

## SAŽETAK

**TOMAS 2008**  
Kulturni turizam

- Prvo sveobuhvatno istraživanje stavova i potrošnje posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj.
- Provedeno u 2008. godini za potrebe Ministarstva turizma RH, a u suradnji sa Savjetom za kulturni turizam Hrvatske turističke zajednice.

### METODOLOGIJA

Ciljevi istraživanja

- Prikupiti podatke o obilježjima turističke potražnje i potrošnje posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja kao podlogu za donošenje kvalitetnih odluka vezanih uz razvoj kulturno-turističkih proizvoda i njihovu promociju.
- Definirati osnovu za kontinuirana istraživanja potražnje za proizvodi kulturnog turizma Hrvatske.

Prostorni i vremenski obuhvat

- 37 kulturnih atrakcija (16 kulturno-povijesnih znamenitosti, 9 muzeja i galerija te 12 događanja), ravnomjerno raspoređenih u priobalnim i kontinentalnim županijama.
- Srpanj - listopad 2008. godine.

Sadržaj istraživanja

- Definiran na osnovu pregleda domaće i inozemne literature i sadržaja TOMAS istraživanja turističke potražnje.
- Sadržaj istraživanja obuhvaća:
  - socio-demografski profil kulturnih turista,
  - motivaciju za posjet kulturnoj atrakciji i događanju,
  - zadovoljstvo posjetom i tendencije posjeta ostalim kulturno-turističkim atrakcijama i događanjima tijekom boravka,
  - obilježja putovanja kulturnih turista i potrošnju na putovanju.

Instrument istraživanja

- Strukturirani upitnik, tiskan na 11 jezika.

Metoda prikupljanja podataka

- Osobni intervju s posjetiteljima prilikom napuštanja kulturne atrakcije ili događanja.

Populacija

- Svi posjetitelji 37 kulturnih atrakcija i događanja koji nemaju mjesto stalnog boravka u mjestu gdje se vršilo istraživanje, u razdoblju od srpnja do listopada 2008. godine.

Uzorak

- Kvotni uzorak - ukupno 2.450 ispitanika; 1.699 ispitanika na kulturnim atrakcijama i 751 na događanjima; 50 do 70 po atrakciji/događanju.

Prikaz rezultata

- Profil posjetitelja svih kulturnih atrakcija i događanja; profil posjetitelja prema vrstama atrakcija (kulturno-povijesne znamenitosti, muzeji i galerije, događanja); profil posjetitelja u kontinentalnim i obalnim županijama.

## REZULTATI ISTRAŽIVANJA

### Profil kulturnih turista

- Prevladavaju posjetitelji srednje (47%) i mlađe (30%) dobi, s nešto većim udjelom muškaraca (53%). Posjetitelji muzeja i galerija nešto su stariji od prosjeka, dok na događanjima prevladavaju mlađi posjetitelji.
- Kulturni turisti su uglavnom fakultetski obrazovani (38%) ili sa završenom višom školom (24%). Većina (55%) ima ukupna mjesecna primanja kućanstva u rasponu od 7.300 do 21.900 kn (1.000 do 3.000 eura). Posjetitelji muzeja i galerija imaju nešto više, a posjetitelji događanja nešto niže prihode od prosjeka.
- Među kulturnim turistima prevladavaju inozemni posjetitelji (62%), a pojedinačno značajniju skupinu čine posjetitelji iz Italije (15%), Njemačke (14%), Francuske (9%) te Velike Britanije (9%). Među domaćim, najbrojniji su posjetitelji iz matične ili okolnih županija.
- Kulturni turisti uglavnom noče u mjestu gdje se nalazi kulturna atrakcija ili održava događanje (43%) ili su izletnici, odnosno doputovali su iz mjesta stalnog boravka (26%).
- Među inozemnim kulturnim turistima veći je udio onih u prvom posjetu Hrvatskoj (30%) u odnosu na ljetne stacionirane turiste u priobalnom dijelu Hrvatske (19%).

