

The image shows the facade of the Zadar Cathedral, a prominent Romanesque building with a tall bell tower on the left. The facade is characterized by multiple levels of blind arcades and two large rose windows. The text is overlaid on the upper and lower portions of the image.

**Izvještaj**

# **ZADOVOLJSTVO TURISTA**

**boravkom u destinacijama  
Zadarske županije**

# SADRŽAJ

<b>1</b>	<b>ZADOVOLJSTVO TURISTA CJELOKUPNIM BORAVKOM U DESTINACIJI – ZADARSKA ŽUPANIJA</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA</b> .....	<b>4</b>
2.1	Okvir uzorka.....	4
2.2	Postupak prikupljanja podataka .....	5
2.3	Istraživački instrument.....	7
2.4	Opis uzorka.....	9
2.4.1	Ispitanici prema vrsti komercijalnog smještaja .....	10
2.4.2	Domaći turisti prema županiji prebivališta .....	10
2.4.3	Zemlja prebivališta turista.....	11
2.4.4	Usporedba strukture uzorka i populacije .....	12
2.4.5	Osnovne karakteristike uzorka .....	13
2.4.6	Zone Zadarske županije.....	15
<b>3</b>	<b>REZULTATI</b> .....	<b>17</b>
<b>3.1</b>	<b>Obvezni pokazatelji održivosti</b> .....	<b>18</b>
3.1.1	Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom .....	18
3.1.1.1	Indeks zadovoljstva .....	18
	Izračun po zonama.....	19
3.1.1.2	Mjera zadovoljstva turista .....	21
	Izračun po zonama.....	23
3.1.2	Neto spremnost za preporuku destinacije .....	27
	Izračun po zonama.....	29
<b>3.2</b>	<b>Specifični pokazatelji održivosti</b> .....	<b>30</b>
3.2.1	Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije .....	30
	Izračun po zonama.....	31
3.2.2	Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta).....	32
3.2.3	Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima .....	34
	Troškovi po osobi .....	35
	Dnevna potrošnja – jednodnevni posjetitelji.....	35
	Dnevna potrošnja – turisti .....	36
<b>3.3</b>	<b>Dodatni pokazatelji razvoja destinacije</b> .....	<b>37</b>
	Percepcija zadovoljstva boravkom u destinaciji .....	37
	Zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja .....	38
	Zadovoljstvo cijenama – pregled po zonama .....	40
	Razina percipirane prenapučenosti i buke .....	42
	Izvori informacija.....	43
	Zadovoljstvo destinacijom .....	44
	Zadovoljstvo kvalitetom ponude smještaja po zonama.....	39
<b>4</b>	<b>ZAKLJUČAK</b> .....	<b>46</b>
	<b>PRILOG – UPITNIK</b> .....	<b>47</b>
	<b>Sažetak Izvještaja o zadovoljstvu turista cjelokupnim boravkom u destinacijama Zadarske županije</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

# 1 ZADOVOLJSTVO TURISTA CJELOKUPNIM BORAVKOM U DESTINACIJAMA ZADARSKE ŽUPANIJE

Istraživanje zadovoljstva turista cjelokupnim boravkom u destinacijama Zadarske županija provedeno je u skladu sa *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (Ministarstvo turizma i sporta RH, verzija V\_1.2, lipanj 2025.), *Zakonom o turizmu* (NN 156/23) te *Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma* (NN 112/2024).

Svrha istraživanja jest sustavno praćenje percepcije turista o kvaliteti boravka u destinaciji, razini zadovoljstva ponudom i infrastrukturom te općem doživljaju destinacije. Istraživanje omogućuje prikupljanje podataka koji se koriste za izračun obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti te za praćenje iskustva turista u kontekstu upravljanja kvalitetom destinacije.

Ciljevi istraživanja obuhvaćaju:

- utvrđivanje razine zadovoljstva turista ukupnim boravkom u destinaciji,
- procjenu percepcije kvalitete ponude, infrastrukture i usluga,
- identifikaciju ključnih elemenata koji utječu na zadovoljstvo i lojalnost turista,
- prikupljanje podataka o ponašanju turista tijekom boravka, uključujući motive dolaska, duljinu boravka, izdatke i način informiranja,
- vrednovanje održivosti turističkog iskustva u smislu doživljaja prostora, sigurnosti, čistoće i odnosa lokalne zajednice prema turistima.

