

# Istraživanje zadovoljstva ponudom u destinaciji Dugi Rat.

Cjelovito izvješće



Analitik d.o.o

Rujan 2022.

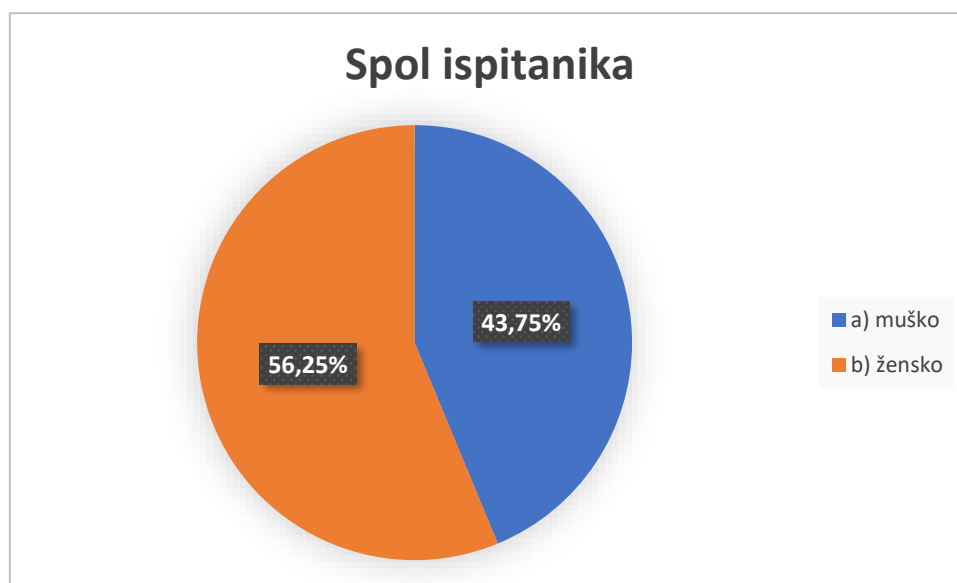
## **O istraživanju**

U srpnju i kolovozu 2022. godine provedeno je kvantitativno istraživanje (metoda: anketa) zadovoljstva domaćih i stranih turista ponudom u destinaciji Dugi Rat – Dugoratska Rivijera. Istraživanje je provedeno na prigodnom uzorku od 320 ispitanika (n = 320) s ciljem istraživanja osnovne strukture, osnovnih značajki i percepcije turista na području Dugoga Rata. Anketni upitnik se oslanja na ranije provedena istraživanja (posebice: M. Golob, T. Sirotić, M. Golob: Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista turističkom ponudom Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Vol. 2 (2014), No. 1, pp. 27-40), ali i na specifične zahtjeve Turističke zajednice Dugi Rat. Podatci dobiveni istraživanjem služe kao osnova za smjernice u poboljšanju i budućem razvoju turističke ponude.

# 1. Osnovne identitetske značajke ispitanika

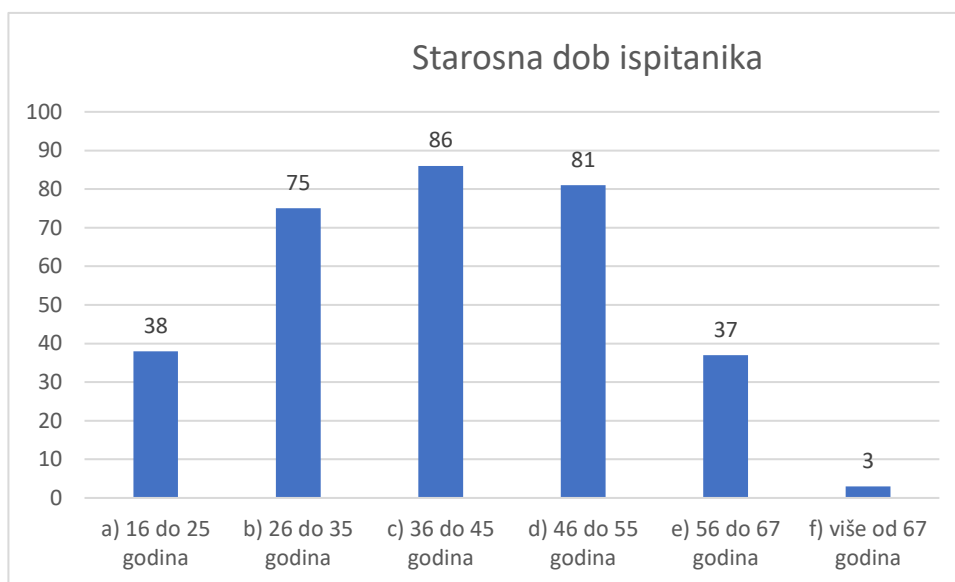
Osnovne identitetske značajke ispitanika uključuju: dob, spol, zanimanje, obrazovanje i zemlju podrijetla:

## 1. Spol ispitanika:



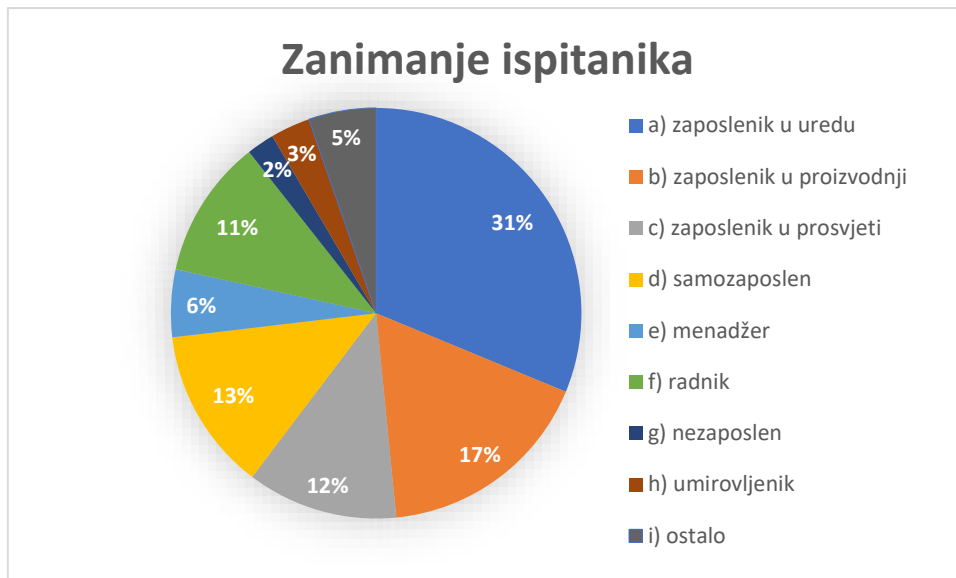
Grafički prikaz 1. Spolna struktura ispitanika

## 2. Struktura ispitanika s obzirom na starosnu dob:



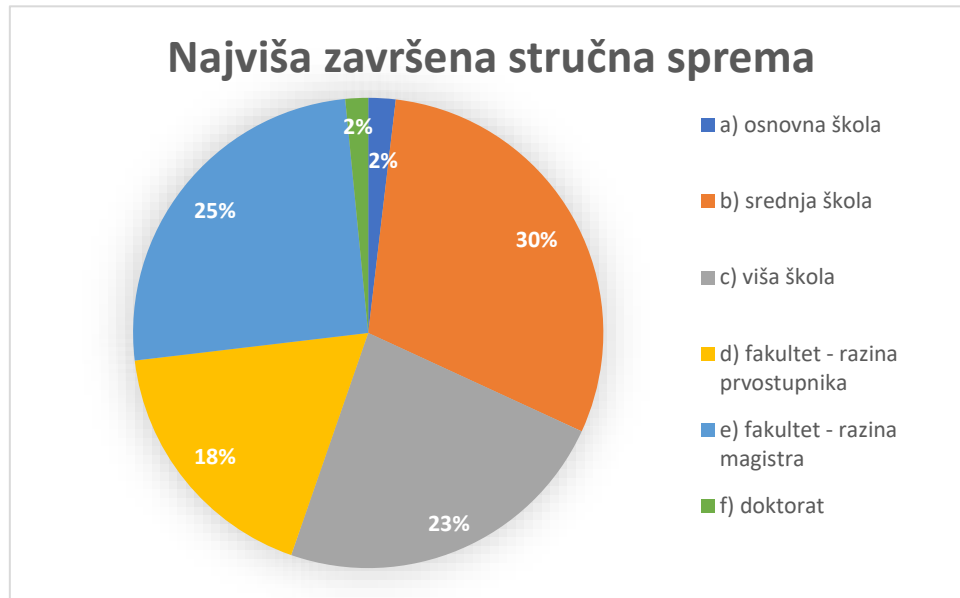
**Grafički prikaz 2. Starosna struktura ispitanika**

### 3. Struktura ispitanika s obzirom na zanimanje:



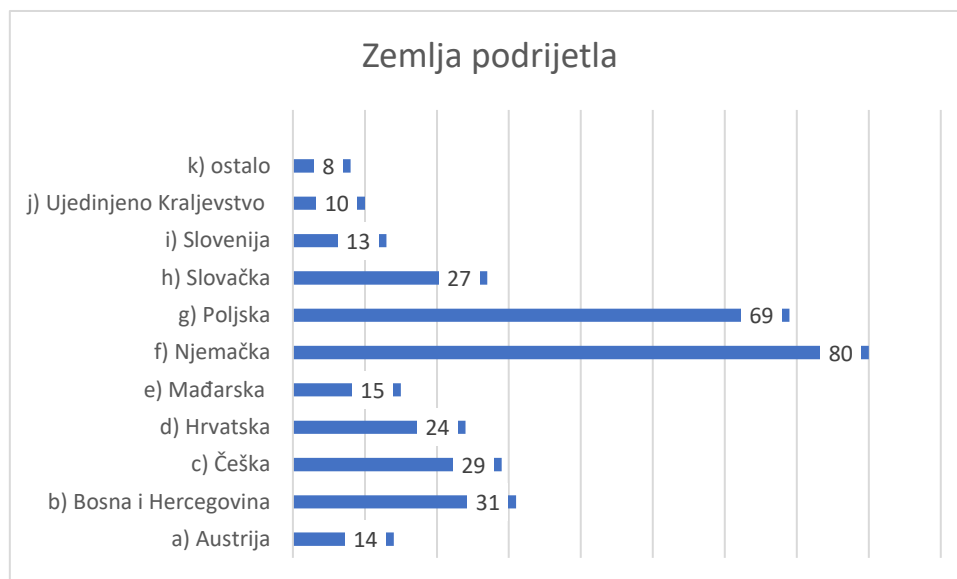
**Grafički prikaz 3. Zanimanje ispitanika**

#### 4. Struktura ispitanika s obzirom na razinu obrazovanja



**Grafički prikaz 4. Najviša završena stručna sprema ispitanika**

## 5. Struktura ispitanika s obzirom na zemlju podrijetla



**Grafički prikaz 5. Raspodjela ispitanika po zemlji podrijetla**

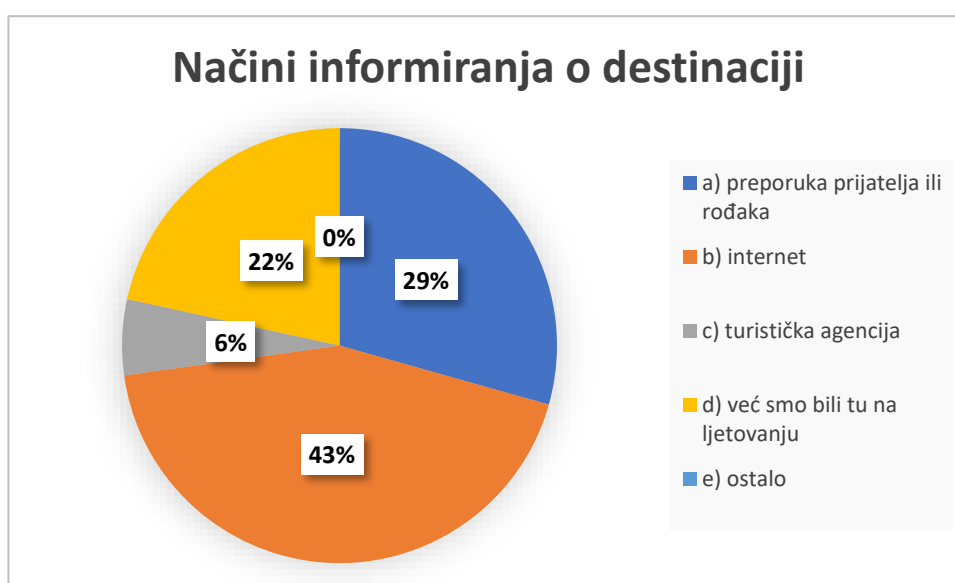
Osnovne identitetske značajke ukazuju na nešto veću zastupljenost osoba ženskog spola. Od ukupnog broja ispitanika njih 180 su žene, a 140 muškarci. Raspoređenost ispitanika po dobnim skupinama nije ravnomjerna, a što je u skladu s pretpostavkom o dominantnoj zastupljenosti turista srednje životne dobi. Glede zastupljenosti ispitanika po zanimanju, zastupljene su sve skupine, s većim udjelom zaposlenika u uredima, zaposlenika u proizvodnji i samozaposlenih osoba. Glede stupnja obrazovanja, pred fakultetski obrazovane osobe (osnovna škola, srednja škola, viša škola) čine više od 55 % uzorka.

Iz podataka o zastupljenosti ispitanika po zemljama očito je da je Dugoratska Rivijera prepoznata kao relevantno turističko odredište u zapadnoj i srednjoj Europi, odakle stiže većina ispitanih turista. Niska, ali ipak prisutna zastupljenost turista iz drugih dijelova Europe i svijeta ukazuje na potrebu daljnjeg razvijanja turističke ponude u svrhu dodatnog privlačenja interesa turista iz tih područja. S obzirom na narav uzorka (prigodni), podatke treba uzeti s primjerenom zadržkom.

## 2. Osnovni podatci o odabiru destinacije i realizaciji boravka

Podatci o doživljaju i izboru turističke destinacije uključuju podatke o načinu informiranja o destinaciji, podatke o trajanju boravka, podatke o načinu dolaska i vrsti odmora (samostalni, obiteljski odmor, odmor s partnerom/icom, odmor s prijateljima, odmor s trećim osobama), podatke o vrsti odabranog smještaja te podatke o dnevnoj potrošnji (samoprocjena).

