoda v Ljubljano. Večina udeležencev je v Slovenijo prispela z letalskimi prevozniki (81%). Med njimi je bila velika večina takšnih, ki je v Ljubljano priletela z rednim letalskim prevozom (večinoma Adria Airways). Sledijo udeleženci iz regije, ki so na dogodek prispeli z lastnimi avtomobili. Delež udeležencev, ki uporabljajo druge oblike prevoza (vlak in avtobus), je nizek in znaša 8,3%.

Prevozno sredstvo	Odgovori	Delež
Z avtomobilom	39	13 %
Z avtobusom	12	4 %
Z nizkocenovnim letalskim prevoznikom	27	9 %
Z rednim letalskim prevoznikom	216	72 %
Z vlakom	13	4.3 %
Drug vrsta prevoza	0	0 %



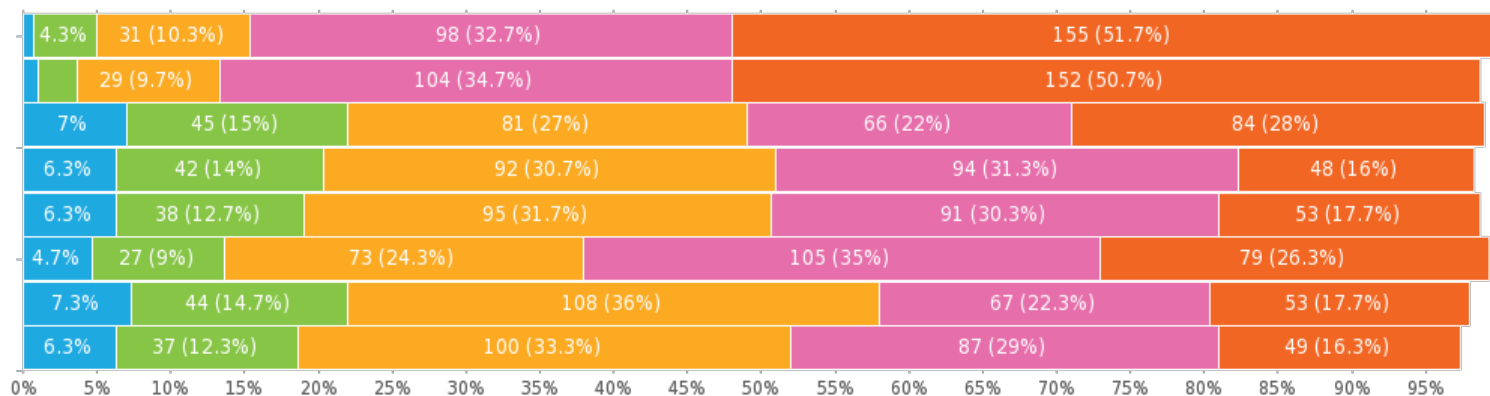
Motivi za udeležbo

Odgovori **300x**, neodgovorjeno **2**

Iz spodnje tabele je razvidno, da sta najbolj pomembna dejavnika, ki vplivata na odločitev o udeležbi na mednarodnem dogodku, **priložnost za mreženje ter za izobraževanje in usposabljanje**. Tretje mesto zaseda dostopnost destinacije, ki lahko usodno vpliva na dejansko število udeležencev dogodka. Dostopnost je bolj pomembna od varnosti destinacije in priporočil. Z dostopnostjo je povezan tudi čas potovanja na destinacijo.

Kljub temu pa se je v primerjavi z raziskavo leta 2008 močno povečal pomen varnosti destinacije. Za manj pomembne dejavnike so anketirani udeleženci izpostavili dodatno ponudbo destinacije in kvaliteto in ceno namestitve.

	● 1	● 2	● 3	● 4	● 5
Mreženje	2 (0.7 %)	13 (4.3 %)	31 (10.3 %)	98 (32.7 %)	155 (51.7 %)
Profesionalno izobraževanje in usposabljanje	3 (1 %)	8 (2.7 %)	29 (9.7 %)	104 (34.7 %)	152 (50.7 %)
Varnost destinacije	21 (7.0 %)	45 (15 %)	81 (27 %)	66 (22 %)	84 (28.0 %)
Priporočila	19 (6.3 %)	42 (14.0 %)	92 (30.7 %)	94 (31.3 %)	48 (16 %)
Kvaliteta in cena namestitve	19 (6.3 %)	38 (12.7 %)	95 (31.7 %)	91 (30.3 %)	53 (17.7 %)
Dostopnost destinacije	14 (4.7 %)	27 (9 %)	73 (24.3 %)	105 (35 %)	79 (26.3 %)
Dodatna ponudba destinacije	22 (7.3 %)	44 (14.7 %)	108 (36 %)	67 (22.3 %)	53 (17.7 %)
Čas potovanja	19 (6.3 %)	37 (12.3 %)	100 (33.3 %)	87 (29.0 %)	49 (16.3 %)