Analiza rezultata pridonosi transparentnosti i kvaliteti upravljanja destinacijom te omogućuje usmjeravanje aktivnosti županijske i lokalnih turističkih zajednica prema jačanju konkurentnosti, autentičnosti i održivosti turističke ponude.

Izveštaj je strukturiran u četiri poglavlja. Nakon uvodnog dijela slijedi poglavlje o metodologiji istraživanja, s prikazom uzorka, postupka prikupljanja podataka i istraživačkog instrumenta, dok treće poglavlje donosi rezultate analizirane prema obveznim i specifičnim pokazateljima održivosti te dodatnim pokazateljima koji doprinose razumijevanju ukupnog iskustva boravka u Zadarskoj županiji. Četvrtim poglavljem iznesena su zaključna promišljanja o provedenom istraživanju i dobivenim rezultatima te njihovim implikacijama.

## 2 METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Metodološki okvir istraživanja temelji se na *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025) te osigurava usklađenost postupaka s nacionalno propisanom metodologijom praćenja pokazatelja održivosti i kvalitete doživljaja turista destinacije. Istraživanje je koncipirano tako da omogući reprezentativno prikupljanje podataka od turista koji su tijekom turističke sezone 2025. godine boravili u destinacijama Zadarske županije, uz jasno definirane instrumente i postupke obrade podataka, s ciljem dobivanja pouzdanih uvida u zadovoljstvo turista i elemente turističkog iskustva.

### 2.1 Okvir uzorka

Okvir uzorka obuhvaćao je turiste koji su u trenutku istraživanja boravili u destinacijama Zadarske županije, neovisno o duljini boravka i obliku smještaja. Istraživanje je obuhvatilo domaće i strane turiste starije od 18 godina koji su posjetili destinaciju u razdoblju glavne turističke sezone. Podatci o broju noćenja i udjelima domaćih i stranih turista Zadarske županije za prethodnu turističku sezonu (2024.) preuzeti su iz sustava *eVisitor*, čime je osigurano da uzorak bude u skladu s aktualnom strukturom turističkog prometa u županiji. U podacima *eVisitora* zabilježene su posjete turista iz 75 zemalja. Tablica 1 prikazuje one zemlje koje su se najčešće pojavljivale u podacima *eVisitora* u svim kategorijama smještaja.

**Tablica 1. Ostvareni dolasci turista Zadarske županije 2024. godine prema državi turista i vrsti smještaja**

Država prebivališta turista		Smještajni objekti				Ukupno
		Hoteli	Hostel	Kampovi	Objekti u domaćinstvu	
Hrvatska	n	121 232	4 584	41 155	105 165	272 136
	%	6,91	0,26	2,35	5,99	15,51
Njemačka	n	36 317	3 893	96 840	128 407	265 457
	%	2,07	0,22	5,52	7,32	15,13
Austrija	n	33 664	448	32 275	35 953	102 340
	%	1,92	0,03	1,84	2,05	5,83
Slovenija	n	31 767	344	68 791	85 425	186 327
	%	1,81	0,02	3,92	4,87	10,62
Ostali	n	233 150	25 134	169 259	500 718	928 261
	%	13,29	1,43	9,65	28,54	52,91
Ukupno	n	456 130	34 403	408 320	855 668	1 754 521
	%	26,00	1,96	23,27	48,77	100,00

Izvor: *eVisitor*, 2025.

Prema uobičajenim statističkim pravilima, za populaciju veličine približno 2 000 000 turista reprezentativan uzorak trebao bi obuhvatiti najmanje 400 ispitanika. Prema online kalkulatoru za

određivanje veličine uzorka (Raosoft.com), za razinu pouzdanosti od 95% i standardnu pogrešku od 5%, preporučena veličina uzorka iznosi 385 ispitanika.

