

SAŽETAK

TOMAS - ZAGREB 2006

- Istraživanje stavova i potrošnje turista i posjetitelja Zagreba u 2006. godini koje je provedeno za potrebe Turističke zajednice Grada Zagreba. Istraživanje se provodi kontinuirano od 1998. godine (1998., 2003., 2005., 2006.).
- Istraživanjem su obuhvaćeni gotovo svi segmenti turističke potražnje u Zagrebu: hotelski gosti, gosti u privatnom smještaju, gosti u hostelima, gosti u posjetu rodbini ili prijateljima i jednodnevni posjetitelji.

Osnovna obilježja turističke potražnje u Zagrebu u 2006. godini

- Godine 2006. u Zagrebu je ostvareno 1.018.549 noćenja čime je Zagreb danas na razini 65% noćenja ostvarenih 1987. godine. Trend oporavka zagrebačkog turizma u proteklih šest godina dvostruko je brži negoli trend oporavka hrvatskog turizma u cijelosti - Zagreb bilježi godišnju stopu rasta noćenja od 9,4%.
- Vodeća zagrebačka inozemna tržišta su Njemačka, SAD, Italija, Austrija, Velika Britanija, Francuska te Srbija zajedno s Crnom Gorom. U usporedbi s prethodnom godinom u Zagrebu su značajnije povećana noćenja turista iz prekomorskih tržišta Japana, Australije i SAD-a.
- U hotelima se ostvaruje gotovo četiri petine ukupnih turističkih noćenja, a zamjetan je i njihov trend povećanja od 18,9% u odnosu na prethodnu godinu.
- U hotelima se danas nalazi oko 55% ukupno raspoloživih komercijalnih ležajeva u Zagrebu. Zagreb ima 37 hotela s oko 3.386 soba i 199 apartmana u koje se može smjestiti blizu 6 tisuća gostiju. U strukturi hotelske ponude više od polovine raspoloživih kapaciteta je u hotelima kategoriziranim s 5 i 4 zvjezdica (57%).

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Sociodemografski profil turista i posjetitelja

- Domaći gosti su pojedinačno najzastupljenije tržište među turistima koji odsjedaju u privatnom smještaju (32%), kod prijatelja i rodbine (31%), među jednodnevnim posjetiteljima (34%) te u hotelima (22%).
- Kod prijatelja ili rodbine, osim domaćih gostiju, u najvećoj mjeri su boravili turisti iz BiH, Slovenije, Austrije, Italije te Srbije i Crne Gore.
- Među jednodnevnim inozemnim posjetiteljima dominiraju oni u tranzitu i posjetitelji sa susjednih i bližih tržišta.
- Prosječna dob turista i posjetitelja Zagreba kreće se od 23 godine za goste smještene u hostelu do 40 godina za hotelske goste.
- Više od tri četvrtine hotelskih gostiju (76%) ima više ili visoko obrazovanje.

Motivacija za dolazak

- Primarni motiv posjeta za hotelske goste su poslovne obveze (32%), a slijede, gotovo podjednako zastupljeni, kratki odmor u gradu (30%), nova iskustva i doživljaji (29%) te zabava (27%).
- Gosti hostela posjećuju Zagreb primarno zbog novih iskustava i doživljaja, a oni u privatnom smještaju i jednodnevnom posjetu zbog kratkog odmora u gradu.

- Među hotelskim gostima podjednako su zastupljeni oni koji su u prvom posjetu Zagrebu (33%) i oni koji Zagreb posjećuju već šest i više puta (36%). Učestali posjeti (šest i više puta) Zagrebu karakteristični su za goste koji su odsjeli kod rodbine ili prijatelja (70%) i za jednodnevne posjetitelje (54%), a najveći broj gostiju koji su prvi puta posjetili Zagreb 2006. godine zabilježen je među gostima smještenim u hostelu (82%).

Izvori informacija

- Najvažniji izvor informacija za goste u svim komercijalnim smještajnim kapacitetima, kao i za jednodnevne posjetitelje, bio je Internet (67% gostiju koji su odsjeli u hostelu, 53% gostiju u privatnom smještaju, 43% gostiju u hotelima i 36% jednodnevnih posjetitelja prikupljalo je informacije o Zagrebu putem Interneta).

