



## **INNOCITÉ**

**KAKO OKREPITI KONKURENČNOST MALIH IN SREDNJIH  
MEST V VPLIVNEM OBMOČJU VELIKIH ALPSKIH URBANIH  
CENTROV**

## **MESTNO JEDRO KOPER IN POLOŽAJ DEJAVNOSTI V NJEM – STALIŠČA TRGOVCEV IN DRUGIH PONUDNIKOV STORITEV**

**UGOTOVITVE NA PODLAGI IZVEDENE ANKETE  
POROČILO 2. FAZE**

**Končni uporabnik: MO Koper**

**Izdelal: RRC Koper**

**Datum: Koper, november 2010**

## KAZALO

1. Uvod
2. Priprava in usklajitev vprašalnikov,
3. Podatkovne baze naslovov poslovnih prostorov iz registra nepremičnin;
4. Obdelava vprašalnikov
5. Povzetek ključnih ugotovitev na podlagi obdelave vprašalnika.

## 1. Uvod

Pričujoče 2.poročilo sodi v sklop raziskovalne naloge: Vloga mesta Koper ter funkcije mestnega središča Koper v čezmejnem omrežju naselij.

Celotna raziskovalna naloga obsega obdelavo naslednjih vprašanj:

- vlogo mesta Koper ter funkcije mestnega središča Koper v čezmejnem omrežju naselij,
- spremembe vloge mesta Koper v omrežju v preteklih desetih letih (s posebnim oziroma na odpiranje meje proti Trstu);
- vlogo mesta Koper kot nakupovalnega središča v širši čezmejni regiji,
- elementi privlačnosti mesta Koper,
- elementi ponudbe mestnega središča Koper, ki bi jih bilo potrebno izboljšati.

Poročilo prve faze naloge obsega področje Vloga mesta Koper v omrežju naselij čezmejne regije. Prva faza je obsegala naslednje aktivnosti:

- priprava in uskladitev vprašalnikov,
- distribucija in zbiranje vprašalnikov po šolah v regiji,
- obdelava vprašalnikov,
- priprava ugotovitev na podlagi obdelave vprašalnika.

Poročilo pričujoče druge faze obsega raziskavo stališč trgovcev in drugih ponudnikov storitev glede mestnega jedra Koper in položaja dejavnosti v njem. . V drugi fazi smo izvedli naslednje aktivnosti:

- priprava in uskladitev vprašalnikov,
- pridobitev podatkovne baze naslovov poslovnih prostorov iz registra nepremičnin;
- distribucija vprašalnikov vsem ponudnikom storitev in trgovcem,
- zbiranje vprašalnikov,
- obdelava vprašalnikov,
- povzetek ključnih ugotovitev na podlagi obdelave vprašalnika;

## Namen

Namen raziskave *Mestno jedro Koper in položaj dejavnosti v njem - stališča trgovcev in drugih ponudnikov storitev*, ki smo jo izvedli v drugi fazi raziskovalne naloge, je dvojen:

- raziskati, kakšno je mnenje trgovcev in ponudnikov storitev v mestnem jedru Koper glede položaja dejavnosti v mestnem jedru,
- med trgovci in drugimi podjetniki v mestnem središču promovirati oblike tesnejšega sodelovanja v okviru upravljanja z mestnim središčem – “town center managementa”.

## 2. Priprava in uskladitev vprašalnikov

Vprašalnik smo oblikovali tako, da vsebuje naslednje sklope vprašanj:

Splošni podatki:

- Ime gospodarske družbe, nslov sedeža oz. dislocirane poslovne enote in telefonska številka;
- Klasifikacija dejavnosti, vrsta trgovine/storitve (ali je gospodarska družba del večjega poslovnega sistema, franšizojemalec ali neodvisni poslovni subjekt);
- Št. zaposlenih poslovnem prostoru.

Sklop vprašanj, ki se nanaša na lokacijo in poslovni prostor, obsega vprašanja:

- o času/trajanju poslovanja na lokaciji;
- o lastništvu poslovnih prostorov,
- o najemnini,
- o površini poslovnega prostora,
- o zadovoljstvu oz. nezadovoljstvu ter razlogih,
- o želeni optimalni površini za dejavnost,
- o prihodnjih načrtih glede poslovnega prostora.

Sklop vprašanj, ki se nanaša na poslovanje, obsega vprašanja:

- o urniku poslovanja za stranke,
- o mesecih z največjim prometom,
- o dnevu v tednu z največjim prometom,
- o spremembah v poslovanju, ki so jih zaznali v zadnjem času ter razlogih,
- o pričakovanjih za bodočnost ter razlogih,
- o konkurenci.

Sklop vprašanj, ki se nanaša na stranke, obsega vprašanja:

- prevladujoči kategoriji strank,
- o izvoru strank,
- o najpogostejši porabi pri enem nakupu.

Sklop o mnenju trgovcev/ostalih ponudnikov storitev glede mestnega središča Koper kot nakupovalnem središču obsega vprašanja:

- o ustreznosti mestnega središča Koper z vidika kriterijev, po katerih kupci izbirajo kraj nakupovanja,
- o oceni razvoja trgovine/storitev v mestnem jedru v zadnjih desetih letih,
- o manjkajočih trgovinah v mestnem središču,
- o glavnih prednostih in pomanjkljivostih mestnega jedra Koper,
- o željenih dodatnih funkcijah,
- ob koncu so vprašani imeli možnost opisati še druge pripombe glede mestnega jedra, ki jih vprašanja niso zajela.

Ob pripravi vprašalnika smo se seznanili z izkušnjami podobnih raziskav, ki so dostopne na spletu. Za osnovo smo vzeli vprašalnik, ki je bil pripravljen za območje Craven district – West Berkshire Council. Vprašalnik smo prilagodili specifičnim ciljem naše ankete. Osnutek vprašalnika smo posredovali tudi partnerjem projekta Innocite in jih prosili za komentar oz. predloge za dopolnitve. Nekatere prispеле predloge smo upoštevali v končni obliki vprašalnika.

### 3. Podatkovne baze naslovov poslovnih prostorov iz registra nepremičnin;

#### 3.1. Vzorec anketirancev

V anketiranje so bili vključeni trgovci in ostali ponudniki storitev na območju mestnega jedra Koper.

#### 3.2. Podatki o poslovnih prostorih iz javnih evidenc

Pred pričetkom anketiranja smo identificirali poslovne prostore na območju mestnega jedra Koper ter z njimi povezane podatke s pomočjo podatkov iz javnih evidenc. Ta del naloge je po pogodbi opravil Geodetski inštitut Slovenije, ki je združil podatke o **naslovihi stavb** oz. delov stavb s podatki o **dejanski rabi delov stavb, površino in drugimi tehničnimi podatki** ter **lastnikom oz. najmenikom nepremičnine**. Za izvedbo naloge so bili uporabljeni podatki o naslovihi iz registra prostorskih enot ter podatki o nepremičninah iz registra nepremičnin (REN).

#### 3.3. Območje obdelave

Območje mestnega jedra Koper je bilo določeno z obodom ulic Pristaniška ulica, Vojkovo nabrežje, Kopalniško nabrežje ter ulicama Ulica Zore Perello, Ferrarska ulica.



Slika: geografski obseg območja.

Za izbrano območje je v registru prostorskih enot število ulic 108, število vseh hišnih števil pa 1245.

Na podlagi javnih evidenc je bilo za prvotno definirano območje obdelave identificiranih 242 poslovnih prostorov. Popis obsega poslovne prostore za naslednje kategorije dejavnosti:

- gostinska raba,
- upravna in pisarniška raba,

- trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti,
- raba splošnega družbenega pomena.

### 3.4. Preverjanje podatkov na terenu

Pri primerjanju dobljenih podatkov, dobljenih iz javnih evidenc, in terenskem ogledu smo ugotovili velika odstopanja. Pri določanju končnega vzorca anketirancev smo upoštevali tudi glavni fokus raziskave, to so trgovci, ponudniki storitev in gostinci/turistični akterji v starem mestnem jedru, ki ga opredeljujejo specifični prostorski pogoji . Zato smo:

- zmanjšali prvotno opredeljeno območje obravnave:

Iz območja smo izvzeli del med Vojkovo – Pristaniško in Ferrarsko – Zore Perello, saj se tu locirani poslovni prostori po svojih lokacijskih, gradbeno-tehničnih in ostalih značilnostih močno razlikujejo od poslovnih prostorov v starem mestnem jedru.

- v anketiranje smo vključili samo poslovne prostore (oz.njihove lastnike/najemnike) s trgovsko dejavnostjo, druge storitvene dejavnosti in gostinsko rabo.

Iz vzorca smo izvzeli poslovne prostore z upravno in pisarniško rabo ter rabo splošnega družbenega pomena.

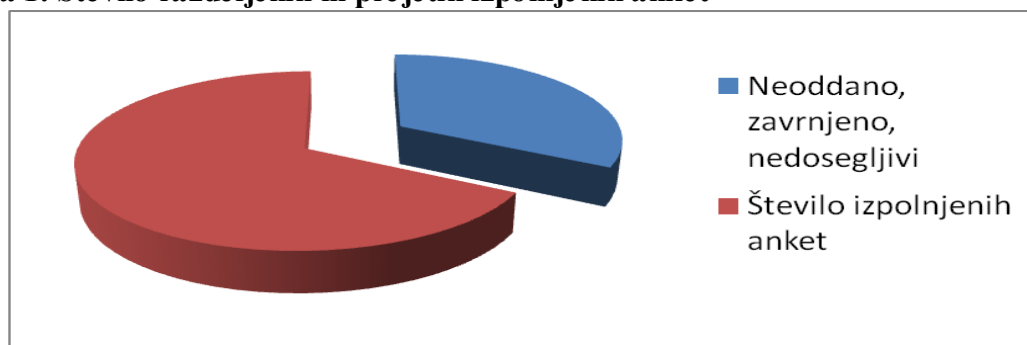
Na tako zmanjšanem območju in upošteva je samo poslovne prostore s trgovsko dejavnostjo, drugo storitveno dejavnostjo in gostinsko rabo, smo na podlagi terenskega ogleda identificirali 230 poslovnih prostorov. Seznam je v prilogi.

### 3.5. Število anketiranih

Od skupno identificiranih 230 poslovnih prostorov je bilo razdeljenih 189 anketnih vprašalnikov (dosegljivi lastniki ali najemniki poslovnih prostorov oz. njihovi zaposleni). Izpolnjenih smo prejeli 127 anketnih vprašalnikov.

	Abs.št.	%
Evidentirani naslovi	230	
Število razdeljenih vprašalnikov	189	100
Zavrnjeno, nedosegljivi	62	33
Število izpolnjenih anket	127	67

**Tabela 1: Število razdeljenih in prejetih izpolnjenih anket**



**Diagram 1: Število razdeljenih in prejetih izpolnjenih anket**

Od celotnega števila vrnjenih izpolnjenih anket je bilo nekaj manj od polovice (46,5%) tistih lastnikov/najemnikov, ki se ukvarjajo s trgovinsko dejavnostjo, tretjina (34,5%) s storitveno dejavnostjo (frizerstvo, čevljarstvo, zlatarstvo, steklarstvo, turizem,..) in 16 % z gostinstvom.

Deleža trgovine in storitev se prepletata, saj se kar nekaj trgovcev ukvarja tudi s storitveno dejavnostjo in obratno.

	Abs.št.	%
Trgovina	59	46,5
Storitve	43	34,5
Gostinstvo	21	16
Ostalo	4	3
Skupaj	127	100

Tabela 2: Deleži poslovalnic/podjetnikov, ki so vrnili izpolnjene ankete, po dejavnosti

Med tistimi, ki so vrnili izpolnjene ankete, je bilo 73,22 % neodvisnih gospodarskih subjektov, 13,38 subjektov, ki so del slovenskega poslovnega sistema, 7 imetnikov franšize (5,51%) ter 2 subjekta, ki sta del tujeega poslovnega sistema..

	Abs. Št.	%
Del tujeega poslovnega sistema	2	1,57
Neodvisni subjekt	93	73,22
Del slovenskega poslovnega sistema	17	13,38
Imetnik franšize	7	5,51
Skupaj odgovorov	119	
Drugo, neodgovorjeno	8	6,29
Skupaj	127	100

Tabela 3: Delež poslovalnic po statusu

#### 4. Obdelava vprašalnikov

Kot že rečeno, so bila anketna vprašanja razvrščena v naslednje sklope:

- Sklop vprašanj, ki se nanaša na lokacijo in poslovni prostor,
- Sklop vprašanj, ki se nanaša na poslovanje,
- Sklop vprašanj, ki se nanaša na stranke,
- Sklop o mnenju trgovcev/ostalnih ponudnikov storitev glede mestnega središča Koper kot nakupovalnega središča.

#### 4.1.LOKACIJA, POSLOVNI PROSTOR

##### Kako dolgo vaše podjetje zaseda poslovne prostore na tej lokaciji?

Približno polovica podjetij, ki so odgovorili na anketo, v središču Koperja posluje že več kot deset let (44%), cca. 21% tu deluje med 2-5 leti, cca.5% 1-2 leti in 8,66% manj kot eno leto.

	Abs.št.	%
Manj kot 1 leto	11	8,66
1-2 leti	6	4,72
2-5 let	27	21,26
5-10 let	27	21,26
10-20 let	27	21,26
Nad 20 let	29	22,83
	127	100

Tabela 4: Dolžina poslovanja na sedanji lokaciji

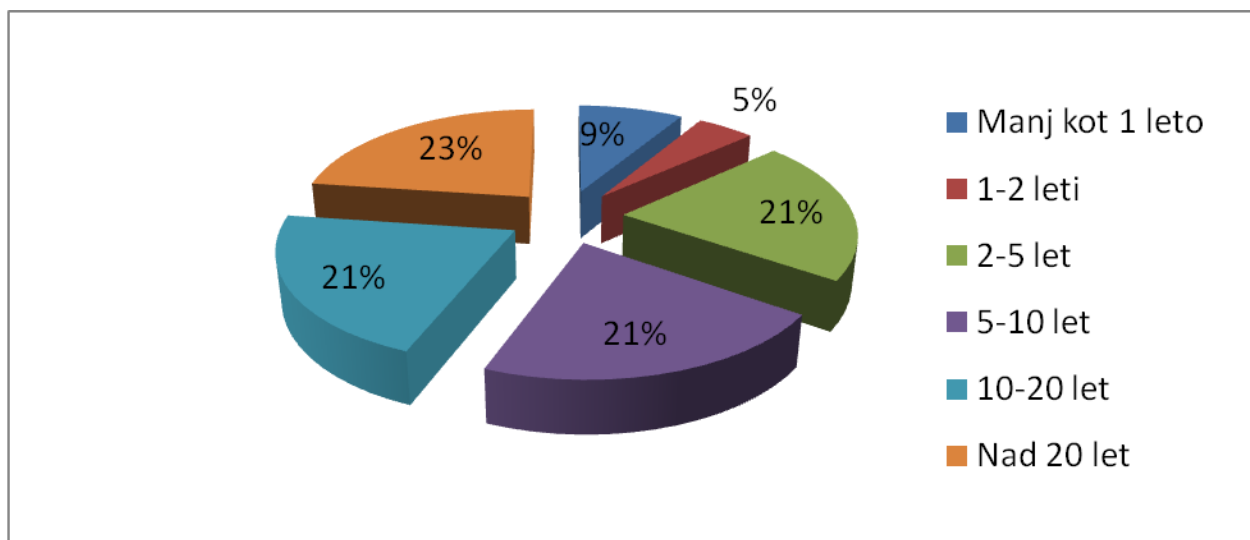


Diagram 2: Dolžina poslovanja na sedanji lokaciji (n=127)

Odgovori nakazujejo relativno stalnost v poslovanju, kar je lahko prednost, saj omogoča vzpostavitev osebnejšega odnosa do kupca/stranke, večjo prilagojenost potrebam prebivalstva in vzpostavitev nišne ponudbe, za razliko od velikih nakupovalnih centrov na obrobju, ki gradijo svojo konkurenčnost na drugih primerjalnih prednostih.



