



TOMAS Kulturni turizam 2008.

**Zrinka Marušić,
Renata Tomljenović**

**Naručitelj:
Ministarstvo turizma RH**

**NACIONALNI
"DAN KULTURNOG TURIZMA"
Varaždin, 26. svibnja 2010.**

50

godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development

TOMAS Kulturni turizam 2008.

Ciljevi

- **Opisati segment potražnje za kulturnim turizmom**
 - Profil posjetitelja kulturno-turističkih atrakcija i događanja
 - Motivacija posjetitelja kulturno-turističkih atrakcija i događanja
 - Zadovoljstvo posjetom kulturnim atrakcijama i događanjima
- **Postaviti metodologiju kontinuiranog istraživanja posjetitelja s težnjom da kulturni sektor sam provodi istraživanje svojih posjetitelja**



TOMAS Kulturni turizam 2008.

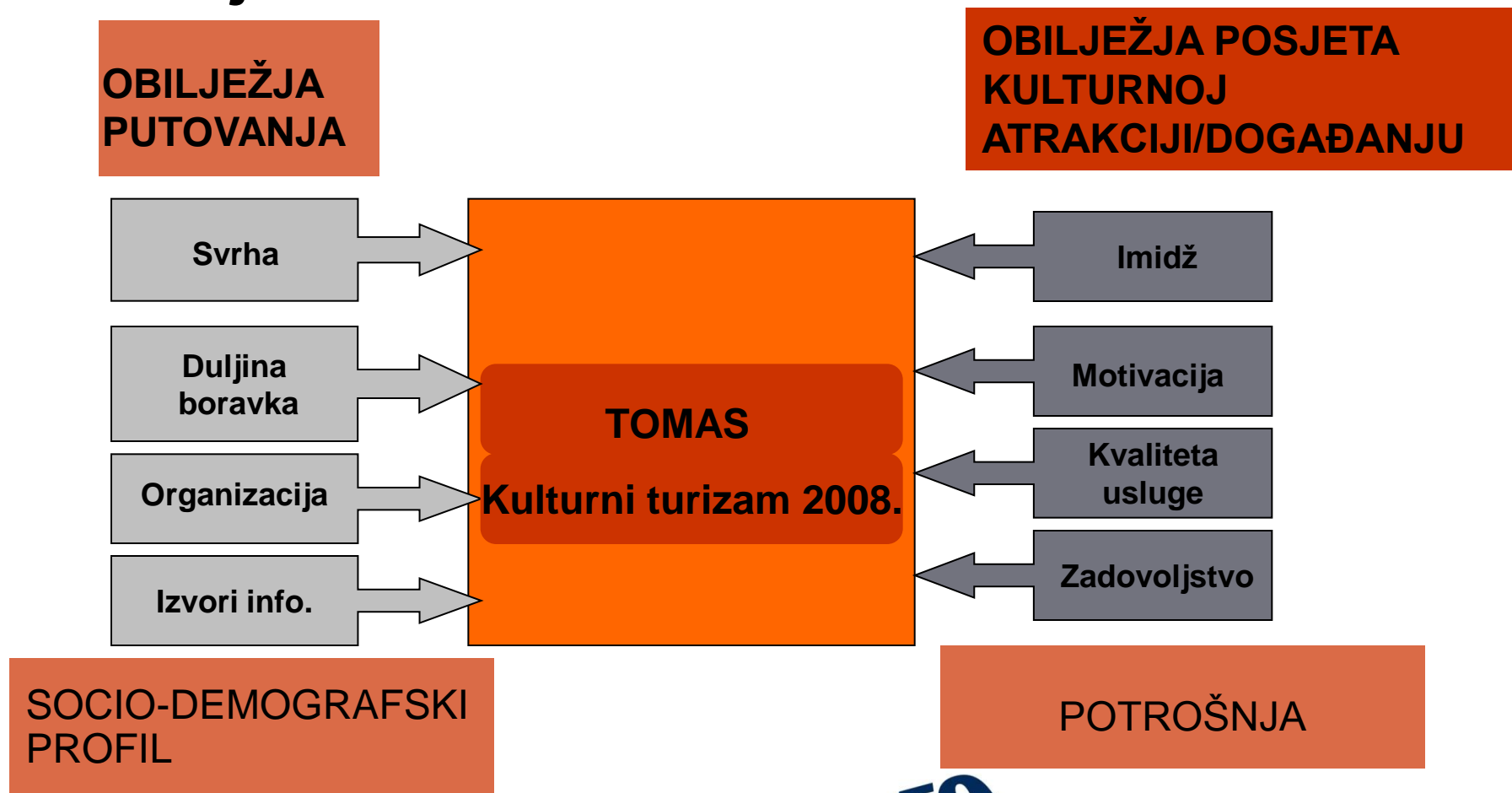
Sadržaj

- **Zasnovan na:**
 - Metodologiji istraživanja tržišta kulturnih atrakcija i događanja koje u velikom broju europskih zemalja provodi ATLAS Cultural Tourism Research
 - Metodologiji istraživanja TOMAS
 - Suradnji sa Savjetom za kulturni turizam Hrvatske turističke zajednice
- **Obuhvaćena:**
 - Obilježja cjelokupnog putovanja
 - Obilježja posjeta određenoj kulturnoj atrakciji ili događanju



TOMAS Kulturni turizam 2008.

Sadržaj – shema



TOMAS Kulturni turizam 2008.

Populacija od interesa

– Populacija NE OBUHVAĆA:

- Posjetitelje iz mjesta u kojem se provodi istraživanje (lokalni stanovnici)

– Populacija OBUHVAĆA:

- Jednodnevne posjetitelje iz mjesta stalnog boravka
- Stacionirane goste
 - u mjestu provođenja istraživanja
 - u nekom drugom mjestu
- Posjetitelje na proputovanju (u tranzitu)
- Sudionike grupnog (kružnog) putovanja



TOMAS Kulturni turizam 2008.

Uzorak – principi odabira

- **Princip 1: zastupljenost tri glavne vrste kulturnih lokacija**
 - Kulturno-povijesne znamenitosti
 - Muzeji i galerije
 - Događanja
- **Princip 2: podjednaka zastupljenost kulturnih lokacija na obali i u unutrašnjosti Hrvatske**
- **Princip 3: minimalni broj ispitanika po jednoj lokaciji (atrakciji/događanju)**

TOMAS Kulturni turizam 2008.