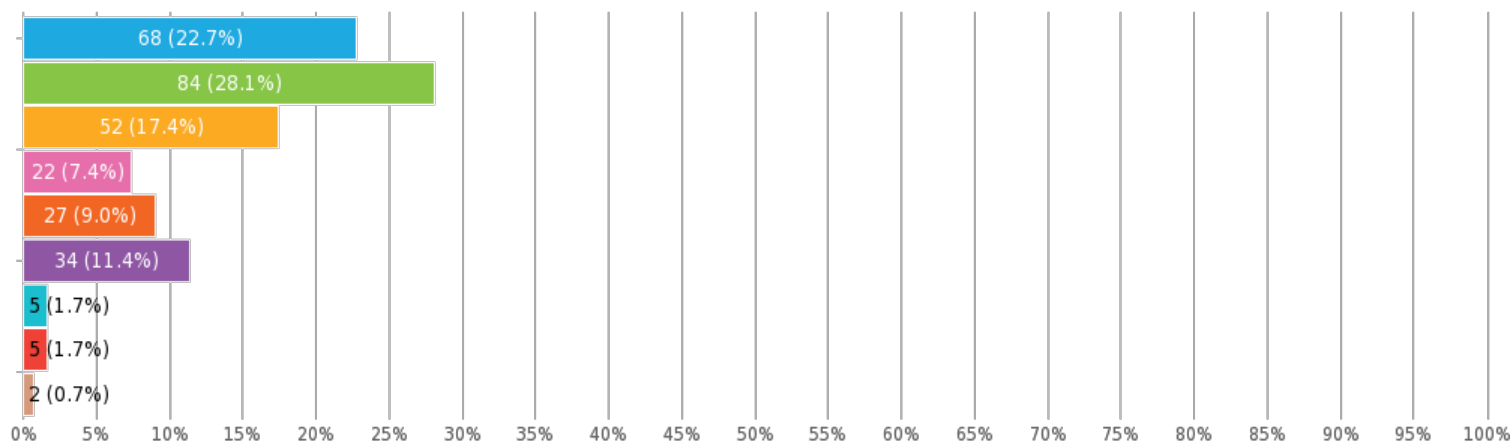
Opomba: 1 (povsem nepomembno), 2 (nepomembno), 3 (malo pomembno), 4 (pomembno), 5 (zelo pomembno)

Število dogodkov na leto

Odgovori **299x**, neodgovorjeno **3x**

V največjem deležu se kongresni gostje udeležijo enega do dveh mednarodnih dogodkov na leto. Takšnih udeležencev je dobra polovica (50,8%). Nadaljnjih 33,8 % udeležencev se udeleži od 3 do 5 dogodkov na leto. Le manjši del pa se udeležuje več kot 5 dogodkov (15,5 %).

Število dogodkov	Odgovori	Delež
1 dogodek	68	22.7 %
2 dogodka	84	28.1 %
3 dogodki	52	17.4 %
4 dogodki	22	7.4 %
5 dogodkov	27	9.0 %
6-10 dogodkov	34	11.4 %
11-15 dogodkov	5	1.7 %
16-20 dogodkov	5	1.7 %
Več kot 20 dogodkov	2	0.7 %

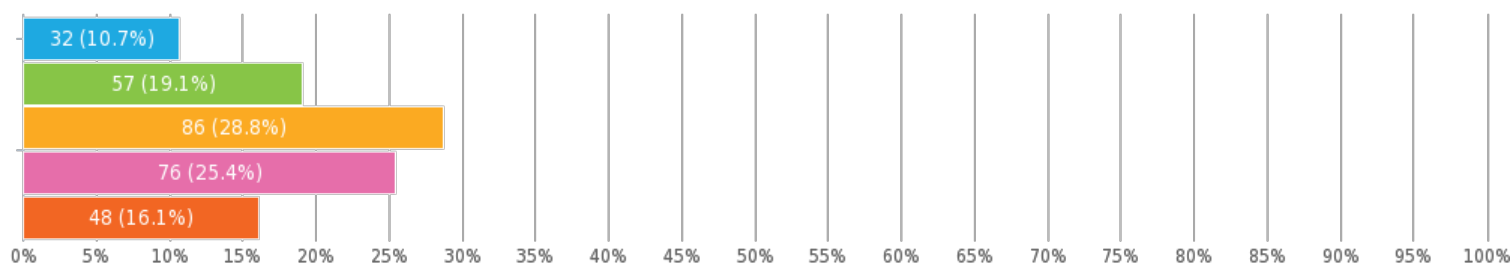


Podaljšanje bivanja?

Odgovori **299x**, neodgovorjeno **3x**

Večji del kongresnih gostov bivanja na destinaciji ne podaljša (41,5 %). Sledijo udeleženci, ki bivanje podaljšajo zgolj občasno (28,8 %). Bivanje pa ponavadi in pogosto podaljša 29,8 % anketiranih. To je precej večji delež kot smo ga ugotovili ob isti raziskavi leta 2008.

Podaljšanje bivanja	Odgovori	Delež
● Ponavadi	32	10.7 %
● Pogosto	57	19.1 %
● Občasno	86	28.8 %
● Redko	76	25.4 %
● Nikoli	48	16.1 %

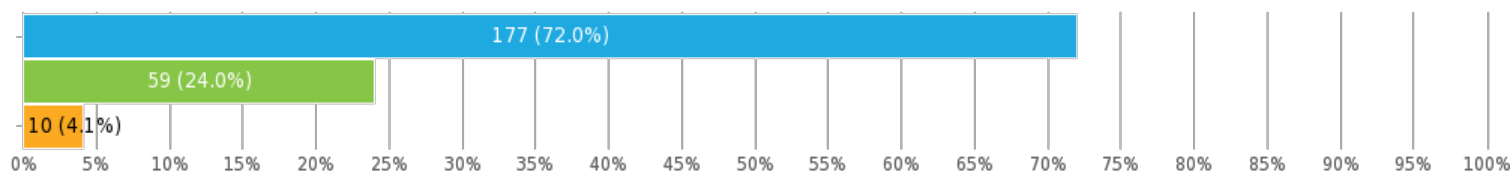


Za koliko dni običajno podaljšate bivanje?

Odgovori **246x**, neodgovorjeno **56x**

Večina anketiranih (72,0 %) svoje bivanje na destinaciji podaljša za 1 - 2 dni. Slaba četrtina jih podaljša bivanje za 3 - 4 dni (24,0 %).

Število dni	Odgovori	Delež
● 1-2 dni	177	72.0 %
● 3-4 dni	59	24.0 %
● 5 dni ali več	10	4.1 %



Število nočitev v Ljubljani v času kongresa?