### Kdo je lastnik poslovnih prostorov, ki jih uporabljate?

Prostori so last podjetja, ki opravlja dejavnost	31	24,4%
Prostori so v najemu (last občine)	41	32,3%
Prostori so v najemu (ostali)	53	41,7%
Neodgovorjeno	2	1,6%
Skupaj	127	100,0

Tabela 5: Lastništvo poslovnih prostorov

Večina respondentov posluje v najetih poslovnih prostorih (približno tretjina v lasti občine in 41 % ostalih najemodajalcev), približno četrtina jih posluje v lastnih poslovnih prostorih. Podatki kažejo na pomemben delež lastnine MO Koper, kar pomeni, da ima občina lahko tudi preko lastništva pomemben vpliv na dogajanje.

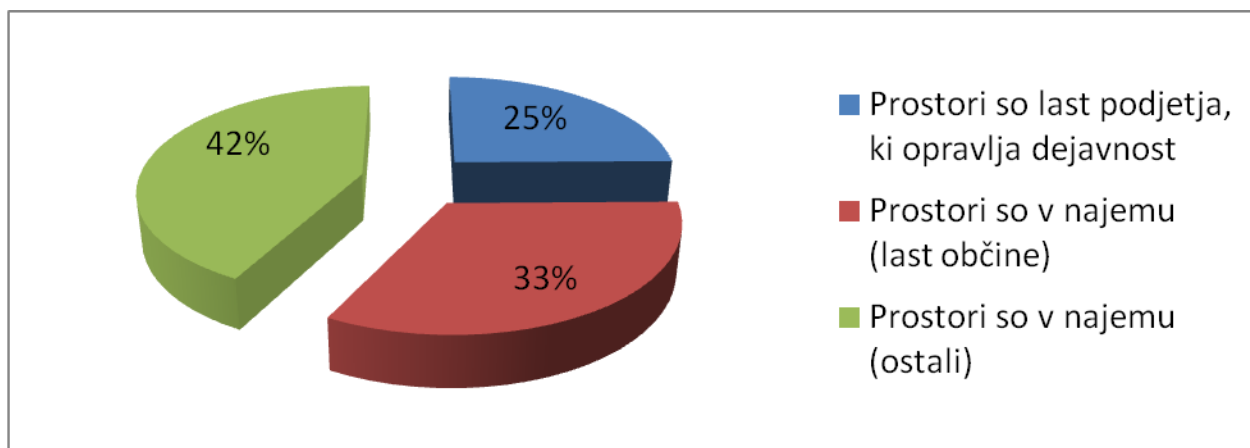


Diagram 3: Lastništvo poslovnih prostorov (n=125)

### Kolikšno najemnino plačujete mesečno?

Manj kot 5 EUR/m <sup>2</sup>	5	3,93%
5-10 EUR/m <sup>2</sup>	25	19,68%
11-15 EUR/m <sup>2</sup>	26	20,47%
16-20 EUR/m <sup>2</sup>	5	3,93%
21-25 EUR/m <sup>2</sup>	0	
26-35 EUR/m <sup>2</sup>	7	5,51%
35-50 EUR/m <sup>2</sup>	0	
Nad 51 EUR/m <sup>2</sup>	4	3,14%
Ni odgovora	55	43,30%
Skupaj	127	100,00%

Tabela 6: Višina najemnine za poslovni prostor

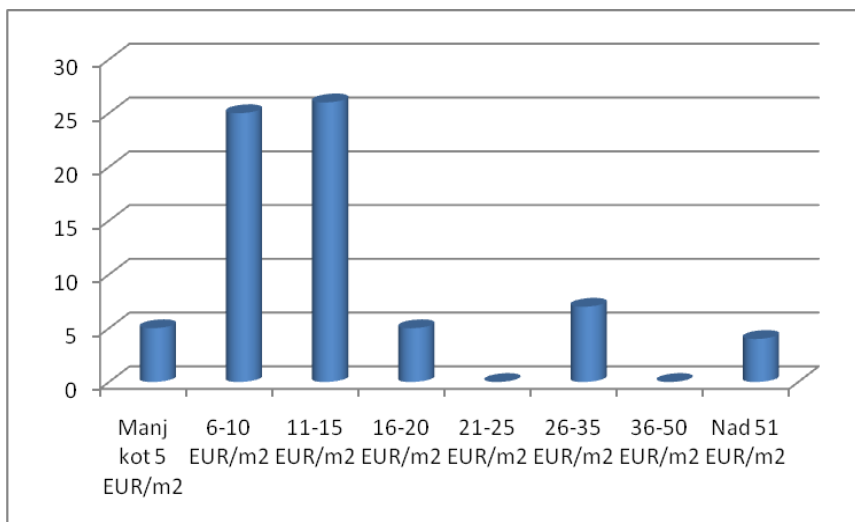


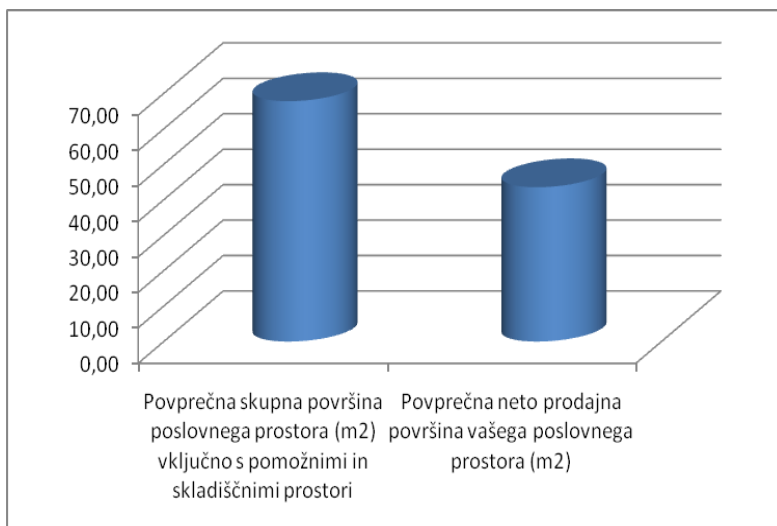
Diagram 4: Višina najemnine za poslovni prostor (n=72)

Na vprašanje o višini najemnine približno polovica vprašanih ni želela odgovoriti, kar je razumljivo, saj je lahko podatek poslovno občutljiv. Če upoštevamo vse prejete ankete (127), jih največ, to je nekaj več kot 20%, plačuje najemnino med 11 in 15 eur/m2 mesečno, nekaj manj kot 20% pa med 5-10 eur/m2. Višje najemnine plačuje le nekaj respondentov. Če pa upoštevamo samo tiste, ki so na to vprašanje odgovorili, je delež tistih, ki plačuje najemnino med 11 in 15 eur/m2 mesečno, 36,1%, delež tistih z najemnino med 5-10 eur/m2 34,7%. Skupaj predstavljata ti kategoriji 70,8%.

**Kolikšna je skupna površina poslovnega prostora (m<sup>2</sup>)? (vključno s pomožnimi in skladiščnimi prostori). Kolikšna je neto prodajna površina vašega poslovnega prostora (m<sup>2</sup>)?**

<b>Površina posl.prostora+pomožni pros. In skladišče (m<sup>2</sup>)</b>	<b>69</b>
--	-----------

<b>neto prodajna površina poslovnega prostora (m<sup>2</sup>)</b>	<b>44</b>
---	-----------



Povprečna skupna površina poslovnega prostora (m2) vključno s pomožnimi in skladiščnimi prostori	67,82
Povprečna neto prodajna površina vašega poslovnega prostora (m2)	43,54

Anketiranci, ki so nam vrnilo izpolnjen anketni list, poslujejo v poslovnem prostoru s povprečno površino 69m<sup>2</sup>, vključno s pomožnimi in skladiščnimi prostori. Povprečna neto prodajna površina poslovnega prostora je nekaj manj kot 44m<sup>2</sup>.

#### Ali ste zadovoljni z vašo trenutno namestitvijo/lokacijo?

<b>Da</b>	84	66,14%
<b>Ne</b>	27	21,26%
<b>da in ne</b>	16	12,60%
	127	100,00%

Tabela 7: Zadovoljstvo s trenutno lokacijo

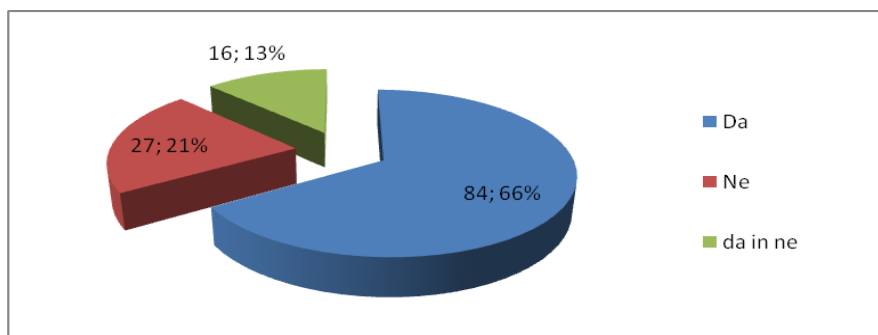


Diagram 5: Zadovoljstvo s trenutno lokacijo (n=127)

Večina respondentov (okrog 2/3) je zadovoljni z lokacijo, na kateri poslujejo. Odstopajo samo tisti, ki poslujejo na Kidričevi ulici, ki so z lokacijo v večini nezadovoljni.

## Ali ste zadovoljni z vašo trenutno namestitvijo/lokacijo po nekaterih glavnih ulicah?

	Zadovoljni	Nezadovoljni	Da in NE	
Pristaniška	16	2		18
Kidričeva	5	5	3	13
Čevljarska	20	3	0	23
Župančičeva	7	2	2	11
Ostalo	35	15	11	61
Skupaj	84	27	16	127

Tabela 8: Zadovoljstvo z lokacijo po nekaterih ulicah

Pregled odgovorov v glede zadovoljstva respondentov z lokacijo v posameznih ulicah pokaže naslednjo sliko:

- poslovneži so najbolj zadovoljni z lokacijama na Pristaniški (88,8%) in na Čevljarski ulici (87% zadovoljnih),
- na Župančičevi ulici je zadovoljnih 63,6%, deloma zadovoljnih je 18,2%, enak delež je nezadovoljnih,
- več kot polovica (57,4%) je zadovoljnih tudi na ostalih ulicah v starem mestnem jedru, ki v tabeli niso poimensko našteje, deloma zadovoljnih je 18% in nezadovoljnih je 24,6%.
- Kidričeva ulica odstopa : samo 38,5% je zadovoljnih, enak delež je nezadovoljnih, preostali so deloma zadovoljni/nezadovoljni.

## Ali imate v roku naslednjih 5 let načrte za naložbe v poslovne prostore (obnova zunanosti, preureditev notranosti, zamenjava pohištva in opreme)?

DA	NE	Ni odgovora	Skupaj
44	40	43	127

Tabela 9: Načrti za naložbe v poslovne prostore

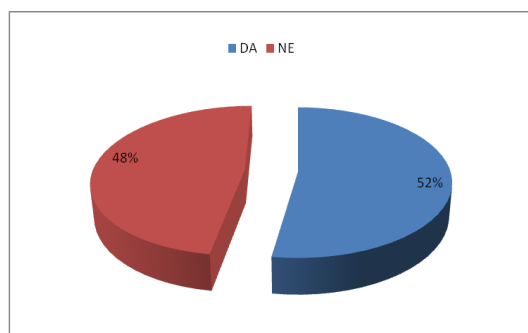


Diagram 6: Načrti za naložbe v poslovne prostore (n=88)

Na vprašanje o naložbenih načrtih v naslednjih petih letih je odgovorilo dve tretjini tistih, ki so vrnili izpolnjeno anketo. Približno tretjina jih načrtuje v navedenem obdobju naložbe, približno tretjina pa ne.

Med tistimi, ki v naslednjih petih letih načrtujejo naložbe (44 odgovorov), so bili omenjeni naslednji načrtovani posegi:

- samo zunanost lokala namerava prenoviti 1 respondent,
- zunanost in notranost namerava prenoviti/preurediti 12 respondentov,
- samo notranost, skupaj s pohištvo in opremo 15,
- pohištvo in opremo 7 ter
- drugo (beljenje, manjša dela) 9 respondentov.

Med tistimi, ki ne načrtujejo naložb, prevladujejo razlogi, kot so “lokal je bil prenovljen pred kratkim”, dva respondenta pa navajata “gospodarsko krizo”. Med drugimi razlogi najdemo še selitev na drugo lokacijo, odhod v pokoj, iskanje lokala na drugi lokaciji.

**Ali pričakujete katero od spodaj navedenih sprememb za vaše podjetje v nekaj naslednjih letih:**

	Št.	%
Širitev v sedanjih prostorih	14	11,02
Širitev na drugo lokacijo v mestnem jedru	17	13,3
Širitev na drugo lokacijo v MO Koper	17	13,3
Premestitev na drugo lokacijo v mestnem središču	11	8,7
Preselitev na drugo lokacijo na območju MO Koper	7	5,5
Zmajšanje površin na sedanji lokaciji	1	0,7
Zaprte, opustitev sedanje lokacije	8	6,3
Drugo (prosim naštejte)	2	1,6
Brez odgovora	50	39,4
Skupaj	127	100,00

Tabela 10: Pričakovane/načrtovane spremembe v zvezi z lokacijo

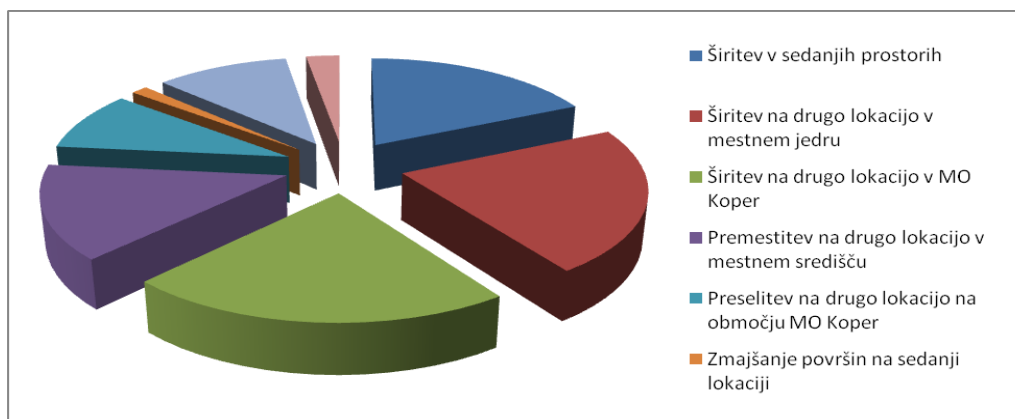


Diagram 7: Pričakovane/načrtovane spremembe v zvezi z lokacijo (n=77)

Na vprašanje je odgovorilo okrog 60 odstotkov tistih, ki so vrnilo izpolnjene ankete. Večina jih pričakuje spremembe, kot so širitev na drugo lokacijo v mestnem jedru (13,3%) ali na drugo lokacijo v mestnem jedru (13,3%), sledi širitev na sedanji lokaciji (11,02%), pa premestitev na drugo lokacijo v mestnem središču (8,7%). O zaprtju dejavnosti ali opustitvi sedanje lokacije razmišlja 6,3% respondentov, 5,5% pa o selitvi na drugo lokacijo v MO Koper.