Uzorak – dizajn i veličina

- **Odabir pojedinačnih lokacija unutar svake pojedine grupe zasnovan je na broju posjetitelja**
 - odabrane su lokacije s većim brojem posjetitelja
 - obuhvaćeni su UNESCO spomenici
 - događanja vremenski ograničena i koncentrirana (prema programu događanja)
 - zastupljene različite vrste događanja
- **Izabrano ukupno 37 kulturnih atrakcija i događanja**
- **Planirana veličina uzorka: 2500 ispitanika/posjetitelja atrakcija i događanja**



TOMAS Kulturni turizam 2008.

Uzorak – alokacija

	Kulturno -povijesne znamenitosti	Muzeji i galerije	Događanja	Ukupno
broj lokacija				
Ukupno	16	9	12	37
broj ispitanika				
Ukupno	1.050	700	750	2.500
Obala	630	420	370	1.420
Kontinent	420	280	380	1.080



		VRSTA KULTURNE ATRAKCIJE/DOGAĐANJA		
		Kulturno-povijesne znamenitosti	Muzeji i galerije	Kulturna događanja
LOKACIJA KULTURNE ATRAKCIJE/DOGAĐANJA	Kontinentalne županije	Trg svetog Marka, Zagreb	Muzej za umjetnost i obrt, Zagreb	42. Međunarodna smotra folklor (16. – 20. srpnja 2008.)
		Veliki Tabor, Desinić	Muzej Staro selo, Kumrovec	Kaj su jeli naši stari (29. - 31. kolovoza 2008.)
		Stari grad Varaždin	Gradski muzej Varaždin (Palača Herceg/ Palača Sermage)	Špancirfest (22.– 31. kolovoza 2008.)
		Dvorac Trakošćan	Muzej Slavonije, Osijek	Podravski motivi (4. – 6.srpnja 2008.)
		Tvrđa, Osijek		Đakovački vezovi (4.- 6. srpnja 2008.)
		Tvrđa, Ilok		Vinkovačke jeseni (5. - 14. rujna 2008.)
	Obalne županije	Utvrda Lovrijenac, Dubrovnik	Gradski muzej, Korčula	Maraton lađa (9.8.2008.)
		Knežev dvor, Dubrovnik	Arheološki muzej/ Zlato i srebro Zadra, Zadar	Festival klapa (4. - 26. srpnja 2008.)
		Podrumi Dioklecijanove palače, Split	Muzej ninskih starina, Nin	Sinjska alka (1.- 3. kolovoza 2008.)
		Salona, Split	Pomorski muzej, Rijeka	Rapska fjera (24.- 28. srpnja 2008.)
		Katedrala, Trogir	Arheološki muzej Istre, Pula	Međunarodni senjski ljetni karneval (4.- 9. kolovoza 2008.)
		Katedrala, Šibenik		Filmski festival (28.7. - 1.8. 2008.)
		Zidine, Krk		
		Trsat, Rijeka		
Amfiteatar, Pula				
Eufrazijeva bazilika, Poreč				

TOMAS Kulturni turizam 2008.

Metoda provođenja

- **Instrument prikupljanja podataka:**
 - strukturirani upitnik (jedinствен za sve lokacije)
 - tiskan na 11 jezika
 - pitanja zatvorenog tipa, s ponuđenim odgovorima
- **Način prikupljanja podataka:**
 - metoda osobnog intervjua
 - prilikom napuštanja atrakcije, odnosno događanja
 - kontrola rada anketara, suradnja s nadležnim institucijama
- **Vrijeme anketiranja:**
 - 4. srpnja do 31. listopada 2008. godine



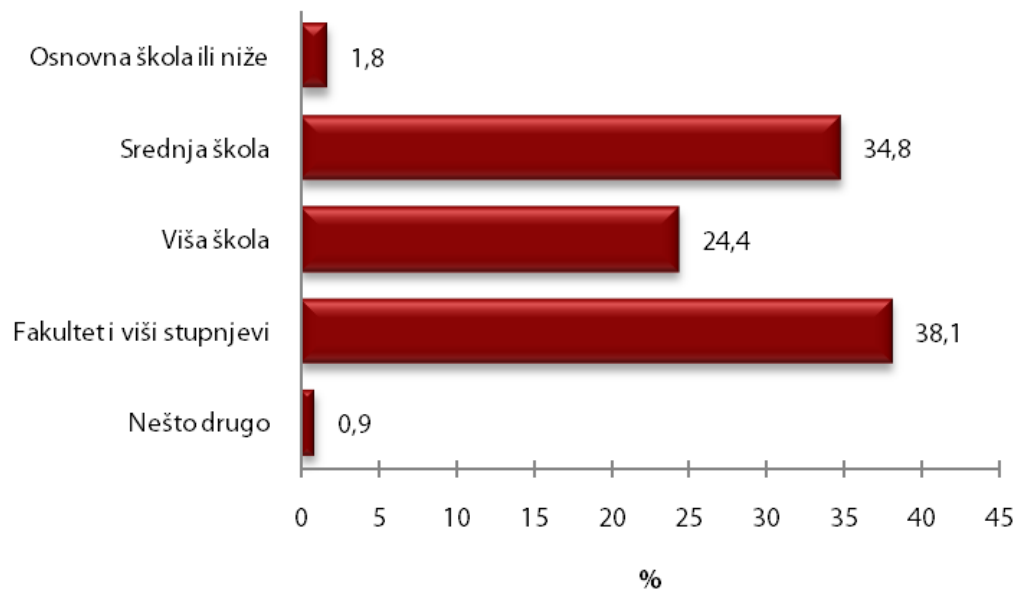
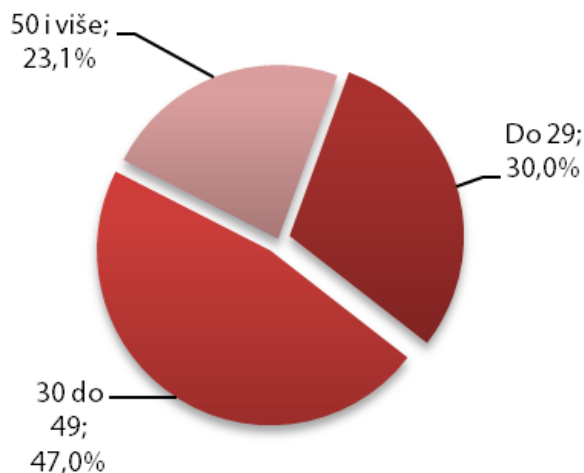
TOMAS Kulturni turizam 2008. Rezultati



50

godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development

Profil posjetitelja – dob i obrazovanje



- ✓ Posjetitelji srednje i mlađe životne najvažniji su segment kulturno-turističke potražnje
- ✓ Prosječna starost: 39 godina
- ✓ U skladu s profilom europskih kulturnih turista

- ✓ 60% posjetitelja ima više ili visoko obrazovanje
- ✓ tek 13% profesionalno je vezano uz kulturu (u Europi oko 30%)