Prema *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025), za populaciju turista u većim destinacijama preporučena veličina uzorka iznosi najmanje 400 ispitanika za razinu pouzdanosti od 95% i pogrešku procjene do  $\pm 5\%$ . Uz to, Smjernice preporučuju i ostvarivanje dodatnih kriterija uzorkovanja prema segmentu turista.

Sukladno navedenome, analiza rezultata predviđa razdvojeni prikaz triju segmenata ispitanika, uz preporučene veličine poduzoraka kako slijedi:

- turisti u komercijalnom smještaju (uzorak od 300 do 350 ispitanika),
- turisti u nekomercijalnom smještaju (uzorak oko 100 ispitanika),
- jednodnevni posjetitelji (uzorak od 200 do 250 ispitanika).

Uvažavajući navedene preporuke izrađen je plan prikupljanja podataka te su se tijekom provedbe kontinuirano pratile tri razine ispunjavanja kvota i dostizanje planirane veličine uzorka po skupinama ispitanika.

## 2.2 Postupak prikupljanja podataka

Za prikupljanje podataka korištena je online metoda putem platforme *Alchemer*. Upitnik je bio dostupan u razdoblju od 1. srpnja do 17. listopada 2025. godine, što obuhvaća glavni dio turističke sezone i razdoblje neposredno nakon njezina završetka.

### Slika 1a. Početni zaslon istraživanja (odabir jezika)

Choose your language - Zadar County

1. Choose your language:

Croatian
English
German
Italian
Czech
Hungarian
Polish
Slovenian

▶

## Slika 1b. Početni zaslon istraživanja (hrvatski jezik)

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji

Dragi goste,

u tijeku je nacionalno prikupljanje podataka o zadovoljstvu turista boravkom u Zadarskoj županiji.

Vaše mišljenje nam je iznimno važno – rezultati će biti dio nacionalnog istraživanja i pomoći će u izradi Plana upravljanja našom destinacijom koji se dostavlja Ministarstvu turizma i sporta. Za ispunjavanje upitnika bit će potrebno otprilike 6 minuta. Vaši su odgovori u potpunosti anonimni, te će se koristiti isključivo u svrhu ovog istraživanja.

Zahvaljujemo Vam na sudjelovanju i želimo Vam ugodan boravak!

Srdačan pozdrav,

Turistička zajednica Zadarske županije

Nastavak

Za provedbu istraživanja korišten je standardizirani upitnik Ministarstva turizma i sporta, dostupan na osam stranih jezika (Slika 1a). Nakon odabira jezika, ispitanicima su se prikazivala pitanja na odabranom jeziku.

Anketiranje je provedeno u suradnji s Turističkom zajednicom Zadarske županije, pružateljima usluga smještaja te organizatorima dnevnih putovanja u destinacije Zadarske županije, a sudjelovanje ispitanika bilo je dobrovoljno i anonimno. Ispitanicima se pristupalo putem letaka s QR kodom (Slika 2) koji je vodio izravno na online upitnik. Letak je bio obostrano tiskan te je sadržavao osnovne informacije o svrsi istraživanja i načinima sudjelovanja, na hrvatskom i engleskom jeziku. Anketiranju su pristupali turisti pri završetku svog boravka u destinaciji, što je omogućilo prikupljanje cjelovitih dojmova o iskustvu. Informaciju o turistima koji su pri kraju boravka pružali su objekti smještaja prema vlastitim evidencijama rezervacija.

Slika 2. Letak za prikupljanje podataka



U cilju postizanja što veće reprezentativnosti, u završnoj fazi prikupljanja podataka Turistička zajednica angažirala je šest anketara koji su, prema uputama istraživačkog tima, dodatno popunjavali nedostajuće kvote izračunate na temelju strukture posjeta turista u 2024. godini (Tablica 1).

Ispitanici su istraživanje mogli ispuniti putem poveznice na platformi *Alchemer*, dostupne putem QR koda u smještajnim objektima, turističkim informativnim centrima za vrijeme dnevnih posjeta destinacijama Zadarske županije te putem komunikacijskih kanala Turističke zajednice.