#### 4.2. POSLOVANJE

##### Ali imate kateri dan v tednu obratovalnico zaprto?

<b>SOBOTA</b>	<b>NEDELJA IN PRAZNIKI</b>	<b>NI ODGOVORA</b>	<b>Skupaj</b>
15	91	21	127

Tabela 11: Obratovalni čas

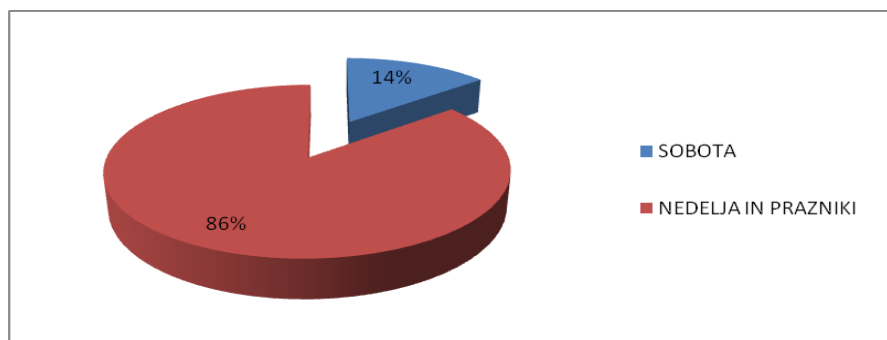


Diagram 8: Obratovalni čas (n=106)

Na vprašanje o urniku poslovanja je 71,6% respondentov odgovorilo, da ne poslujejo ob nedeljah in praznikih, dodatnih 11,8% pa ne posluje tudi ob sobotah. Med razlogi, zakaj ne poslujejo od navedenih dneh, večina navaja malo prometa zaradi majhnega pretoka ljudi, manjšina izpostavlja potrebo po prostem dnevu oz. počitku.

Iz navedenih odgovorov je mogoče sklepati, da bi bil vsaj del anketirancev pripravljen poslovati tudi ob vikendih in praznikih, če bi bilo seveda dovolj prometa oz. ljudi, ki bi to poslovno opravičevali. Podatek je zanimiv glede na to, da planirani obiski potniških ladij v 2011 (tudi ob nedeljah) odpira vprašanje odprtja trgovin tudi ob nedeljah.

##### Urniki poslovalnice

<b>OD 7 – 21</b>	<b>DELJEN URNIK</b>	<b>NI ODGOVORA</b>	<b>SKUPAJ</b>	
84	18	25	127	Abs.
66,14	14,17	19,68	100	%

Tabela 12: Urnik poslovalnic

Dve tretjini respondentov posluje cel dan, brez opoldanske prekinitve. Deljen urnik ima približno 14% respondentov. Ob sobotah posluje 30 poslovalnic, ob nedeljah dodatne 3. Med tistimi poslovalnicami, ki poslujejo neprekinjeno, jih večina prične z delom med 8.00 in 9.00 uro in zaključi ob 19.00. Manjši del prične z delom ob 6.30 ali 7.30 (po 4 poslovalnice), več ob 7.00 (17).

Med tistimi, ki poslujejo ob sobotah, jih večina prične z delom med 8.00 in 9.00 uro in zaključi med 12.00 in 13.00 uro. Po tej uri jih obratuje zanemarljivo malo (5 od tistih, ki so na vprašanje odgovorili).

### V katerih mesecih imate največ prometa?

<b>Januar</b>	<b>23</b>
<b>Februar</b>	<b>16</b>
<b>Marec</b>	<b>31</b>
<b>April</b>	<b>38</b>
<b>Maj</b>	<b>55</b>
<b>Junij</b>	<b>49</b>
<b>Julij</b>	<b>51</b>
<b>Avgust</b>	<b>41</b>
<b>September</b>	<b>42</b>
<b>Oktober</b>	<b>35</b>
<b>November</b>	<b>34</b>
<b>December</b>	<b>47</b>

Tabela 13: Meseci z največjim prometom

Nekateri respondenti so obkrožili več mesecev z največjim prometom, tako da je vsota odgovorov višja od 127, kolikor je vrnjenih anket z odgovori. Enako je glede vprašanja o dnevih v tednu z največjim prometom (vprašanje 10).

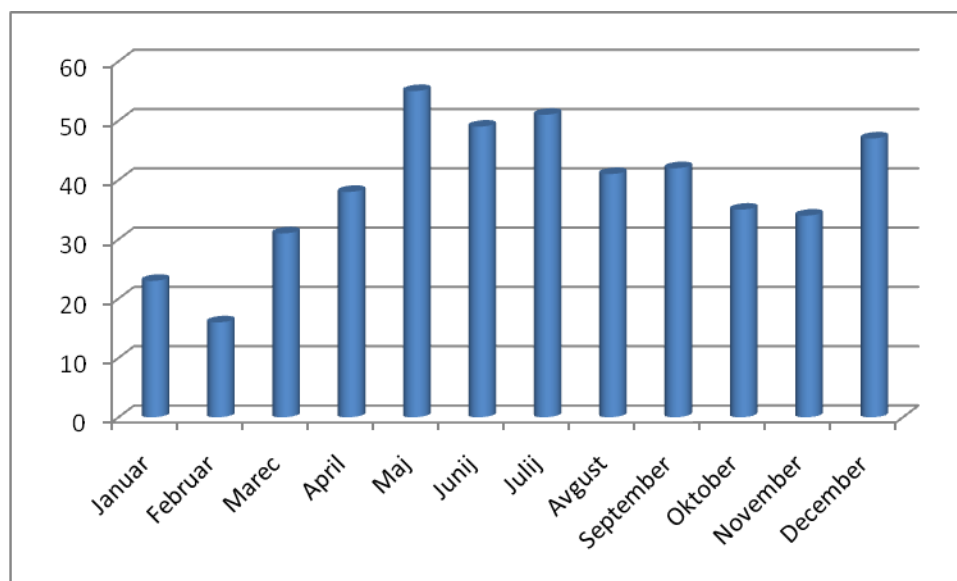


Diagram 9: Meseci z največjim prometom

Iz odgovorov razberemo, da so v poslovnem smislu najbolj uspešni poletni meseci (maj-september) ter december, najmanj uspešni pa januar-februar in oktober-november

### Katere dneve v tednu imate največ prometa?

Ponedeljek	39
Torek	23
Sreda	34
Četrtek	28
Petek	43
Sobota	16
Nedelja	5
Različno	7

Tabela 14: Dnevi v tednu z največjim prometom

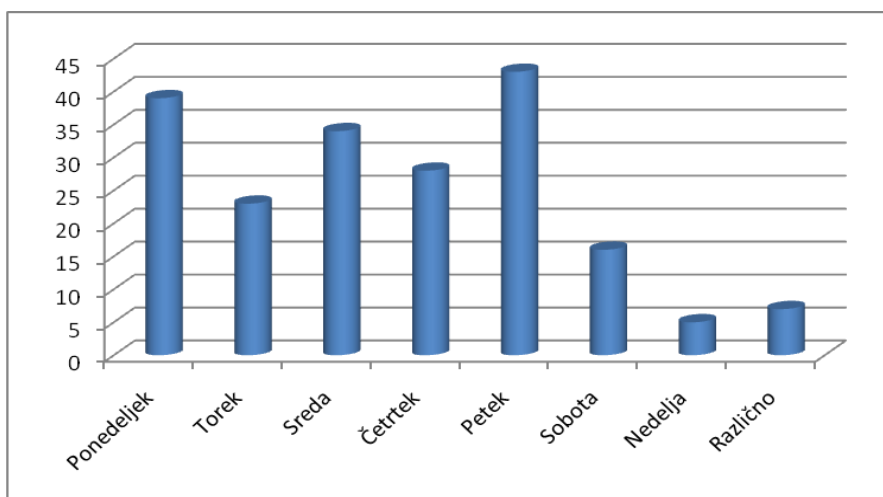


Diagram 10: Dnevi v tednu z največjim prometom

Glede na dneve v tednu vprašani največ prometa realizirajo ob petkih, ponedeljkih in sredah. Manjšina respondentov ne opazi večjih razlik v prometu med posameznimi dnevi (7 odgovorov).

### Ali vaše podjetje v zadnjem času posluje boljše, slabše ali enako kot v preteklosti? (Obkrožite številke od 0 – 5, pri čemer 0 pomeni “brez spremembe”, 1 pomeni “rahlo spremembo”, 5 pomeni “močno spremembo”).

Odgovore prikazujemo v dveh kategorijah: kategoriji tistih, ki so svoje poslovanje ocenili z “podjetje v zadnjem času posluje bolje” in kategorijo tistih, ki so svoje poslovanje ocenili z “podjetje v zadnjem času posluje slabše”. Skupaj je na vprašanje odgovorilo vseh 127 anketirancev, ki so vrnili ankete.

Prevladujejo tisti, ki so svoje poslovanje ocenili z “podjetje v zadnjem času posluje slabše” – 65 odgovorov (51,4%), spremembe na bolje zaznava 31 vprašanih (24,4%). Tistih, ki v poslovanju ne zaznava sprememb, je tudi 31 (24,4%).



<b>Sprememba na bolje</b>	Abs. število	%	<b>Sprememba na slabše</b>	Abs št.	%
Brez sprememb	(31)	(24,4)	Brez sprememb	(31)	(24,4)
Rahla sprememba	7	5,5	Rahla sprememba	11	8,6
2	4	3,1	2	14	11,00
3	9	7,0	3	15	11,8
4	5	3,9	4	12	9,4
Močna sprememba	6	4,7	Močna sprememba	13	10,00
<b>Skupaj pozit.</b>	<b>31</b>	<b>24,4</b>	<b>Skupaj negat.</b>	<b>65</b>	<b>51,4</b>
Skupaj vsi	127	100	127	127	100

Tabela 15: Spremembe v poslovanju v zadnjem času

Med tistimi, ki zaznavajo spremembe na bolje, je približno enakomerno porazdeljeno število tistih, ki zaznavajo "rahle spremembe" in tistih, ki zaznavajo "močne spremembe". Enakomerno so porazdeljeni tudi odgovori tistih, ki zaznavajo spremembe na slabše.

**Če ste doživeli spremembe v prometu v zadnjem obdobju, navedite razloge.**

<b>Spremembe na slabše</b>	Abs. št.	%
Splošna kriza	78	61,4
Kriza dejavnosti, s katero se ukvarjam	18	14,2
Skupaj	96	
<b>Spremembe na boljše</b>		
Sprememba interesa na lokalnem tržišču	5	3,9
Razširjena ponudba, spremenjena ponudba	12	9,4
Dodatno oglaševanje	5	3,9
Skupaj	31	

Tabela 16: Razlogi za spremembe v prometu v zadnjem obdobju

Med tistimi, ki spremembe ocenjujejo kot spremembe na slabše (skupaj s tistimi, ki ne zaznajo sprememb), prevladuje ocena, da je za to kriva splošna kriza, manjši (14,2%) delež meni, da je vzrok kriza dejavnosti, s katero se ukvarjajo.

Med tistimi, ki spremembe ocenjujejo kot spremembe na boljše, prevladuje ocena, da je za to vzrok razširjena in spremenjena ponudba (9,4%) delež tistih, ki menijo, da so k uspehu pripomoglo dodatno oglaševanje in sprememba na lokalnem tržišču je enak (3,9%).

**Anketiranci so imeli možnost, da poleg ponujenih navedejo še dodatne razloge za spremembe poslovanja na slabše ali na boljše.**

**Navedeni razlogi za spremembe poslovanja na slabše:**

- Konkurenca nakupovalnih centrov,
- slaba lokacija in kapaciteta lokala,
- mrtvilo v mestu, premalo živahno mestno jedro,
- zaprt dostop, spremenjeni prometni režim, ukinitvev parkiranja in prepoved ustavljanja na Vojkovem nabrežju;
- konkurenca,
- nerazumevanje dejavnosti s strani mok-a,
- gradbena dela ki so se izvajala okoli lokacije poslovalnice,
- administrativne omejitve pri urejanju lokala (ureditev terase);

**Navedeni razlogi za spremembe poslovanja na boljše:**

- urejenost promenade,
- prijaznost osebja,
- trud zaposlenih,
- uvedba subvencij za preharano šolajoče se mladine,

**Kakšna so vaša pričakovanja za trgovanje v prihodnjih dveh letih?**

Večina vprašanih pričakuje v prihodnjih dveh letih izboljšanje poslovanja (52%), sledijo tisti, ki ne pričakujejo sprememb (28,0%), v manjšini so pesimisti – tisti, ki pričakujejo poslabšanje (12,6,%).

	Abs. št.	%
Izboljšanje	66	52,0
Brez sprememb	36	28,3
Poslabšanje	16	12,6
Brez odgovora	9	7,0
Skupaj	127	100,00

Tabela 17: Pričakovanja za trgovanje v prihodnjih dveh letih

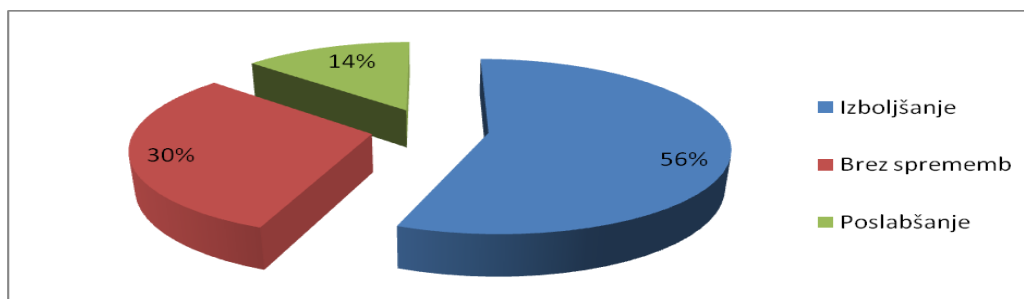


Diagram 11: Pričakovanja za trgovanje v prihodnjih dveh letih

## **Če pričakujete spremembe v poslovanju, kateri so razlogi za to ?**

Razloge oz. ukrepe, ki so jih anketiranci navajali kot razlog za pričakovano izboljšanje poslovanja v naslednjih letih, smo uvrstili v tri skupine: spremembe/ukrepi na ravni države, na ravni občine/mesta in na podjetniški ravni. Razveseljivo je, da so vprašani najpogosteje navajali ukrepe na podjetniški ravni, kar dokazuje, da se zanašajo predvsem nase in svojo podjetniško iniciativnost.

### **Spremembe na ravni države:**

- izboljšanje gospodarske situacije, prenehanje krize, upanje, da se bo kriza končala,
- izboljšanje splošne situacije in optimizem,
- izboljšanje plačilne discipline,
- povečanje kupne moči,

### **Spremembe na ravni mesta:**

- krepitev turistične prepoznavnosti Kopra,
- nadaljevanje urejanja starega mestnega jedra,
- odprtje/aktiviranje vseh zaprtih lokalov,
- oživljanje starega mestnega jedra, prireditve, organiziranje dogodkov tudi med tednom, ne samo med vikendi;
- večja frekvenca ljudi zaradi oživljanja mestnega jedra;
- prireditve, kot so veseli december, praznično vzdušje,
- zniževanje najemnin, subvencioniranje najemnin,

### **Spremembe na podjetniški ravni:**

- širitev ponudbe, večja razpoznavnost ponudbe, izboljšanje kakovosti storitev, rast števila zadovoljnih strank,
- novi proizvodni programi, tehnološka izpopolnjenost-nadgradnja;
- racionalizacija stroškov: povečano povpraševanje zaradi znižanja cen,
- izboljšanje načina dela,
- izboljšana ponudba, kvaliteta..
- utrjevanje odnosov s stalnimi strankami, privabljanje naključnih obiskovalcev, širjenje ponudbe,
- oglaševanje, konkurenčne cene,
- kvalitetnejša ponudba, hitrejši izvedba naročila, poštenost, prijaznost, točnost, urejenost,
- ureditev terase in s tem pridobitev in ohranitev strank,
- prizadevanje za krepitev privlačnosti,
- izboljšanje pričakujem, ker sem nov lastnik (prejšnji je bil na slabem glasu), in s prenov lokala, drugim načinom dela, boljšo ponudbo, pričakujem bistvene spremembe,
- večja prepoznavnost, uvedba dodatne dejavnosti oz. ponudbe,
- veliko investicij v novo opremo, marketing in stokovno osebje,
- obveščenost strank o novi lokaciji in izboljšani, razširjeni ponudbi,
- boljša ponudba, konkurenčne cene, strokovnost zaposlenih, kvalitetne usluge,
- večja ponudba, dodatno oglaševanje, nova infrastruktura, bogatejše dogajanje v mok,...
- izboljšanje prodajnega programa.