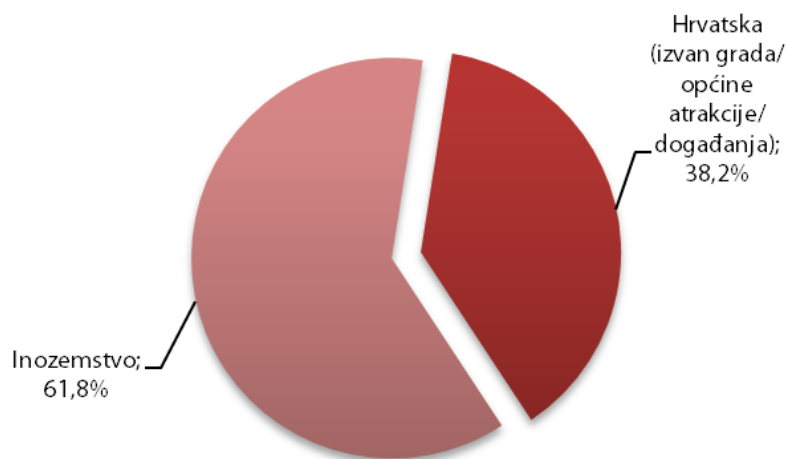
Kontinent: Posjetitelji mlađi od prosjeka

- ✓ zastupljenija generacija Y (do 27 godina)
- ✓ prosječna dob 38 prema 40 godina



50 godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development

Profil posjetitelja – mjesto boravka



- ✓ geografski heterogeno tržište
- ✓ struktura različita od strukture turista u komercijalnim smještajnim objektima

Kontinent:

- ✓ Prevladavaju domaći posjetitelji (67 prema 16%)
- ✓ Veći udio posjetitelja iz susjednih županija (29 prema 18%)

Mjesto stalnog boravka posjetitelja	%
Hrvatska (izvan grada/općine atrakcije/događanja)	100,0
Županija atrakcije/događanja	17,7
Susjedne županije	26,7
Grad Zagreb*	25,9
Ostale županije	29,7
Inozemstvo	100,0
Italija	15,4
Njemačka	13,8
Francuska	9,3
Velika Britanija	8,6
Slovenija	6,1
Češka	5,6
Poljska	4,9
Bosna i Hercegovina	4,5
Austrija	4,4
Mađarska	4,1
Ostale europske zemlje	17,0
Ostale izvan europske zemlje	6,3



50 godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development

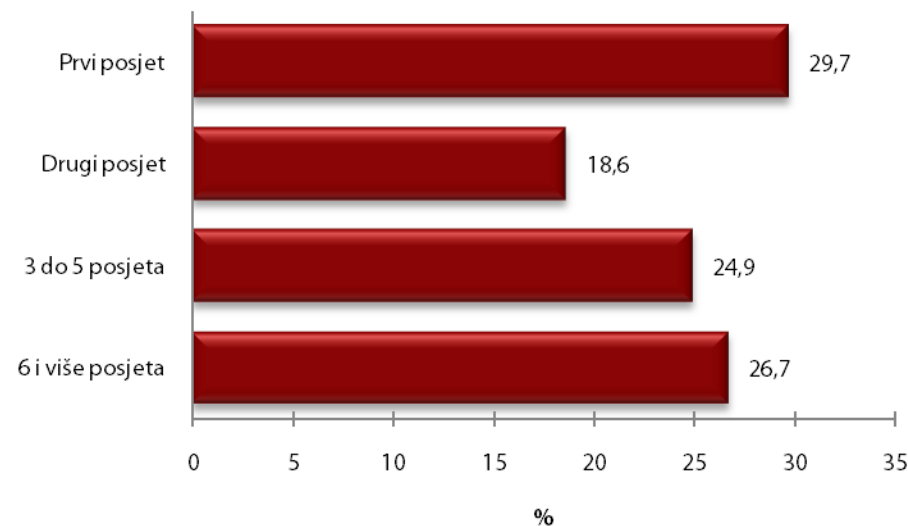
Profil posjetitelja – vrsta posjetitelja i poznavanje HR



Kontinent:

- ✓ Gotovo polovicu čine izletnici iz mjesta stalnog boravka (49%)