### Stavovi o posjećenoj kulturnoj atrakciji/ događanju

- Većina posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja motivirana je željom za učenjem (26%), u kombinaciji s imidžem ili reputacijom atrakcije/ događanja (18%), znatiželjom (18%) te željom za druženjem s osobama u pratnji (17%). Želja za druženjem prevladava kod posjetitelja događanja, dok su posjetitelji muzeja i galerija više od prosjeka motivirani učenjem o kulturi, povijesti i baštini.
- Kulturni turisti prikupljaju informacije o kulturnoj atrakciji ili događanju više od godinu dana unaprijed (46%) ili po dolasku u destinaciju (26%). Pri tome se najčešće oslanjaju na preporuke prijatelja, rođaka ili lokalnih žitelja. Od formalnih kanala, najviše koriste Internet (21%), tiskane promotivne materijale (18%), radio/TV (16%), tiskane turističke vodiče (14%) te novine/časopise (14%).
- Većina posjetitelja (59%) u prvom su posjetu kulturnoj atrakciji/ događanju, a 22% u drugom posjetu. Kulturna događanja imaju najveći udio onih u ponovnom posjetu (52%).
- Velika većina zadovoljna je posjetom. Za 48% posjet je nadmašio njihova očekivanja, a za 47% u skladu je s očekivanjima. Posjetitelji su osobito zadovoljni kvalitetom postava/programa, mogućnošću da nauče nešto novo, profesionalnošću osoblja te čistoćom i urednošću. Posjetitelji su nezadovoljni tek nekolicinom aspekata - signalizacijom na prometnicama, dostupnošću informacija prije polaska na put te po dolasku u destinaciju.

### Stavovi o hrvatskoj kulturno-turističkoj ponudi

- Zadovoljstvo posjetom kulturnoj atrakciji/događanju ima pozitivan utjecaj na želju za posjetom istim ili sličnim atrakcijama tijekom boravka u destinaciji - za 51% posjetitelja interes za posjet istim ili sličnim atrakcijama se povećao.
- Većina posjetitelja već je posjetila ili planira posjetiti svjetovne (65%) i sakralne (64%) znamenitosti, muzeje i galerije (59%) i kulturna događanja (42%). Oko trećine pokazuje interes za glazbeno-scenske predstave te tematske rute/putove. Veliki udio (60%) posjetitelja

izražava interes za sudjelovanje u kreativnim radionicama, među kojima su najpopularniji gastronomski tečajevi (24%), sudjelovanje u berbama (23%) te arheološka iskapanja (21%).

- Većina inozemnih kulturnih turista poistovjeće Hrvatsku s bogatom kulturno-povijesnom baštinom (84%), gostoljubivoću (82%), opuštenim načinom života (75%), jedinstvenim običajima i tradicijom te gastronomijom (72% svaki), bogatstvom muzeja i galerija (71%) te živom atmosferom (70%). Oko 50 do 60% poistovjeće Hrvatsku s festivalima i događanjima, bogatim kulturno-umjetničkim životom te destinacijom pogodnom za kulturom motivirana putovanja.

#### Obilježja putovanja kulturnih turista

- Trećina posjetitelja može se smatrati ciljanim, kulturom motiviranim turistima koji putuju specifično zbog posjeta kulturnoj atrakciji/događanju ili su na kulturom motiviranom odmoru. Događanja privlače najveći udio kulturom motiviranih posjetitelja (46%), a slijede kulturne znamenitosti (34%) i muzeji/galerije (30%). Također, kulturne atrakcije i događanja u kontinentalnim županijama privlače znatno veći udio kulturom motiviranih posjetitelja (49%) u odnosu na one u obalnim županijama (27%).
- Oko 70% kulturnih turista su na višednevnom putovanju na kojem osvaruju, u prosjeku, 8 noćenja. Uglavnom borave u privatnom smještaju (32%), kod prijatelja/rođaka (25%) i u hotelu (22%).
- Velika većina (85%) putovanje organizira samostalno. Od onih koji koriste usluge turističke agencije, riječ je uglavnom o rezervaciji smještaja (76%) i prijevoza (74%).