Prikupljanje podataka trajalo je tri i pol mjeseca, uz kontinuirano praćenje strukture ispitanika prema državi dolaska i vrsti smještaja, čime se nastojala osigurati ravnomjerna zastupljenost glavnih tržišta i segmenata turista.

### 2.3 Istraživački instrument

Istraživački instrument izrađen je prema obrascu *Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025) te sadrži obvezne varijable

potrebne za izračun propisanih pokazatelja zadovoljstva turista. Upitnik je strukturiran u nekoliko cjelina koje obuhvaćaju:

- socio-demografske podatke o ispitanicima (dob, spol, zemlja podrijetla, motiv dolaska, način organizacije putovanja, duljina boravka, vrsta smještaja, ukupni troškovi boravka),
- ocjenu zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji,
- ocjenu zadovoljstva ljepotom i uređenošću mjesta, prometom u mjestu, kvalitetom smještaja, ugođajem, događajima, utjecajem buke na kvalitetu boravka, nedostajućim sadržajima,
- ocjenu zadovoljstva pojedinim elementima ponude (smještaj, gastronomska ponuda, kulturni sadržaji, prirodne ljepote, prometna povezanost, čistoća, sigurnost, odnos lokalnog stanovništva i dr.),
- namjeru ponovnog dolaska i preporuku destinacije drugima,
- dodatna pitanja o percepciji održivosti i odgovornom ponašanju tijekom boravka.

Osim obveznih pitanja propisanih *Smjernica za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025), upitnik je sadržavao i nekoliko dodatnih pitanja prilagođenih specifičnostima Zadarske županije. Uvedena su pitanja o zoni boravka, mjesečnim primanjima kućanstva, razini percipiranih problema tijekom boravka te izvorima informacija o destinaciji. U završnom dijelu upitnika proširen je i skup pitanja o ocjeni pojedinih elemenata turističke ponude, uključujući kulturu, gastronomiju, održivost, pristupačnost i dostupnost lokalnih proizvoda.

Uvođenje navedenih pitanja omogućilo je dublje razumijevanje strukture turista, prostornih razlika u iskustvu, motivacijskih čimbenika i percepcije održivosti destinacije. Takav pristup povećava analitičku vrijednost istraživanja te omogućuje izradu *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije* na temelju podataka koji preciznije odražavaju realne obrasce turističkog ponašanja i zadovoljstva.

Upitnik je testiran prije početka istraživanja radi provjere razumljivosti i trajanja ispunjavanja te je u cijelosti usklađen sa standardiziranim obrascem Ministarstva.

## 2.4 Opis uzorka

U istraživanju zadovoljstva turista Zadarske županije sudjelovalo je ukupno 723 ispitanika. Struktura uzorka oblikovana je tako da što bolje odražava profil turista u uzorku prema zemlji prebivališta i vrsti smještaja. U Tablici 2 prikazani su segmenti uzorka, uspoređeni s očekivanim veličinama segmenata prema preporukama iz *Smjernica za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025).

**Tablica 2. Segmenti uzorka (usporedba očekivane veličine i veličine uzorka)**

Vrsta ispitanika	Segment	Očekivana veličina uzorka za segment	n	%
Gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju (hotel, hostel, kamp, iznajmljena soba, apartman ili kuća i sl )	Turisti u komercijalnom smještaju	od 300 do 350	404	55,9
Gost koji u ovom mjestu noći u vlastitoj kući ili stanu za odmor ili kod rodbine ili prijatelja (ne plaća smještaj)	Turist u nekomercijalnom smještaju	više od 100	108	14,9
Jednodnevni posjetitelj ovog mjesta (ne ostvarujete noćenje u ovom mjestu), uključujući i posjetitelje s brodskih kružnih putovanja	Jednodnevni posjetitelj	od 200 do 250	211	29,2
Ukupno			723	100,0

Struktura uzorka pokazuje da su ostvarene veličine pojedinih segmenata u skladu s preporučenim okvirima uzorkovanja: 55,9% ispitanika boravilo je u komercijalnom smještaju, 14,9% u nekomercijalnom, dok je 29,2% ispitanik u uzorku zabilježeno kao jednodnevni posjetitelj destinacije. Time je osigurana odgovarajuća zastupljenost svih triju segmenata turista predviđenih *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025).