Inozemni posjetitelji

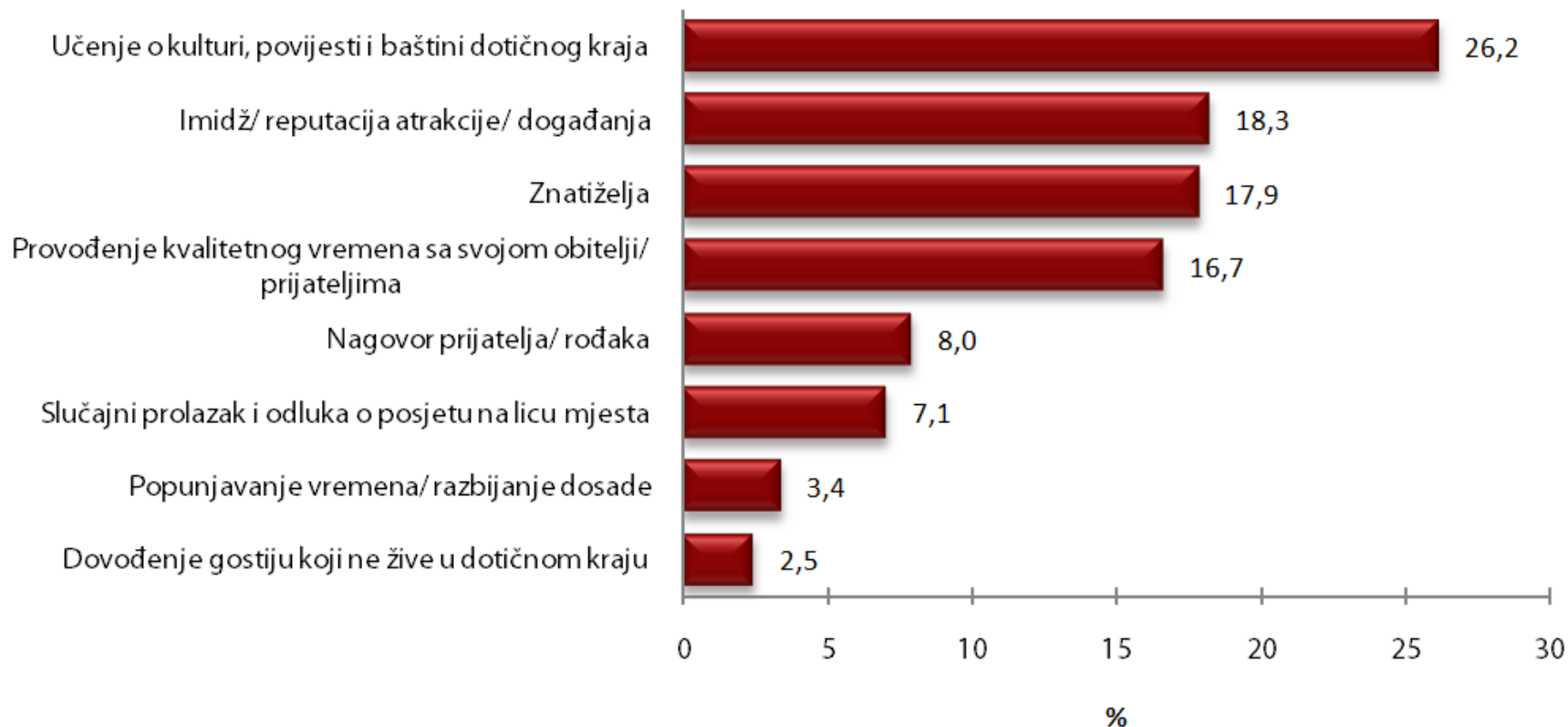


- ✓ među kulturnim turistima više je onih u prvom posjetu Hrvatskoj (30%) (TOMAS Ljeto: 19%)

Kontinent:

- ✓ Više 'vjernih' posjetitelja sa 6 i više posjeta (35 prema 24%)

O posjećenoj atrakciji/događanju – motivacija



✓ Klasična motivacija kulturnih turista – *želja za učenjem o kulturi, povijesti i baštini posjećenog kraja* – dominantan motiv posjeta



50 godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development

O posjećenoj atrakciji/događanju – izvori informacija



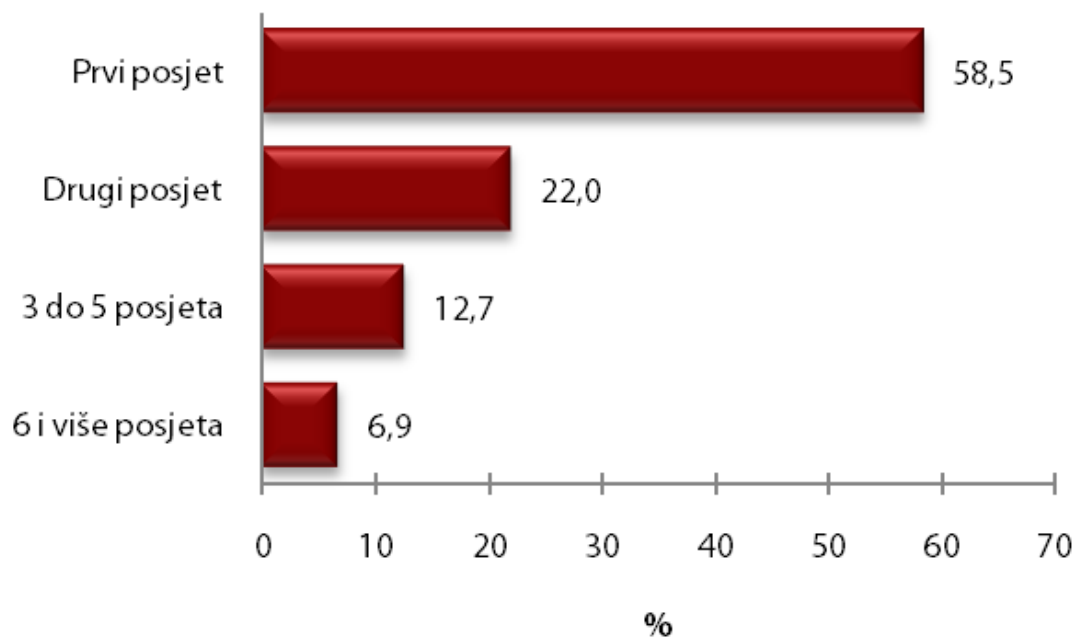
Kontinent:

- ✓ Više zastupljene preporuke rodbine i prijatelja, prijašnji boravak, mediji (radio, TV, novine, časopisi)

%

Mogućnost više odgovora.

O posjećenoj atrakciji/događanju – učestalost posjeta

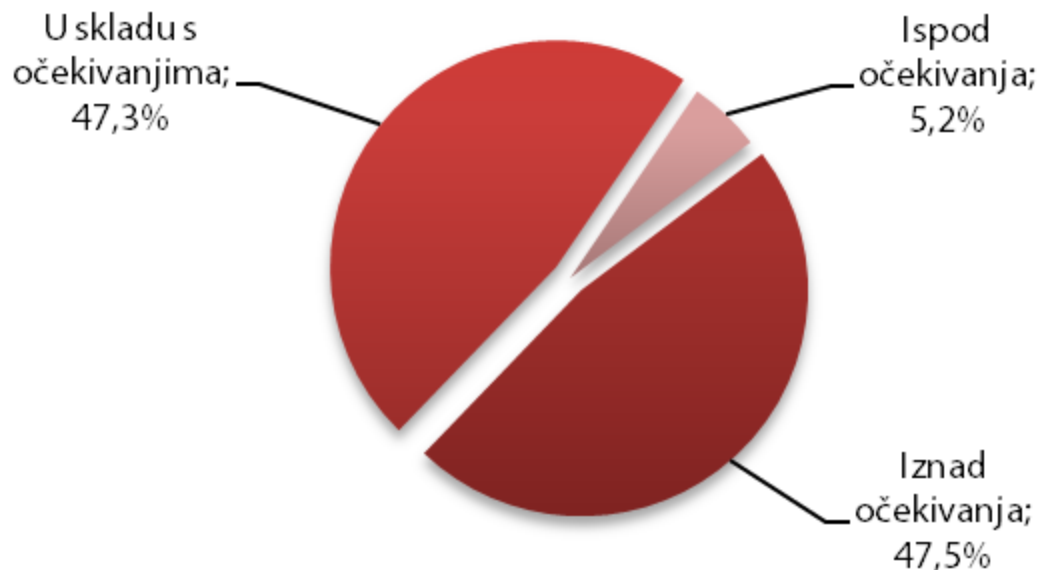


Kontinent:

- ✓ 55% posjetitelja u prvom posjetu u odnosu na 61% na obali i na otocima

- ✓ Udio ponovnih posjeta nešto je manji nego u Europi

O posjećenoj atrakciji/događanju – zadovoljstvo



Kontinent:

- ✓ za 50% posjet u skladu s očekivanjima (obala 45%)
- ✓ za 44% posjet bio iznad očekivanja (obala 51%)



godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development

O posjećenoj atrakciji/događanju – zadovoljstvo elementima

	Aspekti	
Dolazak do atrakcije ili događanja	Radno vrijeme	
	Organizacija naplate ulaznica	
	Cijena ulaznice	
	Dostupnost informacija o atrakciji/događanju na dotičnom području	
	Kvaliteta informativnih materijala	
	Dostupnost informativnih materijala (brošure, karte) na ulazu	
	Dostupnost informacija o atrakciji/događanju prije polaska na put	
	Kvaliteta označavanja atrakcije/događanja na prometnicama	
Doživljaj	Zanimljivost atrakcije ili događanja	
	Urednost i čistoća atrakcije ili prostora događanja	
	Kvaliteta postava ili programa događanja	
	Mogućnost da se nešto nauči	
	Raznovrsnost aktivnosti u okviru prostora atrakcije ili događanja	
Usluge	Uslužnost osoblja	
	Profesionalnost i znanje osoblja	
	'Vrijednost za novac' ukupne posjete atrakciji/događanju	
	Kvaliteta restorana/ ugostiteljskih usluga	
	Ponuda suvenira	

Stupanj
zadovoljstva:



50

godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development

O posjećenoj atrakciji/događanju – zadovoljstvo elementima

	Aspekti	Ukupno	Obala	Kontinent
Dolazak do atrakcije ili događanja	Radno vrijeme			
	Organizacija naplate ulaznica			
	Cijena ulaznice			
	Dostupnost informacija o atrakciji/događanju na dotičnom području			
	Kvaliteta informativnih materijala			
	Dostupnost informativnih materijala (brošure, karte) na ulazu			
	Dostupnost informacija o atrakciji/događanju prije polaska na put			
	Kvaliteta označavanja atrakcije/događanja na prometnicama			
Doživljaj	Zanimljivost atrakcije ili događanja			
	Urednost i čistoća atrakcije ili prostora događanja			
	Kvaliteta postava ili programa događanja			
	Mogućnost da se nešto nauči			
	Raznovrsnost aktivnosti u okviru prostora atrakcije ili događanja			
Usluge	Uslužnost osoblja			
	Profesionalnost i znanje osoblja			
	'Vrijednost za novac' ukupne posjete atrakciji/događanju			
	Kvaliteta restorana/ ugostiteljskih usluga			
	Ponuda suvenira			

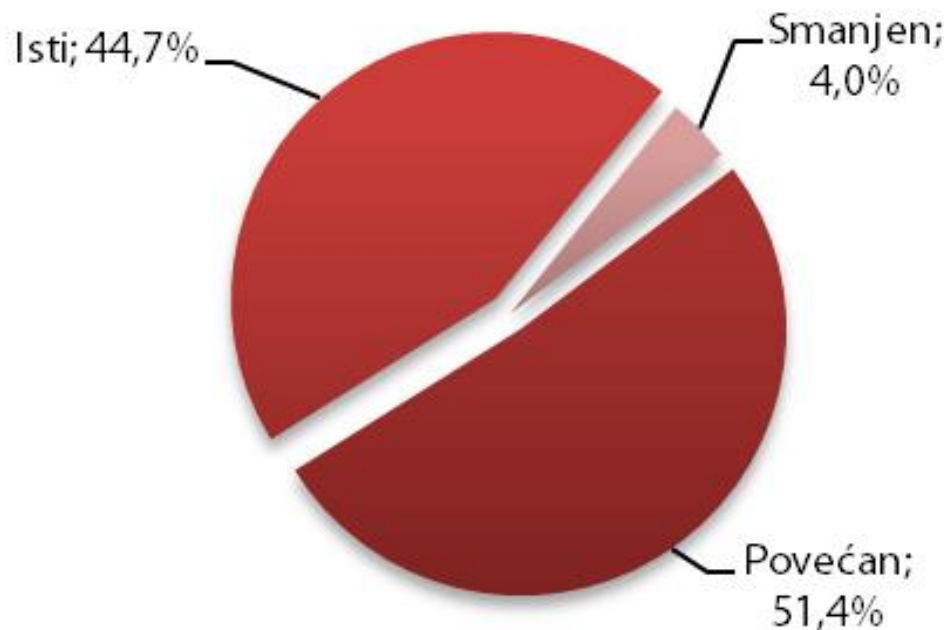
Stupanj
zadovoljstva:



50

godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development

Stavovi o hrvatskoj KT ponudi – interes za ponovni posjet

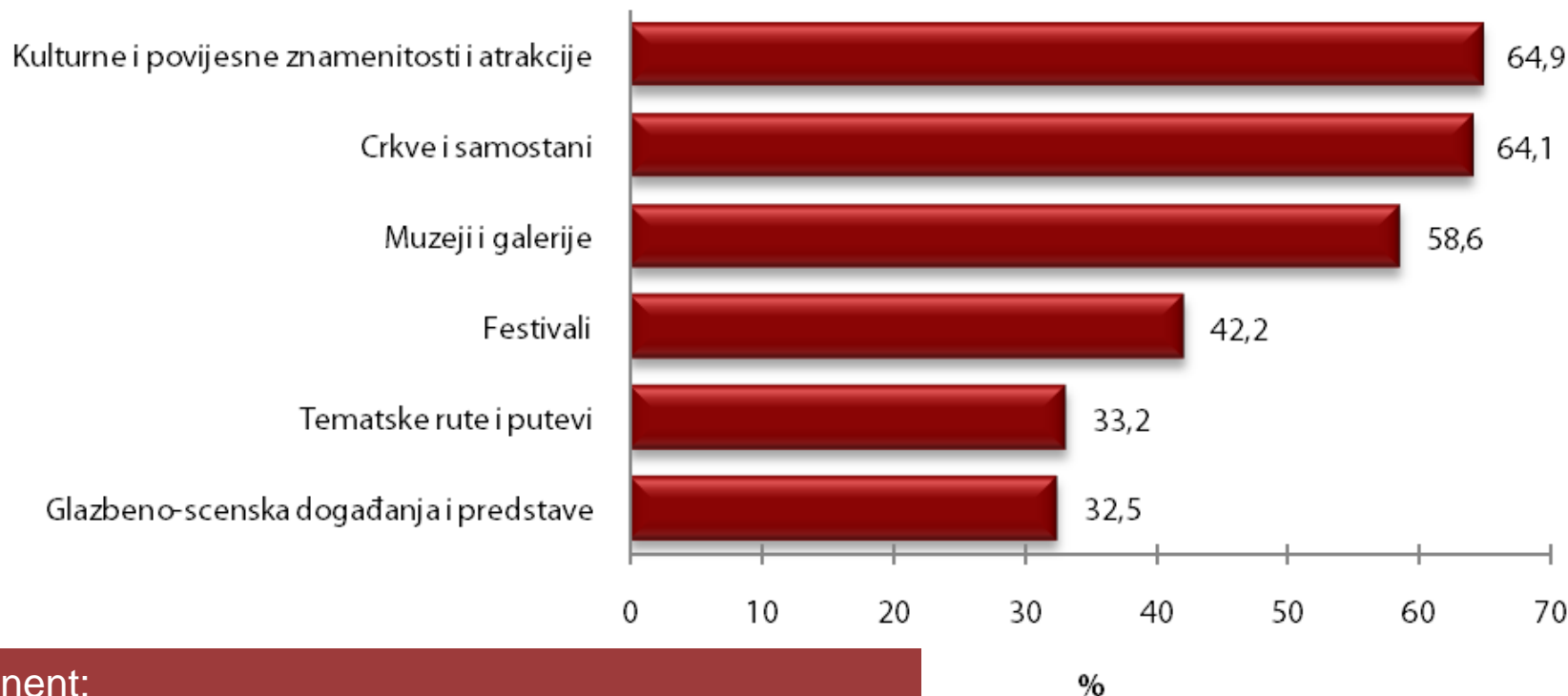


Kontinent:

- ✓ za 49% posjetitelja interes povećan (obala 53%)
- ✓ za 47% posjetitelja interes isti (obala 43%)

Stavovi o hrvatskoj KT ponudi – popularnost

Posjećene kulturne atrakcije/događanja ili one koje posjetitelji namjeravaju posjetiti:



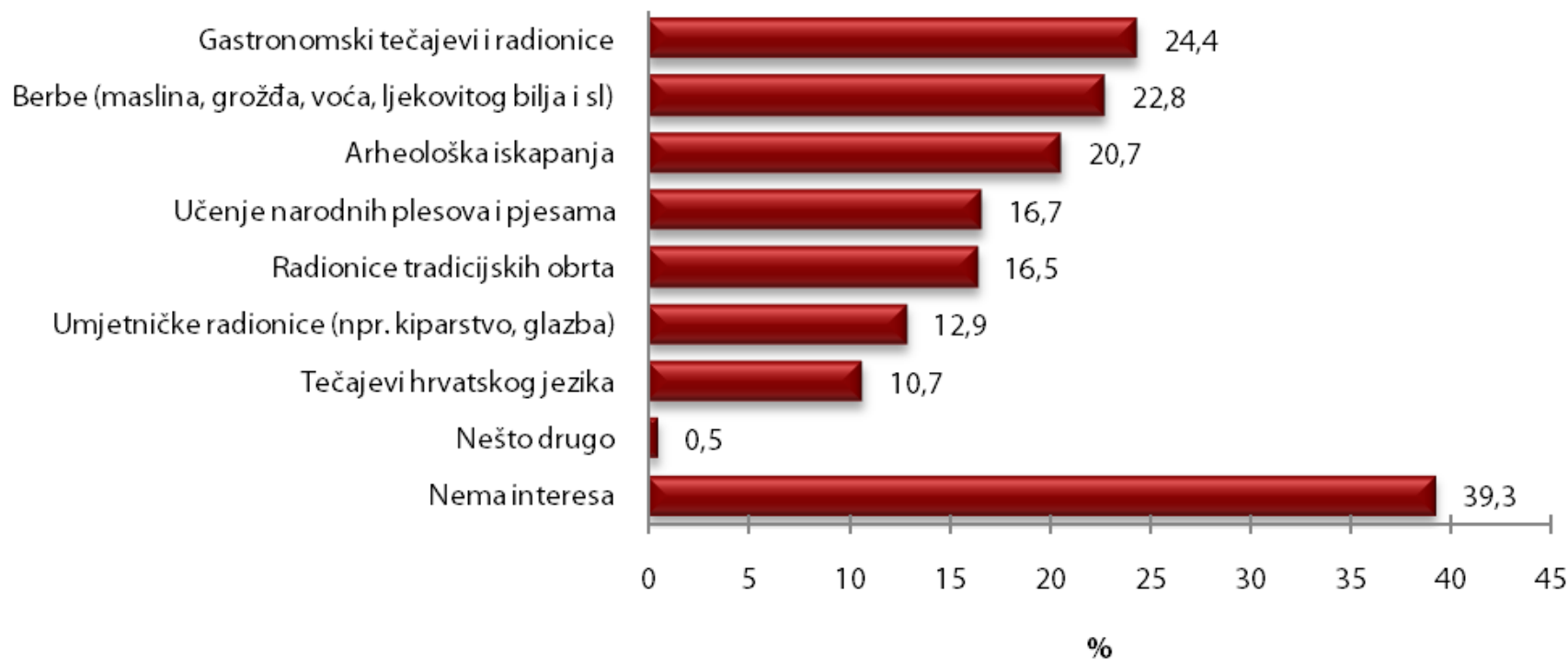
Kontinent:

✓ veća popularnost festivala 65% (obala 42%)

Mogućnost više odgovora.

Stavovi o hrvatskoj KT ponudi – kreativni turizam

Interes za sudjelovanjem u aktivnostima:



Mogućnost više odgovora.