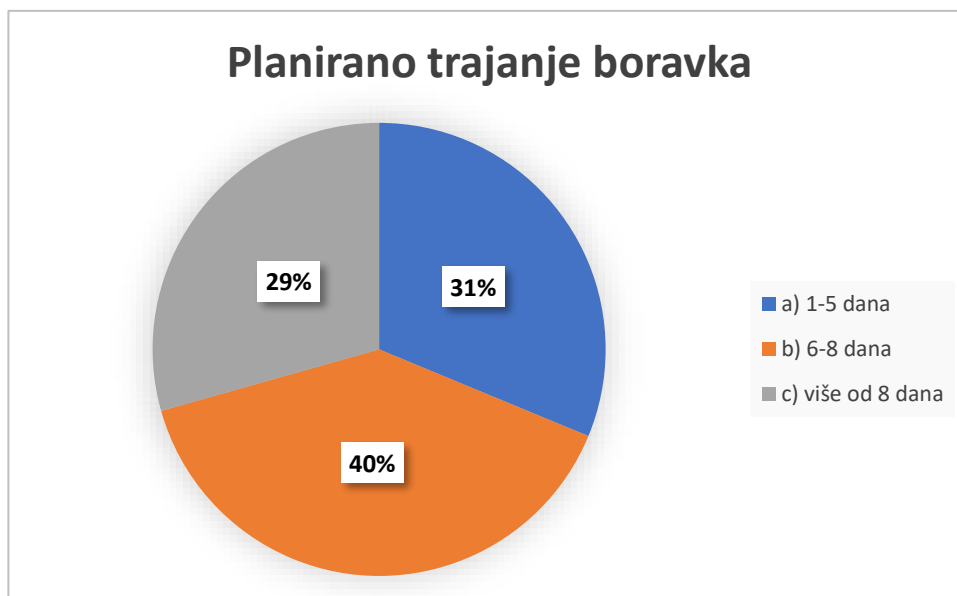
### 6. Način informiranja o destinaciji:



Grafički prikaz 6. Način informiranja ispitanika o destinaciji

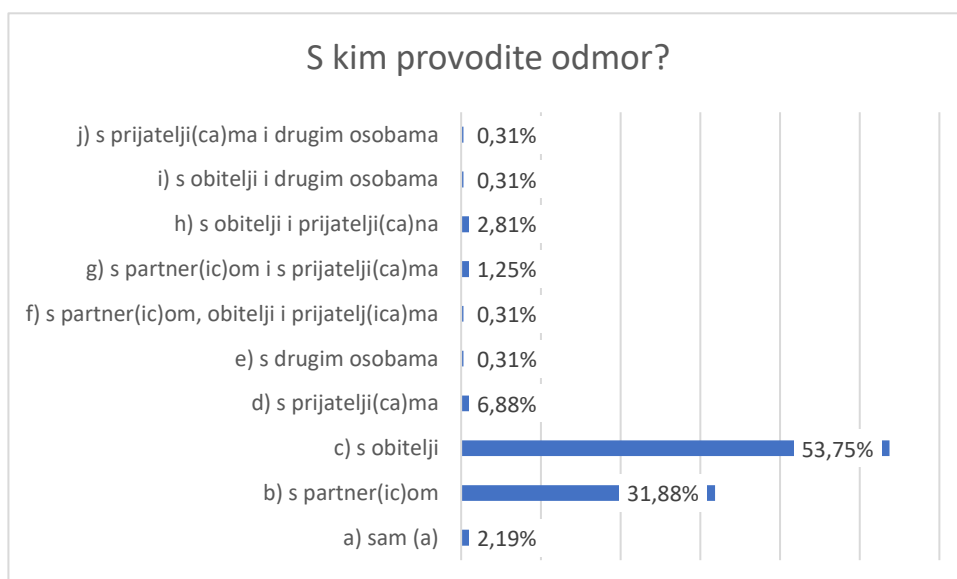


## 7. Planirano trajanje boravka:



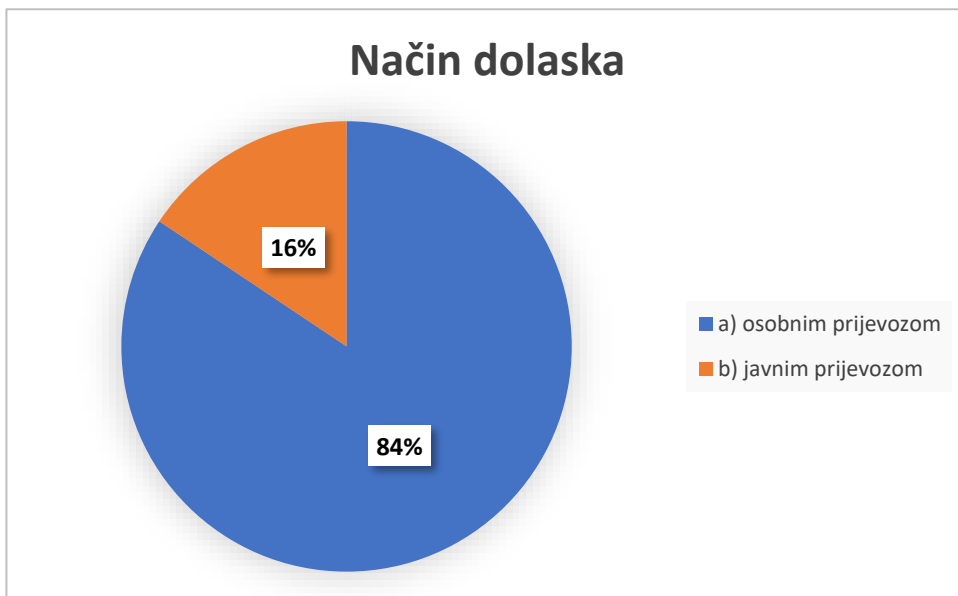
**Grafički prikaz 7. Planirano trajanje boravka ispitanika**

## 8. Vrsta odmora (društveni aspekt):



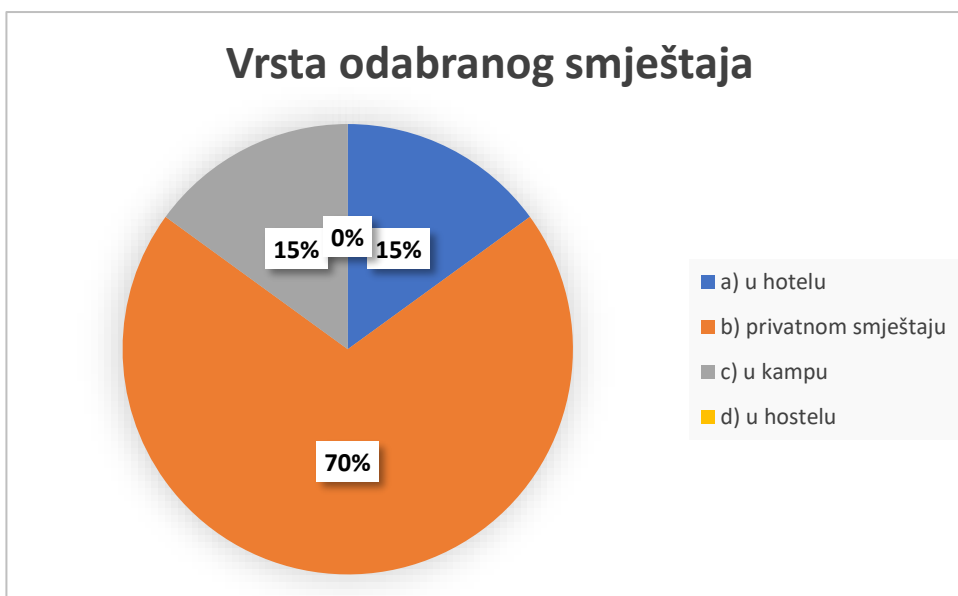
**Grafički prikaz 8. S kime ispitanici provode odmor/Vrsta odmora**

## 9. Način dolaska:



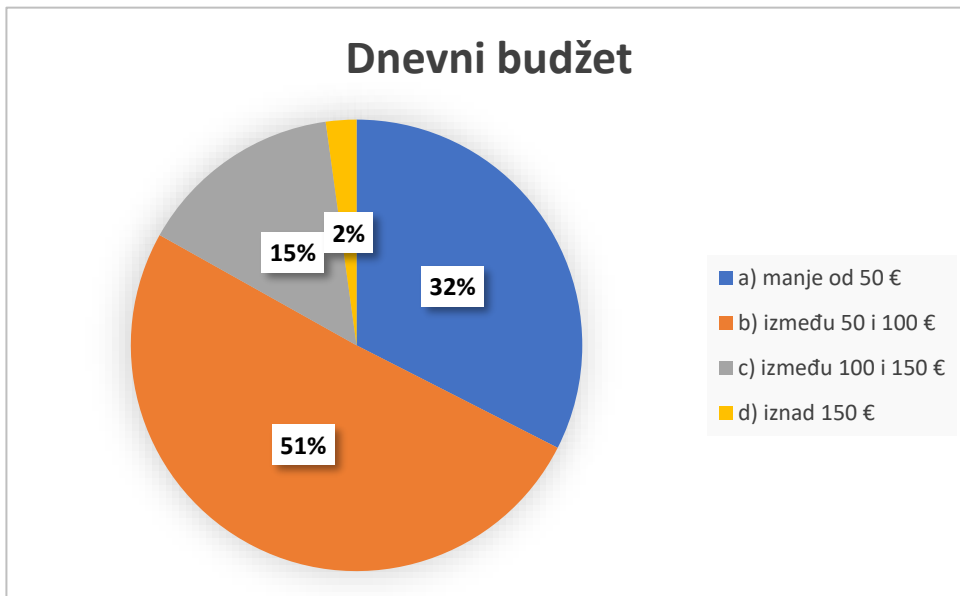
Grafički prikaz 9. Način dolaska ispitanika do destinacije

## 10. Vrsta odabranog smještaja:



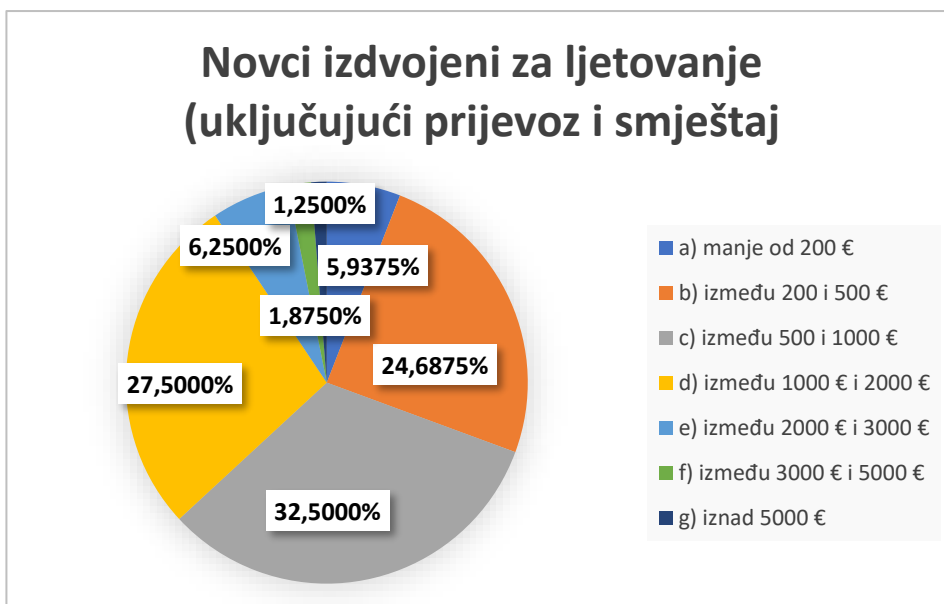
Grafički prikaz 10. Vrsta odabranog smještaja

## 11. Podatci o dnevnoj potrošnji



Grafički prikaz 11. Podatci o dnevnoj potrošnji

## 12. Ukupno izdvojeni novac za ljetovanje (uključujući prijevoz i smještaj)



Grafički prikaz 12. Podatci o dnevnoj potrošnji

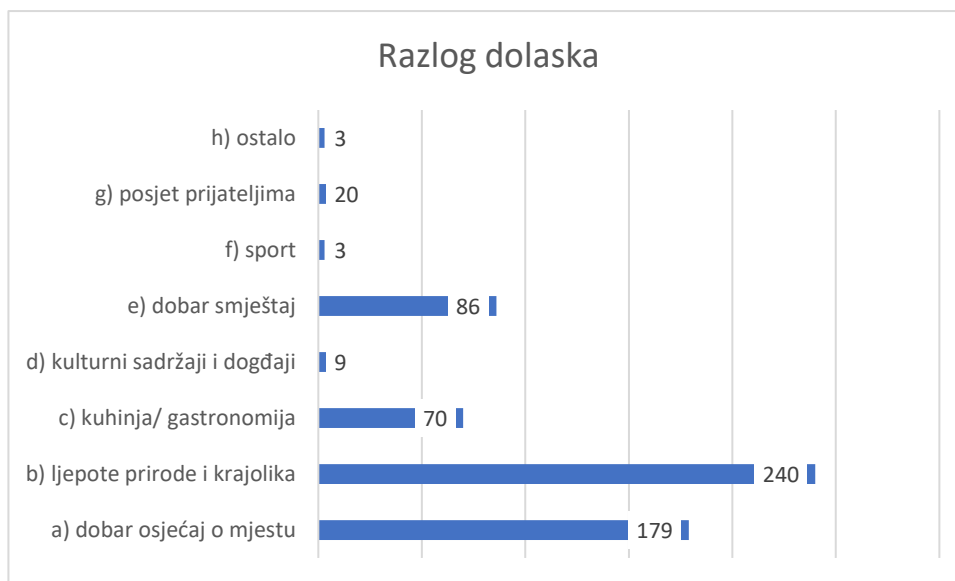
Podatci o izboru i načinu boravka na području Dugoratske Rivijere ukazuju na sljedeće značajke:

Dominantni načini informiranja su preporuka prijatelja i internet. Preporuka prijatelja indirektno ukazuje na zadovoljstvo uslugom. Jedan od značajnih faktora je i ranije osobno poznavanje područja („već smo bili tu“) koje ukazuje također na kvalitetu usluge i sklonost turista, uz preporuke drugima, i vlastitom ponovnom dolasku. Čak 69 % ispitanika boravi na području destinacije 6 ili više dana, nerijetko i više od 8 dana. Taj podatak ukazuje da je destinacija prepoznata kao središnje i ciljano područje odmora, radije negoli usputna lokacija u proputovanju ili za kraći boravak. Više od 90 % ispitanika provodi odmor s partnerom/icom ili obitelji, ponekad zajedno s prijateljima i drugim osobama, što ukazuje na snažnu prepoznatost destinacije kao mjesta za obiteljski odmor i odmor u dvoje. Većina ispitanika putuje osobnim prijevozom. Popularnost destinacije među osobama bez osobnog prijevoza je znatno niža što potencijalno ukazuje na potrebu bolje infrastrukture javnog prijevoza. 70 % ispitanika je smješteno u privatnom smještaju dok je ispitano po 15 % ispitanika smještenih u hotelskom smještaju i kampovima. Čak 83 % ispitanika procjenjuje vlastiti dnevni budžet do 100 eura.