Odgovori **297x**, neodgovorjeno **5x**

Velika večina anketiranih udeležencev ustvari v času kongresa 2 - 4 nočitve (72,6 %), od tega velika večina biva v Ljubljani 3 do 4 nočitve (65,9 %). Presenetljivo veliko udeležencev pa svoje bivanje tudi podaljša (29,8 %), kar je razlog za daljše povprečno bivanje anketiranih udeležencev, kot je bilo dejansko trajanje posameznih kongresov.

Dejansko trajanje kongresov na katerih smo anketirali udeležence je znašalo **3,25 dni**:

4 dni **13. - 16.09.2017** / 47th Congress of the European Association for Behavioural and Cognitive Therapies
3 dni **18. - 20.09.2017** / 2nd World Open Educational Resources Congress
3 dni **18. - 20.09.2017** / LUX Europa 2017
3 dni **22. - 24.09.2017** / Euroson 2017, 29th Congress of EFSUMB

Povprečna dolžina bivanja, ki so jo navedli anketirani gostje pa znaša **3,97 dni**. To potrjuje ugotovitev, da so številni udeleženci svoje bivanje na destinaciji podaljšali.

2 dni	6,8 %
3 dni	34,8 %
4 dni	31,1 %
5 dni	15,9 %
6 dni	6,1 %
7 dni	4,4 %
8 dni	0,7 %
9 dni	0,3 %

Dolžina bivanja je v veliki meri posledica strukture programa dogodkov, na katerih smo anketirali udeležence. Vsi kongresi so trajali 3 - 4 dni, kar je vplivalo na samo dolžino bivanja in ustvarjene nočitve v Ljubljani.

Katero obliko namestitve ste uporabljali med vašim bivanjem v Ljubljani?

Odgovori **300x**, neodgovorjeno **2x**

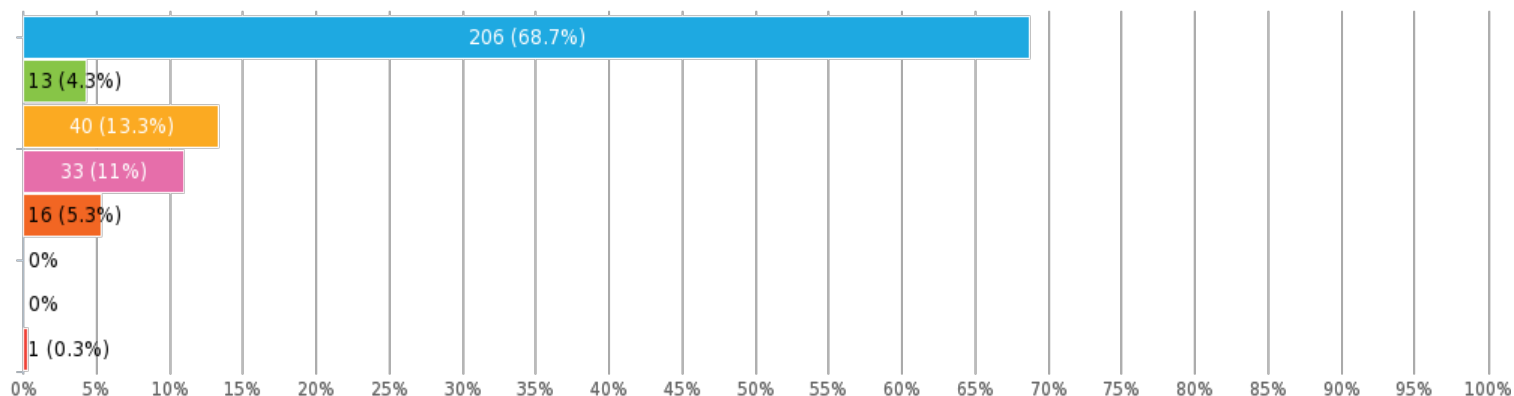
V času anketiranja so bile hotelske in druge namestitve nadpovprečno zasedene (Zasedenost prenočišč na podlagi dnevnih podatkov, Turizem Ljubljana):

- V terminu **od 13. do 16. septembra** je bila zasedenost vseh namestitvenih kapacitet **96,8 %**, hotelov pa 96,8%
- V terminu **od 18. do 20. septembra** je bila zasedenost vseh namestitvenih kapacitet **98,2 %**, hotelov pa 97,8%
- V terminu **od 22. do 25. septembra** je bila zasedenost vseh namestitvenih kapacitet **90,5 %**, hotelov pa 90,3%

Zaradi tega so bile nočitve razporejene po vseh razpoložljivih namestitvenih kapacitetah, visok pa je bil tudi delež udeležencev, ki so za namestitev izbrali AirBnB ter penzije in gostišča (takšnih je bilo skupaj kar 17,6 %).

Največji delež gostov je spal v hotelih (68,7%). Sledi AirBnB kjer je namestitev poiskalo 13,3 % anketiranih udeležencev.

Vrsta namestitve	Odgovori	Delež
● Hotel	206	68.7 %
● Penziji in gostišča	13	4.3 %
● AirBnB	40	13.3 %
● Zasebna soba / stanovanje	33	11 %
● Hostel	16	5.3 %
● Kamp	0	0 %
● Prijatelji, družina	0	0 %
● Drugo	1	0.3 %



Povprečna potrošnja udeležencev v času tridnevnega mednarodnega kongresa po svetu?

Odgovori **300x**, neodgovorjeno **2x**

V letošnjem letu smo zaradi izboljšane statistične verjetnosti primerjali splošno potrošnjo kongresnih gostov na kongresnih v Evropi v primerjavi s konkretno potrošnjo na kongresu, ki so se ga udeležili v Ljubljani.

V času tridnevnega mednarodnega dogodka, ki se ga sicer udeležujejo kongresni gostje povprečno **potrošijo 1.502,45 EUR**.