Med razlogi, ki lahko vodijo do nadaljevanja upada poslovanja oz. razvoja na slabše so anketiranci navajali:

**Širši razlogi:**

- krepitev oz. vztrajanje splošne krize,
- odpuščanje delavcev, prenizke plače, prenizke pokojnine, visoki stroški, prehitre podražitve v sorazmerju z rastjo plač,
- upad kupne moči prebivalstva, splošna kriza,
- kadilski zakon, internet (ljudje manj berejo revije),

**Razlogi na ravni mesta:**

- zaradi odpiranja novih trgovskih centrov ob robu mesta in možnost parkiranja, ki jih ti ponujajo,
- parkirni režim v mestu (v kolikor se MOK ne odloči za spremembo- večjo dostopnost do Vojkovega nabrežja, se bomo morali seliti na drugo lokacijo, ter s tem pričakujemo poslabšanje poslovanja)
- kriza in umiranje starega mestnega jedra,
- gradnja dveh novih nakupovalnih centrov, zaradi gradnje novega poslovno prodajnega centra - Levij grad bodo ukinili veliko parkirnišče, to pa pomeni dodaten upad prodaje,
- mestno jedro: slaba frekventnost, prazni poslovni prostori, zato se stanje poslabšuje,
- odprtje še drugih dveh nakupovalnih centrov,

**Kdo je vaša največja konkurenca?**

	Abs.št.	%
Nakupovalna središča	44	34,6
Podobna dejavnost z višjo kakovostjo	13	10,2
Ne opažam konkurentov na mojem področju	35	27,6
Drugo:	21	16,5
Neodgovorjeno	14	11,0
Skupaj	127	100,0

Tabela 18: Konkurenca

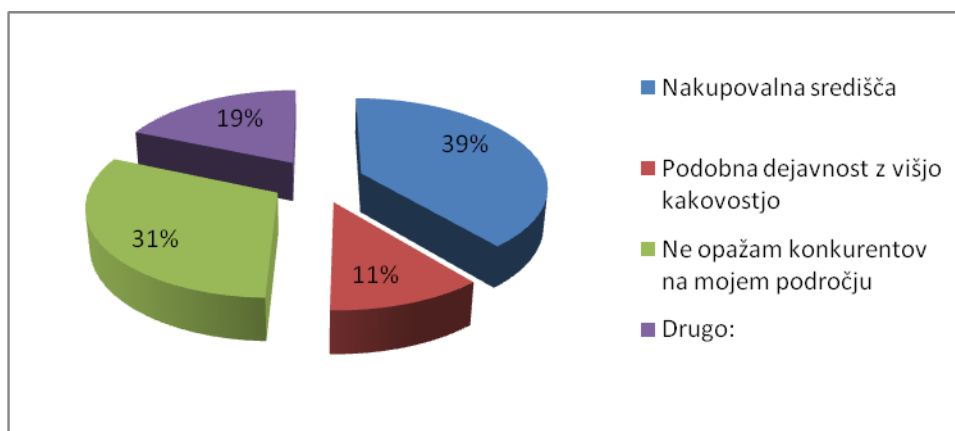


Diagram 12: Konkurenca (n=113)

Na vprašanje, kdo so glavni konkurenti poslovalnic v starem mestnem jedru, je na prvem mestu odgovor « nakupovalna središča » na obrobju mesta (34,6%). Visok delež je tudi tistih,

ki ne opažajo konkurentov na svojem področju, kar nakazuje na to, da ima staro mestno jedro izraženo identiteto tudi v poslovnem smislu. Sledi odgovor « podobna dejavnost z višjo kakovostjo » - 10,2 %.

### 4.3. STRANKE

#### Katera kategorija strank pri vašem poslovanju prevladuje

Vprašanje je zastavljeno tako, da se je možno odločiti za več odgovorov, zato seštevek odgovorov presega število vrnjenih anket (127).

	Abs.št.	%
Redne stranke	92	58
Občasne	20	13
Naključni obiskovalci - turisti	10	6
Vsi naštet	28	18
Ne vem	1	1
Vprašanje za dejavnost ni relevantno	7	4
	158	100

Tabela 19: Prevladujoča kategorija strank

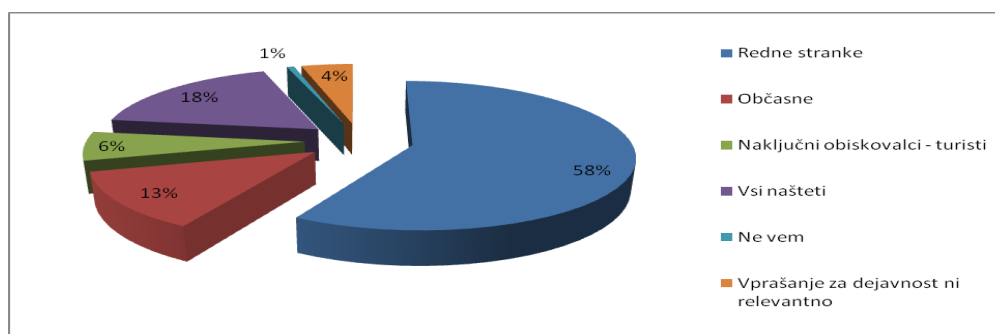


Diagram 13: Prevladujoča kategorija strank (n=158)

Med strankami prevladujejo redne stranke in odgovor “vsi naštet”. Preseneča nizek odstotek kategorije “naključni obiskovalci – turisti”, kar nakazuje, da je na tem področju v povezavi z večjim obiskom turistov s potniških ladij še veliko prostora za izboljšave oz. prilagoditev in širitev ponudbe.

#### Koliko so vaše najpogostejše stranke stare?

Tudi to vprašanje je bilo zastavljeno tako, da se je bilo možno odločiti za več odgovorov, zato seštevek odgovorov presega število vrnjenih anket (127).

	Abs.št.	%
Pod 30 let	30	20,4
30 – 60 let	86	58,1
Nad 60 let	10	6,7
Vprašanje za dejavnost ni relevantno	22	14,8
	148	100,00

Tabela 20: Starost najpogostejših strank

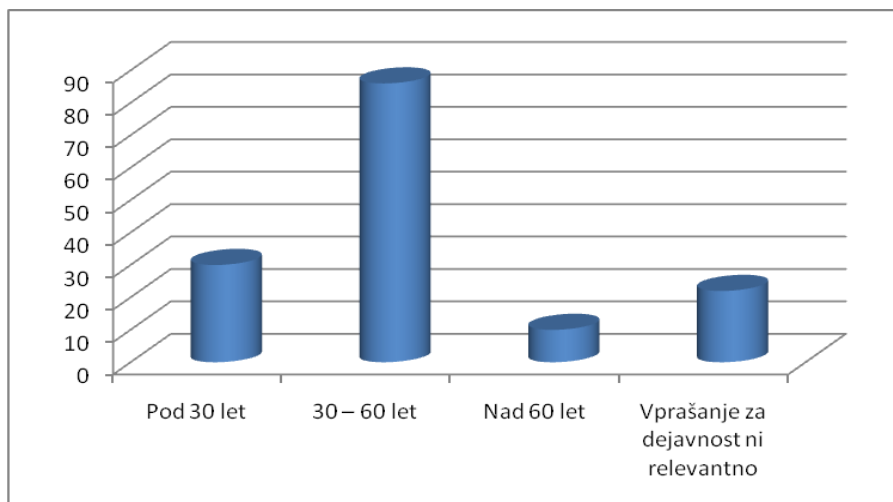


Diagram 14: Starost najpogostejših strank (n=148)

Iz anket je razvidno, da prevladujejo stranke v starostni kategorijo med 30 – 60 let. Tudi mladi do 30 let predstavljajo znaten delež strank, kar je posledica dejstva, da je Koper univerzitetno mesto. Najmanjši delež kupcev sodi v starostno kategorijo nad šestdeset let.

### Od kod prihajajo vaše stranke?

Tudi to vprašanje je bilo zastavljeno tako, da se je bilo možno odločiti za več odgovorov, zato seštevek odgovorov presega število vrnjenih anket (127).

	Abs. št.	%
Območje MO Koper	106	36
Območje drugih obalnih občin	81	28
Ostala Slovenija	52	18
Ostali - tujci	43	15
Vprašanje za dejavnost ni relevantno	10	3
Skupaj	292	100

Tabela 21: Poreklo strank (od kod prihajajo)

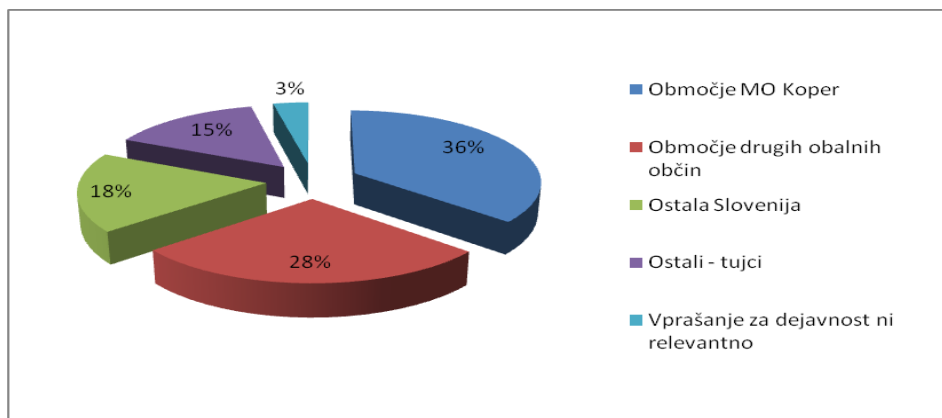


Diagram 15: Poreklo strank (od kod prihajajo) (n=292)

Odgovori nakazujejo na to, da večina kupcev prihaja z območja MO Koper (36% odgovorov), sledijo stranke z območja drugih obalnih občin (28%), nato tiste iz ostale Slovenije, najmanjši delež pa je tujcev (15% odgovorov).

Tudi ti odgovori nakazujejo na to, da je ponudba usmerjena predvsem na lokalno oz. regionalno – obalno populacijo, da pa je še veliko rezerve v širitvi vplivnega območja na sosednja območja in predvsem na turiste, v povezavi s pričakovano hitro rastjo turistov s potniških ladij.

#### Koliko vaši kupci najpogosteje porabijo pri enem nakupu?

	Abs. Št.	%
Manj kot 10 EUR	32	25,1
11 – 20 EUR	24	18,8
21 – 50 EUR	27	21,2
50 – 100 EUR	11	8,7
Nad 100 EUR	10	7,9
Drugo:	1	1
Vprašanje za dejavnost ni relevantno	22	17,3
	127	100,0

Tabela 22: Poraba ob enkratnem nakupu

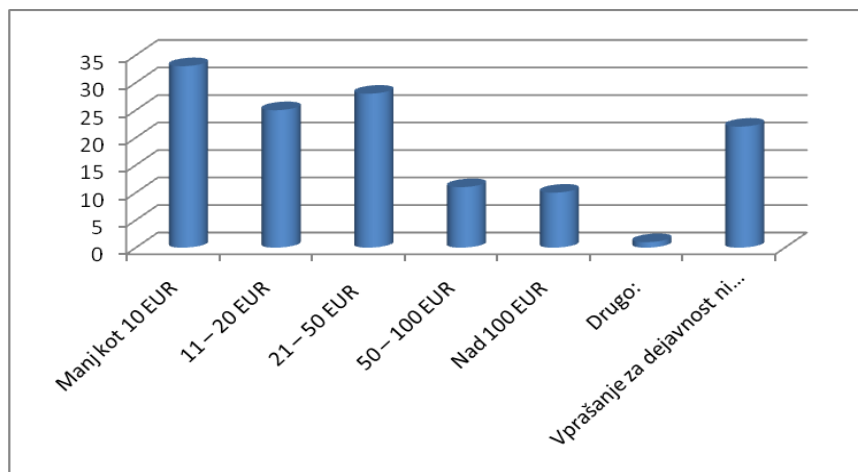


Diagram 16: Poraba ob enkratnem nakupu (n=127)

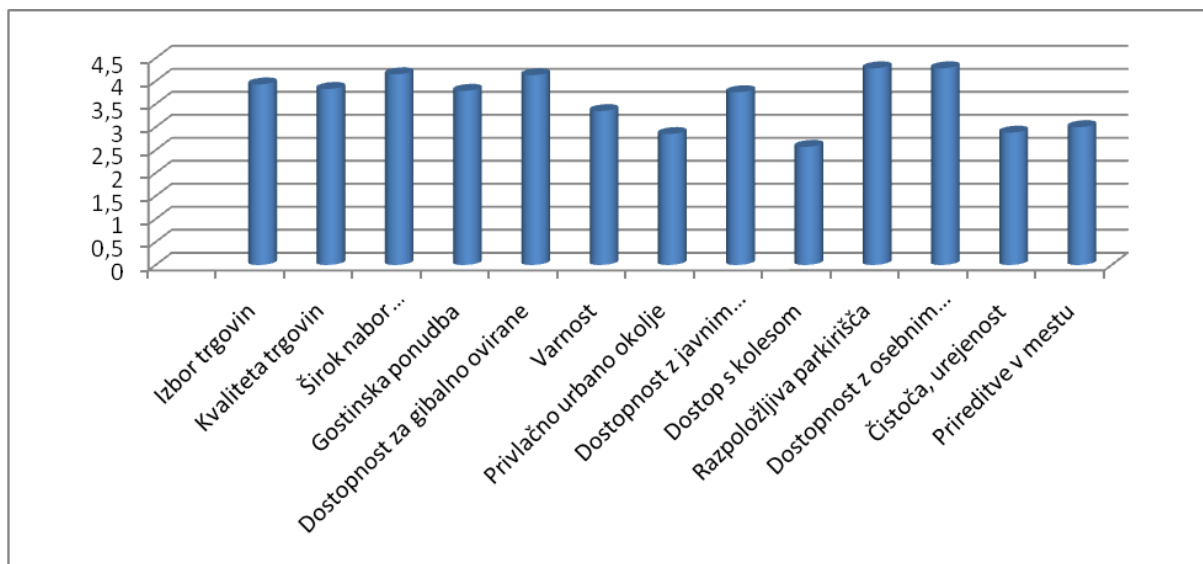
Prevladujejo kupci, ki pri enem nakupu porabijo manjše vsote. Največ je tistih v kategoriji do 10 eur (četrtnina odgovorov), skupaj s tistimi, ki porabijo med 11-20 eur je takih kar približno polovica. Tistih, ki navajajo, da kupci porabijo večje vsote (nad 50 eur), je skromnih 16,6 %.

#### 4.4. MESTNO SREDIŠČE KOPER KOT NAKUPOVALNO OBMOČJE

Spodaj so naštetne nekatere značilnosti, ki so pomembne pri odločanju kupcev pri izbiri kraja nakupovanja. Prosimo, ocenite ustreznost mestnega središča Kopa z vidika navedenih kriterijev.

Kriterij	Povprečna ocena
Dostop s kolesom	2,57
Privlačno urbano okolje	2,85
Čistoča, urejenost	2,88
Prireditve v mestu	3
Varnost	3,35
Dostopnost z javnim transportom	3,76
Gostinska ponudba	3,79
Kvaliteta trgovin	3,83
Izbor trgovin	3,93
Dostopnost za gibalno ovirane	4,13
Širok nabor aktivnosti/ponudbe poleg trgovin	4,15
Razpoložljiva parkirišča	4,28
Dostopnost z osebnim avtomobilom	4,28

Tabela 23: Elementi privlačnosti mestnega jedra za nakupovanje



Kriterij: 1 Odlično, 2 Zelo dobro, 3 Dobro, 4 Zadovoljivo, 5 Nezadovoljivo, slabo

Diagram 17: Elementi privlačnosti mestnega jedra za nakupovanje



Tabela kaže povprečne ocene, razvrščene po velikosti (nižja povprečna ocena pomeni boljšo oceno).