### 3. Osnovni podatci o doživljaju turističke destinacije i ocjena kvalitete usluge

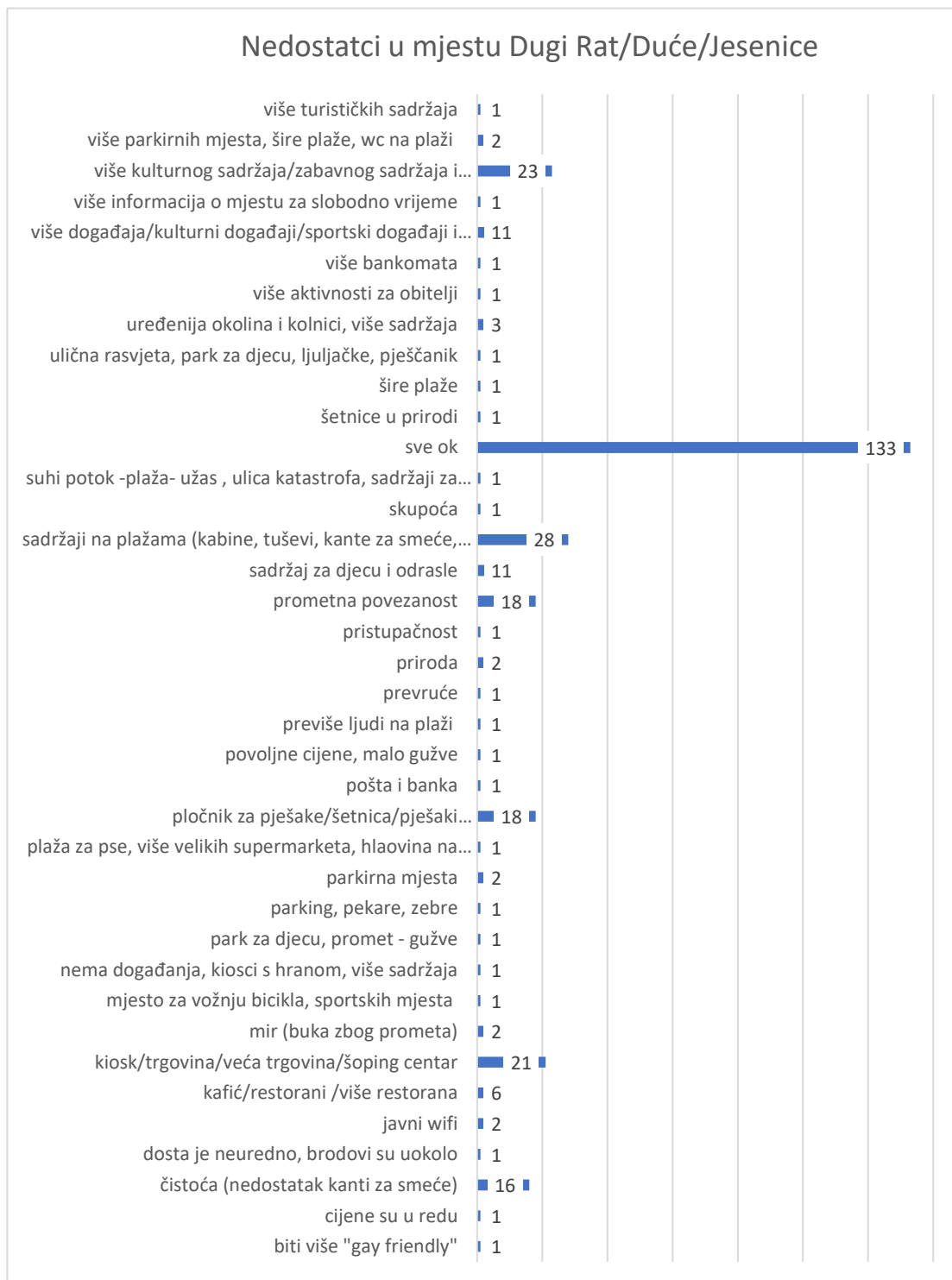
Osnovni podatci o doživljaju turističke destinacije i ocjena kvalitete usluge uključuju: razloge izbora ove destinacije (izbor dvaju razloga po ispitaniku), percipirane nedostatke i prednosti smještaja i destinacije (slobodni odgovori), ukupnu ocjenu zadovoljstva destinacijom (skala zadovoljstva) i tablicu zadovoljstva s različitim aspektima usluge i značajkama destinacije.

#### 13. Razlozi izbora destinacije



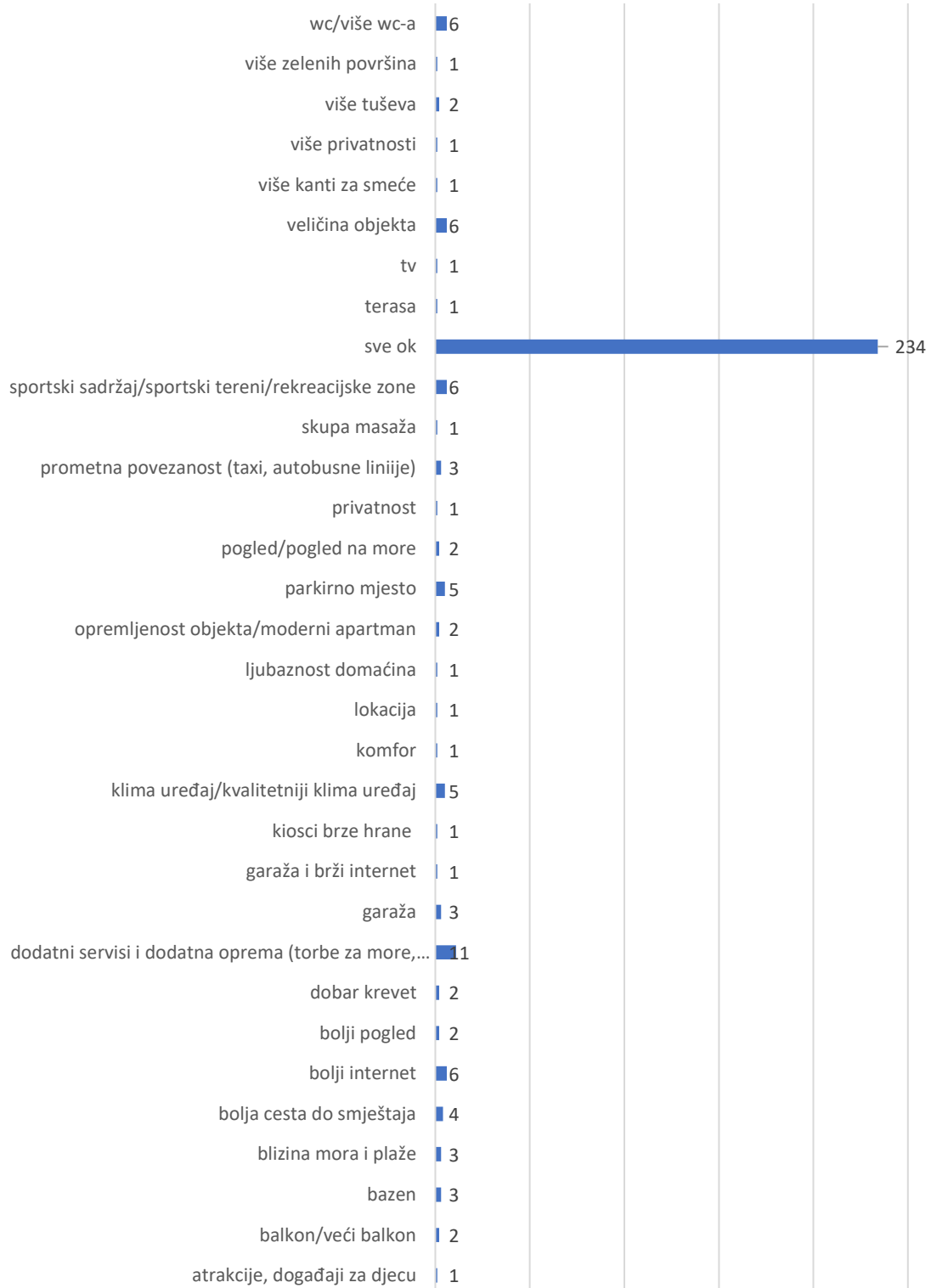
Grafički prikaz 13. Razlog dolaska ispitanika

## 14. Percipirani nedostaci i prednosti smještaja i destinacije



**Grafički prikaz 14.1 Nedostaci u Dugom Ratu/Dučćama/Jesenicama**

## Nedostatci u objektu gdje su gosti smješteni



**Grafički prikaz 14.2 Nedostatci u objektu u kojem su gosti smješteni**

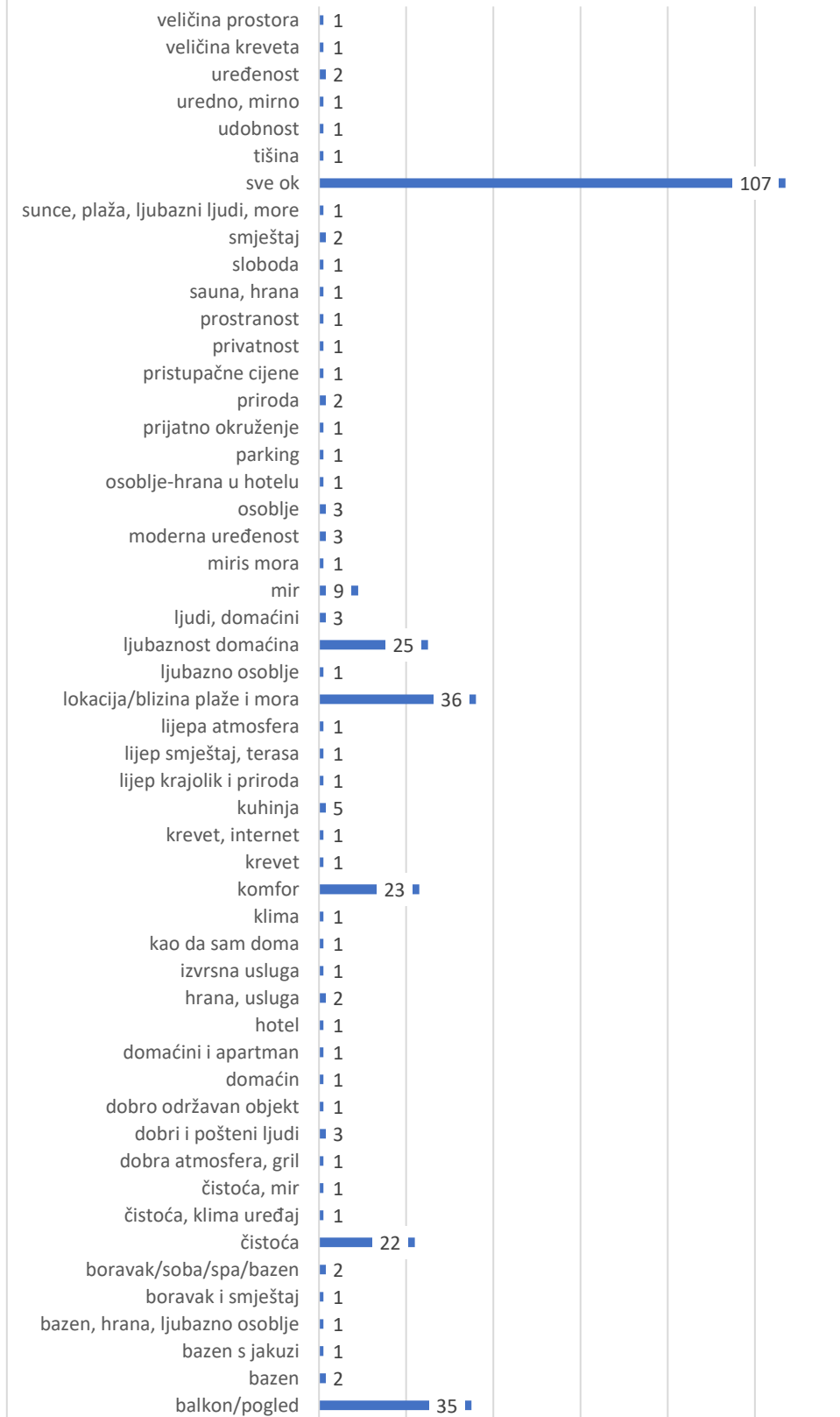
## Prednosti mjesta Dugi Rat/Dučće/Jesenice



**Grafički prikaz 14.3 Prednosti u Dugom Ratu/Dučćama/Jesenicama**

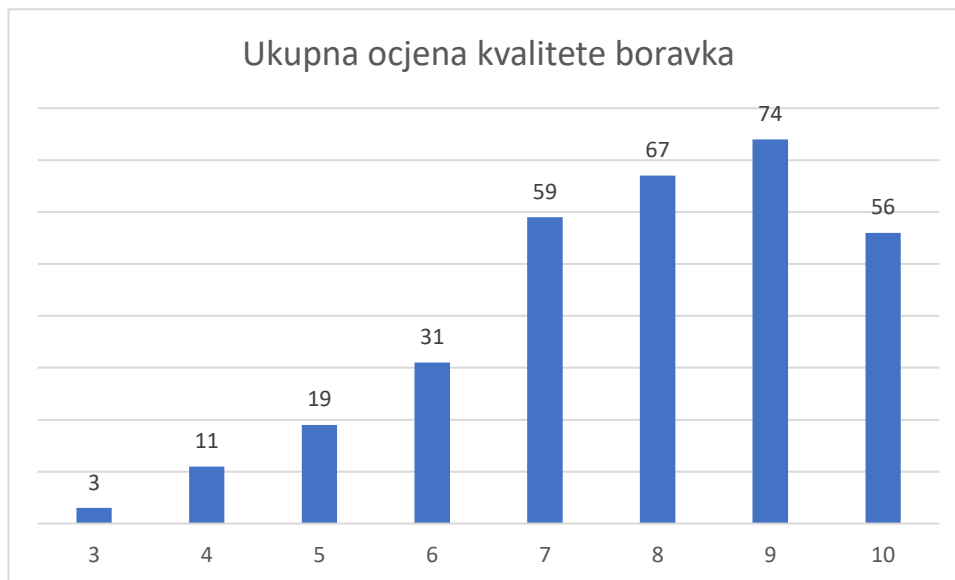


## Prednosti objekta u kojem su gosti smješteni



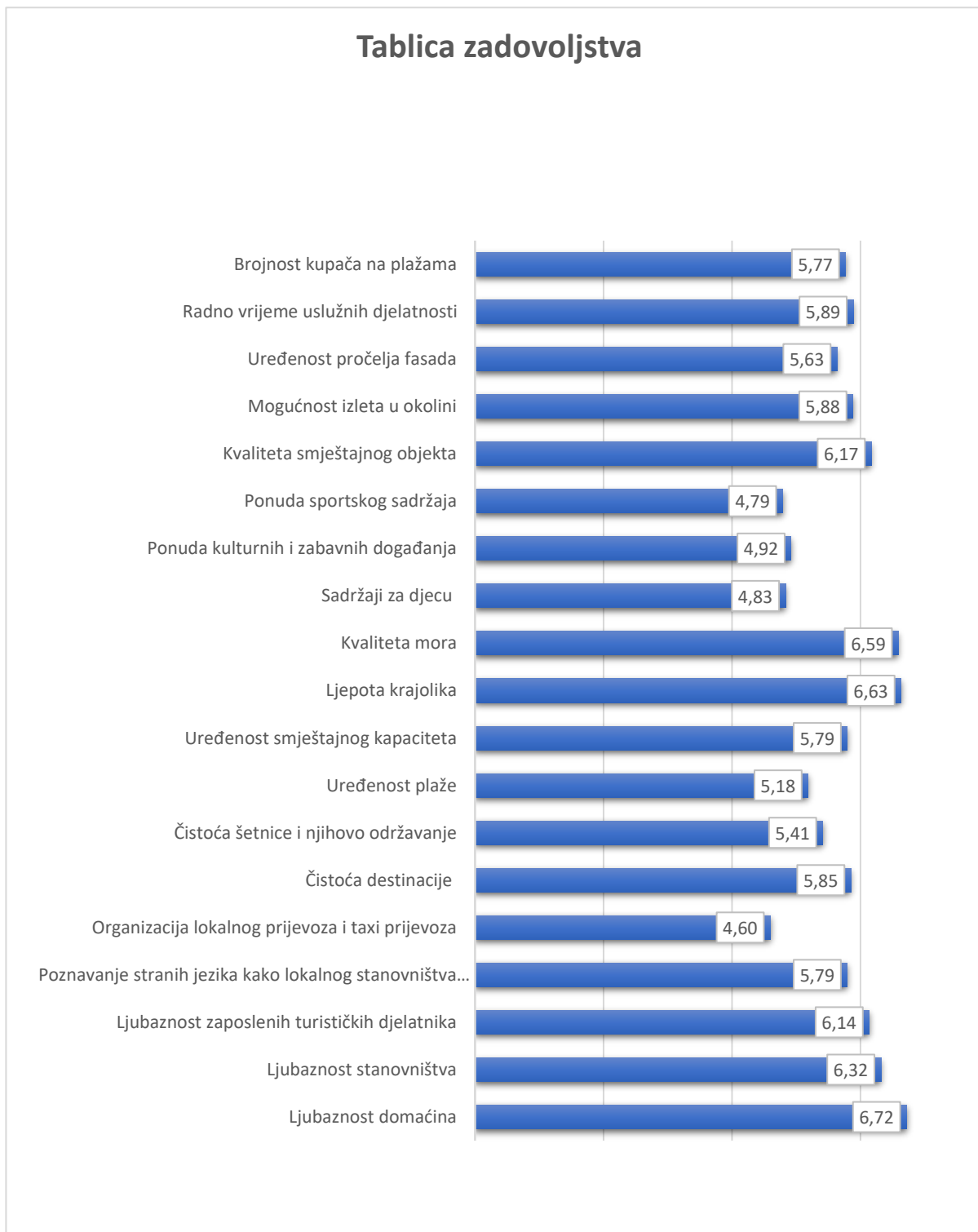
**Grafički prikaz 14.4 Prednosti u objektu u kojem su gosti smješteni**