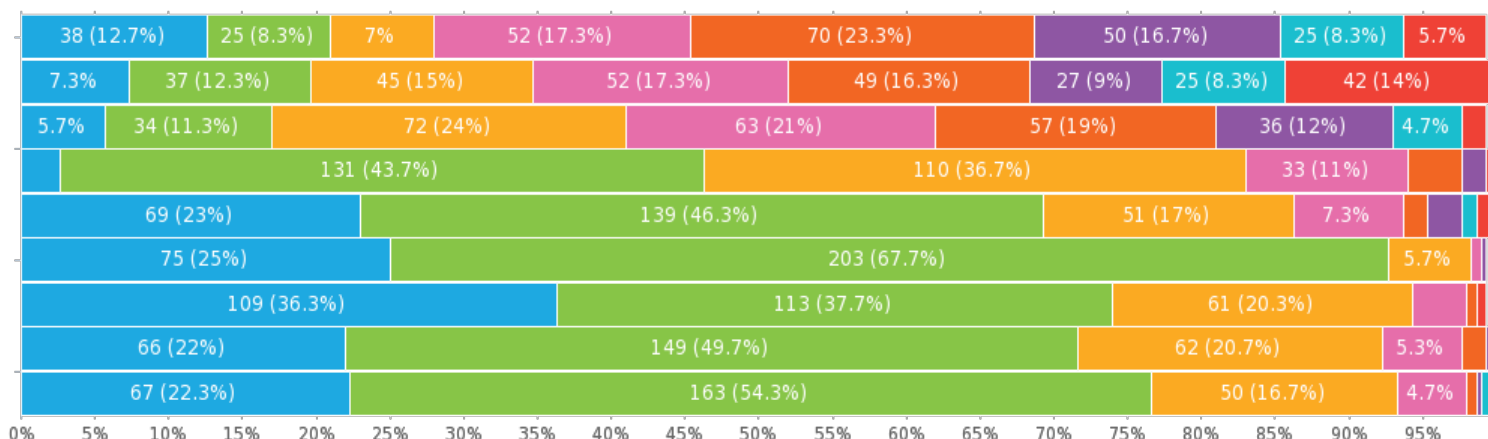
Glede splošne potrošnje smo ugotovili, da je od konkretne v času kongresa v Ljubljani višja zgolj za 1,38 %. Na to so vplivale predvsem višje ocene stroškov ključnih segmentov porabe, kotizacije (višje za 4,43 %), stroškov prevoza do destinacije (višji 17,2%) in stroškov hotelskih namestitev (višji 20,04%). Ti stroški skupaj tvorijo 61 % vse porabe kongresnih gostov in vplivajo na majhno razliko med porabo po svetu in v Ljubljani.

Največ rezerve pri ustvarjanju dodatne potrošnje kongresnih gostov so na naslednjih področjih:

- Na področju **kulture** je v povprečju potrošnja višja za 114,8% (potrošnja v Ljubljani 40,00 €, povprečje 85,67 €)
- Na področju **prevoza na destinaciji** je v povprečju potrošnja višja za 72,76% (potrošnja v Ljubljani 37,00 €, povprečje 63,92 €)
- Na področju **zabave** je v povprečju potrošnja višja za 60,17% (potrošnja v Ljubljani 59,00 €, povprečje 94,50 €)
- Na področju **izletov** je v povprečju potrošnja višja za 57,81% (potrošnja v Ljubljani 48,00 €, povprečje 75,75 €)
- Na področju **osebni izdatki** je v povprečju potrošnja višja za 29,84 % (potrošnja v Ljubljani 83,00 €, povprečje 107,77 €)

Subjektivna ocena in opombe posameznih anketarjev kažejo tudi na dejstvo, da je na potrošnjo posredno vplivalo vreme. V času vseh treh sklopov anketiranja je bilo namreč vreme deževno, kar vsaj delno vpliva na nižjo potrošnjo.

	0 €	50-100 €	100-200 €	200-300 €	300 - 400 €	400 - 500 €	500 - 600 €	več kot 600€
Kotizacija	38 (12.7 %)	25 (8.3 %)	21 (7.0 %)	52 (17.3 %)	70 (23.3 %)	50 (16.7 %)	25 (8.3 %)	17 (5.7 %)
Prevoz do destinacije	22 (7.3 %)	37 (12.3 %)	45 (15 %)	52 (17.3 %)	49 (16.3 %)	27 (9 %)	25 (8.3 %)	42 (14.0 %)
Nočitev	17 (5.7 %)	34 (11.3 %)	72 (24 %)	63 (21 %)	57 (19 %)	36 (12 %)	14 (4.7 %)	5 (1.7 %)
Hrana in pijača	8 (2.7 %)	131 (43.7 %)	110 (36.7 %)	33 (11 %)	11 (3.7 %)	5 (1.7 %)	0	1 (0.3 %)
Osebni izdatki	69 (23 %)	139 (46.3 %)	51 (17 %)	22 (7.3 %)	5 (1.7 %)	7 (2.3 %)	3 (1 %)	3 (1 %)
Prevoz na destinaciji	75 (25 %)	203 (67.7 %)	17 (5.7 %)	2 (0.7 %)	0	1 (0.3 %)	0	0
Izleti	109 (36.3 %)	113 (37.7 %)	61 (20.3 %)	11 (3.7 %)	2 (0.7 %)	0	0	2 (0.7 %)
Zabava	66 (22 %)	149 (49.7 %)	62 (20.7 %)	16 (5.3 %)	5 (1.7 %)	1 (0.3 %)	0	0
Kultura	67 (22.3 %)	163 (54.3 %)	50 (16.7 %)	14 (4.7 %)	2 (0.7 %)	1 (0.3 %)	2 (0.7 %)	0



Konkretna potrošnja v času tridnevnega kongresa v Ljubljani?