Trgovci najvišje vrednotijo dostopnost mesta za pešce in kolesarje, kar daje mestnemu središču značaj peš-cone, skupaj s privlačnim urbanim okoljem in čistočo v mestu ter prireditve v mestu in varnost.

Sledijo dostopnost z javnim transportom, gostinska ponudba, kvaliteta trgovin in izbor trgovin.

Najslabše so ocenjeni dostopnost za gibalno ovirane, nabor druge, netrgovske ponudbe. Najslabše so ocenjeni razpoložljivost parkirišč in dostopnost z osebnim avtomobilom.

### Kako ocenjujete razvoj trgovin/storitev v mestnem jedru v zadnjih 10. letih?

	NEGATIVNO	POZITIVNO	Neodgovorjeno	Skupaj
Abs. Št.	75	32	20	127
%	59,1	25,2	15,7	100,0

Tabela 24: Razvoj trgovin/storitev v zadnjih 10-ih letih

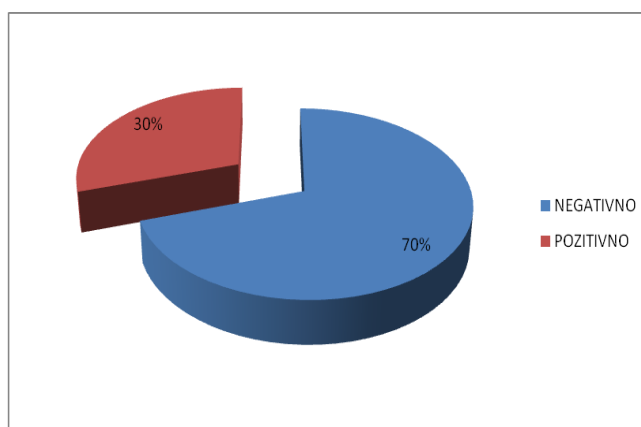


Diagram 18: Razvoj trgovin/storitev v zadnjih 10-ih letih (n=107)

Anketirani poslovneži so imeli možnost, da utemeljijo oz. navedejo podrobnejše razloge za svojo oceno. V nadaljevanju navajam obrazložitve :

Negativen razvoj v preteklih 10-ih letih:

- prazne trgovine in drugi poslovni prostori (11 odgovorov),
- nestalnost, preveč odpiranja in zapiranja trgovin (7 odgovorov),
- trgovski centri z večjo ponudbo (6 odgovorov)
- nizka kakovost, slaba izbira (6 odgovori),
- upad v ostalih dejavnostih,
- nobene dobre restavracije,
- preveč zlatarn,
- monotonost,
- premalo trgovin,
- previsoke najemnine, zato zaprte trgovine,
- Kidričeva ul. in vrata Muda precej zatišja

- opazno je opuščanje vseh vrst dejavnosti v mestnem jedru (2 odgovora)
- slab dostop, ni parkirišč,

Tisti, ki opažajo pozitiven razvoj v preteklih 10-ih letih, v opombah izpostavljajo naslednje:

- Boljša ponudba-trgovine..
- Izboljšanje, ampak še vedno bi morali oživeti še kakšno drugo ulico, ne samo promenade,
- vidi se napredek, potrebno bi bilo aktivirati prazne in neurejene poslovne prostore,
- Občutno izboljšanje; čeprav še vedno preveč praznih posl. prostorov in premalo razpisov za le te,
- Vedno večji napredek, vendar še vedno zaostanek za ostalimi evropskimi mesti,
- Mestno jedro je oživelo, odkar imamo gospoda Popoviča za župana,
- Veliko pozitivnih sprememb, ki jih lahko vsi opazimo,
- Dokaj v redu, vendar prevč enakih trgovin.

### **Katere vrste trgovin po vašem mnenju manjkajo v mestnem jedru?**

V mestne jedru manjkajo trgovine, ki bi zadovoljile želje in potrebe vsakdanjega življenja, pa tudi potrebe zahtevnejših kupcev.

Anketiranci so navedli mnogo različnih trgovin in dejavnosti, ki danes v mestu manjkajo. Njihove predloge smo razvrstili v naslednje skupine

#### **specializirane trgovine:**

butiki, čokoladnice, suvenirji, starinski izdelki, oblačila za starejše, za stare gospe-oblačila, otroška trgovina, papirnica, tradicionalni avtohtoni izdelki, cvetličarne, zeliščne lekarne,

#### **trgovine višjega cenovnega razreda**

kvalitetnejše trgovine, visoko kvalitetne prodajalne, trgovine priznanih znamk, evropske ali svetovne znamke srednjega razreda, trgovine z višjo kakovostjo oblačil, trgovine z italjanskimi čevlji, trgovine z višjim cenovnim razredom, višja kakovost, trgovine znanih blagovnih znamk, ki bi privlačile kupce nazaj v mestno jedro,

#### **velike trgovine - kot je bila Soča**

večji market (3 odgovori), ,

#### **tehnične trgovine**

železnina, bela tehnika, barve in laki, elektro material, drogerija, tehnične trgovine, mojstrske trgovine, orodje in oprema,

#### **prosti čas:**

športne, glasbene, trgovina elan, kolesarstvo, trgovina z ribiško opremo.

## živila

sadje in zelenjava,  
trgovine s tipičnimi istrskimi izdelki, kot so; olivno olje, med, sirarna, vinoteka,  
bio prehrana, jestvine, ribarnice,  
manjše pekarnice, trgovina z oljčnimi izdelki, bio prehrano, tartufi,  
trgovine z zelišči, bio pridelki.

## kavarne-slaščičarne, restavracije,

ribje restavracije, elitne kavarne, slaščičarne, restavracije višjega kakovostnega razreda,  
vinoteka.

## ponudba apartmajev in sob

### Kako ocenjujete vpliv tržnice na privlačnost mestnega jedra kot nakupovalnega območja?

Vpliv tržnice na privlačnost mestnega jedra kot nakupovalnega območja pozitivno vpliva na poslovanje ostalih dejavnosti.

	Abs. šte v.	%
Pozitiven – vpliv na poslovanje ostalih dejavnosti	82	64,7
Predstavlja konkurenco za ostale dejavnosti	6	4,7
Ni vpliva	29	22,8
Drugo (navedite):	4	3,1
Brez odgovora	6	4,7
Skupaj	127	100,0

Tabela 25: Vpliv tržnice na privlačnost mestnega jedra kot nakupovalnega območja

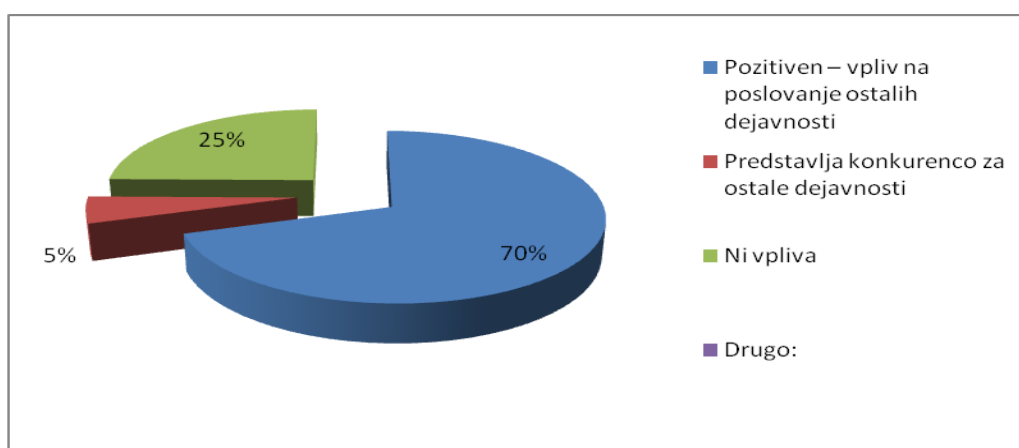


Diagram 19: Vpliv tržnice na privlačnost mestnega jedra kot nakupovalnega območja (n=121)

Anketiranci so navedli tudi naslednja mnenja glede vpliva tržnice:

- tržnica vpliva pozitivno samo za Pristaniško ulico, za ostale ulice ni nobenega vpliva;
- tržnica kot sama je potrebna, trgovine oz. poslopje tržnice je katastrofa; zastarelo, grdo, sivo, tudi ponudba trgovine ni zanimiva, kar nikakor ne pritegne;
- vpliv ima le neposredno območje okoli tržnice;
- bilo bi super da se občasno tržnica preseli na Titov trg, tako bi oživele določene ulice.

### **S poslovnega vidika, katere so po vašem mnenju glavne prednosti mestnega jedra Kopra?**

Glavne prednosti mestnega jedra Kopra so privlačno in čisto urbano okolje, varnost, mesto prijazno pešcem in kolesarjem, predvsem s svojo urbano strukturo (ozke srednjeveške ulice in trgi), in omejevalni režim prometa.

Velik pomen imajo prireditve v centru mesta, ki jih organizira predvsem TOC - TIC - Turistično informacijski center (Mestna občina Koper). To prispeva k mestni privlačnosti tudi s poslovnega vidika.

### **S poslovnega vidika, katere so po vašem mnenju glavne pomanjkljivosti mestnega jedra Kopra?**

Glavne pomanjkljivosti mestnega jedra Koper, je predvsem slaba dostopnost; težava pri dostavi trgovine, slabša dostopnost za kupce – pomanjkanje parkirnih mest, njihova neustrezna distribucija, slab javni prevoz in slaba dostopnost za invalide, ker zaradi nekaterih zgodovinskih značilnosti mesta Koper ni invalidnim osebam prijazno mesto.

Med drugim je velika pomanjkljivost zaprte trgovine/poslovni prostori; vzrok pojav novih nakupovalnih centrov v primestnem območju, zgrajenih v zadnjem desetletju, poskusi oživitve lokalov/trgovin – se pogosto hitro končajo, zaradi pomanjkanja podpore in močne konkurenčnosti trgovskih centrov. Kakovost trgovin upada, neuravnotežena struktura trgovin (preveč zlatarn, pomanjkanje številnih specializiranih trgovinah, npr. živilske trgovine, spominki, tipična trgovine z lokalnimi proizvodi itd) in pomanjkanje trgovin višje kakovost oblačil. Manjka atraktivnih programov, ki bi privabljali obiskovalce. Skromen izbor restavracij in drugih gostinskih uslug.

### **Katere izboljšave / dodatne funkcije bi radi videli v mestnem jedru Kopra?**

Anketiranci so prireditve ocenili kot eno ključnih prednosti mesta, predlagajo povečanje števila in raznovrstnost prireditev, tudi na drugih, manj izpostavljenih lokacijah v središču mesta.

Izboljšanje mestnega prometa, izgradnja novih parkirišč v bližini potencialno vitalnih delov mesta, vzpostavitev sistemov za alternativno dostavo.

### **Želite dodati še kakršne koli druge pripombe predloge glede mestnega jedra Kopra?**

Čeprav je bilo veliko narejenega za večjo privlačnost mesta, za prebivalce in turiste, je še vedno nekaj delov mesta, ki so relativno zanemarjeni. Revitalizacija teh delov bi lahko prineslo nove spodbude za razvoj dejavnosti.

## 5. Povzetek ključnih ugotovitev

### Podatki o poslovnih prostorih iz javnih evidenc (Register nepremičnin - REN)

Pri primerjanju dobljenih podatkov, dobljenih iz javnih evidenc, in terenskem ogledu smo ugotovili velika odstopanja v elementih: podatki o naslovih stavb oz. delov stavb, podatki o dejanski rabi delov stavb. Podatkov o površinah in drugih tehničnih podatkov ter o lastnikih oz. najmnikih nepremičnin sicer nismo preverjali, vendar se pojavlja dvom o stopnji zanesljivosti le-teh. V okviru naloge smo pripravili pregleden prikaz podatkov iz javnih evidenc (REN), kjer smo izpostavili nepremičnine v lasti MO Koper in jih posredovali občini v pregled in primerjanje z njihovimi evidencami.

### Vzorec

Na območju mestnega središča, ki ga omejujeta Vojkovo nabrežje in Pristaniška ulica in smo na podlagi terenskega ogleda identificirali poslovne prostore s trgovsko dejavnostjo, drugo storitveno dejavnostjo in gostinsko rabo, skupaj 230 poslovnih prostorov. Razdeljenih je bilo 189 anketnih vprašalnikov (dosegljivi lastniki ali najemniki poslovnih prostorov oz. njihovi zaposleni). Izpolnjenih smo prejeli 127 anketnih vprašalnikov.

	Abs.št.	%
Evidentirani naslovi	230	
Število razdeljenih vprašalnikov	189	100
Zavrnjeno, nedosegljivi	62	33
Število izpolnjenih anket	127	67

Od celotnega števila vrnjenih izpolnjenih anket je bilo nekaj manj od polovice (46,5%) tistih lastnikov/najemnikov, ki se ukvarjajo s trgovinsko dejavnostjo, tretjina (34,5%) s storitveno dejavnostjo (frizerstvo, čevljarstvo, zlatarstvo, steklarstvo, turizem,..) in 16 % z gostinstvom. Deleža trgovine in storitev se prepletata, saj se kar nekaj trgovcev ukvarja tudi s storitveno dejavnostjo in obratno.

Anketna vprašanja so bila razvrščena v naslednje sklope:

- Sklop vprašanj, ki se nanaša na lokacijo in poslovni prostor,
- Sklop vprašanj, ki se nanaša na poslovanje,
- Sklop vprašanj, ki se nanaša na stranke,
- Sklop o mnenju trgovcev/ostalnih ponudnikov storitev glede mestnega središča Koper kot nakupovalnega središča.

### Lokacija in poslovni prostor:

Dolžina poslovanja na sedanji lokaciji: Približno polovica podjetij, ki so odgovorili na anketo, v središču Kopa posluje že več kot deset let (44%), cca. 21% tu deluje med 2-5 leti, cca.5% 1-2 leti in 8,66% manj kot eno leto. Odgovori nakazujejo relativno stalnost v poslovanju, kar je lahko prednost, saj omogoča vzpostavitev osebnejšega odnosa do kupca/stranke, večjo prilagojenost potrebam prebivalstva in vzpostavitev nišne ponudbe, za razliko od velikih nakupovalnih centrov na obrobju, ki gradijo svojo konkurenčnost na drugih primerjalnih prednostih.

Večina respondentov posluje v najetih poslovnih prostorih (približno tretjina v lasti občine in 41 % ostalih najemodajalcev), približno četrtnina jih posluje v lastnih poslovnih prostorih.

Podatki kažejo na pomemben delež lastnine MO Koper, kar pomeni, da ima občina lahko tudi preko lastništva pomemben vzvod za vpliv na dogajanje.

Na vprašanje o višini najemnine približno polovica vprašanih ni želela odgovoriti, kar je razumljivo, saj je lahko podatek poslovno občutljiv. Če upoštevamo vse prejete ankete (127), jih največ, to je nekaj več kot 20%, plačuje najemnino med 11 in 15 eur/m<sup>2</sup> mesečno, nekaj manj kot 20% pa med 5-10 eur/m<sup>2</sup>. Višje najemnine plačuje le nekaj respondentov. Če pa upoštevamo samo tiste, ki so na to vprašanje odgovorili, je delež tistih, ki plačuje najemnino med 11 in 15 eur/m<sup>2</sup> mesečno, 36,1%, delež tistih z najemnino med 5-10 eur/m<sup>2</sup> 34,7%. Skupaj predstavljata ti kategoriji 70,8%.

Pregled odgovorov glede zadovoljstva respondentov z lokacijo v posameznih ulicah pokaže naslednjo sliko:

- poslovneži so najbolj zadovoljni z lokacijama na Pristaniški (88,8%) in na Čevljarski ulici (87% zadovoljnih),
- na Župančičevi ulici je zadovoljnih 63,6%, deloma zadovoljnih je 18,2%, enak delež je nezadovoljnih,
- več kot polovica (57,4%) je zadovoljnih tudi na ostalih ulicah v starem mestnem jedru, ki v tabeli niso poimensko našteje, deloma zadovoljnih je 18% in nezadovoljnih je 24,6%.
- Kidričeva ulica odstopa : samo 38,5% je zadovoljnih, enak delež je nezadovoljnih, preostali so deloma zadovoljni/nezadovoljni.