15. Ukupna ocjena zadovoljstva destinacijom:



**Grafički prikaz 15. Ukupna ocjena kvalitete boravka ispitanika**

## 16. Tablica zadovoljstva:



**Grafički prikaz 16. Tablica zadovoljstva ispitanika**

Više od polovine ispitanika ističe ljepotu krajolika (240) i dobar osjećaj (179) kao značajne razloge za izbor destinacije za odmor. Iako je riječ o veoma pozitivnim razlozima, ukazuju na mogućnost daljnjeg afirmiranja destinacije drugim sadržajima, primarno onima vezanima uz kulturu i gastronomiju, a za što nisu odlučujući infrastrukturni faktori. Većina gostiju je zadovoljna i destinacijom i ponudom smještaja.

Ukupna ocjena kvalitete boravka ukazuje na izrazito visoko zadovoljstvo ispitanika. Čak 56 ispitanika je destinaciju ocijenilo odličnom ocjenom, dok je 74 ispitanika ocijenilo destinaciju ocjenom 9/10.

U tablici zadovoljstva ispitanici su ocjenama od 1 do 7 ocjenjivali pojedine činjenice o destinaciji. Najveću ocjenu su zaslužili ljubaznost domaćina (6,72/7), kvaliteta mora (6,59/7) i ljepota krajolika (6,63/7), a što je u skladu s gore izloženim razlozima dolaska. Općenito je zadovoljstvo ispitanika iznadprosječno visoko, s iznimkom ocjene ponude javnog prijevoza te sportskih, kulturnih i zabavnih događaja. Ti podatci mogu biti smjernica u daljnjem osmišljavanju kulturne i sportske ponude područja, ali i poticanju bolje ponude javnog prijevoza.

#### **4. Analiza odnosa starosne dobi i vrste odmora (obiteljski odmor, odmor s prijateljima, samostalni odmor itd.) s načinom informiranja, trajanjem boravka, percipiranim prednostima i nedostacima smještaja i destinacije te ukupnom ocjenom zadovoljstva ispitanika**

Od identitetskih značajki ispitanika, starosnu dob i način odmora (društveni aspekt) držimo značajnim faktorima za procjenu smjera u kojemu se može kretati turistička ponuda i doista kreće turistička percepcija ove destinacije. Zemlju podrijetla, stupanj obrazovanja i zaposlenost ne smatramo odlučujućim faktorima u ovome smislu jer nisu određujući za usmjeravanje destinacije k orijentiranju na specifični oblik turizma (npr. obiteljski turizam ili samački turizam) i specifičnu dobnu skupinu.

Uspoređivanjem odabranih identitetskih značajki s načinom informiranja, trajanjem boravka, percipiranim prednostima i

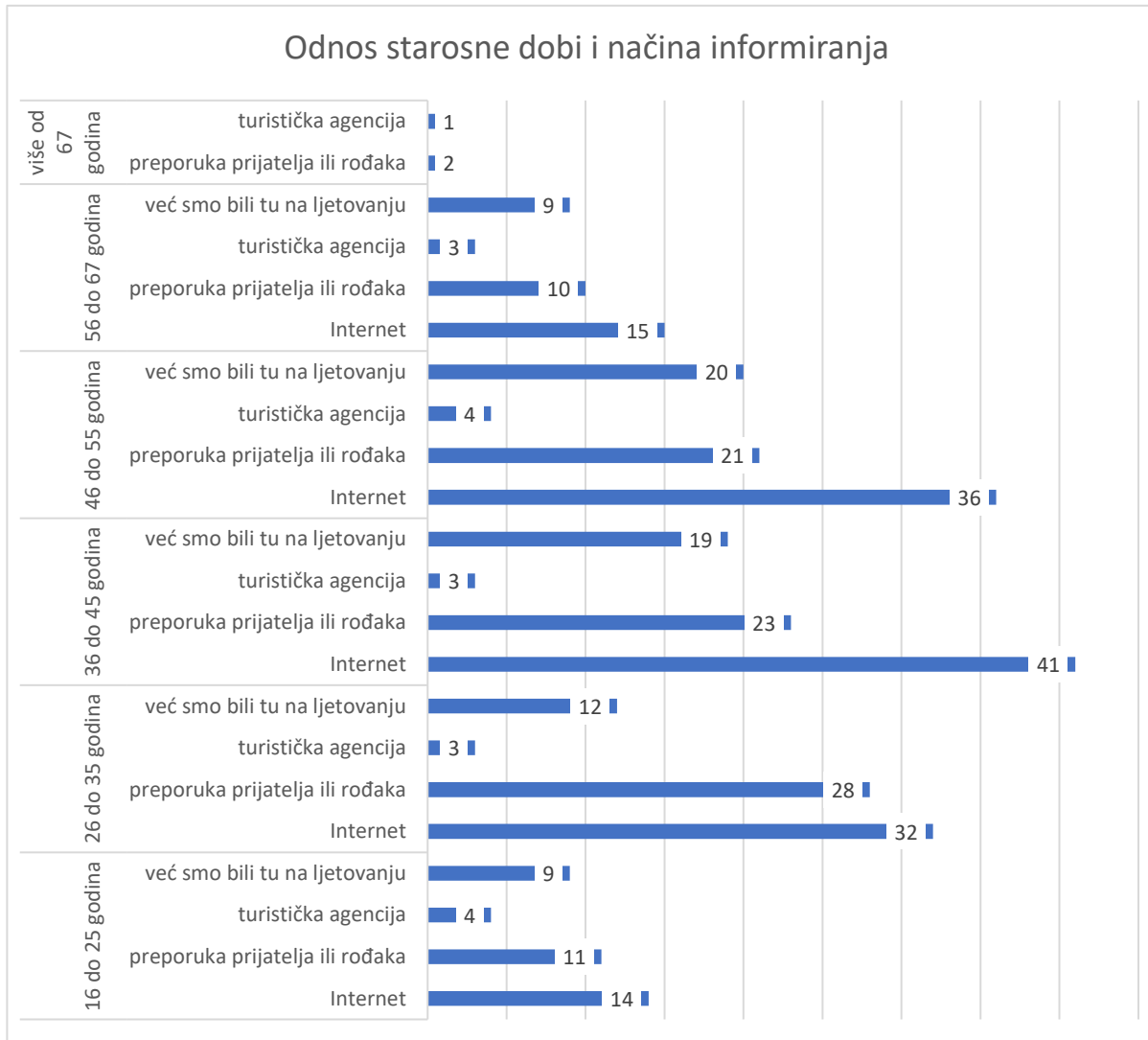
nedostacima (kako destinacije tako i smještaja) te ukupnim zadovoljstvom destinacijom i ponudom, dobivamo podatke relevantne za daljnji razvoj i pojedinačnih smještajnih jedinica i općeg usmjerenja destinacije.

Podatci o načinu informiranja ukazuju na trendove upoznavanja s ponudom Dugoratske Rivijere. Pretpostavka je da se većina ispitanika informirala osobno, preko poznanika, i preko online platformi za najam smještaja. Trajanje boravka ukazuje na specifičnost pristupa odmoru na ovoj lokaciji osoba različite dobi. Pretpostavka je da je duži boravak karakterističan za osobe koje se odlučuju na obiteljski odmor i srednje su životne dobi. Očekivano je kraće trajanje boravka osoba mlađe životne dobi.

Podatci o percipiranim prednostima i manama ukazuju na različitost fokusa i interesa različitih dobih skupina. Pretpostavljamo da je zreloj populaciji značajnije važan okoliš, dok je mlađoj populaciji važan ekološki aspekt i kvalitetna mrežna povezanost.

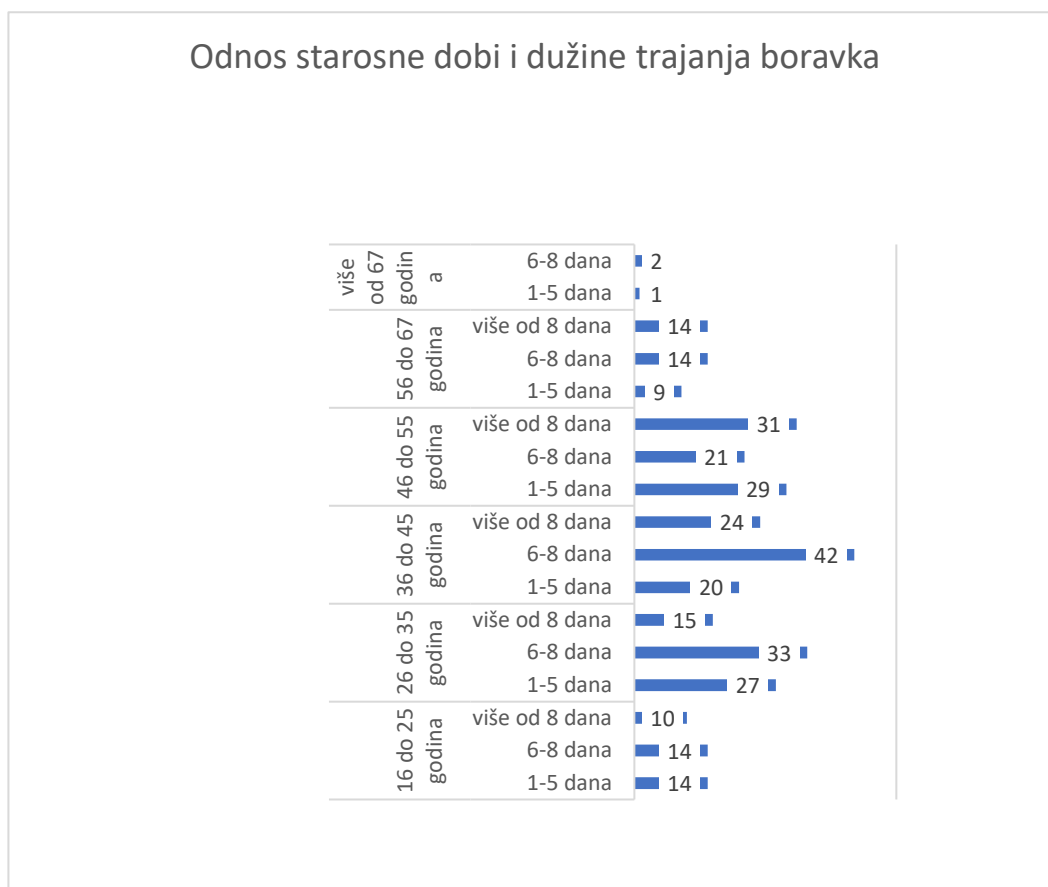
Konačno, podatci o općem zadovoljstvu sugeriraju interesima kojih bi se starosnih skupina i kojim vrstama turizma trebalo posvetiti u prilagodbi i razvoju turističke ponude.

17. Odnos starosne dobi ispitanika i načina informiranja o destinaciji:



**Grafički prikaz 17. Odnos starosne dobi i načina informiranja**

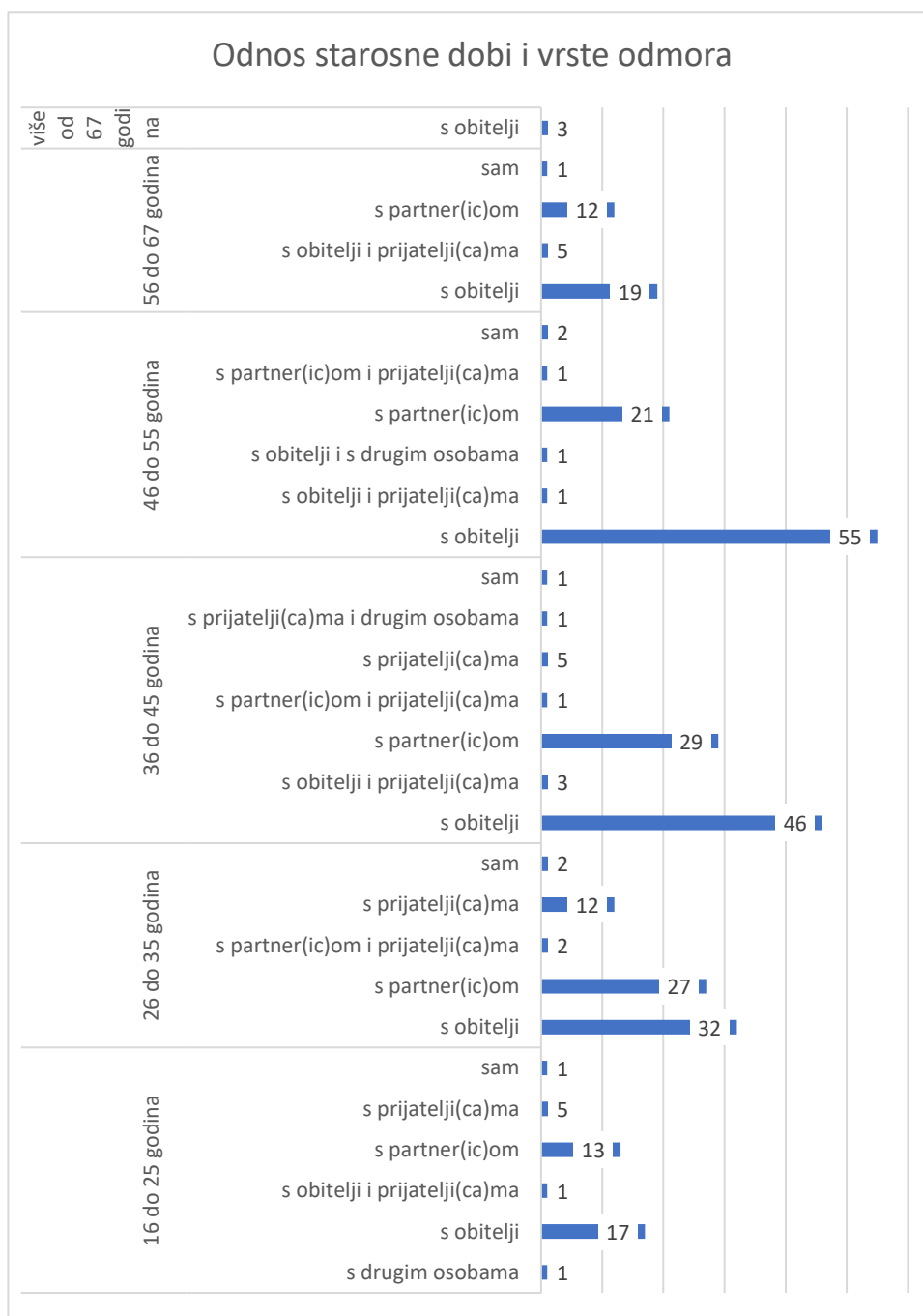
## 18. Odnos starosne dobi i trajanja boravka:



**Grafički prikaz 18. Odnos starosne dobi i trajanja boravka**

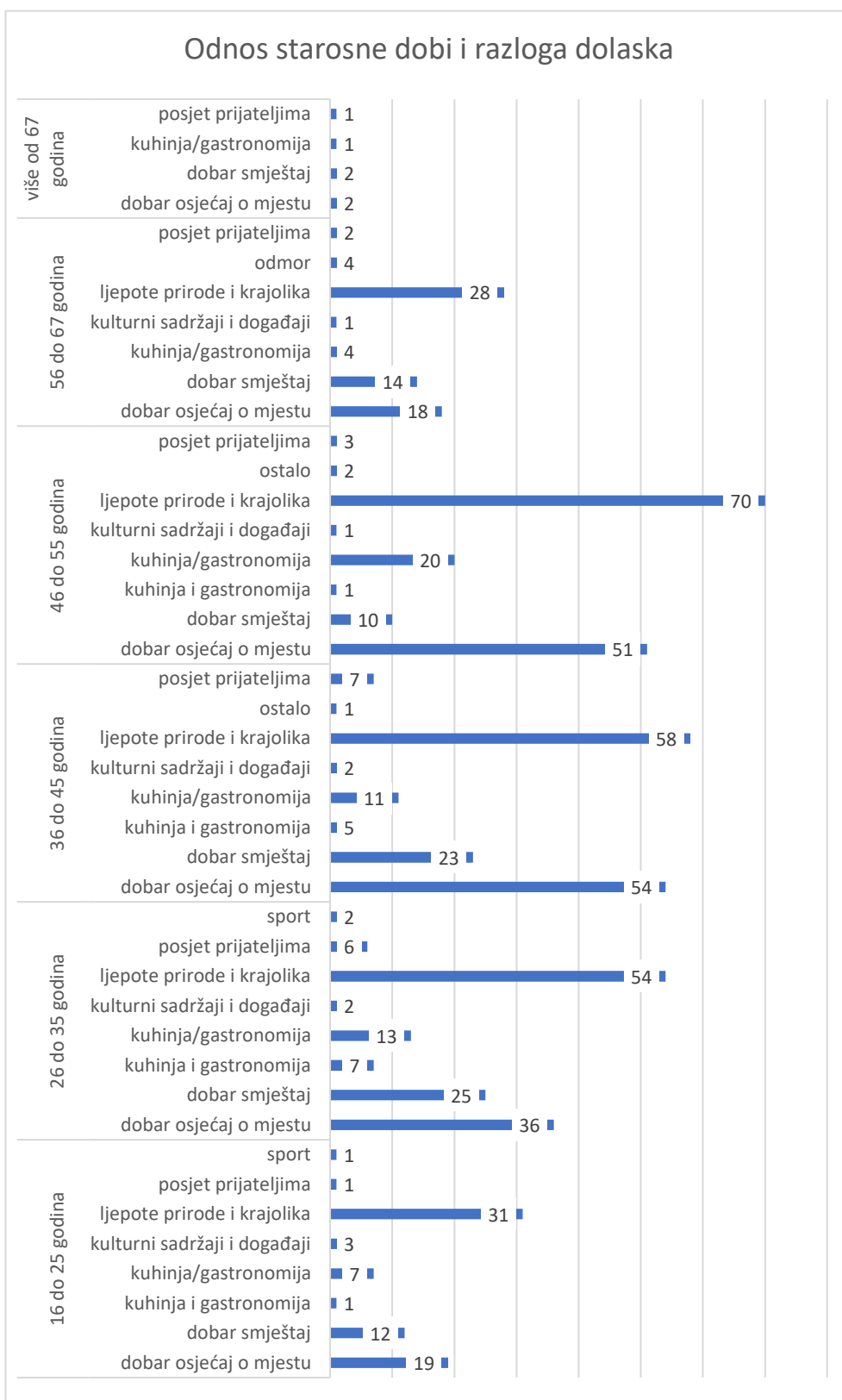


## 19. Odnos starosne dobi i vrste odmora:



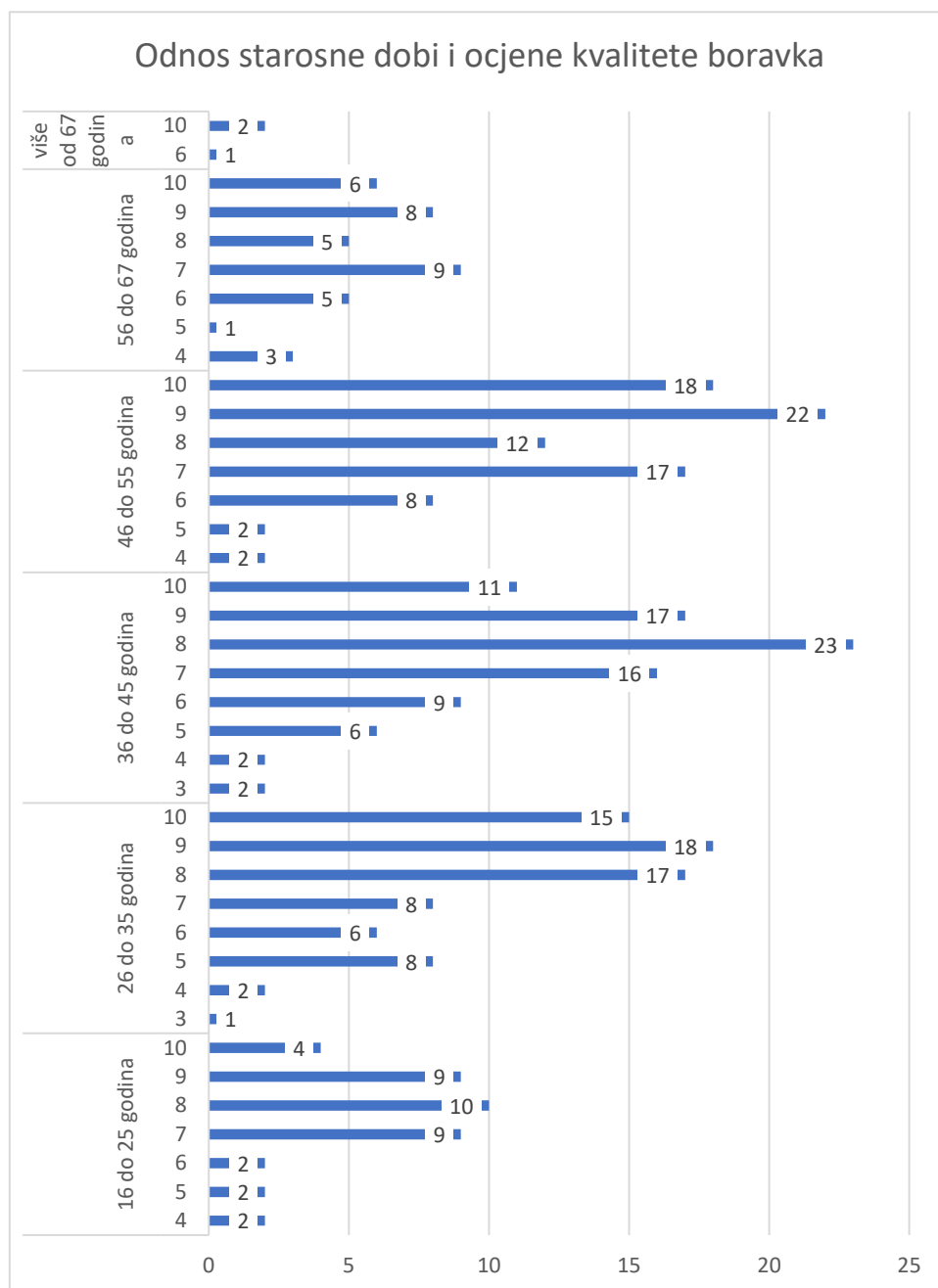
**Grafički prikaz 19. Odnos starosne dobi i društva s kojima provode godišnji odmor**

## 20. Odnos starosne dobi i razloga dolaska:



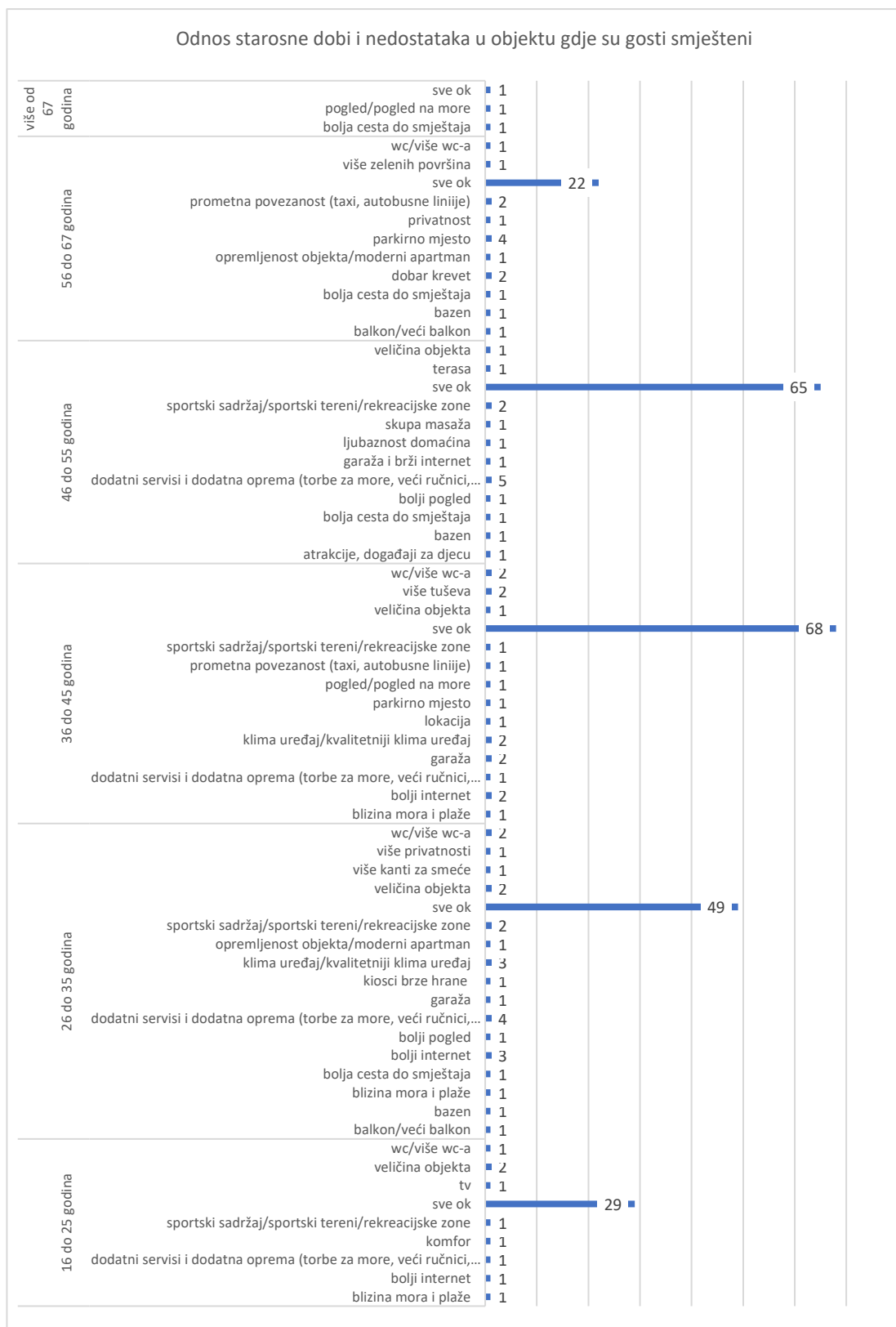
**Grafički prikaz 20. Odnos starosne dobi i razloga dolaska**