Odgovori **300x**, neodgovorjeno **2x**

Osrednje vprašanje v raziskavi je bilo preveriti, koliko denarja potrošijo kongresni gostje za različne namene. Potrošnjo smo razdelili na 9 kategorij, ki so primerljive z raziskavo iz leta 2008. Pri tem je potrebno posebej obrazložiti kotizacijo, ki po mednarodno primerljivih študijah vključuje cca. 70 % stroškov, ki ostanejo v destinaciji (stroški najema dvoran, tehnične opreme, osebja) in 30% stroškov, ki pripadajo organizatorju dogodka (strokovni organizator ali PCO).

Spodnja tabela prikazuje podatke o povprečni potrošnji v času tridnevnega kongresa v Ljubljani. Analiza je pokazala, da ženske udeleženke porabijo 3,42 % več, predvsem na račun višje porabe za osebne izdatke, ter hrano in pijačo. 73,35 % vseh stroškov predstavljajo stroški kotizacije, nočitev in prevoza do destinacije. Izdatki za ostale namene predstavljajo v strukturi precej nižje deleže.

Povprečna dnevna potrošnja kongresnih gostov znaša **494 EUR** (tridnevni kongres), kar je **3,7 kratnik porabe običajnih turistov** (izhajajoč iz podatkov raziskave o potrošnji turistov v Ljubljani iz leta 2015 znaša primerljiva poraba turistov z vključeno namestitvijo in prevozom do destinacije na dan 135 EUR/dan, Valicon, 2015).

Za namestitve so gostje povprečno porabili 113,67 EUR/dan, visoka je tudi dnevna potrošnja za hrano in pijačo, ki znaša dobrih 42 EUR. Ta je še višja, če upoštevamo dejstvo, da so posamične gostinske storitve (odmori s kavo, kosila, najmanj en večerni sprejem) vključene tudi v ceno kotizacije.

Glede na potrošnjo so največji potrošniki razumljivo udeleženci iz najbolj oddaljenih držav. K visokim stroškom največ prispevajo visoki stroški letalskih vozovnic. Sicer pa je glede na izobrazbeno strukturo potrošnja precej heterogena in iz anketiranega vzorca ni mogoče razbrati posebnih odstopanj po državah, niti po izobrazbi ali starostni strukturi.

	ŽENSKE n=128	MOŠKI n = 172	SKUPAJ LJUBLJANA	SKUPAJ SPLOŠNO	DELEŽ LJUBLJANA
Kotizacija	366 €	349 €	356 €	340 €	24,02 %
Prevoz do destinacije	399 €	384 €	390 €	324 €	26,32 %
Nočitev	342 €	340 €	341 €	273 €	23,01 %
Hrana in pijača	132 €	124 €	127 €	138 €	8,57 %
Osebni izdatki	92 €	77 €	83 €	108 €	5,60 %
Prevoz na destinaciji	32 €	40 €	37 €	64 €	2,50 %
Izleti	50 €	47 €	48 €	76 €	3,24 %
Zabava	59 €	60 €	59 €	95 €	3,98 %
Kultura	39 €	41 €	40 €	86 €	2,70 %
SKUPAJ:	1.511 €	1.461 €	1.482 €	1.502 €	100 %

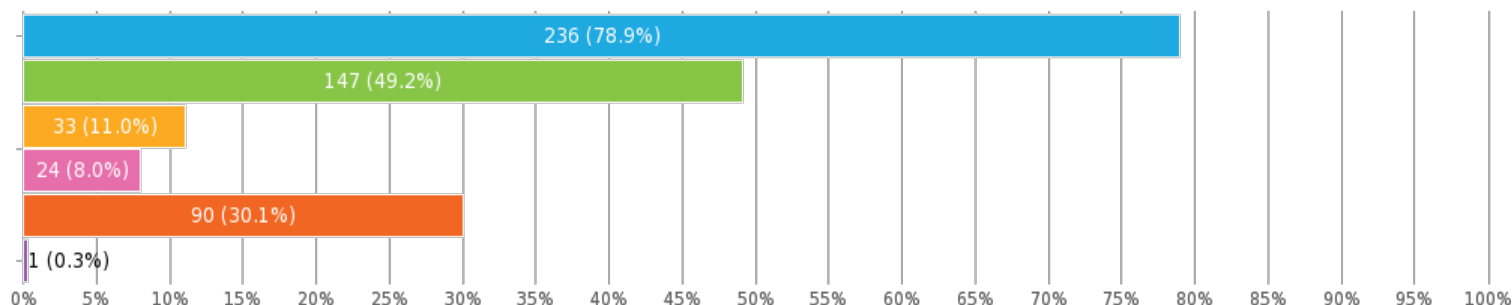
Izpostaviti velja še podatek, da so po subjektivni oceni anketarjev in zapisanih opombah, udeleženci ocenili, da je bila njihova potrošnja skladna s pričakovanji, le manjši del 15% pa ocenjuje, da je potrošnja preseгла njihova pričakovanja.

Vrsta kongresnih zmogljivosti?

Odgovori **299x**, neodgovorjeno **3x**

Pri tem vprašanju so udeleženci lahko izpolnili več odgovorov. Velika večina kongresnih gostov se udeleži mednarodnih dogodkov, ki potekajo v kongresnih centrih. Druga pomembna kategorija so kongresni hoteli (49,2 %), ki jim sledijo srečanja in dogodki na univerzah in fakultetah.

Kongresna kapaciteta	Odgovori	Delež
● Kongresni center	236	78.9 %
● Hotel	147	49.2 %
● Posebno prizorišče	33	11.0 %
● Sedež podjetja	24	8.0 %
● Univerza / fakulteta	90	30.1 %
● Drugo	1	0.3 %

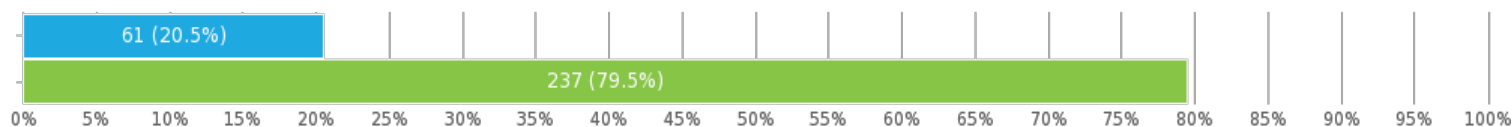


Ali ste se že kdaj udeležili dogodka v Sloveniji in ali je to prvič?