Na vprašanje o naložbenih načrtih v naslednjih petih letih je odgovorilo dve tretjini tistih, ki so vrnili izpolnjeno anketo. Približno tretjina jih načrtuje v navedenem obdobju naložbe, približno tretjina pa ne. Med tistimi, ki v naslednjih petih letih načrtujejo naložbe (44 odgovorov), so bili omenjeni naslednji načrtovani posegi:

- samo zunanost lokala namerava prenoviti 1 respondent,
- zunanost in notranost namerava prenoviti/preurediti 12 respondentov,
- samo notranost, skupaj s pohištvo in opremo 15,
- pohištvo in opremo 7 ter
- drugo (beljenje, manjša dela) 9 respondentov.

Med tistimi, ki ne načrtujejo naložb, prevladujejo razlogi, kot so "lokal je bil prenovljen pred kratkim", dva respondenta pa navajata "gospodarsko krizo". Med drugimi razlogi najdemo še selitev na drugo lokacijo, odhod v pokoj, iskanje lokala na drugi lokaciji.

### **Poslovanje**

Na vprašanje o urniku poslovanja je 71,6% respondentov odgovorilo, da ne poslujejo ob nedeljah in praznikih, dodatnih 11,8% pa ne posluje tudi ob sobotah. Med razlogi, zakaj ne poslujejo od navedenih dneh, večina navaja malo prometa zaradi majhnega pretoka ljudi, manjšina izpostavlja potrebo po prostem dnevu oz. počitku.

Iz navedenih odgovorov je mogoče sklepati, da bi bil vsaj del anketirancev pripravljen poslovati tudi ob vikendih in praznikih, če bi bilo seveda dovolj prometa oz. ljudi, ki bi to poslovno opravičevali. Podatek je zanimiv glede na to, da planirani obiski potniških ladij v 2011 (tudi ob nedeljah) odpira vprašanje odprtja trgovin tudi ob nedeljah.

Iz odgovorov razberemo, da so v poslovnem smislu najbolj uspešni poletni meseci (maj-september) ter december, najmanj uspešni pa januar-februar in oktober-november. Glede na dneve v tednu vprašani največ prometa realizirajo ob petkih, ponedeljkih in sredo. Manjšina respondentov ne opazi večjih razlik v prometu med posameznimi dnevi (7 odgovorov).

Med odgovori na vprašanje, ali podjetje v zadnjem času posluje boljše, slabše ali enako kot v preteklosti, prevladujejo tisti, ki so svoje poslovanje ocenili z "podjetje v zadnjem času posluje slabše" – 65 odgovorov (51,4%), spremembe na bolje zaznava 31 vprašanih (24,4%). Tistih, ki v poslovanju ne zaznava sprememb, je tudi 31 (24,4%).

Med tistimi, ki spremembe ocenjujejo kot spremembe na slabše (skupaj s tistimi, ki ne zaznajo sprememb), prevladuje ocena, da je za to kriva splošna kriza, manjši (14,2%) delež meni, da je vzrok kriza dejavnosti, s katero se ukvarjajo.

Med tistimi, ki spremembe ocenjujejo kot spremembe na boljše, prevladuje ocena, da je za to vzrok razširjena in spremenjena ponudba (9,4%) delež tistih, ki menijo, da so k uspehu pripomoglo dodatno oglaševanje in sprememba na lokalnem tržišču je enak (3,9%).

Pri navajanju razlogov za spremembe poslovanja na slabše prevladujejo ugotovitve:

- Konkurenca nakupovalnih centrov,
- slaba lokacija in kapaciteta lokala,
- mrtvilo v mestu, premalo živahno mestno jedro,
- zaprt dostop, spremenjeni prometni režim, ukinitvev parkiranja in prepoved ustavljanja na Vojkovem nabrežju;
- konkurenca,
- nerazumevanje dejavnosti s strani mok-a,
- gradbena dela ki so se izvajala okoli lokacije poslovalnice,
- administrativne omejitve pri urejanju lokala (ureditev terase);

Pri navajanju razlogov za spremembe spremembe poslovanja na boljše prevladujejo ugotovitve:

- urejenost promenade,
- prijaznost osebja,
- trud zaposlenih,
- uvedba subvencij za preharano šolajoče se mladine,

Večina vprašanih pričakuje v prihodnjih dveh letih izboljšanje poslovanja (52%), sledijo tisti, ki ne pričakujejo sprememb (28,0%), v manjšini so pesimisti – tisti, ki pričakujejo poslabšanje (12,6,%).

Na vprašanje, kdo so glavni konkurenti poslovalnic v starem mestnem jedru, je na prvem mestu odgovor « nakupovalna središča » na obrobju mesta (34,6%). Visok delež je tudi tistih, ki ne opažajo konkurentov na svojem področju, kar nakazuje na to, da ima staro mestno jedro izraženo identiteto tudi v poslovnem smislu. Sledi odgovor « podobna dejavnost z višjo kakovostjo » - 10,2 %.

### **Stranke**

Med strankami prevladujejo redne stranke (58%) in odgovor "vsi naštetih" (18%). Preseneča nizek odstotek kategorije "naključni obiskovalci – turisti", kar nakazuje, da je na tem področju še veliko prostora za izboljšave oz. prilagoditev in širitev ponudbe, če posebej zaradi načrtovanega močno povečanega pritoka turistov v naslednjih letih.

Odgovori na vprašanje o izvoru/poreklu strank nakazujejo na to, da večina kupcev prihaja z območja MO Koper (36% odgovorov), sledijo stranke z območja drugih obalnih občin (28%), nato tiste iz ostale Slovenije, najmanjši delež pa je tujcev (15% odgovorov). Tudi ti odgovori

nakazujejo na to, da je ponudba usmerjena predvsem na lokalno oz. regionalno – obalno populacijo, da pa je še veliko rezerve v širitvi vplivnega območja na sosednja območja in predvsem na turiste, v povezavi s pričakovano hitro rastjo turistov s potniških ladij.

Prevladujejo kupci, ki pri enem nakupu porabijo manjše vsote. Največ je tistih v kategoriji do 10 eur (četrtnina odgovorov), skupaj s tistimi, ki porabijo med 11-20 eur je takih kar približno polovica. Tistih, ki navajajo, da kupci porabijo večje vsote (nad 50 eur), je skromnih 16,6 %.

### **Mnenje trgovcev/ostalih ponudnikov storitev glede mestnega središča Koper kot nakupovalnega središča**

Trgovci in drugi podjetniki najvišje vrednotijo dostopnost mesta za pešce in kolesarje, kar daje mestnemu središču značaj peš-cone, skupaj s privlačnim urbanim okoljem in čistočo v mestu ter prireditve v mestu in varnost. Sledijo dostopnost z javnim transportom, gostinska ponudba, kvaliteta trgovin in izbor trgovin. Najslabše so ocenjeni dostopnost za gibalno ovirane, nabor druge, netrgovske ponudbe. Najslabše so ocenjeni razpoložljivost parkirišč in dostopnost z osebnim avtomobilom.

Prevladujejo trgovci/podjetniki, ki ocenjujejo razvoj trgovin/storitev v mestnem jedru kot negativen (59%). Anketirani poslovneži so imeli možnost, da utemeljijo oz. navedejo podrobnejše razloge za svojo oceno.

Negativen razvoj v preteklih 10-ih letih:

- prazne trgovine in drugi poslovni prostori (11 odgovorov),
- nestalnost, preveč odpiranja in zapiranja trgovin (7 odgovorov),
- trgovski centri z večjo ponudbo (6 odgovorov)
- nizka kakovost, slaba izbira (6 odgovori),
- upad v ostalih dejavnostih,
- nobene dobre restavracije,
- preveč zlatarn,
- monotonost,
- premalo trgovin,
- previsoke najemnine, zato zaprte trgovine,
- Kidričeva ul. in vrata Muda precej zatišja
- opazno je opuščanje vseh vrst dejavnosti v mestnem jedru (2 odgovora)
- slab dostop, ni parkirišč,

Tisti, ki opažajo pozitiven razvoj v preteklih 10-ih letih, v opombah izpostavljajo naslednje:

- Boljša ponudba-trgovine..
- Izboljšanje, ampak še vedno bi morali oživeti še kakšno drugo ulico, ne samo promenade,
- vidi se napredek, potrebno bi bilo aktivirati prazne in neurejene poslovne prostore,
- Občutno izboljšanje; čeprav še vedno preveč praznih posl. prostorov in premalo razpisov za le te,
- Vedno večji napredek, vendar še vedno zaostanek za ostalimi evropskimi mesti,
- Mestno jedro je oživelo pod upravo sedanjega župana,
- Veliko pozitivnih sprememb, ki jih lahko vsi opazimo,
- Dokaj v redu, vendar prevč enakih trgovin.



Po mnenju vprašanih v mestnem jedru manjkajo trgovine, ki bi zadovoljile želje in potrebe vsakdanjega življenja, pa tudi potrebe zahtevnejših kupcev. Anketiranci so navedli mnogo različnih trgovin in dejavnosti, ki danes v mestu manjkajo. Njihove predloge smo razvrstili v naslednje skupine: specializirane trgovine, trgovine višjega cenovnega razreda, velike trgovine (kot nekdanja Soča), tehnične trgovine, trgovine za prosti čas, trgovine z živili, kavarne-slaščičarne, restavracije.

Po mnenju vprašanih je vpliv tržnice na privlačnost mestnega jedra kot nakupovalnega območja pozitivna (70%), 25% jih meni, da vpliva ni.

Glavne prednosti mestnega jedra Koper so po mnenju anketirancev privlačno in čisto urbano okolje, varnost, mesto prijazno pešcem in kolesarjem, predvsem s svojo urbano strukturo (ozke srednjeveške ulice in trgi), in omejevalni režim prometa. Velik pomen imajo prireditve v centru mesta, ki jih organizira predvsem TOC - TIC- Turistično informacijski center (Mestna občina Koper). To prispeva k mestni privlačnosti tudi s poslovnega vidika.

Glavne pomanjkljivosti mestnega jedra Koper so po mnenju anketirancev predvsem slaba dostopnost; težava pri dostavi trgovine, slabša dostopnost za kupce – pomanjkanje parkirnih mest, njihova neustrezna distribucija, slab javni prevoz in slaba dostopnost za invalide, ker zaradi nekaterih zgodovinskih značilnosti mesta Koper ni invalidnim osebam prijazno mesto. Med drugim je velika pomanjkljivost zaprte trgovine/poslovni prostori; vzrok pojav novih nakupovalnih centrov v primestnem območju, zgrajenih v zadnjem desetletju, poskusi oživitve lokalov/trgovin – se pogosto hitro končajo, zaradi pomanjkanja podpore in močne konkurenčnosti trgovskih centrov. Kakovost trgovin upada, neuravnotežena struktura trgovin (preveč zlatarn, pomanjkanje številnih specializiranih trgovinah, npr. živilske trgovine, spominki, tipična trgovine z lokalnimi proizvodi itd) in pomanjkanje trgovin višje kakovosti oblačil. Manjka atraktivnih programov, ki bi privabljali obiskovalce. Skromen izbor restavracij in drugih gostinskih uslug.

Anketiranci so prireditve ocenili kot eno ključnih prednosti mesta, predlagajo povečanje števila in raznovrstnost prireditev, tudi na drugih, manj izpostavljenih lokacijah v središču mesta. Predlagajo tudi izboljšanje mestnega prometa, izgradnja novih parkirišč v bližini potencialno vitalnih delov mesta, vzpostavitev sistemov za alternativno dostavo.

Priloga:

# Anketni vprašalnik



## Mednarodni projekt InnoCité – EU program Alpski prostor

Regionalni razvojni center Koper sodeluje v EU projektu InnoCité', skupaj s partnerji iz Italije, Avstrije, Nemčije in Francije. Cilj projekta je določiti ukrepe za krepitev konkurenčnosti malih in srednjih mest v zaledju velikih urbanih centrov.

### Namen slovenskega dela projekta je:

- proučiti sedanje stanje dejavnosti (trgovina, storitve) v mestnem jedru Koper;
- skupaj s podjetniki mestnega jedra določiti ključne prednosti in pomanjkljivosti oz. probleme v mestnem središču;
- opredeliti cilje in prednostne aktivnosti;
- opredeliti nosilca aktivnosti in način financiranja.

Eden od ciljev projekta je spodbuditi trgovce oz. ponudnike storitev k aktivnejšem sodelovanju pri oživiljanju mestnega središča, v tistem delu, ki se nanaša na njihovo ponudbo. V okviru projekta smo se seznanili s primeri dobre prakse v drugih državah oz. mestih, kjer so podjetniki preko svojih zbornic oz. podobnih združenj zelo aktivni in kjer se lahko pohvalijo z lepimi rezultati.

V ta namen smo pripravili anketni vprašalnik o tem, kako trgovci/ponudniki storitev ocenjujejo mestno središče in svoj položaj (prostorski, ekonomski) v njem. Anketirali bomo vse trgovce oz. ponudnike storitev v mestnem jedru. Tako bomo pridobili dragoceno gradivo o tem, kako akterji ocenjujejo svoj položaj v mestnem središču. Pripravili bomo povzetek gradiva in izpostavili ključne ugotovitve iz ankete.

Na javni predstavitvi rezultatov (delavnici), na katero bomo povabili vse anketirance, kot tudi druge pomembne akterje razvoja mestnega središča, bomo skupaj določili ključne prednosti in pomanjkljivosti mestnega središča ter prednostne ukrepe in njihove nosilce.

Za vse dodatne informacije se lahko obrnete na Regionalni razvojni center Koper na tel. številko 05 663 75 85 ali 031 643 980.

Zahvaljujemo se vam za sodelovanje.

### A. SPLOŠNI PODATKI

1. a.) Ime gospodarske družbe :
2. b.) Naslov sedeža oz. dislocirane poslovne enote:
3. Telefonska številka:
4. Klasifikacija dejavnosti, vrsta trgovine/storitve:
5. Ali je vaša gospodarska družba del večjega poslovnega sistema, franšizojemalec ali neodvisni poslovni subjekt?  
(Prosimo, označite ustrežni odgovor)
  - a.) Del tujega poslovnega sistema
  - b.) Neodvisni subjekt
  - c.) Del slovenskega poslovnega sistema
  - d.) Imetnik franšize

### 5. Koliko zaposlenih dela v prostorih?

Poln delovni čas

Krajši delovni čas

**B. LOKACIJA, POSLOVNI PROSTOR**

<b>1. Kako dolgo vaše podjetje zaseda poslovne prostore na tej lokaciji?</b> 2. Manj kot 1 leto 3. 1-2 leti 4. 2-5 let 5. 5-10 let 6. 10-20 let 7. Nad 20let			
<b>8. Kdo je lastnik poslovnih prostorov, ki jih uporabljate?</b> a.) Prostorji so last podjetja, ki opravlja dejavnost b.) Prostorji so v najemu (last občine) c.) Prostorji so v najemu (ostali)			
<b>9. Kolikšno najemnino plačujete mesečno?</b>			
a.) Manj kot 5 EUR/m <sup>2</sup>	b.) 6-10 EUR/m <sup>2</sup>	c.) 11-15 EUR/m <sup>2</sup>	d.) 16-20 EUR/m <sup>2</sup>
e.) 21-25 EUR/m <sup>2</sup>	f.) 26-35 EUR/m <sup>2</sup>	g.) 36-50 EUR/m <sup>2</sup>	h.) Nad 51 EUR/m <sup>2</sup>
a.) Drugo:			
<b>10. a.) Kolikšna je skupna površina poslovnega prostora (m<sup>2</sup>)? (vključno s pomožnimi in skladiščnimi prostori)</b>			
<b>9. b.) Kolikšna je neto prodajna površina vašega poslovnega prostora (m<sup>2</sup>)?</b>			
<b>10. Ali ste zadovoljni z vašo trenutno namestitvijo/lokacijo?</b>			
a.) Da	b.) Ne		

11. a.) Če ste zadovoljni, navedite razloge.