#### Potrošnja kulturnih turista

- Prosječna dnevna potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja na višednevnim putovanjima iznosi 45 eura u prosjeku.
- Posjetitelji koji su odsjeli u plaćenim (komercijalnim) oblicima smještaja troše dnevno 57 eura u prosjeku (4 eura ili 7% ukupne dnevne potrošnje za kulturu i zabavu), dok oni koji odsjedaju u vla-stitoj vikendici, kući ili stanu ili kod rodbine ili prijatelja, zbog toga jer nemaju trošak smještaja, troše dnevno značajno manje – 20 eura u prosjeku (2,5 eura dnevno ili 13% ukupnih dnevnih izdataka za kulturu i zabavu).
- Od ukupno 28 eura koliko u prosjeku troše jednodnevni posjetitelji kulturnih atrakcija i događanja, na kulturu se izdvaja 3,5 eura ili 13% ukupnih dnevnih izdataka.
- S obzirom na vrstu posjećene atrakcije/događanja, najbolji potrošači su posjetitelji muzeja i galerija. Na višednevnim putovanjima oni troše u prosjeku 57 eura, a na jednodnevnim 35 eura.
- S obzirom na lokaciju, posjetitelji kulturnih atrakcija i lokacija na kontinentu troše prosječno više na višednevnim putovanjima s plaćenim noćenjem (65 eura prosječno dnevno u odnosu na 55 eura koliko troše posjetitelji u priobalu i na otocima), a dvostruko manje od posjetitelja na jednodnevnim posjetima u priobalu i na otocima (23 eura u odnosu na 47 eura).



## **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.

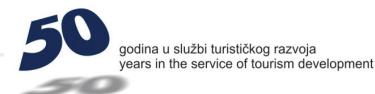
## Sadržaj

### - 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:

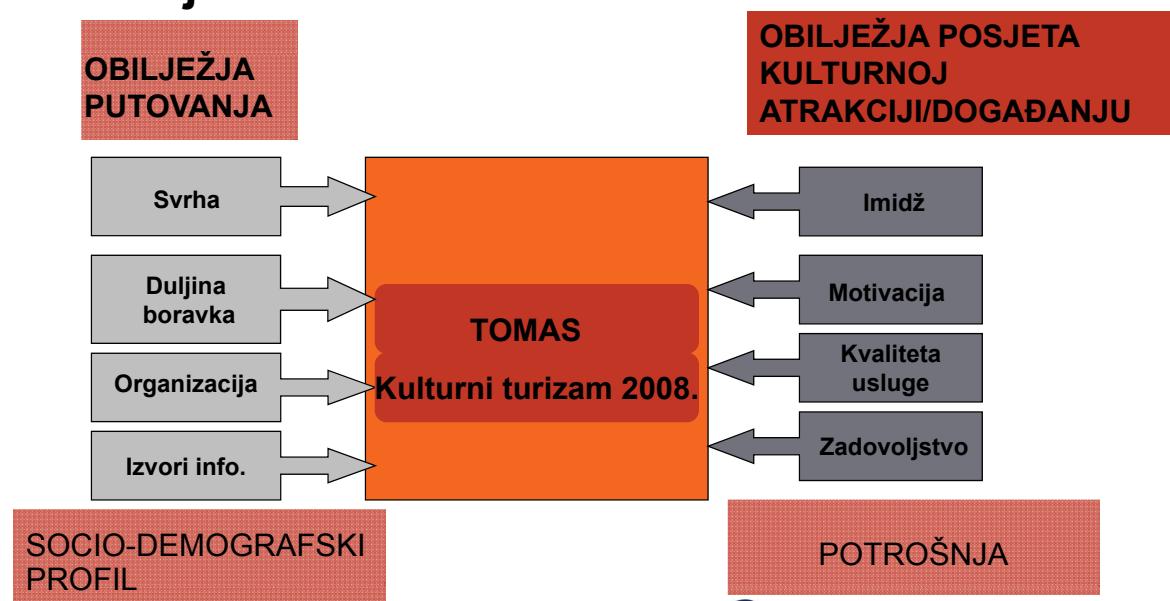
- Obilježja cjelokupnog putovanja
- Obilježja posjeta određenoj kulturnoj atrakciji ili događanju



NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

# TOMAS Kulturni turizam 2008.

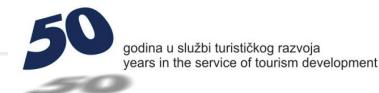
## Sadržaj – shema



NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## 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



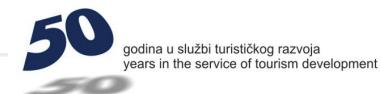
NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## 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