Odgovori **298x**, neodgovorjeno **4x**

Večina kongresnih gostov se je prvič udeležila mednarodnega dogodka v Sloveniji. V Sloveniji je bilo pred tem le 20,5 % anketiranih udeležencev.

	Odgovori	Delež
● Dogodka v Sloveniji sem se že udeležil	61	20.5 %
● V Sloveniji sem prvič	237	79.5 %

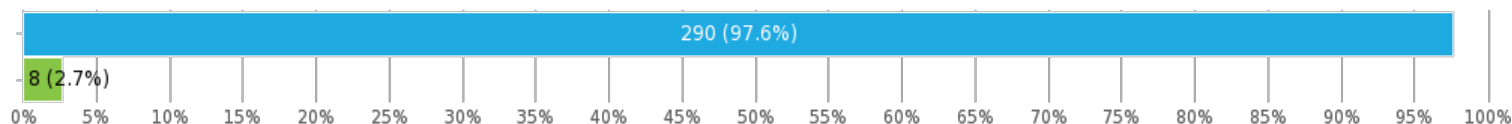


Interes za dogodke v državah jugovzhodne Evrope in Ljubljani?

Odgovori **297x**, neodgovorjeno **5x**

V sklopu ocenjevanja zadovoljstva z destinacijo smo poleg direktnega ocenjevanja izmerili tudi subjektivno zadovoljstvo skozi vprašanje o interesu za dogodek in načrtih za prihodnost. Velika večina kongresnih gostov se zanima za udeležbo na mednarodnih dogodkih v državah jugovzhodne Evrope in v Ljubljani.

	Odgovori	Delež
● Da, zanima me	290	97.6 %
● Ne, ne zanima me	8	2.7 %

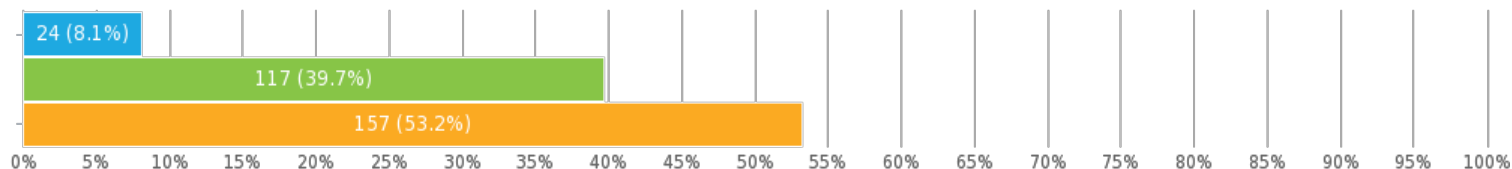


Načrti za prihodnost?

Odgovori **295x**, neodgovorjeno **7x**

Kongresni gostje načrtujejo, da se bodo v prihodnosti udeležili enakega ali večjega števila mednarodnih dogodkov v državah jugovzhodne Evrope.

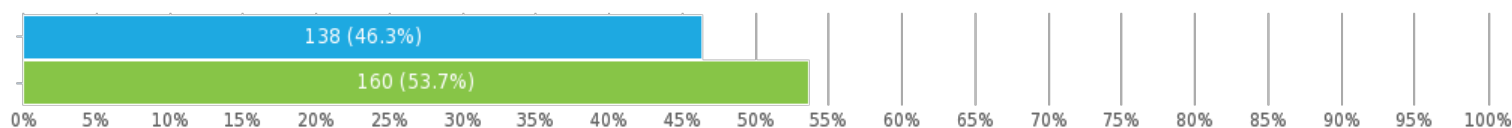
	Odgovori	Delež
● Manj dogodkov	24	8.1 %
● Več dogodkov	117	39.7 %
● Enako število dogodkov	157	53.2 %



Ali veste, da je bila Ljubljana Zelena prestolnica Evrope 2016?

Odgovori **298x**, neodgovorjeno **4x**

	Odgovori	Delež
● DA	138	46.3 %
● NE	160	53.7 %

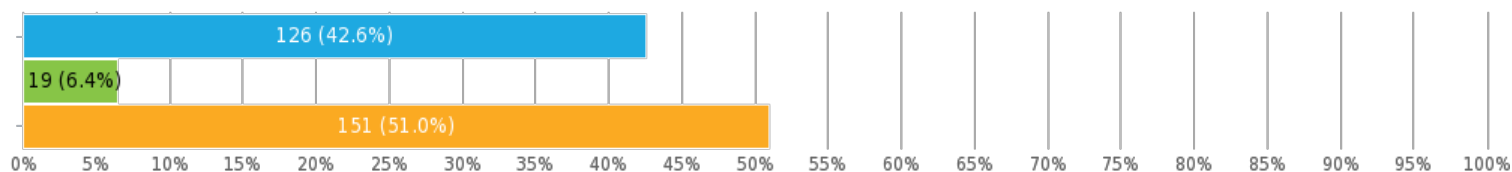


Splošna ocena dogodka, ki so se ga udeležili v Ljubljani?

Odgovori **296x**, neodgovorjeno **6x**

Večina kongresni gostov ocenjuje mednarodni dogodek, ki so se ga udeležili v Sloveniji, v skladu s pričakovanju, velik del (42,6 %) pa kot boljši od pričakovanj.