10 b.) Če niste zadovoljni, navedite razloge.

12. Kakšna bi bila optimalna velikost poslovnega prostora za vašo dejavnost?

a.) Do 25 m<sup>2</sup>

b.) 25 – 45 m<sup>2</sup>

c.) 46 – 80 m<sup>2</sup>

d.) 81 – 150 m<sup>2</sup>

e.) 151 – 250 m<sup>2</sup>

f.) 251 – 500 m<sup>2</sup>

g.) 501 – 1.000 m<sup>2</sup>

h.) Nad 1.000 m<sup>2</sup>

13. Ali imate v roku naslednjih 5 let načrte za naložbe v poslovne prostore (obnova zunanosti, preureditev notranjosti, zamenjava pohištva in opreme)? (Navedite podrobnosti):

14. Ali pričakujete katero od spodaj navedenih sprememb za vaše podjetje v nekaj naslednjih letih:

- a.) Širitev v sedanjih prostorih
- b.) Širitev na drugo lokacijo v mestnem jedru
- c.) Širitev na drugo lokacijo v MO Koper
- d.) Premestitev na drugo lokacijo v mestnem središču
- e.) Preselitev na drugo lokacijo na območju MO Koper
- f.) Zmájšanje površin na sedanji lokaciji
- g.) Zaprtje, opustitev sedanje lokacije
- h.) Drugo (prosim naštejte)

15. Ali imate kateri dan v tednu obratovalnico zaprto?

a.) Da

b.) Ne

14. a.) Če da, kateri dan in zakaj?

16. Urnik poslovalnice

a.) Običajni umik:

b.) Poletni urnik oz. umik ob posebnih priložnostih (na vedite):

17. V katerih mesecih imate največ prometa?

18. Katere dneve v tednu imate največ prometa?

a.) Ponedeljek

b.) Torek

c.) Sreda

d.) Četrtek

e.) Petek

f.) Sobota

g.) Nedelja

19. Ali vaše podjetje v zadnjem času posluje boljše, slabše ali enako kot v preteklosti? (Obkrožite številke od 0 – 5, pri čemer 0 pomeni "brez spremembe", 1 pomeni "rahlo spremembo", 5 pomeni "močno spremembo".)

18. a.) Sprememba na boljše

a.) Za dnjih 12 mesecev

0 1 2 3 4 5

b.) Za dnji 2 leti

0 1 2 3 4 5

18 b.) Sprememba na slabše

a.) Za dnjih 12 mesecev

0 1 2 3 4 5

b.) Za dnji 2 leti

0 1 2 3 4 5

19. Če ste doživeli spremembe v prometu v zadnjem obdobju, navedite razloge.

- a.) Splošna kriza
- b.) Kriza dejavnosti, s katero se ukvarjam
- c.) Sprememba interesa na lokalnem tržišču
- d.) Razširjena ponudba, spremenjena ponudba
- e.) Dodatno oglaševanje
- f.) Drugo:

Poročilo 2-faze 19-11-2010

38

20. a.) Kakšna so vaša pričakovanja za trgovanje v prihodnjih dveh letih?

### C. POSLOVANJE

### D. STRANKE

<b>22. Katera kategorija strank pri vašem poslovanju prevladuje:</b>			
a.) Redne stranke b.) Občasne c.) Naključni obiskovalci - turisti d.) Vsi naštetih e.) Ne vem f.) Vprašanje za dejavnost ni relevantno			
<b>23. Koliko so vaše najpogostejše stranke stare?</b>			
a.) Pod 30 let	b.) 30 – 60 let	c.) Nad 60 let	d.) Vprašanje za dejavnost ni relevantno
<b>24. Od kod prihajajo vaše stranke?</b>			
a.) Območje MO Koper	%		
b.) Območje drugih obalnih občin	%		
c.) Ostala Slovenija	%		
d.) Ostali - tujci	%		
e.) Vprašanje za dejavnost ni relevantno			
<b>25. Koliko vaši kupci najpogosteje porabijo pri enem nakupu?</b>			
a.) Manj kot 10 EUR	b.) 11 – 20 EUR	c.) 21 – 50 EUR	d.) 50 – 100 EUR
e.) Nad 100 EUR	f.) Drugo:	g.) Vprašanje za dejavnost ni relevantno	

## E. MESTNO SREDIŠČE KOPER KOT NAKUPOVALNO OBMOČJE

**26. Spodaj so našteje nekatere značilnosti, ki so pomembne pri odločanju kupcev pri izbiri kraja nakupovanja. Prosimo, ocenite ustreznost mestnega središča Kopa z vidika navedenih kriterijev.**

Značilnost	Ocena					
	Odlično	Zelo dobro	Dobro	Zadovoljivo	Nezadovoljivo, slabo	Ne vem, neodločen
Izbor trgovin						
Kvaliteta trgovin						
Širok nabor aktivnosti/ponudbe poleg trgovin						
Gostinska ponudba						
Dostopnost za gibalno ovirane						
Varnost						
Privlačno urbano okolje						
Dostopnost z javnim transportom						
Dostop s kolesom						
Razpoložljiva parkirišča						
Dostopnost z osebnim avtomobilom						
Čistoča, urejenost						
Prireditve v mestu						

**27. Kako ocenjujete razvoj trgovin/storitev v mestnem jedru v zadnjih 10. letih?**

**28. Katere vrste trgovin po vašem mnenju manjkajo v mestnem jedru?**

**29. Kako ocenjujete vpliv tržnice na privlačnost mestnega jedra kot nakupovalnega območja?**



- a.) Pozitiven – vpliv na poslovanje ostalih dejavnosti
- b.) Predstavlja konkurenco za ostale dejavnosti
- c.) Ni vpliva
- d.) Drugo (navedite):

**30. S poslovnega vidika, katere so po vašem mnenju glavne prednosti mestnega jedra Kopra?**

**31. S poslovnega vidika, katere so po vašem mnenju glavne pomanjkljivosti mestnega jedra Kopra?**

**32. Katere izboljšave / dodatne funkcije bi radi videli v mestnem jedru Kopra?**

**33. Želite dodati še kakršne koli druge pripombe predloge glede mestnega jedra Kopra?**

Prosimo vas, da nadaljujete tudi na dodatnem listu, v kolikor svojih predlogov oz. opažanj ne morete opisati na določenem prostoru.

Priloga:

## Podatki iz Registra nepremičnin in registra prostorskih enot za območje mestnega jedra Koper

## SPLOŠNE ZNAČILNOSTI

Absolutno število poslovnih prostorov v opredeljenem območju: 242

### 1.1. Struktura lokalov (število) po kategoriji rabe

Raba	Absolutno število	Delež	Absolutno št. neto tloris v m <sup>2</sup>	Delež
Gostinska raba	29	11,98%	4918,9	5,90%
Upravna in pisarniška raba	89	36,78%	43911,7	52,71%
Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti	104	42,98%	13211,2	15,86%
Raba splošnega družbenega pomena	20	8,26%	21270,0	25,53%
Total:	242	100,00%	83311,8	100,00%

### 1.2. Struktura lokalov (število) po kategoriji rabe

Raba	Absolutno število	Delež	Absolutno št. neto tloris v m <sup>2</sup>	Delež
Gostinska raba	29	11,98%	4918,9	5,90%
Total:	242	100,00%	83311,8	100,00%

#### 1.2.1. Gostinska raba

Raba	Absolutno število	Delež	Absolutno št. neto tloris v m <sup>2</sup>	Delež
Hotelski ali podoben del stavbe za kratkotrajno nastanitev	3	10,34%	413	8,40%
Del stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	23	79,31%	4318,6	87,80%
Drug gostinski del stavbe za kratkotrajno nastanitev	3	10,34%	187,3	3,81%
Total:	29	100,00%	4918,9	100,00%

## 1.2.2. Upravna in pisarniška raba

Raba	Absolutno število	Delež	Absolutno št. neto tloris v m <sup>2</sup>	Delež
Upravna in pisarniška raba	89	36,78%	43911,7	52,71%
Total:	242	100,00%	83311,8	100,00%

Raba	Absolutno število	Delež	Absolutno št. neto tloris v m <sup>2</sup>	Delež
Javna uprava - pisarne in poslovni prostori državnih organov lokalnih skupnosti, namenjeni lastnemu poslovanju in poslovanju s strankami.	8	8,99%	15993,8	36,42%
Banka, pošta, zavarovalnica - pisarne in poslovni prostori, namenjenimi poslovanju in poslovanju s strankami	8	8,99%	6089,4	13,87%
Drug upravni in pisarniški del stavbe	73	82,02%	21828,5	49,71%
Total		100,00%	43911,7	100,00%

### 1.2.3.1. Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti

Raba	Absolutno število	Delež	Absolutno št. neto tloris v m <sup>2</sup>	Delež
Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti	104	42,98%	13211,2	15,86%
Total:	242	100,00%	83311,8	100,00%

Raba	Absolutno število	Delež	Absolutno št. neto tloris v m <sup>2</sup>	Delež
Trgovski del stavbe	91	87,50%	12441,2	94,17%
Sejemska dvorana, razstavišče	0	0,00%	0	0,00%
Del stavbe za druge storitvene dejavnosti	13	12,50%	770	5,83%
	104	100,00%	13211,2	100,00%

### 1.2.3.1. Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti

Raba	Absolutno število	Delež	Absolutno št. neto tloris v m <sup>2</sup>	Delež
Nakupovalni center, trgovski center, veleblagovnica	4	3,85%	2045,1	15,48%
Butik, lekarna, optika, prodajna galerija, samostojna prodajalna, zlatarna in drugi podobni deli stavbe	85	81,73%	10333,4	78,22%
Druge prodajalne izdelkov, polizdelkov, materiala idr.	2	1,92%	62,7	0,47%
frizerski salon, kozmetični salon kemična čistilnica, pralnica, popravljalnica čevljev, fotokopirnica, fotostudio, drugi podobni deli stavbe	13	12,50%	770,00	5,83%
	104	100,00%	13211,2	100,00%

### 1.2.4. Raba splošnega družbenega pomena

Raba	Absolutno število	Delež	Absolutno št. neto tloris v m <sup>2</sup>	Delež
Raba splošnega družbenega pomena	20	8,26%	21270,0	25,53%
Total:	242	100,00%	83311,8	100,00%

Raba	Absolutno število	Delež	Absolutno št. neto tloris v m <sup>2</sup>	Delež
Del stavbe za kulturo in razvedrilo	3	17,65%	8851,8	41,62%
Muzej ali knjižnica	3	17,65%	2295,0	10,79%
Del stavbe za izobraževanje ali znanstvenoraziskovalno delo	8	47,06%	9448,9	44,42%
Del stavbe za zdravstvo	3	17,65%	674,3	3,17%
	17	100,00%	21270	100,00%

### 1.4. Struktura lokalov po velikosti;

Velikostna kategorija	Absolutno število	Delež
Do 25 m <sup>2</sup>	26	10,74%
25,01 – 45 m <sup>2</sup>	58	23,97%
45,01 – 80 m <sup>2</sup>	49	20,25%
80,01 – 150 m <sup>2</sup>	39	16,12%
150,01 – 250 m <sup>2</sup>	22	9,09%
250,01 – 500 m <sup>2</sup>	14	5,79%

500,01 – 1.000 m <sup>2</sup>	13	5,37%
Nad 1.000,01 m <sup>2</sup>	21	8,68%
	242	100,00%

#### 1.4. Struktura lokalov trgovske in druge storitvene dejavnosti po velikosti;

Velikostna kategorija	Absolutno število	Delež
Do 25 m <sup>2</sup>	15	14,42%
25,01 – 45 m <sup>2</sup>	33	31,73%
45,01 – 80 m <sup>2</sup>	25	24,04%
80,01 – 150 m <sup>2</sup>	19	18,27%
150,01 – 250 m <sup>2</sup>	7	6,73%
250,01 – 500 m <sup>2</sup>	2	1,92%
500,01 – 1.000 m <sup>2</sup>	0	0,00%
Nad 1.000,01 m <sup>2</sup>	3	2,88%
	104	100,00%

#### 1.5. Struktura lokalov (št.) po lastništvu

Lastnik	Abs.število	Delež
Občina	102	42,15%
fizična oseba	70	28,93%
Podjetje	48	19,83%
Država, javni zavodi,	16	6,61%
Javno dobro	6	2,48%
	242	100,00%

#### 1.5. Struktura lokalov po velikosti in lastništvu

Velikostna kategorija/lastnik	Mestna občina Koper		Fizična oseba		Podjetje		Država, javni zavodi,		Javno dobro, društva, neznano		Skupaj	
	abs		abs		abs		abs		abs		abs	
Do 25 m <sup>2</sup>	13	12,75%	7	12,50%	4	8,00%	0	0,00%	2	22,22%	26	10,74%
25,01 – 45 m <sup>2</sup>	28	27,45%	20	35,71%	8	16,00%	0	0,00%	2	22,22%	58	23,97%
45,01 – 80 m <sup>2</sup>	22	21,57%	15	26,79%	9	18,00%	3	12,00%	0	0,00%	49	20,25%
80,01 – 150 m <sup>2</sup>	19	18,63%	8	14,29%	9	18,00%	1	4,00%	2	22,22%	39	16,12%
150,01 – 250 m <sup>2</sup>	6	5,88%	5	8,93%	7	14,00%	3	12,00%	1	11,11%	22	9,09%
250,01 – 500 m <sup>2</sup>	7	6,86%	1	1,79%	1	2,00%	5	20,00%	0	0,00%	14	5,79%
500,01 – 1.000 m <sup>2</sup>	2	1,96%	0	0,00%	3	6,00%	8	32,00%	0	0,00%	13	5,37%
Nad 1.000,01 m <sup>2</sup>	5	4,90%	0	0,00%	9	18,00%	5	20,00%	2	22,22%	21	8,68%
	102	100,00%	56	100,00%	50	100,00%	25	100,00%	9	100,00%	242	100,00%

#### 1.6. Struktura lokalov trgovske in druge storitvene dejavnosti po velikosti in lastništvu

Velikostna kategorija/lastnik	Mestna občina Koper		Fizična oseba		Podjetje		Država, javni zavodi,		Javno dobro, društva, neznano		Skupaj	
	abs		abs		abs		abs		abs		abs	
Do 25 m <sup>2</sup>	7	15,22%	3	11,11%	4	16,67%	0	0,00%	1	20,00%	15	14,42%
25,01 – 45 m <sup>2</sup>	15	32,61%	11	40,74%	5	20,83%	0	0,00%	2	40,00%	33	31,73%

45,01 – 80 m <sup>2</sup>	9	19,57%	10	37,04%	4	16,67%	2	100,00%	0	0,00%	25	24,04%
80,01 – 150 m <sup>2</sup>	11	23,91%	2	7,41%	5	20,83%	0	0,00%	1	20,00%	19	18,27%
150,01 – 250 m <sup>2</sup>	3	6,52%	1	3,70%	2	8,33%	0	0,00%	1	20,00%	7	6,73%
250,01 – 500 m <sup>2</sup>	1	2,17%	0	0,00%	1	4,17%	0	0,00%	0	0,00%	2	1,92%
500,01 – 1.000 m <sup>2</sup>	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Nad 1.000,01 m <sup>2</sup>	0	0,00%	0	0,00%	3	12,50%	0	0,00%	0	0,00%	3	2,88%
	46	100,00%	27	100,00%	24	100,00%	2	100,00%	5	100,00%	104	100,00%

## LOKACIJSKE ZNAČILNOSTI

### 2.1. Ulice po številu vseh lokalov:

Ulica	Št.lokalov
Kidričeva ulica	12
Dimnikarska ulica	2
Kolarska	3
Kopališko nabrežje	3
Kosovelov trg	5
Lazaretska ulica	1
Bazoviška ulica	3
Kettejeva ulica	3
Kocjančičeva	1
Levja ulica	1
Ferrarska	4
Gallusova	3
Martinčev trg	2
Gimnazijski	1
Glagoljaška	2
Goriška	1
Gortanov trg	5
Belveder	2
Garibaldijeva	2
Gasilska	1
Budičino va	1
Cankarjeva	7
Gregorčičeva	3
Čevljarska	20
Dapontejeva	1
Kamnita	1
Župančičeva	10
Soška	2
Staničev trg	6
Ulica osvobodilne fronte	4
Ulica stare pošte	2
Ulica talcev	2
Titov trg	3
Tominčeva ulica	2
Trg Brolo	7