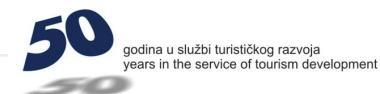
- **Odabir pojedinačnih lokacija unutar svake pojedine grupe zasnovan je na broju posjetitelja**
  - odabrane su lokacije s većim brojem posjetitelja
  - obuhvaćeni su UNESCO spomenici
  - događanja vremenski ograničena i koncentrirana (prema programu događanja)
  - zastupljene različite vrste događanja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



NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## 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  |



NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

|                                       |                        | 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 folkloru (16. – 20. srpnja 2008.)    |
|                                       | Kontinentalne županije | Veliki Tabor, Desinić                | Muzej Staro selo, Kumrovec                             | Kaj su jeli naši stari (29. - 31. kolovoza 2008.)           |
|                                       | Kontinentalne županije | Stari grad Varaždin                  | Gradski muzej Varaždin (Palača Herceg/ Palača Sermage) | Špancirfest (22. - 31. kolovoza 2008.)                      |
|                                       | Obalne županije        | Dvorac Trakoščan                     | Muzej Slavonije, Osijek                                | Podravski motivi (4. – 6.srpnja 2008.)                      |
|                                       | Obalne županije        | Tvrđa, Osijek                        |  | Dakovački vezovi (4.- 6. srpnja 2008.)                      |
|                                       | Obalne županije        | Tvrđa, Ilok                          |  | Vinkovačke jeseni (5. - 14. rujna 2008.)                    |
|                                       | Obalne županije        | Utvrda Lovrijenac, Dubrovnik         | Gradski muzej, Korčula                                 | Maraton lada (9.8.2008.)                                    |
| LOKACIJA KULTURNE ATRAKCIJE/DOGAĐANJA | Obalne županije        | Knežev dvor, Dubrovnik               | Arheološki muzej/ Zlato i srebro Zadra, Zadar          | Festival klapa (4. - 26. srpnja 2008.)                      |
|                                       | Obalne županije        | Podrumi Dioklecijanove palače, Split | Muzej ninskih starina, Nin                             | Sinjska alka (1.- 3. kolovoza 2008.)                        |
|                                       | Obalne županije        | Salona, Split                        | Pomorski muzej, Rijeka                                 | Rapska fjera (24.- 28. srpnja 2008.)                        |
|                                       | Obalne županije        | Katedrala, Trogir                    | Arheološki muzej Istre, Pula                           | Međunarodni senjski ljetni karneval (4.- 9. kolovoza 2008.) |
|                                       | Obalne županije        | Katedrala, Šibenik<br>Zidine, Krk    |  | Filmski festival (28.7. - 1.8. 2008.)                       |
|                                       | Obalne županije        | Trsat, Rijeka                        |  |   |
|                                       | Obalne županije        | Amfiteatar, Pula                     |  |   |
|                                       | Obalne županije        | Eufrazijeva bazilika, Poreč          |  |   |

NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.



## TOMAS Kulturni turizam 2008. Metoda provođenja

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

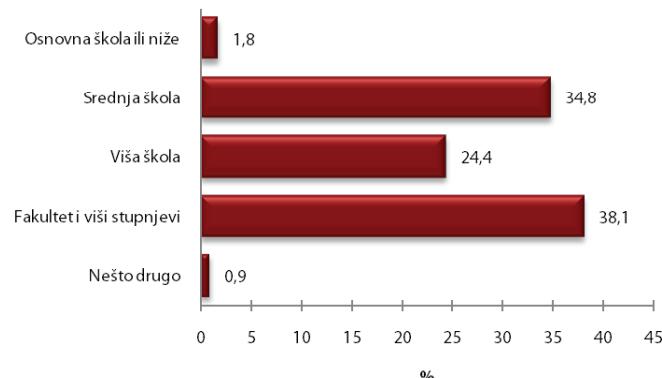
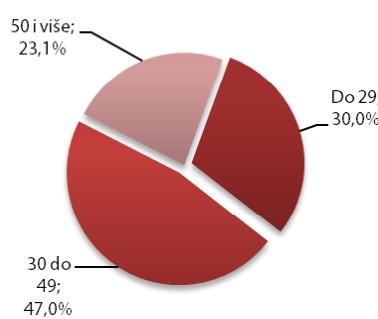
# TOMAS Kulturni turizam 2008. Rezultati



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

NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## Profil posjetitelja – dob i obrazovanje