21. Odnos starosne dobi i ukupne ocjene kvalitete boravka:



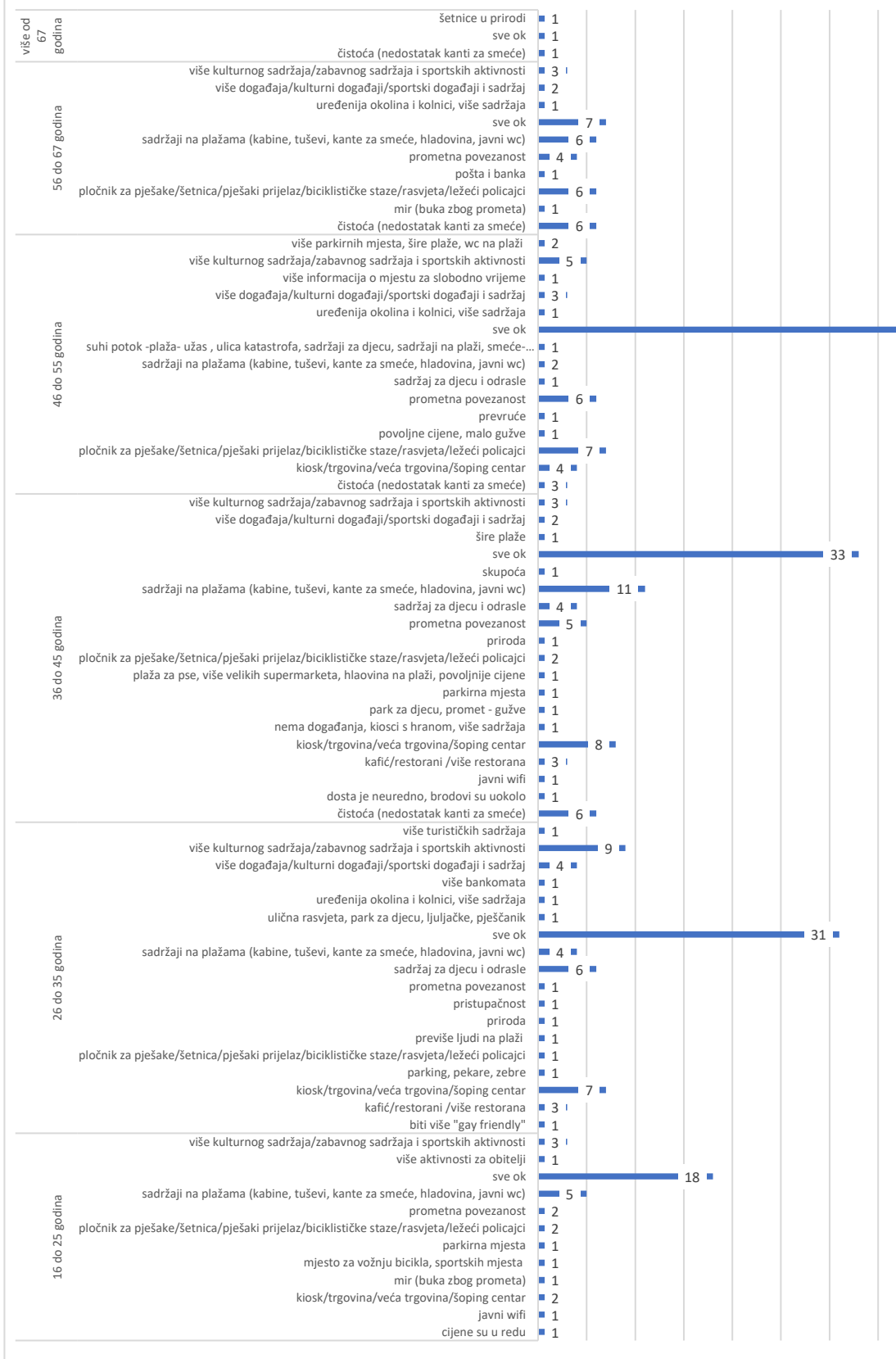
Grafički prikaz 21. Odnos starosne dobi i ukupne ocjene kvalitete boravka

## 22. Odnos starosne dobi i percipiranih nedostataka i prednosti u objektima te mjestu gdje su gosti smješteni



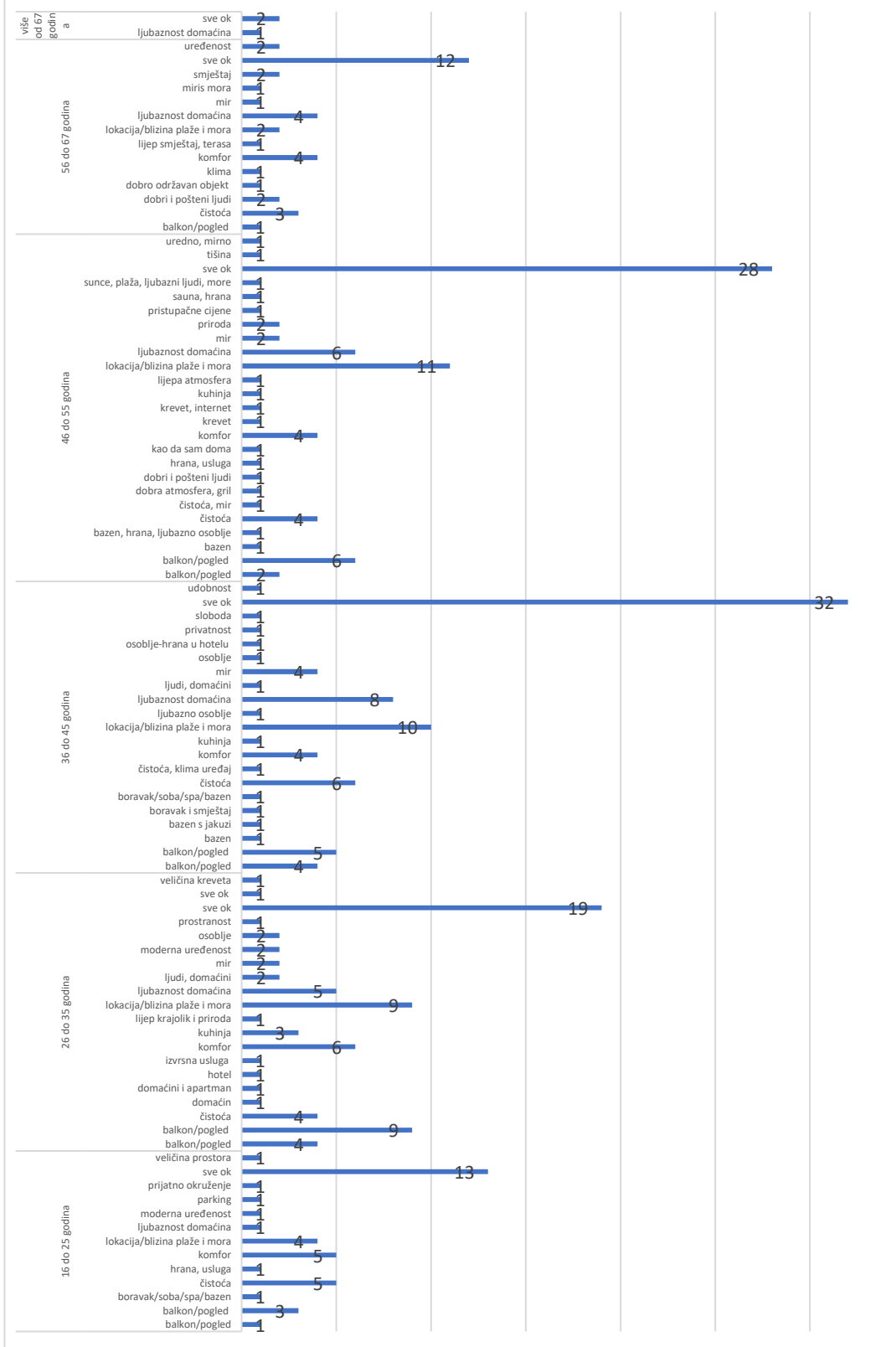
Grafički prikaz 22.1. Odnos starosne dobi i nedostataka u smještaju

## Odnos starosne dobi i nedostataka mjesta Dugi Rat/Dučće/Jesenice



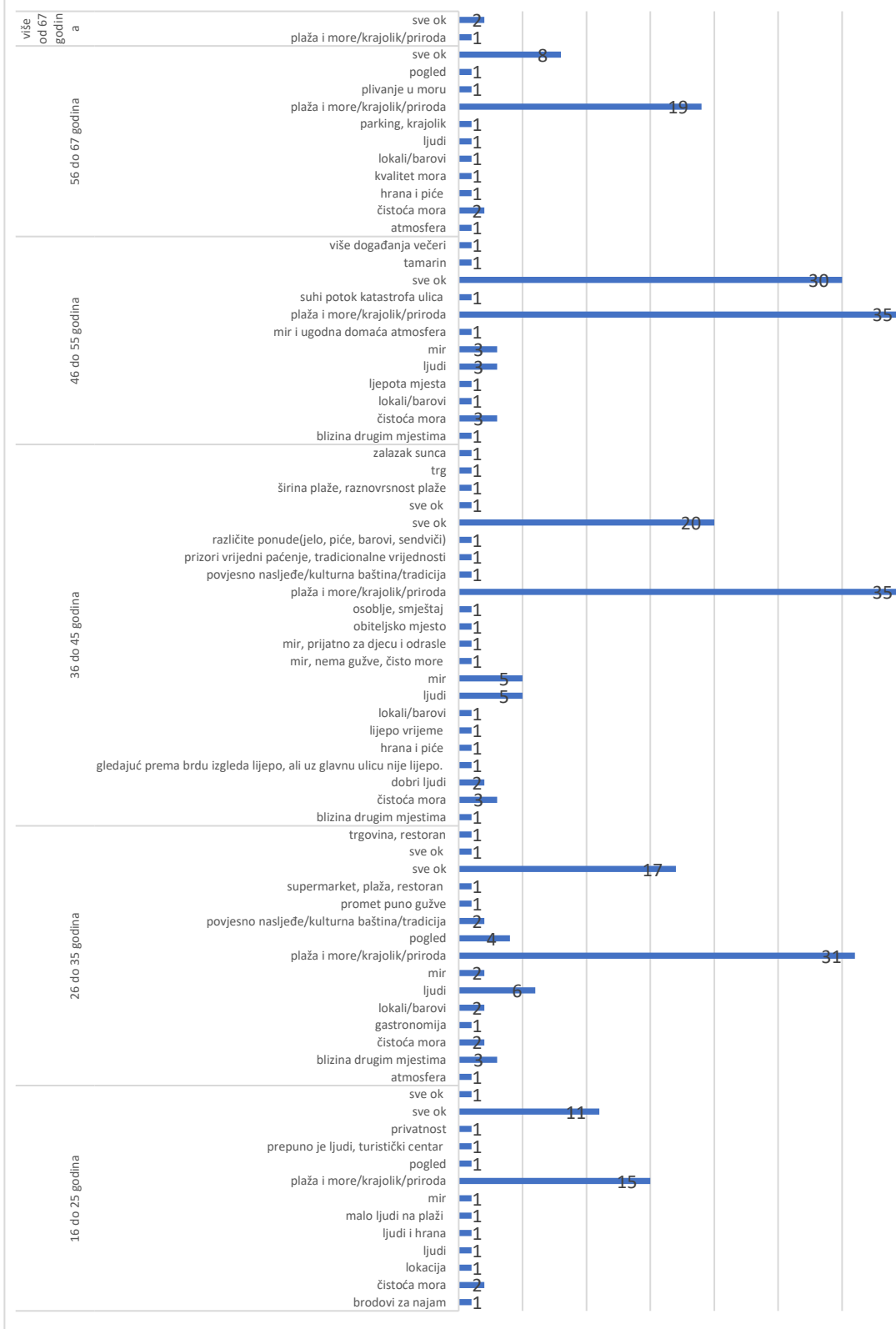
**Grafički prikaz 22.2. Odnos starosne dobi i nedostataka u Dugom Ratu/Dučćama/Jesenicama**

## Odnos starosne dobi i prednosti u objektu gdje su gosti smješteni



Grafički prikaz 22.3. Odnos starosne dobi i prednosti smještaja

## Odnos starosne dobi i prednosti mjesta Dugi Rat/Dučće/Jesenice

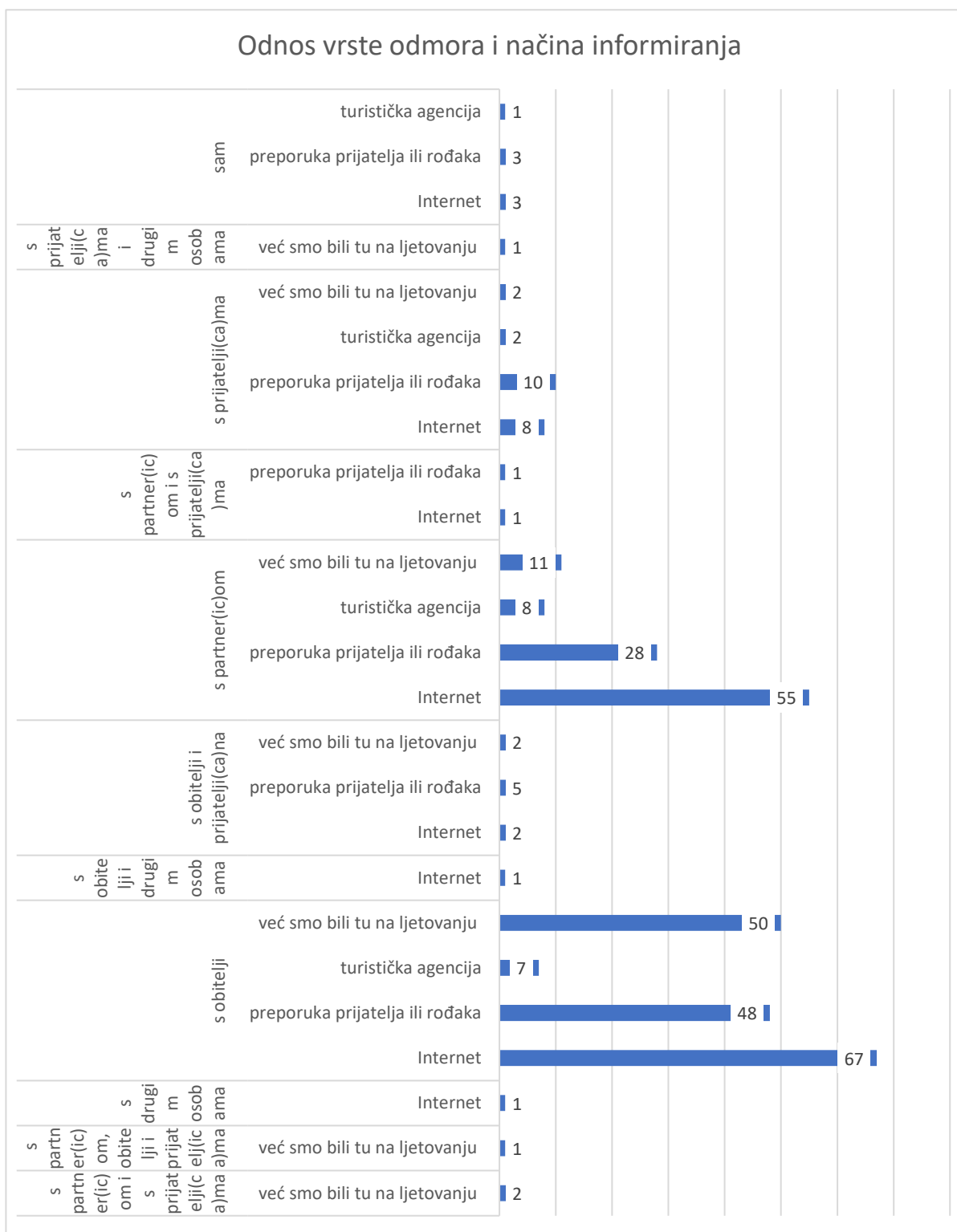


**Grafički prikaz 22.4. Odnos starosne dobi i prednosti u Dugom Ratu/Dučćama/Jesenicama**

Informiranje internetskim putem igra značajnu ulogu u odabiru destinacije. Većina osoba svih dobnih skupina ostaje 6 ili više dana u destinaciji. Većina osoba provodi odmor s obitelji ili partnerima, neovisno o dobnoj skupini. Tu je činjenicu potrebno uzeti u obzir u organizaciji ponude smještaja, ali i u razvoju drugih aspekata turističke ponude. Značajan udio ispitanika boravi u destinaciji samo jedan put. Otvorena je mogućnost razvoja sadržaja koji bi pospješili kvalitetu boravka u destinaciji. Krajolik i dobar osjećaj o mjestu su općenito glavni razlozi odabira lokacije. Kulturni sadržaji, sportski sadržaji i gastronomija ne igraju ključnu ulogu, a što ukazuje na nedostatak ili neprepoznatnost tih kvaliteta i sadržaja. Razvoj turističke ponude koji bi obogatio i te aspekte zasigurno bi pridonio kvaliteti ukupne ponude, čak i ukoliko ne bi postali središnji razlozi izbora destinacije, a moguće i povećao sklonost opetovanosti boravka. Djelomično nezadovoljstvo kvalitetom destinacije upućuje na potrebu prilagodbe sadržaja dobno raznolikoj populaciji. Ukupna ocjena kvalitete boravka je visoka i zadovoljavajuća, ali su uočljive i mogućnosti napretka: bolje uređenje plaža, cesta i pločnika (infrastrukturne zamjerke) te povećanje kulturnog i sportskog sadržaja (kvaliteta događaja i potreba za sportskim terenima). Ispitanici općenito pokazuju značajnu raznolikost u navođenju mana i prednosti lokacije, a koje doslovno donosimo u svrhu preciznog informiranja naručitelja.