Trubarjeva ulica	3
Ukmarjev trg	5
Prešernov trg	5
Pristaniška ulica	23
Miklavčičeva ulica	3

Mladinska ulica	2
Muzejski trg	2
Naldinijeva ulica	2
Puntarska	2
Repičeva	4
Verdijeva	10
Gramšijev trg	3
Carpacciiov trg	2
Izolska vrata	1
Solinska ulica	1
Ulica pri velikih vratih	2
Tovarniška ulica	1
Triglavska ulica	3
Tumova	2
Ulica agrarne reforme	3
Resslova	2
Santorijeva	1
Rutarjeva	1
Kapodistriasov trg	1
Krpanova ulica	2
Marušičeva	1
Vergerijev trg	2
Sabinijeva ulica	1
C. Zore Perello	1
Destradijev trg	1
Kmečka	1
Valvasorjeva	1
Vlačičeva	1
Vojkovo nabrežje	19

Prikaz »Poslovnih ulic«:

- kriterij: 5 ali več lokalov v ulici, ne glede na namembnost

<b>Ulica</b>	<b>Št.lokalov</b>
<i>Kidričeva ulica</i>	<b>12</b>
Kosovelov trg	5
Gortanov trg	5
Cankarjeva	7
Čevljarška	20
Župančičeva	10
Staničev trg	6
Trg Brolo	7

Ukmarjev trg	5
Prešernov trg	5
Verdijeva	10
Vojkovo nabrežje	19

Karakter ulice, glede na prevladujočo rabo poslovnih prostorov:

### Vojkovo nabrežje 19

Naslov: Vojkovo nabrežje		Šifra dejavnosti	Neto m2/vsi lokali	Lastnik
<b>Hišna št.:</b>	<b>Gostinska raba</b>			
11	Deli stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	1211202	43,1	Fizična oseba
32	Deli stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	1211202	527,2	Podjetje
	Skupaj:		<b>570,3</b>	
	<b>Upravna in pisarniška raba</b>			
1	Banka, pošta, zavarovalnica - pisarne in poslovni prostori, namenjenimi poslovanju in poslovanju s strankami	1220201	499,3	Mestna občina Koper
4	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	37,6	Podjetje
8	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	172,0	Fizična oseba
15	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	32,3	Fizična oseba
17	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	32,5	Fizična oseba
23	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	19,0	Fizična oseba
25	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	189,9	Fizična oseba
10	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	220,2	Država, javni zavodi
30	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	2909,1	Podjetje
30	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	105,9	Podjetje
	Skupaj:		<b>3718,5</b>	
	<b>Trgovska dejavnost in</b>			

	<b>druge storitvene dejavnosti</b>			
3	Trgovski del stavbe	1230104	30,3	Fizična oseba
19	Trgovski del stavbe	1230104	81,0	Mestna občina Koper
11	Trgovski del stavbe	1230104	78,2	Fizična oseba
5	Trgovski del stavbe	1230104	35,5	Mestna občina Koper
	Skupaj:		<b>225,0</b>	
	<b>Raba splošnega družbenega pomena</b>			
10	Del stavbe za izobraževanje ali znanstvenoraziskovalno delo	1263001	228,0	Podjetje
27	Del stavbe za izobraževanje ali znanstvenoraziskovalno delo	1264002	82,5	Država, javni zavod
4	Del stavbe za izobraževanje ali znanstvenoraziskovalno delo	1264002	504,8	Država, javni zavod
	Skupaj:		<b>815,3</b>	

### Čevljarska ulica: 20

Naslov: Čevljarska		Šifra dejavnosti	Neto m <sup>2</sup> /vsi lokali	Lastnik
<b>Hišna št.</b>	<b>Gostinska raba</b>			
5	Del stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	1211201	93,9	fizična oseba
36	Del stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	1211202	60,3	podjetje
	Skupaj:		<b>154,2</b>	
	<b>Upravna in pisarniška raba</b>			
17	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	52,4	podjetje
	Skupaj:		<b>52,4</b>	

	<b>Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti</b>			
1	Trgovski del stavbe	1230104	193,5	javno dobro
6	Trgovski del stavbe	1230104	66,7	fizična oseba
12	Trgovski del stavbe	1230104	61,5	fizična oseba
21	Trgovski del stavbe	1230104	16,9	mestna občina Koper
22	Trgovski del stavbe	1230104	90,4	Mestna občina Koper
23	Trgovski del stavbe	1230104	132,0	podjetje
24	Trgovski del stavbe	1230104	73,0	podjetje
27	Trgovski del stavbe	1230104	1050,0	podjetje
29	Trgovski del stavbe	1230104	43,3	mestna občina Koper
2	Trgovski del stavbe	1230104	38,8	mestna občina Koper
14	Trgovski del stavbe	1230104	92,7	mestna občina Koper
25	Trgovski del stavbe	1230104	130,0	podjetje
33	Trgovski del stavbe	1230104	13,4	mestna občina Koper
40	Trgovski del stavbe	1230104	36,3	mestna občina Koper
11	Trgovski del stavbe	1230104	79,1	mestna občina Koper
38	Del stavbe za druge storitvene dejavnosti	1230401	31,5	mestna občina Koper
	Skupaj:		<b>2149,1</b>	
	<b>Raba splošnega družbenega pomena</b>			
34	Del stavbe za kulturo in razvedrilo	1261002	88,8	mestna občina Koper
	Skupaj:		<b>88,8</b>	

**Kidričeva ulica**

<b>Naslov:</b> <b>Kidričeva</b>		<b>Šifra dejavnosti</b>	<b>Neto m<sup>2</sup>/vsi lokali</b>	<b>Lastnik:</b>
------------------------------------	--	-------------------------	--------------------------------------	-----------------

<b>ulica</b>				
<b>Hišna št.</b>	<b>Gostinska raba</b>			
25	Del stavbe za kratkotrajno nastanitev	1211101	66,3	Mestna občina Koper
	Skupaj:		<b>66,3</b>	
	<b>Upravna in pisarniška raba</b>			
14	Banka, pošta, zavarovalnica - pisarne in poslovni prostori, namenjenimi poslovanju in poslovanju s strankami	1220201	163,6	Podjetje (Mladinska knjiga)
	Skupaj:		<b>163,6</b>	
	<b>Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti</b>			
7	Trgovski del stavbe	1230104	50,7	Mestna občina Koper
10	Trgovski del stavbe	1230104	58,0	Mestna občina Koper
17	Trgovski del stavbe	1230104	226,9	Mestna občina Koper
41	Trgovski del stavbe	1230104	89,1	Mestna občina Koper
46	Trgovski del stavbe	1230104	215,7	Podjetje
4	Trgovski del stavbe	1230104	86,6	Mestna občina Koper
12	Trgovski del stavbe	1230104	76,5	Mestna občina Koper
1	Del stavbe za druge storitvene dejavnosti	1230401	88,5	Mestna občina Koper
	Skupaj:		<b>892</b>	
	<b>Raba splošnega družbenega pomena</b>			
21	Muzej ali knjižnica	1262001	250,1	Mestna občina Koper

	<b>Skupaj:</b>		<b>250,1</b>	
	<b>Total ulica:</b>		<b>1372</b>	

<b>Župančičeva ulica</b>		<b>Šifra dejavnosti</b>	<b>Neto m2/vsi lokali</b>	<b>Latnik:</b>
<b>Hišna št.</b>	<b>Gostinska raba</b>			
39	Deli stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	1211201	69,4	Mestna občina Koper
	<b>Skupaj:</b>		<b>69,4</b>	
	<b>Upravna in pisarniška raba</b>			
6	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	19,6	Mestna občina Koper
	<b>Skupaj:</b>		<b>19,6</b>	
	<b>Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti</b>			
25	Trgovski del stavbe		24,6	Fizična oseba
27	Trgovski del stavbe		33,9	Podjetje
41	Trgovski del stavbe		38,0	Mestna občina Koper
14	Trgovski del stavbe		12,3	Podjetje
43	Trgovski del stavbe		19,8	Mestna občina Koper
45	Trgovski del stavbe		38,6	Mestna občina Koper
10	Del stavbe za druge storitvene dejavnosti		47,0	Mestna občina Koper
32	Del stavbe za druge storitvene dejavnosti		189,5	Mestna občina Koper
	<b>Skupaj:</b>		<b>403,7</b>	
	<b>Total</b>		<b>492,7</b>	

<b>Verdijeva ulica</b>		<b>Šifra dejavnosti</b>	<b>Neto m2/vsi lokali</b>	<b>Lastnik</b>
------------------------	--	-------------------------	---------------------------	----------------

Hišna št.				
	<b>Upravna in pisarniška raba</b>			
1	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	25,0	Fizična oseba
2	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	438,0	Mestna občina Koper
10	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	1205,6	Mestna občina Koper
6	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	415,8	Mestna občina Koper
7	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	41,9	Podjetje
7	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	12,1	Mestna občina Koper
9	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	39,5	Mestna občina Koper
11	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	729,0	Mestna občina Koper
	Skupaj:		<b>2906,9</b>	
	<b>Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti</b>			
5	Trgovski del stavbe	1230104	89,2	Mestna občina Koper
	Skupaj:		<b>89,2</b>	
3	Del stavbe za kulturo in razvedrilo	1261001	4467,0	Mestna občina Koper
	Skupaj:		<b>4467,0</b>	
	Total:		<b>7463,1</b>	

7

Trg Brolo		Šifra dejavnosti	Neto m2/vsi lokali	Lastnik
Hišna št.	Gostinska raba			

5	Deli stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	1211202	50,0	Mestna občina Koper
	Skupaj		<b>50,0</b>	
	<b>Upravna in pisarniška raba</b>			
3	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	64,8	Fizična oseba
4	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	371,6	Mestna občina Koper
7	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	36,8	Fizična oseba
	Skupaj		<b>473,2</b>	
	<b>Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti</b>			
12	Trgovski del stavbe	1230101	1300,4	Podjetje
9	Del stavbe za druge storitvene dejavnosti	1230401	31,5	Podjetje
	Skupaj:		<b>1331,9</b>	
	<b>Raba splošnega družbenega pomena</b>			
1	Muzej ali knjižnica	1262001	1771,0	Mestna občina Koper
	Skupaj:		<b>1771,0</b>	
	Total		<b>3626,1</b>	

7

Cankarjeva ulica		Šifra dejavnosti	Neto m2/vsi lokali	Lastnik
<b>Hišna št.</b>	<b>Gostinska raba</b>			
11	Deli stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	1211201	33,4	Fizična oseba
10	Deli stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	1211202	44,7	Fizična oseba
	Skupaj		<b>78,1</b>	
	<b>Upravna in pisarniška raba</b>			
1	Drug upravni in	1220301	36,3	Mestna



	pisarniški del stavbe			občina Koper
9	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	136,6	Mestna občina Koper
	Skupaj		<b>172,9</b>	
	<b>Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti</b>			
4	Trgovski del stavbe	1230104	22,0	Mestna občina Koper
9	Trgovski del stavbe	1230104	37,2	Fizična oseba
	Skupaj:		<b>59,2</b>	
	<b>Raba splošnega družbenega pomena</b>			
33	Del stavbe za izobraževanje ali znanstvenoraziskovalno delo	1263001	910,0	Država, javni zavod
	Skupaj:		<b>910,0</b>	
			<b>1220,2</b>	

6

Staničev trg				
Hišna št.		Šifra dejavnosti	Neto m2/vsi lokali	Lastnik
	<b>Gostinska raba</b>			
8	Drug gostinski del stavbe za kratkotrajno nastanitev	1212001	39,3	Fizična oseba
	Skupaj:		<b>39,3</b>	
	<b>Upravna in pisarniška raba</b>			
1	Javna uprava - pisarne in poslovni prostori državnih organov lokalnih skupnosti, namenjeni lastnemu poslovanju in poslovanju s strankami	1220101	306,0	Država, javno podjetje (Obrtno združenje Koper)
6	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	158,3	Podjetje

	Skupaj:		<b>464,3</b>	
	<b>Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti</b>			
7	Trgovski del stavbe	1230104	36,9	Podjetje
11	Trgovski del stavbe	1230105	19,7	Fizična oseba
14	Del stavbe za druge storitvene dejavnosti	1230401	37,1	Mestna občina Koper
	Skupaj:		<b>93,7</b>	
	Total		<b>597,3</b>	

5

<b>Kosovelov trg</b>				
Hišna št.		Šifra dejavnosti	Neto m2/vsi lokali	Lastnik
	<b>Gostinska raba</b>			
8	Deli stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	1211201	24,6	Fizična oseba
7	Deli stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	1211202	25,2	Fizična oseba
	Skupaj:		<b>49,4</b>	
	<b>Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti</b>			
1	Trgovski del stavbe	1230104	63,6	Fizična oseba
6	Trgovski del stavbe	1230104	41,5	Podjetje
9	Trgovski del stavbe	1230104	106,9	Podjetje
	Skupaj:		<b>212</b>	
	Total		<b>261,8</b>	

5

<b>Gortanov trg</b>				
Hišna št.		Šifra dejavnosti	Neto m2/vsi lokali	Lastnik
	<b>Gostinska raba</b>			
14	Deli stavb namenjeni strežbi	1211201	105,0	Mestna občina Koper

	hrane in/ali pijače			
	Skupaj:			<b>105,0</b>
	<b>Upravna in pisarniška raba</b>			
15	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	117,3	Država, javni zavod (Območna obrtno - podjetniška zbornica)
	Skupaj:			<b>117,3</b>
	<b>Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti</b>			
11	Trgovski del stavbe	1230104	65,7	Fizična oseba
14	Trgovski del stavbe	1230104	22,1	Podjetje (Probanka)
10	Trgovski del stavbe	1230104	66,8	Podjetje
	Skupaj:			<b>154,6</b>
	Total			<b>376,9</b>

<b>Ukmarjev trg</b>				
<b>Hišna št.</b>		<b>Šifra dejavnosti</b>	<b>Neto m2/vsi lokali</b>	<b>Lastnik</b>
	<b>Gostinska raba</b>			
8	Deli stavb namenjeni strežbi hrane in/ali pijače	1211202	220,0	Fizična oseba
	Skupaj:			<b>220,0</b>
	<b>Upravna in pisarniška raba</b>			
6	Javna uprava - pisarne in poslovni prostori državnih organov lokalnih skupnosti, namenjeni lastnemu poslovanju in poslovanju s strankami	1220101	610,0	Država, javna uprava (Min. notranje zadeve)
2	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	371,0	Država, javna uprava (Min.

				notranje zadeve
5	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	529,2	Podjetje
7	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	31,3	Mestna občina Koper
	Skupaj		<b>1541,5</b>	
	Total		<b>1761,5</b>	

**5**

<b>Prešernov trg</b>				
<b>Hišna št.</b>		<b>Šifra dejavnosti</b>	<b>Neto m2/vsi lokali</b>	<b>Lastnik</b>
	<b>Gostinska raba</b>			
5	Drug gostinski del stavbe za kratkotrajno nastanitev	1212001	108,9	Fizična Oseba
	Skupaj:		<b>108,9</b>	
	<b>Upravna in pisarniška raba</b>			
3	Drug upravni in pisarniški del stavbe	1220301	52,3	Mestna občina Koper
	Skupaj:		<b>52,3</b>	
	<b>Trgovska dejavnost in druge storitvene dejavnosti</b>			
2	Trgovski del stavbe	1230101	405,3	Podjetje
7	Trgovski del stavbe	1230104	59,7	Fizična oseba
3	Trgovski del stavbe	1230104	108,3	Podjetje
	Skupaj:		<b>573,3</b>	
	<b>Total</b>		<b>734,5</b>	