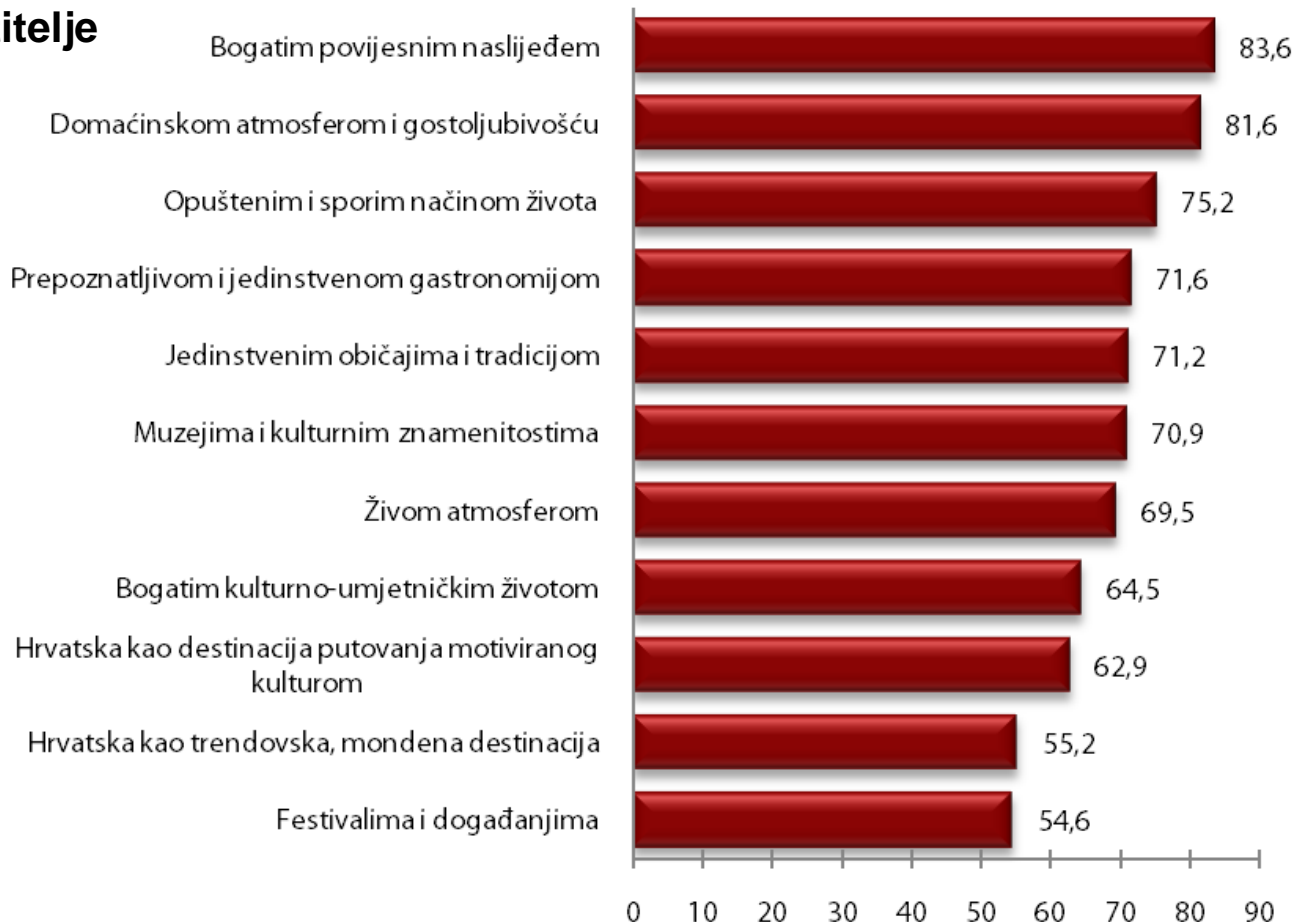


50 godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development

Stavovi o hrvatskoj KT ponudi – imidž Hrvatske

za inozemne posjetitelje

**Hrvatska kao
destinacija s:**



Kontinent:

✓ živa atmosfera, kulturno-umjetnički život

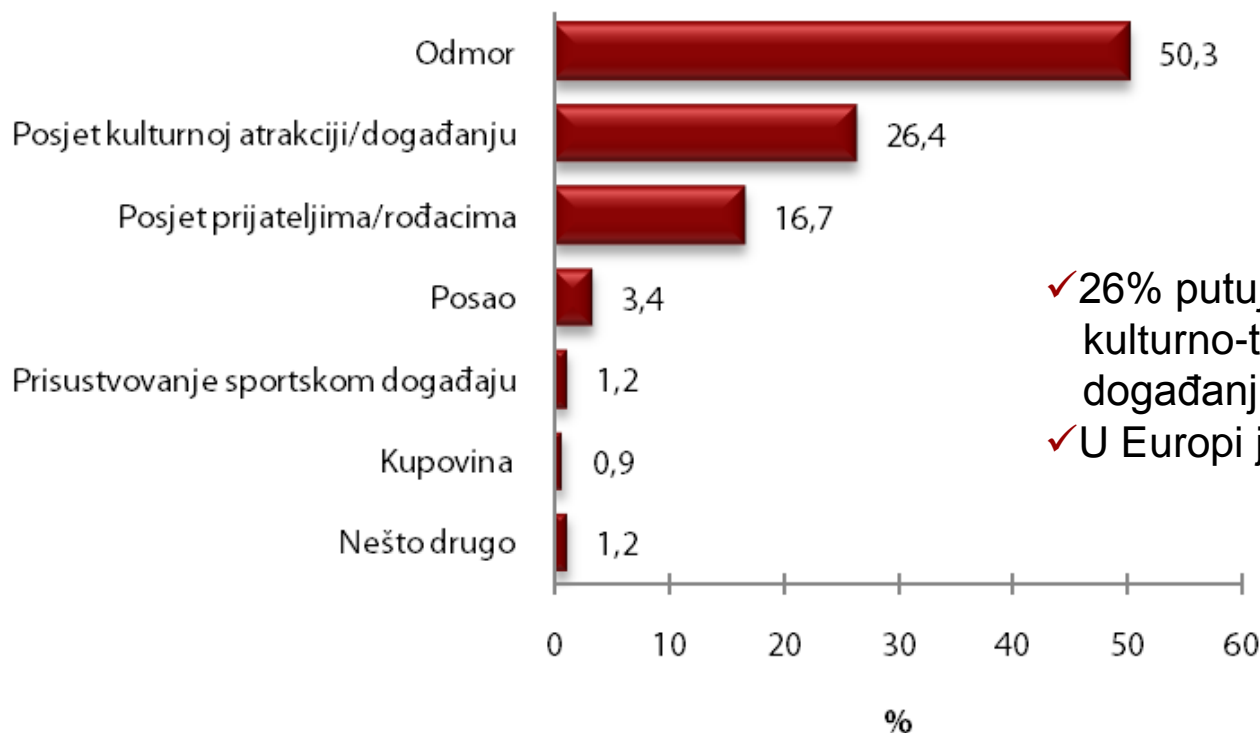
%

Mogućnost više odgovora.



50 godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development

Obilježja putovanja – glavni razlog putovanja



- ✓ 26% putuje specifično zbog posjeta kulturno-turističkoj atrakciji ili događanju
- ✓ U Europi je taj udio 25%