	Odgovori	Delež
● Boljši od pričakovanj	126	42.6 %
● Slabši od pričakovanj	19	6.4 %
● Enak	151	51.0 %



V primerjavi z raziskavo leta 2008 so anketirani udeleženci bolj kritični z vidika splošnega zadovoljstva:

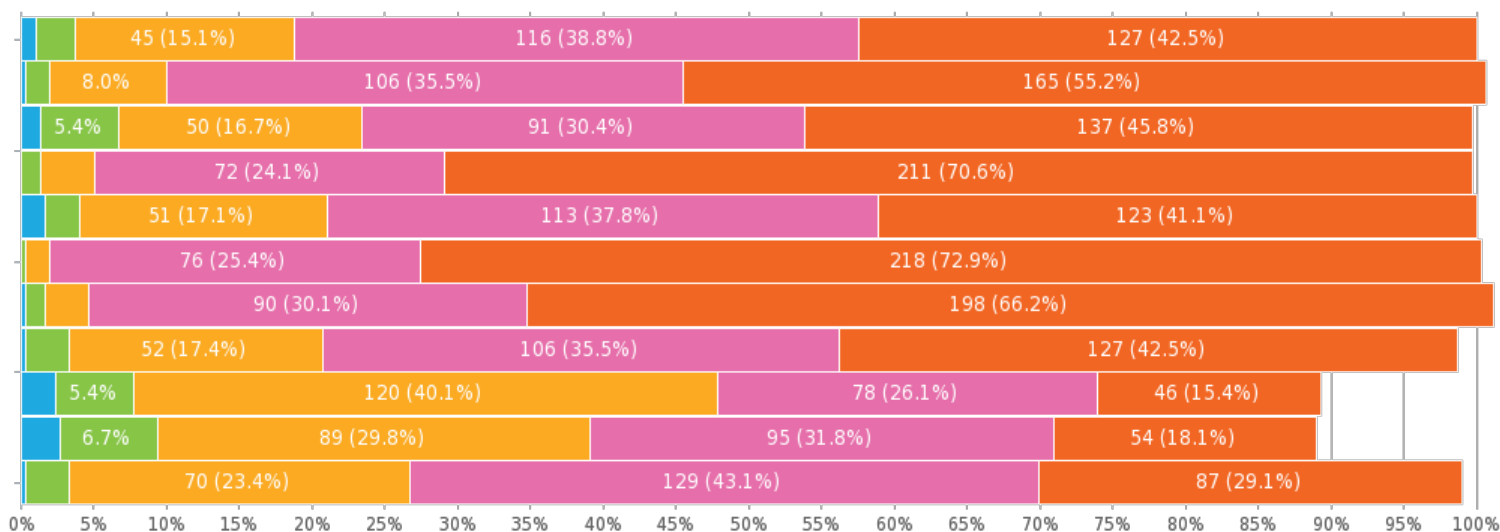
- Leta 2008 je dogodek kot boljši od pričakovanj ocenilo 49,90 % anketiranih, letos pa 42,6 % (-7,3%).
- Leta 2008 dogodek kot enak ali v skladu s pričakovanji ocenilo 45,10 % anketiranih, letos pa 51,10 % (+5,9%).
- Leta 2008 je dogodek kot slabši od pričakovanj ocenilo 5,00 % anketiranih, letos pa 6,4 % (+1,4%).

Ocena posameznih elementov kongresne ponudbe in doživetja?

Odgovori **299x**, neodgovorjeno **3x**

V anketi smo ponovno preverjali zadovoljstvo udeležencev s posameznimi elementi kongresne ponudbe. V primerjavi z letom 2008 smo posamezne dele tokrat ocenjevali s konkretnimi ocenami na 5-stopenjski lestvici, kjer je ocena 1 pomenila, da sploh niso zadovoljni, ocena 5 pa da so zelo zadovoljni.

	1	2	3	4	5
Kongresno prizorišče	3 (1.0 %)	8 (2.7 %)	45 (15.1 %)	116 (38.8 %)	127 (42.5 %)
Kongresno osebje	1 (0.3 %)	5 (1.7 %)	24 (8.0 %)	106 (35.5 %)	165 (55.2 %)
Dostopnost destinacije	4 (1.3 %)	16 (5.4 %)	50 (16.7 %)	91 (30.4 %)	137 (45.8 %)
Čistoča in urejenost Ljubljane	0	4 (1.3 %)	11 (3.7 %)	72 (24.1 %)	211 (70.6 %)
Kakovost namestitve	5 (1.7 %)	7 (2.3 %)	51 (17.1 %)	113 (37.8 %)	123 (41.1 %)
Občutek varnosti	0	1 (0.3 %)	5 (1.7 %)	76 (25.4 %)	218 (72.9 %)
Prijaznost in gostoljubnosti ljudi	1 (0.3 %)	4 (1.3 %)	9 (3.0 %)	90 (30.1 %)	198 (66.2 %)
Lokalna kulinarika	1 (0.3 %)	9 (3.0 %)	52 (17.4 %)	106 (35.5 %)	127 (42.5 %)
Nakupovanje	7 (2.3 %)	16 (5.4 %)	120 (40.1 %)	78 (26.1 %)	46 (15.4 %)
Zabava in nočno življenje	8 (2.7 %)	20 (6.7 %)	89 (29.8 %)	95 (31.8 %)	54 (18.1 %)
Razmerje med kvaliteto in ceno	1 (0.3 %)	9 (3.0 %)	70 (23.4 %)	129 (43.1 %)	87 (29.1 %)



Udeleženci si bili zelo zadovoljni z:

1. Občutkom varnosti na destinaciji (98,3 % anketiranih je bilo zadovoljnih ali zelo zadovoljnih)
2. Prijaznostjo in gostoljubnostjo ljudi (96,3 % anketiranih je bilo zadovoljnih ali zelo zadovoljnih)
3. Čistočo in urejenostjo Ljubljane (94,7 % anketiranih je bilo zadovoljnih ali zelo zadovoljnih)
4. Kongresnim osebjem (90,7 % anketiranih je bilo zadovoljnih ali zelo zadovoljnih)
5. Kongresnim centrom (81,3 % anketiranih je bilo zadovoljnih ali zelo zadovoljnih)