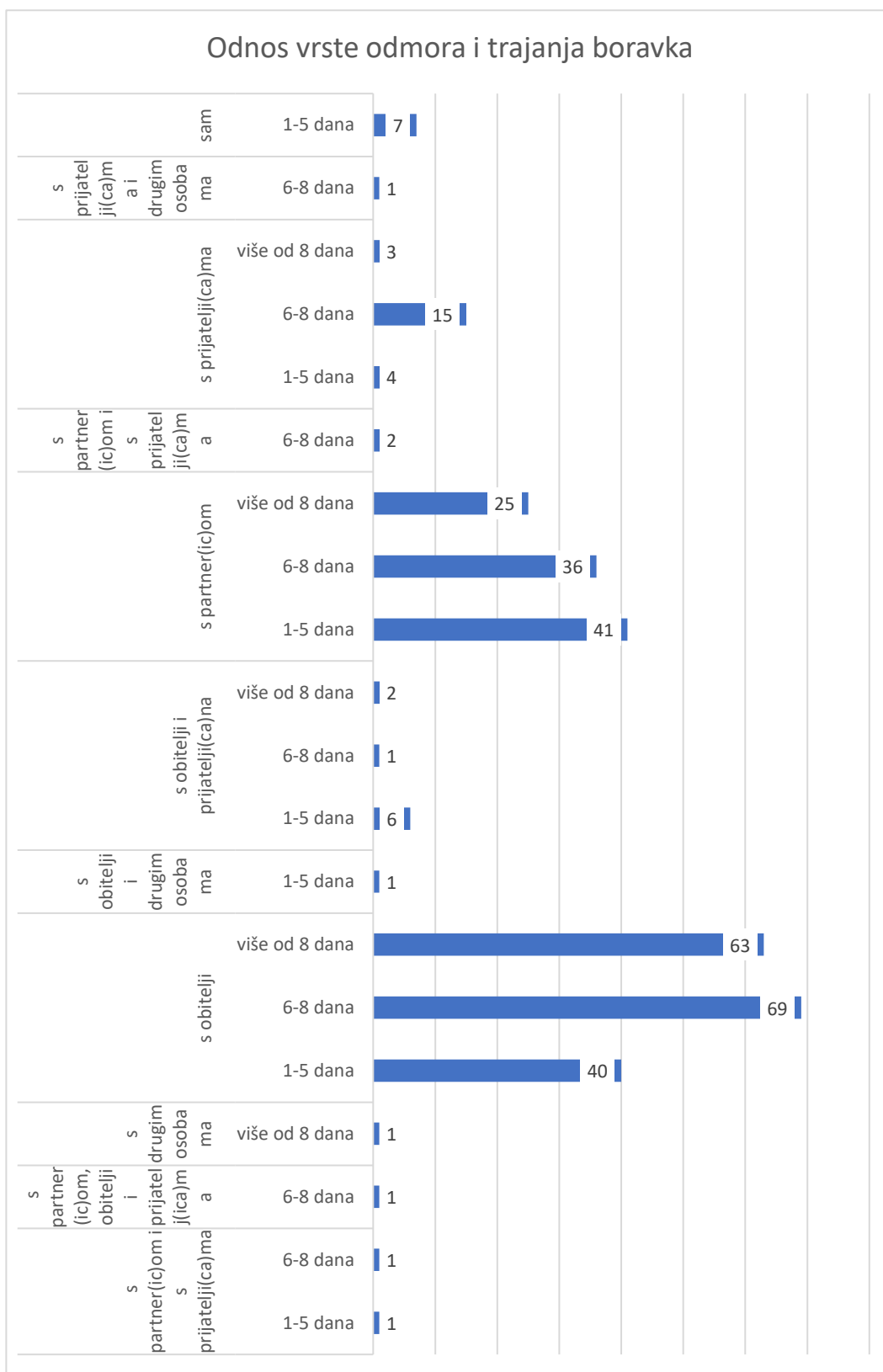


## 23. Odnos vrste odmora i načina informiranja



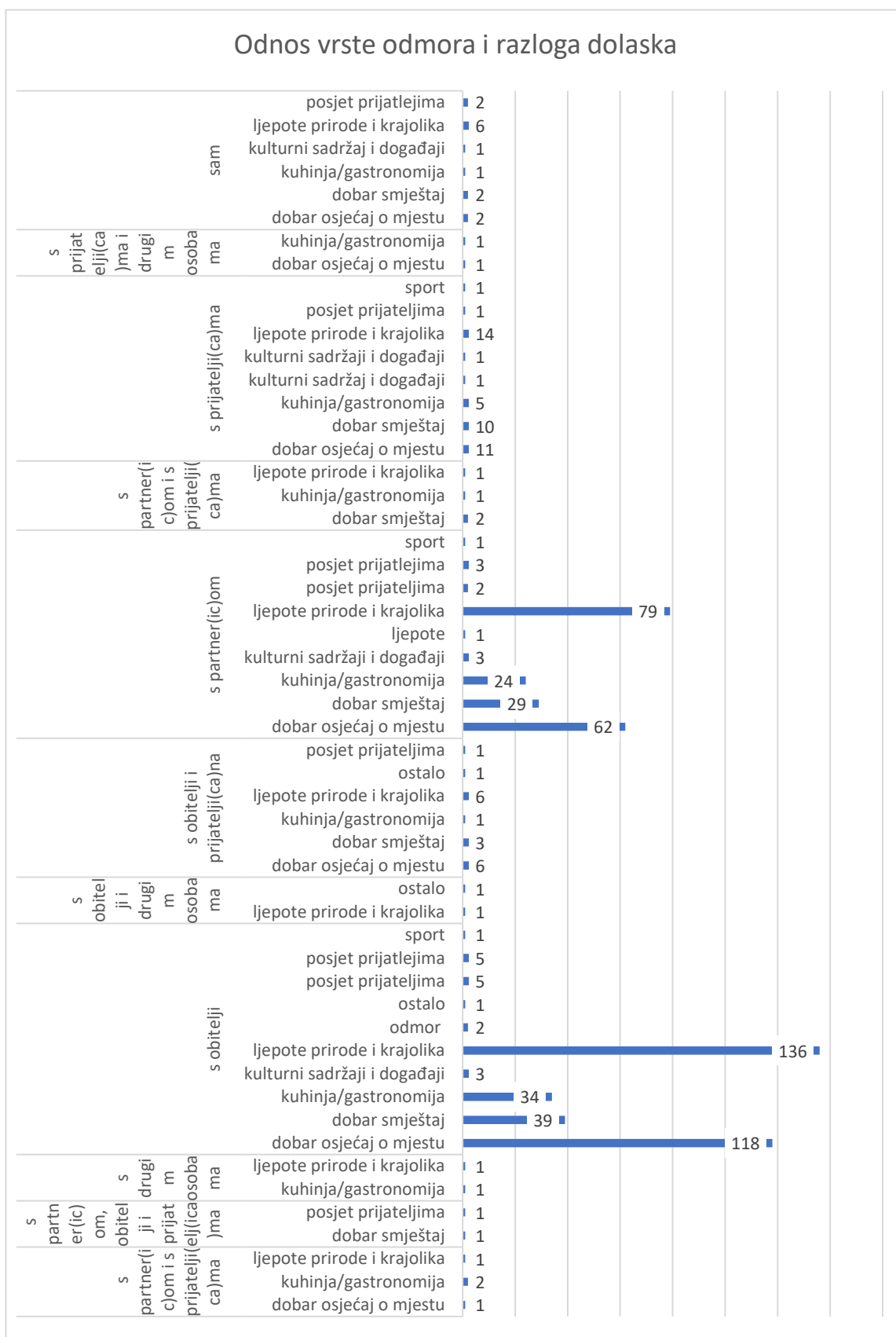
**Grafički prikaz 23. Odnos vrste odmora i načina informiranja**

## 24. Odnos vrste odmora i trajanja boravka



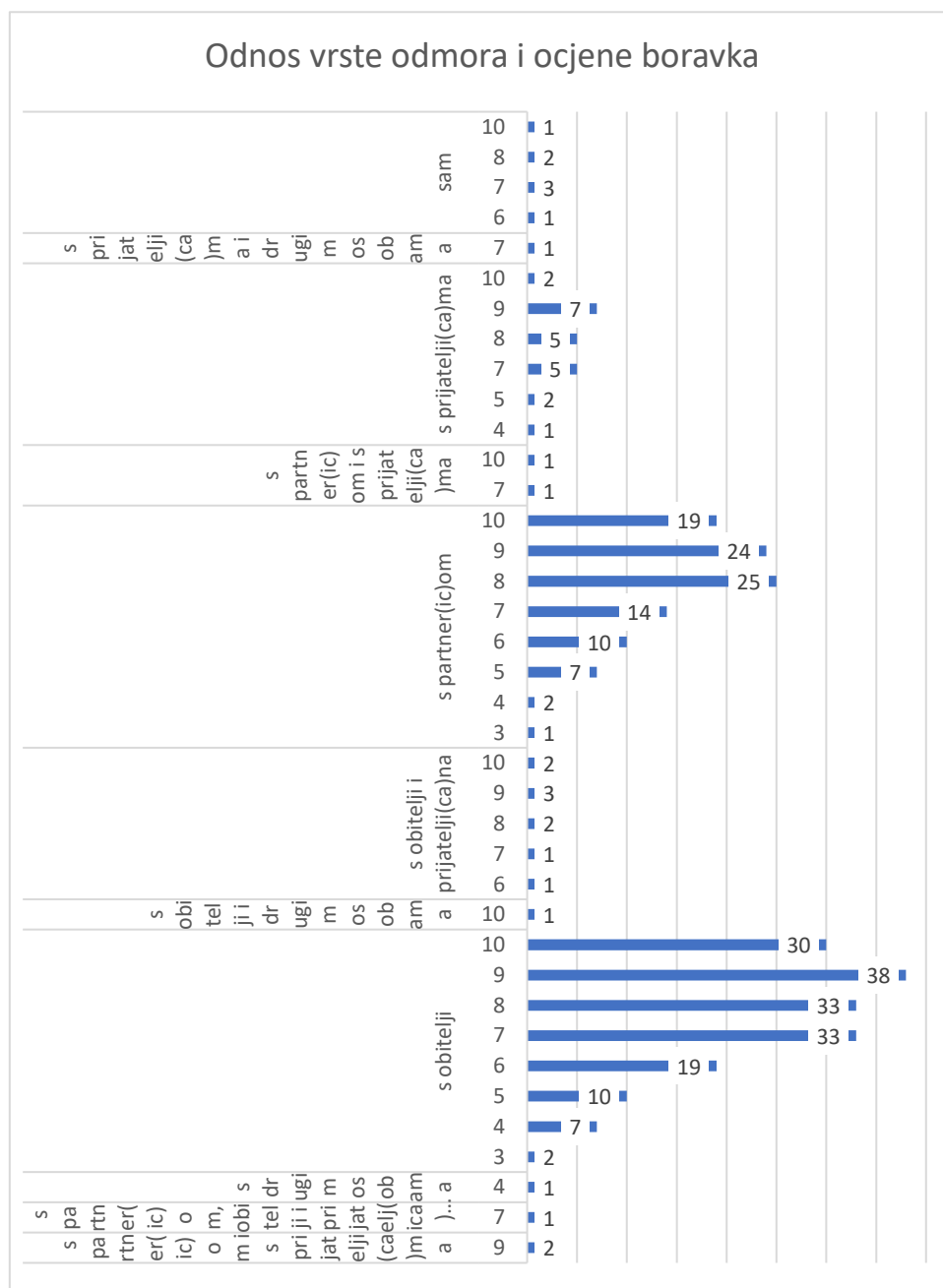
**Grafički prikaz 24. Odnos vrste odmora i trajanja boravka**

## 25. Odnos vrste odmora i razloga dolaska



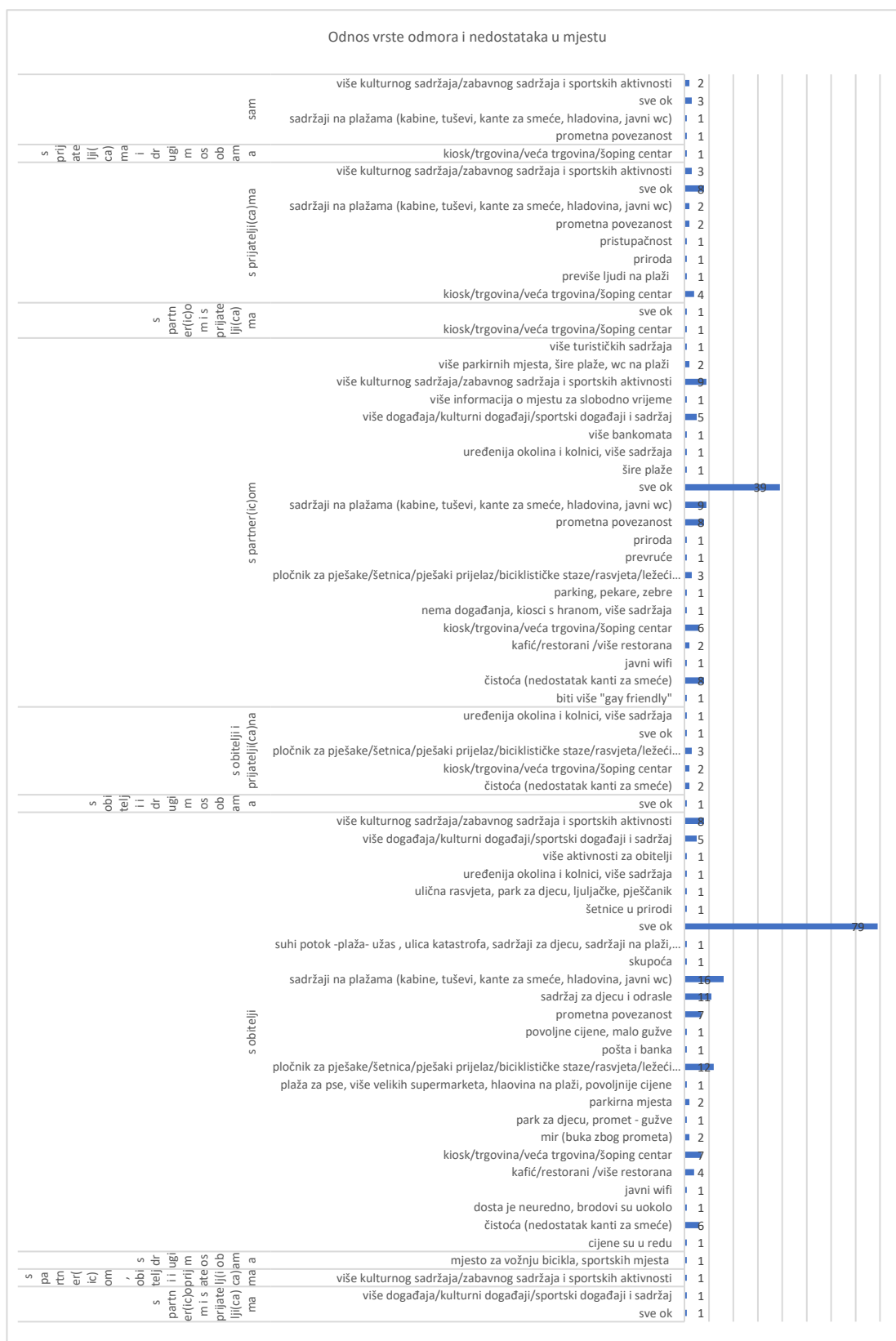
Grafički prikaz 25. Odnos vrste odmora i razloga dolaska