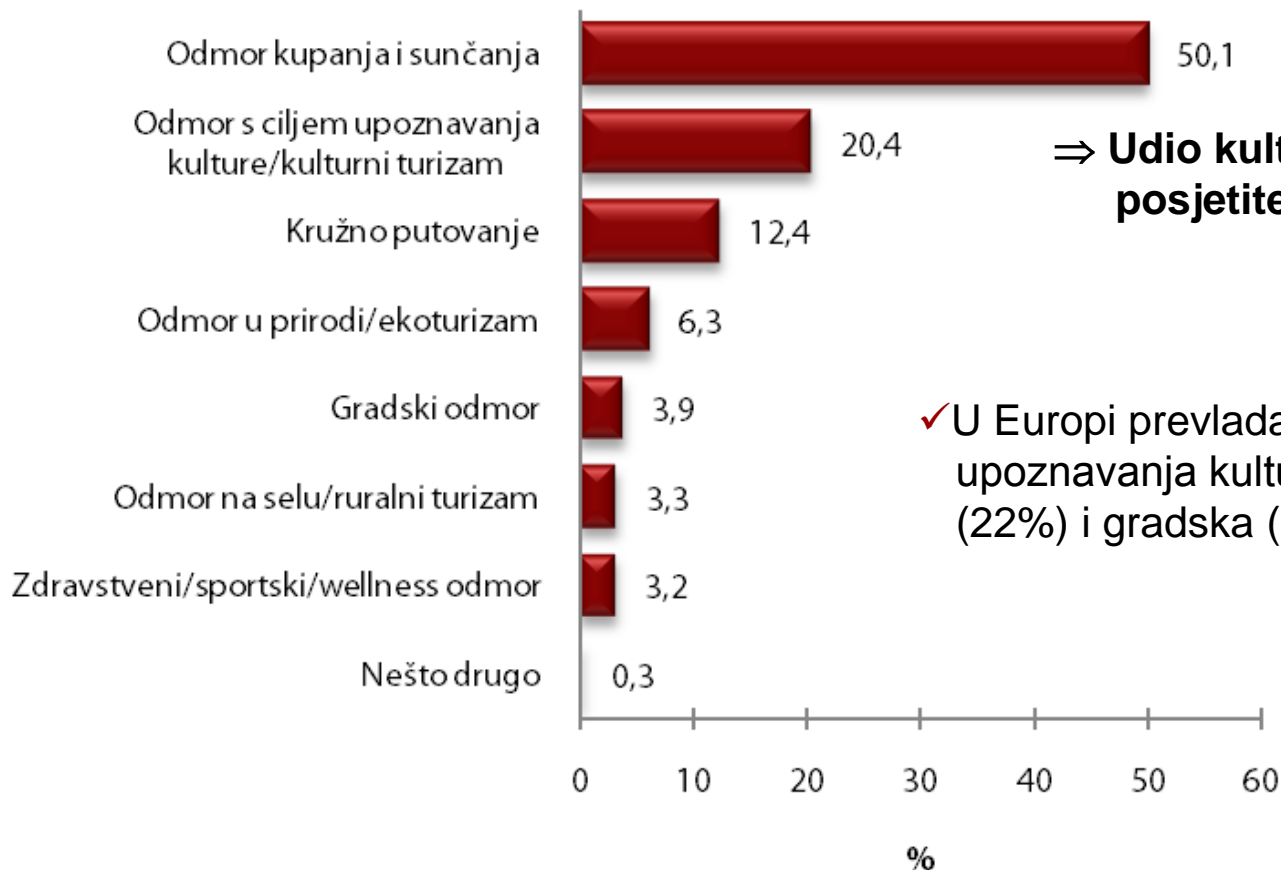
Kontinent:

- ✓ 41% putuje zbog posjeta kulturnoj atrakciji/događanju (obala 15%)
- ✓ 25% VFR (obala 10%)



50 godina u službi turističkog razvoja
50 years in the service of tourism development

Obilježja putovanja – vrsta odmora



⇒ **Udio kulturom motiviranih posjetitelja: 37%**

✓ U Europi prevladava odmor s ciljem upoznavanja kulture (34%) te kružna (22%) i gradska (21%) putovanja

Kontinent ⇒ Udio kulturom motiviranih posjetitelja: 49% (obala 27%)

Obilježja putovanja – duljina, smještaj, prijevoz i organizacija

- ✓ 70% posjetitelja je na višednevnom putovanju, najčešće u trajanju od 4 do 10 dana
- ✓ Najčešće odsjedaju u privatnom smještaju (32%), kod prijatelja ili rođaka (25%), hotelu (22%)
- ✓ Većina posjetitelja dolazi vlastitim automobilom (68%)
- ✓ Posjetitelji najčešće samostalno organiziraju svoje putovanje (85%)
- ✓ Najčešće su u pratnji samo partnera (33%), članova obitelji (32%) ili prijatelja (23%)

Kontinent:

- ✓ prevladavaju posjetitelji na jednodnevnom putovanju (54%)
- ✓ kod višednevnih putovanja prevladavaju ona kraća (29% do tri dana)
- ✓ 44% odsjeda kod rodbine i prijatelja, 27% u hotelima



Potrošnja kulturnih turista – na višednevnom putovanju

	Svi oblici smještaja		Plaćeni oblici smještaja		Neplaćeni oblici smještaja	
	EURI	%	EURI	%	EURI	%
Prosječna dnevna potrošnja višednevnih posjetitelja ukupno	45,06	100,0	56,88	100,0	19,68	100,0
Izdaci za smještaj	19,20	42,6	28,14	49,5	-	-
Izdaci za hranu i piće izvan usluga smještaja	11,82	26,2	13,25	23,3	8,73	44,4
Izdaci za kupnju	8,13	18,0	8,76	15,4	6,77	34,4
Izdaci za kulturu i zabavu	3,31	7,3	3,69	6,5	2,49	12,6
Izdaci za sport i rekreaciju	1,00	2,2	1,20	2,1	0,55	2,8
Izdaci za izlete organizirane posredstvom turističke agencije	0,82	1,8	0,98	1,7	0,49	2,5
Ostali izdaci	0,79	1,8	0,86	1,5	0,65	3,3

Kontinent:

- ✓ viša prosječna dnevna potrošnja u plaćenim oblicima smještaja uslijed veće zastupljenosti hotelskog smještaja (65 prema 55 eura dnevno)
- ✓ identični izdaci onima na obali u nekomercijalnim oblicima smještaja



Potrošnja kulturnih turista – na jednodnevnom putovanju

	EURI	%
Prosječna dnevna potrošnja jednodnevnih posjetitelja ukupno	28,02	100,0
Izdaci za smještaj	-	-
Izdaci za hranu i piće izvan usluga smještaja	12,19	43,5
Izdaci za kupnju	11,19	39,9
Izdaci za kulturu i zabavu	3,50	12,5
Izdaci za sport i rekreaciju	0,40	1,4
Izdaci za izlete organizirane posredstvom turističke agencije	0,10	0,3
Ostali izdaci	0,65	2,3

Kontinent:

- ✓ niža prosječna potrošnja na jednodnevnim izletima (23 u odnosu na 47 eura na obali i u priobalju)



godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development



Institut za turizam

Vrhovec 5, 10000 Zagreb

telefon: +385 1 3909 666

fax: +385 1 3909 667

**E-mail: zrinka.marusic@iztzg.hr
renata.tomljenovic@iztzg.hr**

Web: www.iztzg.hr