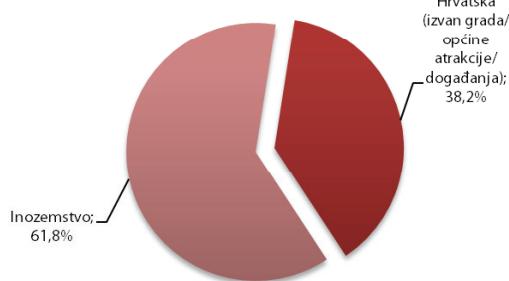
- ✓ Posjetitelji srednje i mlađe životne najvažniji su segment kulturno-turističke potražnje
- ✓ Prosječna starost: 39 godina
- ✓ U skladu s profilom europskih kulturnih turista

- ✓ 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

## Profil posjetitelja – mjesto boravka

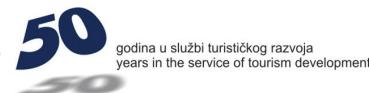


- ✓ geografski heterogeno tržište
- ✓ struktura različita od strukture turista u komercijalnim smještajnim objektima

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 izvaneuropske zemlje                       | 6,3   |



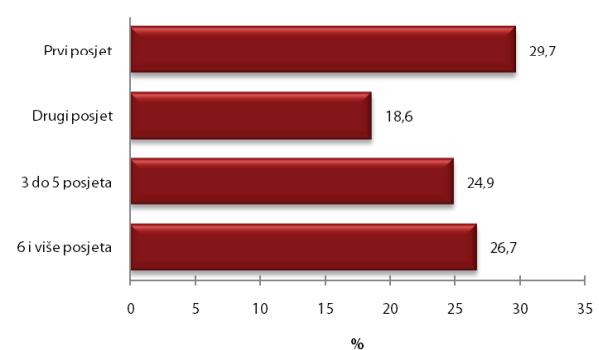
NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

TOMAS Kulturni turizam 2008.

## Profil posjetitelja – vrsta posjetitelja i poznavanje HR



### Inozemni posjetitelji



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

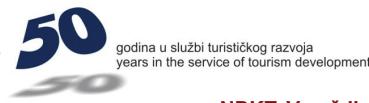
Kontinent:

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

Kontinent:

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

TOMAS Kulturni turizam 2008.

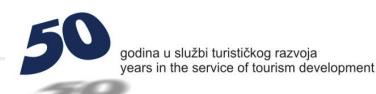


NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## O posjećenoj atrakciji/događanju – motivacija



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



TOMAS Kulturni turizam 2008.

NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

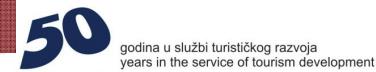
## O posjećenoj atrakciji/događanju – izvori informacija



Kontinent:

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

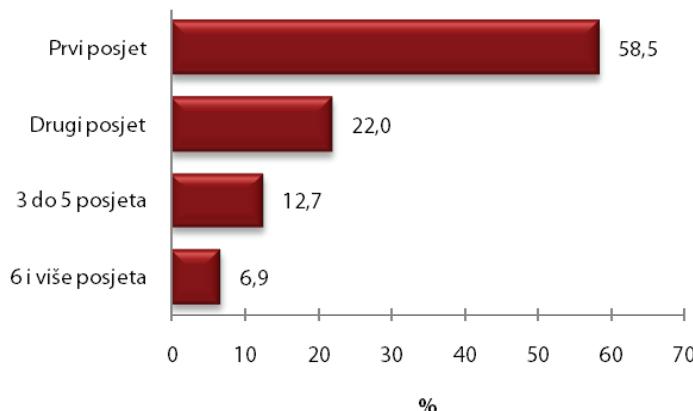
Mogućnost više odgovora.



TOMAS Kulturni turizam 2008.

NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## O posjećenoj atrakciji/događanju – učestalost posjeta

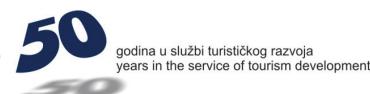


Kontinent:

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

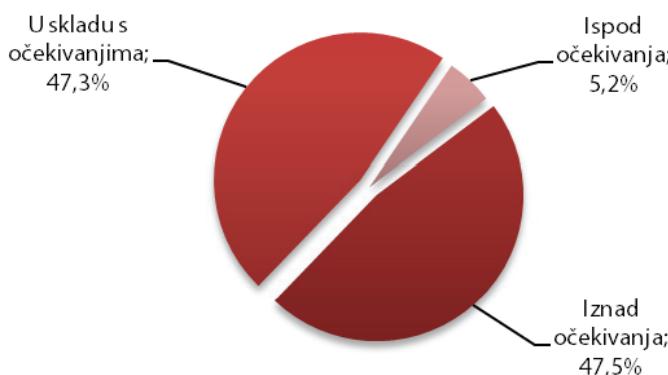
- ✓ Udio ponovnih posjeta nešto je manji nego u Europi

TOMAS Kulturni turizam 2008.



NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## O posjećenoj atrakciji/događanju – zadovoljstvo



Kontinent:

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



TOMAS Kulturni turizam 2008.

NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## O posjećenoj atrakciji/događanju – zadovoljstvo elementima

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

Stupanj zadovoljstva: Vrlo visok

Visok

Srednji

Nizak

Vrlo nizak



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

TOMAS Kulturni turizam 2008.

NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## O posjećenoj atrakciji/događanju – zadovoljstvo elementima

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

Stupanj zadovoljstva: Vrlo visok

Visok

Srednji

Nizak

Vrlo nizak

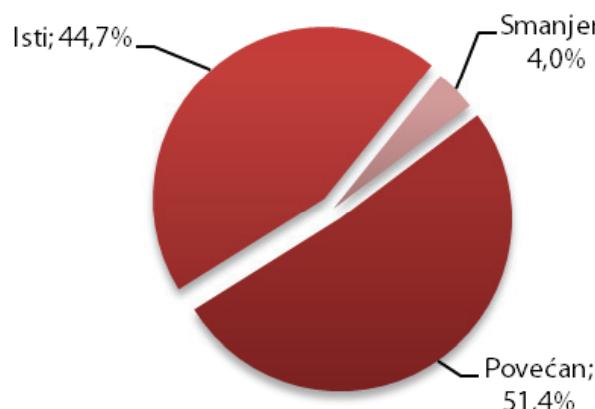


godina u službi turističkog razvoja  
years in the service of tourism development

TOMAS Kulturni turizam 2008.

NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

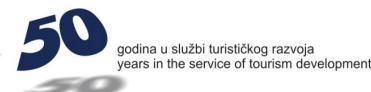
## Stavovi o hrvatskoj KT ponudi – interes za ponovni posjet



Kontinent:

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

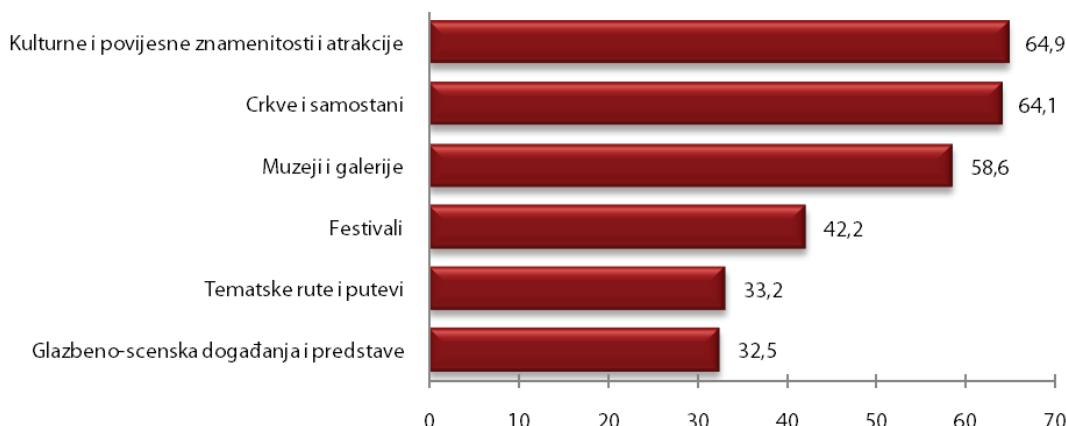
TOMAS Kulturni turizam 2008.



NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## Stavovi o hrvatskoj KT ponudi – popularnost

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

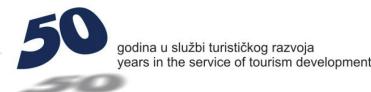


Kontinent:

- ✓ veća popularnost festivala 65% (obala 42%)

Mogućnost više odgovora.

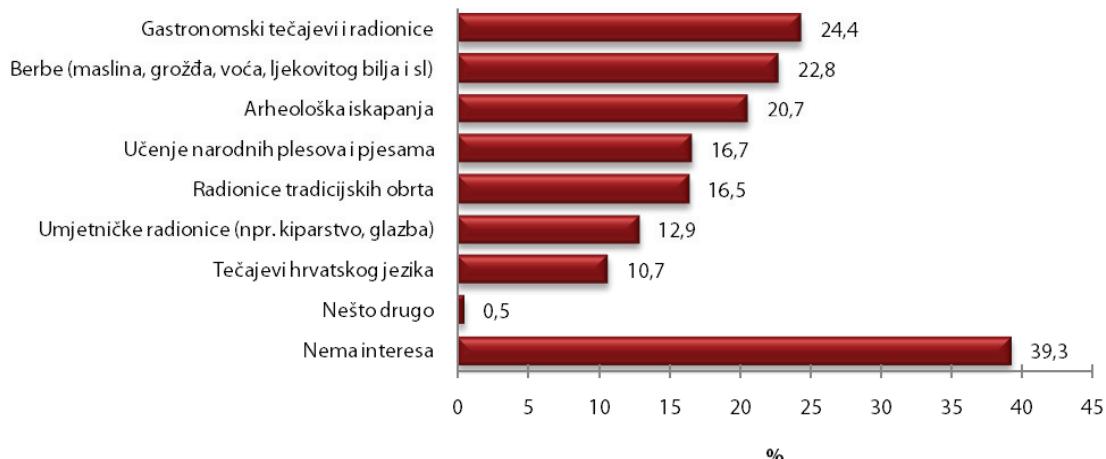
TOMAS Kulturni turizam 2008.



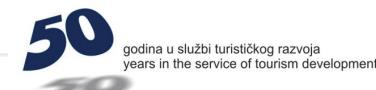
NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## Stavovi o hrvatskoj KT ponudi – kreativni turizam

### Interes za sudjelovanjem u aktivnostima:



Mogućnost više odgovora.



TOMAS Kulturni turizam 2008.

NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## Stavovi o hrvatskoj KT ponudi – imidž Hrvatske

### za inozemne posjetitelje

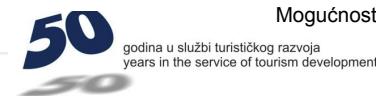


Kontinent:

- ✓ živa atmosfera, kulturno-umjetnički život

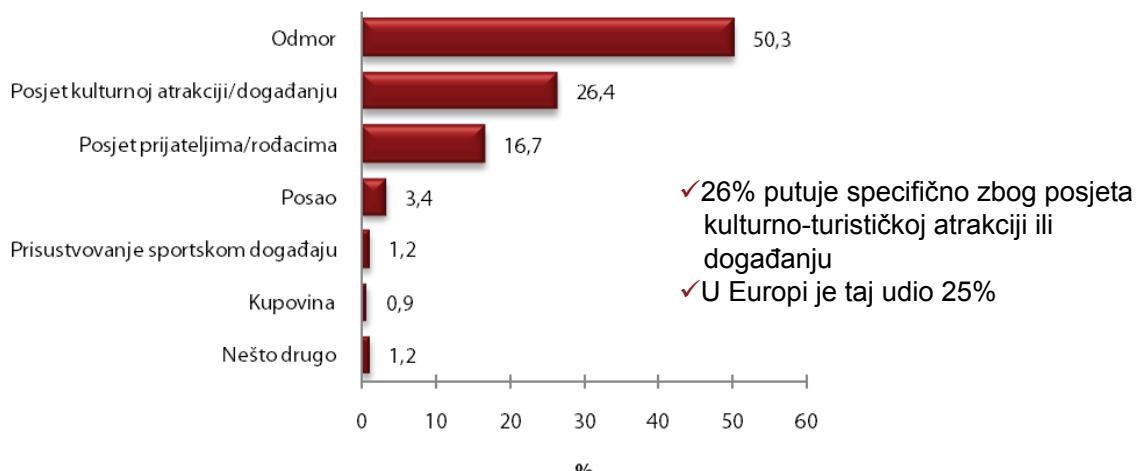
Mogućnost više odgovora.