## 26. Odnos vrste odmora i ukupne ocjene kvalitete odmora



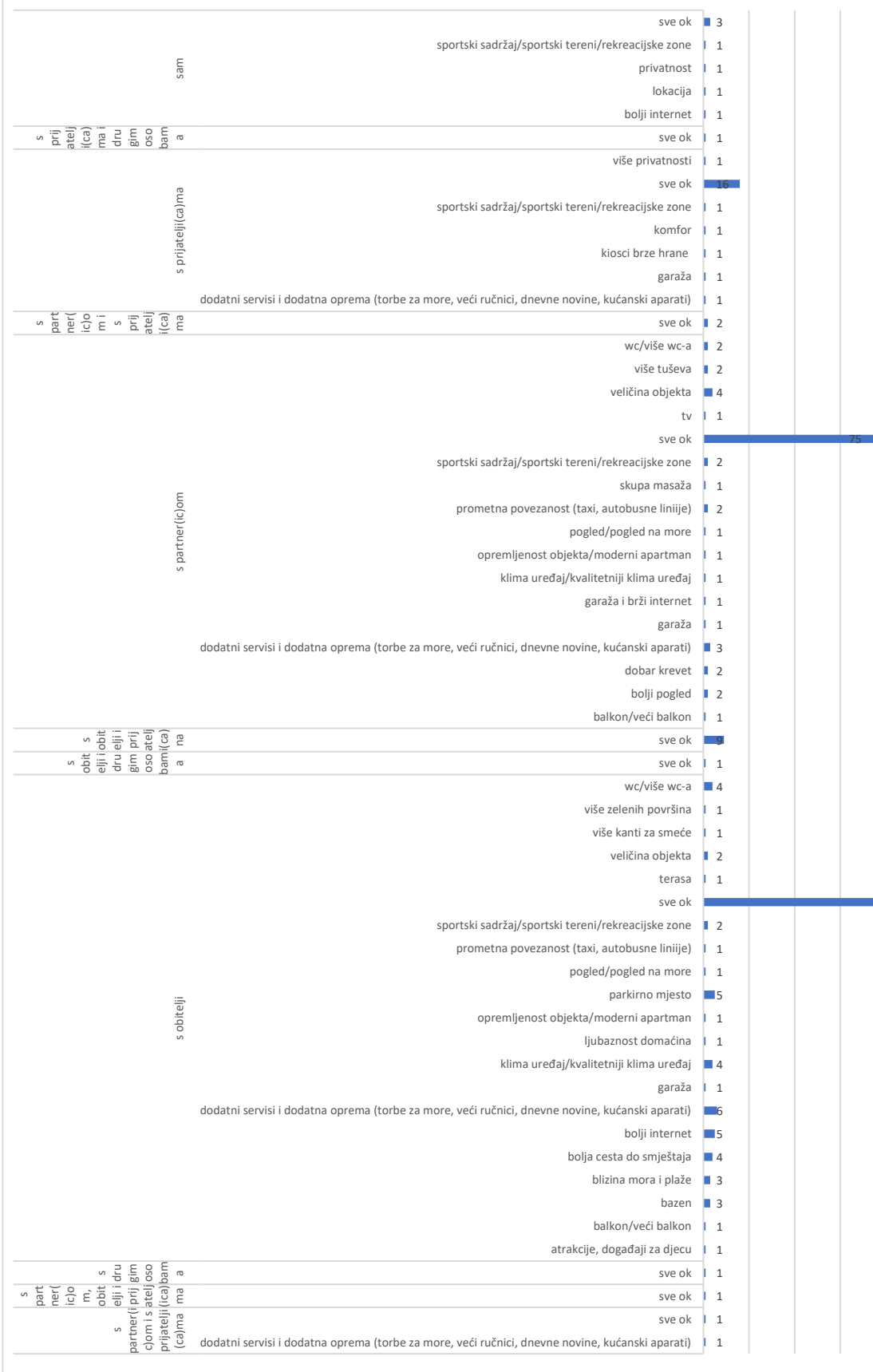
**Grafički prikaz 26. Odnos vrste odmora i ocjene boravka**

## 27. Odnos vrste odmora i percipiranih nedostataka i prednosti u objektima te mjestu gdje su gosti smješteni



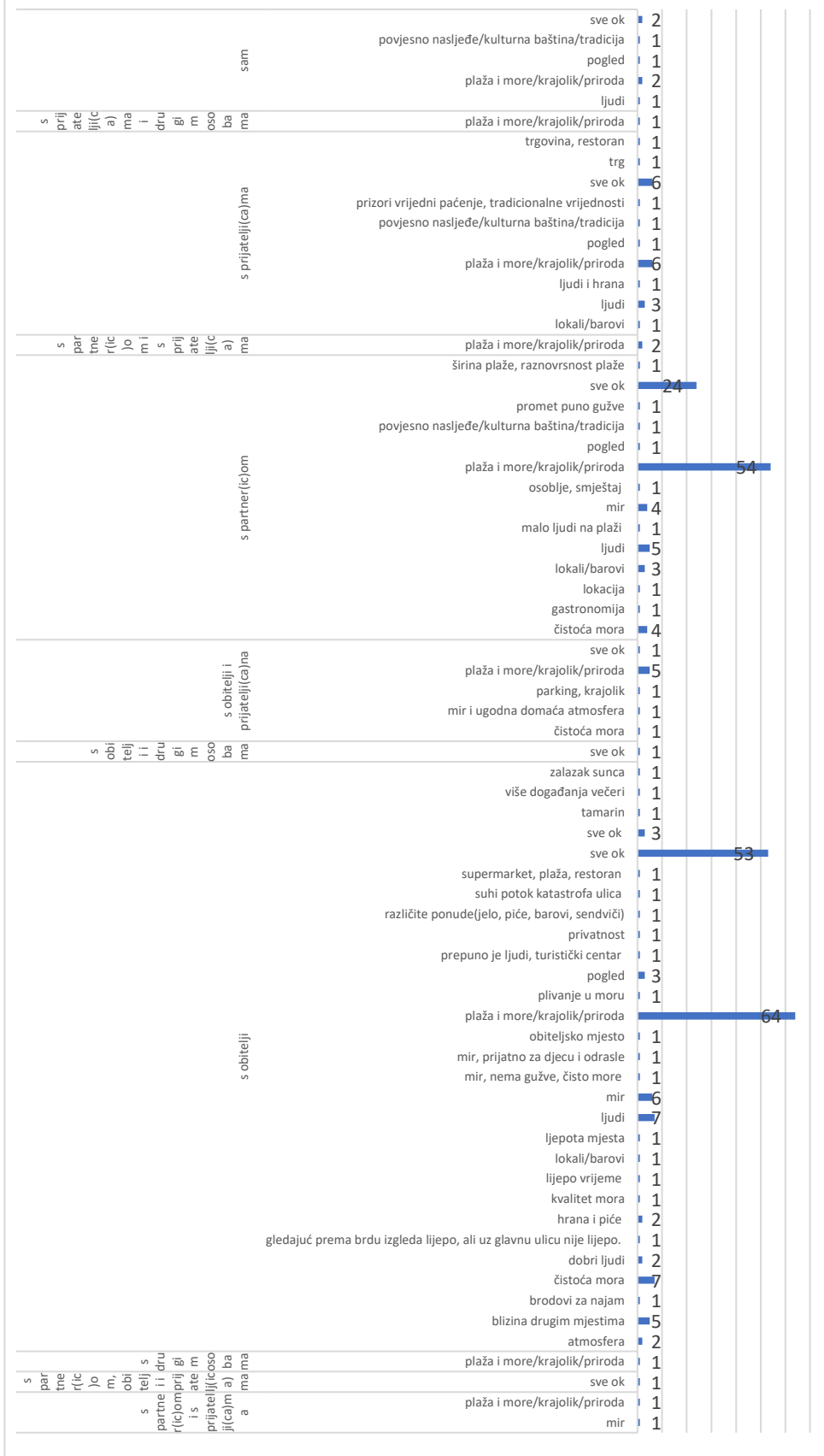
Grafički prikaz 27.1. Odnos vrste odmora i nedostataka u mjestima Dugi Rat/Dučće/Jesenice

Odnos vrste odmora i nedostataka u objektu



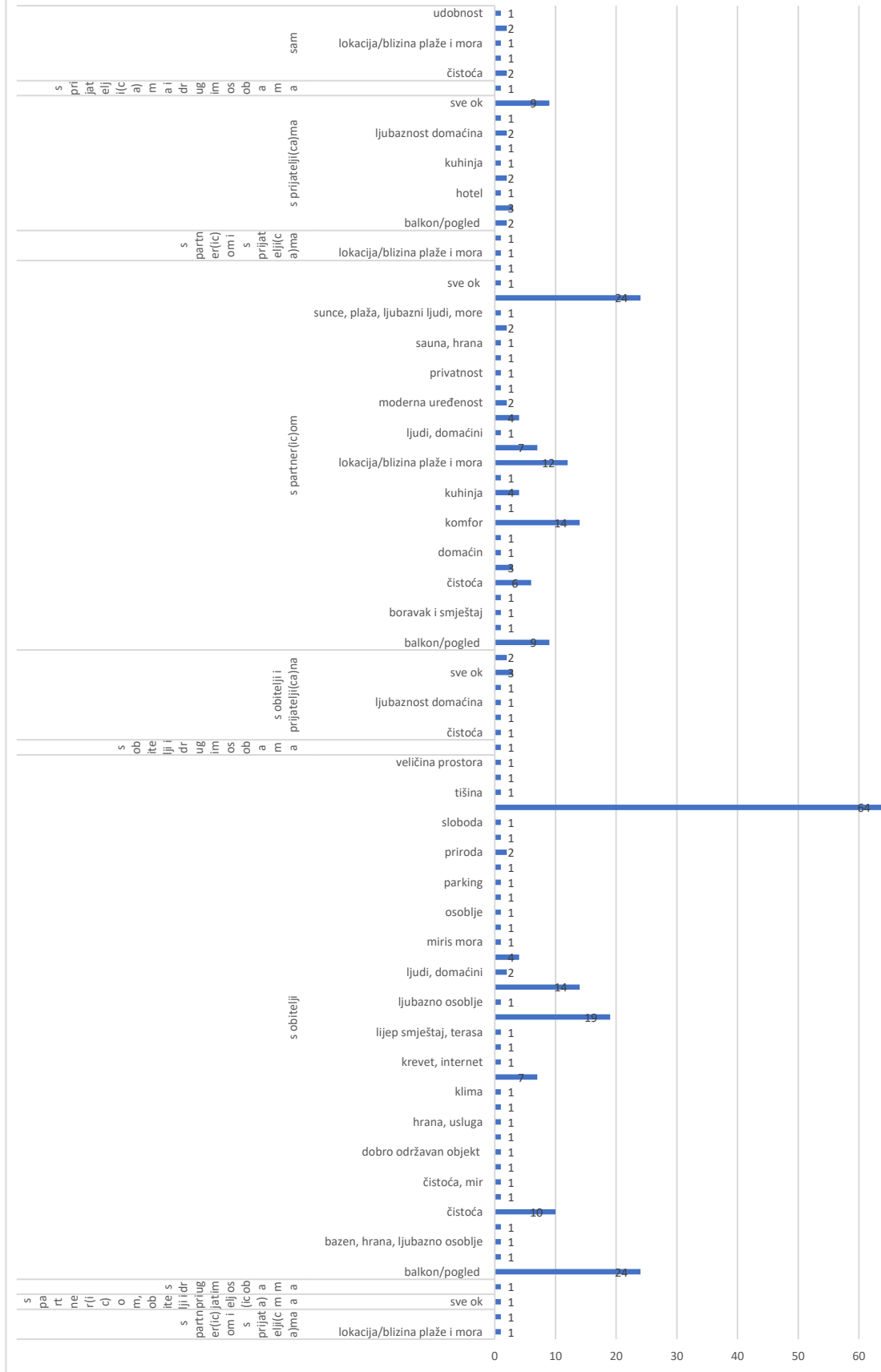
Grafički prikaz 27.2.. Odnos vrste odmora i nedostataka u objektu gdje su gosti smješteni

## Odnos vrste odmora i prednosti u mjestu



Grafički prikaz 27.3. Odnos vrste odmora i prednosti u mjestu Dugi Rat/Duče/Jesenice

Odnos vrste odmora i prednosti u objektu



Grafički prikaz 27.4. Odnos vrste odmora i prednosti u objektu gdje su gosti smješteni



Preporuka i internet su značajni načini informiranja svih skupina, ukoliko ispitanici nisu ranije boravili na ovom području. Osobe koje ljetuju same ili samo s partnerom češće borave 5 ili manje dana, iako nije rijetkost ni u slučaju osoba koje ljetuju s obitelji. Ti podatci sugeriraju potrebu povećanja privlačnosti destinacije primarno za osobe koje putuju same i u paru. Prirodne ljepote i dobar osjećaj o mjestu temeljni su motivatori, uz lagane varijacije ovisno o tipu odmora. Najniže ocjene nalazimo kod osoba koje putuju s prijatelji(ca)ma, obitelji ili partnerima (najniža zabilježena ocjena 3, odnosno 4), no općenito su ocjene izrazito visoke. Ispitanici navode specifične zamjerke koje proizlaze iz potreba za specifičnim oblicima sadržaja (npr. programi za djecu i oprema plaže).

# Zaključci: *Visoki*

*opći stupanj zadovoljstva ispitanika ukazuje na dobre razloge za zadovoljstvo. Ipak, evidentne su i mogućnosti za napredak. Istraživanje sugerira snažniju zainteresiranost turista srednje životne dobi koji putuju s prijateljima, partnerima ili obitelji. Većina ispitanika provodi 6 ili više dana u destinaciji i općenito je prisutna sklonost ispitanika povratku u istu destinaciju. Ipak, potrebna su poboljšanja vezano za ponudu kulturnih i sportskih sadržaja, uređenost plaža, uređenost nogostupa i plaža te dostupnost i kvalitetu mrežne povezanosti. Najveće su zamjerke vezane uz lošu javnu prometnu mrežu. Preporučuje se izrada korelacijskih modela mjesta i nedostataka mjesta, u svrhu preciziranja infrastrukturnih i drugih potreba.*