Glavna obilježja putovanja

- Samostalno organizirano putovanje dominantan je način organizacije putovanja za goste u svim smještajnim objektima. Gosti u hotelu češće od prosjeka dolaze posredstvom putničke agencije (29%).
- U Zagreb gosti dolaze najčešće sami (39% hotelskih gostiju, 25% gostiju u privatnom smještaju i 51% gostiju u posjetu rodbini ili prijateljima) ili samo s partnerom (31% hotelskih gostiju i 41% gostiju u privatnom smještaju).
- Najveći broj gostiju hotela (46%) i hostela (32%) doputovao je u Zagreb zrakoplovom. Jednodnevni posjetitelji, gosti koji odsjedaju kod rodbine ili prijatelja i gosti u privatnom smještaju najčešće dolaze automobilom.

Glavna obilježja boravka u Zagrebu

- Najmanje noćenja u prosjeku ostvaruju anketirani hotelski gosti (2,7) i gosti hostela (4,2), dok gosti u privatnom smještaju i oni kod rodbine i prijatelja, u Zagrebu ostvaruju u prosjeku između pet i deset noćenja. Prosječna duljina boravka jednodnevnih posjetitelja iznosi 7,4 sata.
- I turisti i posjetitelji Zagreba najčešće posjećuju najuži centar Grada, uključujući Trg bana Jelačića, Donji grad, Gornji grad i Katedralu. Osim centra grada u većem broju posjećuje se Jarun, Maksimir i Botanički vrt.
- Najposjećeniji muzeji u Zagrebu su muzej Mimara, Muzej grada Zagreba, Klovićevi dvori i Muzej za umjetnost i obrt. Muzeje u većem broju posjećuju gosti u privatnom smještaju i gosti hostela. Udio nezainteresiranih za posjet muzejima relativno je velik – svaki četvrti hotelski gost i svaki treći gost u posjetu rodbini i prijateljima nije zainteresiran za posjet zagrebačkim muzejima.
- Najposjećenija ostala mjesta u Zagrebu su kavane i kafići, a između 61 i 87% gostiju tijekom boravka u Zagrebu odlazi i u restorane.

Zadovoljstvo ponudom u Zagrebu

- Među faktorima turističke atraktivnosti, svi gosti percipiraju Zagreb kao pogodnu destinaciju za kratki odmor, a visok i vrlo visok stupanj zadovoljstva iskazali su slikovitošću Zagreba, uređenošću mjesta, sadržajima za zabavu i ponudom kulturnih događanja.
- Svi gosti Zagreba su zadovoljni osobnom sigurnošću, a visoko i vrlo visoko je ocijenjena i gostoljubivost lokalnog stanovništva i ljubaznost osoblja turističko-informativnih centara.

- Elementi gradske infrastrukture čine najlošije ocijenjen skup elemenata turističke ponude grada, a uključuju mogućnosti za parkiranje, kvalitetu lokalnog prijevoza, kvalitetu označavanja znamenitosti te razmještaj i jasnoću putokaza.
- Za većinu elemenata koji se odnose na kvalitetu smještaja, gosti hotela iskazali su nizak stupanj zadovoljstva. Izuzetak je ljubaznost osoblja u hotelu, kojom su gosti bili srednje zadovoljni. Sve elemente hotelskog smještaja znatno su bolje ocijenili gosti u hotelima s 4 i 5 zvjezdica.

Potrošnja turista i posjetitelja u Zagrebu

- Hotelski gosti imali su u prosjeku najviše dnevne troškove boravka u Zagrebu u iznosu od oko 132 eura po osobi. Najveći dio te potrošnje odnosio se na troškove smještaja (53% ili prosječno dnevno 70 eura), zatim na troškove hrane i pića izvan smještaja (17% ili 23 eura) i na kupnju (11% ili 14 eura).
- Gosti u privatnom smještaju trošili su u prosjeku oko 77 eura dnevno, gosti hostela oko 51 eura, gosti kod rodbine i prijatelja oko 62 eura, a oko 66 eura dnevno trošili su jednodnevni posjetitelji.