TOMAS Kulturni turizam 2008.



NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

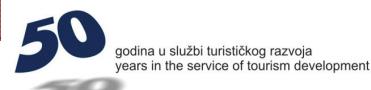
## Obilježja putovanja – glavni razlog putovanja



Kontinent:

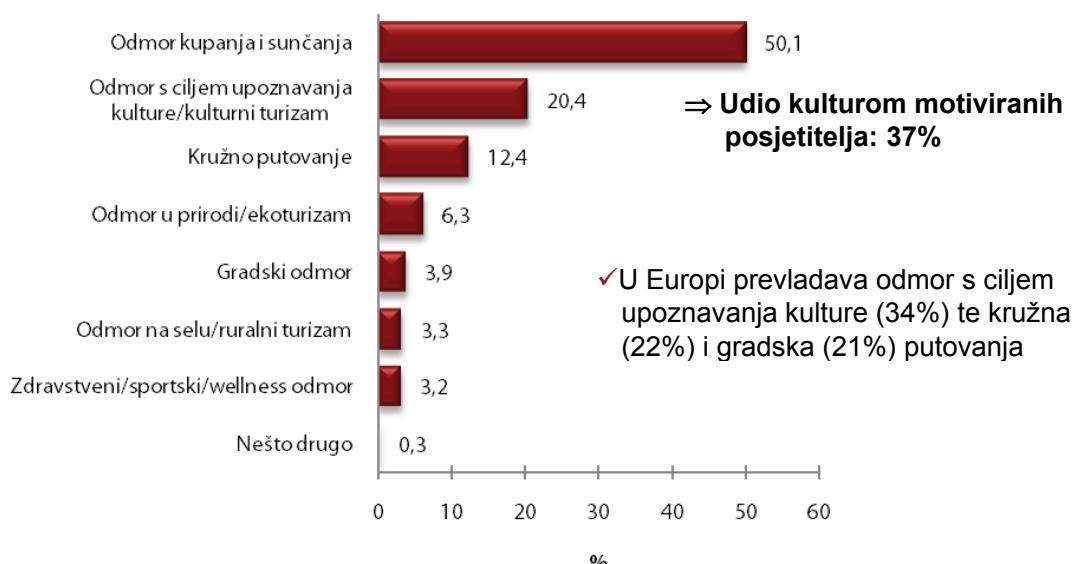
- ✓ 41% putuje zbog posjeta kulturnoj atrakciji/dogadanju (obala 15%)
- ✓ 25% VFR (obala 10%)

TOMAS Kulturni turizam 2008.



NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## Obilježja putovanja – vrsta odmora



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



TOMAS Kulturni turizam 2008.

NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

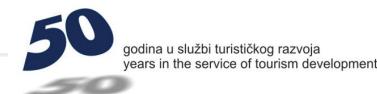
## Obilježja putovanja – duljina, smještaj, prijevoz i organizacija

- ✓ 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 pratinji 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

TOMAS Kulturni turizam 2008.



NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

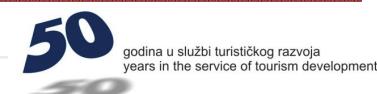
## Potrošnja kulturnih turista – na višednevnom putovanju

|   | 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

TOMAS Kulturni turizam 2008.



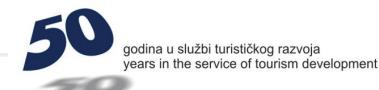
NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.

## 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)



TOMAS Kulturni turizam 2008.

NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.



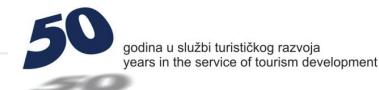
**Institut za turizam**  
Vrhovec 5, 10000 Zagreb

telefon: +385 1 3909 666

fax: +385 1 3909 667

E-mail: [zrinka.marusic@itzg.hr](mailto:zrinka.marusic@itzg.hr)  
[renata.tomljenovic@itzg.hr](mailto:renata.tomljenovic@itzg.hr)

Web: [www.itzg.hr](http://www.itzg.hr)



TOMAS Kulturni turizam 2008.

NDKT, Varaždin, 26. 5. 2010.