Udeleženci so bili zadovoljni z:

1. Namestitvami (78,9 % anketiranih je bilo zadovoljnih ali zelo zadovoljnih)
2. Lokalno kulinariko (78,0 % anketiranih je bilo zadovoljnih ali zelo zadovoljnih)
3. Dostopnostjo destinacije (76,2 % anketiranih je bilo zadovoljnih ali zelo zadovoljnih)
4. Razmerjem med ceno in kakovostjo (72,2 % anketiranih je bilo zadovoljnih ali zelo zadovoljnih)

Udeleženci so bili najbolj kritični do naslednjih elementov ponudbe:

1. Zabava (49,9 % anketiranih je bilo zadovoljnih in zelo zadovoljnih)
2. Nakupovanje (41,5 % anketiranih je bilo zadovoljnih in zelo zadovoljnih)

Glede na subjektivne ocene udeležencev postajamo zrela kongresna destinacija, kjer bo vedno bolj v ospredju kakovost ponudbe. V primerjavi z raziskavo leta 2008 se je namreč prepoznavnost destinacije izboljšala. O tem govori tudi rezultat raziskave, da je kar 46,3 % odgovorilo pozitivno na vprašanje o tem, da je bila Ljubljana Zelena prestolnica Evrope.

Poudarek v prihodnosti pa bo verjetno predvsem na izboljšanju razmerja med kakovostjo in ceno. Kot je pokazal rezultat anketiranja smo na tem področju zaenkrat še konkurenčni, vendar se moramo zavedati, da pogosto tekmujemo z destinacijami, ki so na tem področju boljše od nas.

Priloga: VPRAŠALNIK

CONFERENCE DELEGATES, THEIR CUSTOMS AND EXPENDITURE

As the destination management organisation for Ljubljana & the region of Central Slovenia, Ljubljana Tourism is in charge of the development, marketing and promotion of their tourism offer. This also comprises the business travel / conference segment, which is a special focus area of the Ljubljana Convention Bureau.

The aim of this survey is to assess the motives that influence congress delegates to travel, their expenditure and their overall impression of the destination. Thus, we will be able to compare some of this data with the leisure travel segment.

The questionnaire will take you 5 minutes to fill out and we thank you in advance for your precious time.

A small present will help you to remember our city, hoping you will enjoy your stay!

The submitted data will be aggregated and is not identifiable. It will be used to analyse the role and value of the congress industry in Ljubljana's tourism economy.

Gender:

- Male
 Female

What is your country of origin?

What is your age?

What level of education have you reached?

- Primary education
 Secondary education
 Higher education
 Master's degree
 Doctorate
 Other (please specify)

In what sector of employment do you work?

- Student
- Public sector
- Private sector
- Self employed
- Retired
- Other (please specify)

How did you arrive to Slovenia?

- By car
- By bus
- With low-cost airline
- With traditional airline
- By train
- Other (please specify)

How important are the following factors when deciding to attend an international meeting? (Rate on a scale of 1 to 5)

Question instructions: (1- not at all important, 5 - very important)

	1	2	3	4	5
Networking	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Professional education and training	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Security	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recommendation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quality and price of accommodation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accessibility	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Destination's additional offer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Amount of time spent traveling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

How many international meetings do you attend every year?

- 1 meeting
- 2 meetings
- 3 meetings
- 4 meetings
- 5 meetings
- 6-10 meetings
- 11-15 meetings
- 16-20 meetings
- More than 20 meetings

How many nights are you staying in Ljubljana for?

How often do you extend your stay when the meeting has concluded?

- Usually
- Often
- Sometimes
- Seldom
- Never

How long do you extend it for?

- 1-2 days
- 3-4 days
- 5 days or more

What type of accommodation did you stay in during your trip to Ljubljana?

- Hotel
- Bed and Breakfast
- AirBnB
- Private Home / Apartment
- Hostel
- Camping
- Friends/family
- Other (please specify)

During a three-day international meeting, how much money would you usually spend on the following?

	0	€50-100	€100-200	€200-300	€300 - 400	€400 - 500	€500 - 600	€More than 600€
Registration fee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transport to destination	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overnight accommodation at the conference	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Food and drink	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shopping and gifts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Local transport at destination	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Day trips or post conference tours	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evening events and entertainment	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

During your meeting in Ljubljana, how much money have you spent/will you spend on the following?

	Please specify
Registration fee	<input type="text"/>
Transport to destination	<input type="text"/>
Overnight accommodation at the conference	<input type="text"/>
Food and drink	<input type="text"/>
Shopping and gifts	<input type="text"/>
Local transport at destination	<input type="text"/>
Day trips or post conference tours	<input type="text"/>
Evening events and entertainment	<input type="text"/>
Culture	<input type="text"/>

Where are the meetings you attend usually held?

- Convention centre
- Hotel
- Special venue
- Company headquarters
- University or school building
- Other (please specify)

At the meeting you just attended, did you participate as a:

- Registered delegate
- Exhibitor
- Presenter / Speaker
- Other (please specify)

Have you ever attended a meeting in Slovenia before or is it your first time?

- I have
- It's my first time

Are you interested to attend a meeting held in countries of South-East Europe in the future?

- Yes, I'm interested
- No, I'm not interested

How many meetings are you planning to attend in our region in the future?

- Less
- More
- The same

How would you evaluate the meeting you attended?

- Better than expected
- Worse than expected
- As expected

How would you rate the following segments of your experience in Ljubljana?

Question instructions: 1 (completely unsatisfied) 5 (very satisfied)

	1	2	3	4	5
Conference venue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Staff	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Destination accessibility	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Overall cleanliness of Ljubljana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quality of accommodation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feeling of safety	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Friendliness of the locals	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Local cuisine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Shopping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Night life and entertainment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Value for money	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do you know that Ljubljana was European Green Capital in 2016?

- YES
- NO