TRENDОВИ

Turistička potražnja u zagrebačkim hotelima u razdoblju 1998. - 2006.

- U Zagreb se sve više dolazi zbog 'kratkog odmora u gradu', 'zabave' i 'novih iskustava i doživljaja'; pada udio isključivo poslovnih dolazaka.
- Raste udio gostiju koji su u prvom posjetu Zagrebu.
- U porastu je dolazak s partnerom; smanjuje se udio gostiju koji u Zagreb dolaze bez pratnje.
- Povećava se dolazak zrakoplovom.
- Gosti se sve više informiraju i istovremeno koriste više izvora informacija.
- Raste broj dolazaka organiziranih posredstvom putničkih agencija, iako je i dalje dominantan samostalno organizirani dolazak u Zagreb.
- Blagi rast zadovoljstva elementima gradske infrastrukture; osobna sigurnost, slikovitost Zagreba i pogodnost za kratki odmor – i nadalje najbolje ocijenjeni.
- Pad zadovoljstva elementima hotelskog smještaja.
- Pad prosječne dnevne potrošnje kao posljedica smanjivanja poslovnih dolazaka; pozitivno povećanje udjela za ugostiteljske usluge, kulturu, sport i zabavu i ostale izdatke.
- Nepromijenjena sociodemografska obilježja hotelskih gostiju i učestalost posjećivanja gradskih atrakcija.

METODOLOGIJA

Ciljevi istraživanja

- Prikupiti pouzdane i aktualne kvalitativne i kvantitativne podatke o turističkoj potražnji Zagreba.
- Osigurati usporedivost s prethodnim TOMAS istraživanjima i kontinuirano pratiti obilježja turističke potražnje Zagreba.

Prostorni i vremenski obuhvat

- Grad Zagreb
- Svibanj - listopad 2006. godine

Sadržaj istraživanja	<ul style="list-style-type: none">• Definiran na osnovu prethodnih TOMAS ZAGREB istraživanja i na temelju preporuka European City Tourism.• Obuhvaća sociodemografske podatke o gostima Zagreba, motivaciju za dolazak, obilježja putovanja i boravka u Zagrebu, zadovoljstvo ponudom u Zagrebu i potrošnju tijekom boravka u Zagrebu.
Instrument istraživanja	<ul style="list-style-type: none">• Upitnik
Metoda prikupljanja podataka	<ul style="list-style-type: none">• Osobni intervju• Lokacije anketiranja: 21 zagrebački hotel i 19 lokacija u gradu na kojima se gosti Zagreba zadržavaju u većem broju, uključujući i lokacije različitih događanja.
Populacija	<ul style="list-style-type: none">• Turisti (gosti Zagreba koji su ostvarili barem jedno noćenje u gradu) i posjetitelji (gosti koji su boravili manje od jednog dana i nisu ostvarili noćenje u gradu).
Uzorak - veličina	<ul style="list-style-type: none">• 1.446 ispitanika.
Uzorak - dizajn	<ul style="list-style-type: none">• Anketiranje u hotelima (n=495): stratificirani slučajni uzorak s obzirom na kategoriju hotela i zemlju porijekla gostiju; alokacija uzorka na hotele proporcionalna prometu pojedinih kategorija.• Anketiranje na lokacijama u Zagrebu (n=951): kvotni uzorak.
Ponderiranje	<ul style="list-style-type: none">• Izvršeno je ponderiranje rezultata istraživanja za hotelske goste; težine su definirane na osnovu ostvarenog prometa u zagrebačkim hotelima u razdoblju svibanj - listopad 2006. godine, prema zemljama porijekla.
Prikaz rezultata	<ul style="list-style-type: none">• Sva obilježja turističke potražnje prikazana su za pet segmenata gostiju: hotelske goste, goste u hostelima, goste u privatnom smještaju, goste u posjetu rodbini i prijateljima i jednodnevne posjetitelje.• Rezultati za hotelske goste prikazani su prema glavnim zemljama porijekla, kategoriji hotelskog smještaja i motivu dolaska u Zagreb; rezultati za goste u posjetu rodbini i prijateljima i jednodnevne posjetitelje prikazani su posebno za domaće i inozemne goste.