### 2.4.1 Ispitanici prema vrsti komercijalnog smještaja

Ispitanici koji su bili turisti u komercijalnom smještaju dodatno su odgovarali na pitanje o vrsti smještaja. Ova varijabla korištena je za provjeru ostvarivanja planiranih kvota prema strukturi smještajnih objekata u županiji.

**Tablica 3. Vrsta komercijalnog smještajnog objekta**

Smještajni objekti	n	%
Hotel	149	37,1
Hostel	16	4,0
Kamp	74	18,4
Obiteljski smještaj (soba, apartman, kuća za odmor i slično)	163	40,5
Ukupno	402	100,0

Najveći udio ispitanika u komercijalnom segmentu turista boravio je u obiteljskom smještaju (40,5%), zatim u hotelima (37,1%), dok su kampovi (18,4%) i hosteli (4,0%) bili manje zastupljeni. Ovakva raspodjela odražava strukturu smještajne ponude Zadarske županije.

### 2.4.2 Domaći turisti prema županiji prebivališta

U okviru domaćih ispitanika (n=144), najviše je turista dolazilo iz Zagrebačke županije (21,5%), Grada Zagreba (18,1%) i Primorsko-goranske županije (11,1%), dok su kontinentalne i južne županije bile slabije zastupljene, a iz tri hrvatske županije nije bilo ispitanika.

**Tablica 4. Domaći ispitanici prema županijama**

Županija	n	%
Bjelovarsko-bilogorska	1	0,7
Brodsko-posavska	2	1,4
Dubrovačko-neretvanska	2	1,4
Grad Zagreb	26	18,1
Karlovačka	4	2,8
Krapinsko-zagorska	15	10,4
Ličko-senjska	1	0,7
Međimurska	2	1,4
Osječko-baranjska	8	5,6
Požeško-slavonska	5	3,5
Primorsko-goranska	16	11,1
Šibensko-kninska	1	0,7
Splitsko-dalmatinska	7	4,9
Varaždinska	5	3,5
Virovitičko-podravska	2	1,4
Vukovarsko-srijemska	7	4,9
Zadarska	9	6,3

Zagrebačka	31	21,5
Ukupno	144	100,0

Ovakva distribucija u uzorku pokazuje veći udio ispitanika iz središnje Hrvatske, što je u skladu s obrascima turističke potražnje na nacionalnoj razini.

### 2.4.3 Zemlja prebivališta turista

U nastavku je prikazana distribucija ispitanika prema zemlji prebivališta.

**Tablica 5. Zemlja prebivališta turista**

Zemlja	n	%
Argentina	1	0,1
Australija	10	1,4
Austrija	34	4,8
Belgija	2	0,3
Bosna i Hercegovina	12	1,7
Brazil	1	0,1
Kanada	14	2,0
Češka Republika	10	1,4
Kina	8	1,1
Danska	4	0,6
Finska	19	2,7
Francuska	21	2,9
Njemačka	107	15,0
Grčka	2	0,3
Mađarska	10	1,4
Island	1	0,1
Indija	2	0,3
Irska	11	1,5
Izrael	4	0,6
Italija	27	3,8
Litva	2	0,3
Mauricijus	1	0,1
Nizozemska	26	3,6
Norveška	3	0,4
Pakistan	1	0,1
Poljska	18	2,5
Portugal	2	0,3
Rumunjska	1	0,1
Slovačka	4	0,6
Slovenija	49	6,9
Španjolska	26	3,6
Srbija	3	0,4
Šri Lanka	1	0,1
Švedska	18	2,5
Švicarska	5	0,7
Turska	1	0,1
Tuvalu	1	0,1
Ukrajina	10	1,4
Ujedinjeno Kraljevstvo	55	7,7
Sjedinjene Američke Države	28	3,9
Hrvatska	160	22,4
Ukupno	715	100,0

Rezultati uzorka pokazuju kako su u istraživanju sudjelovali turisti iz 41 zemlje. Najveći udio turista u uzorku dolazi iz Hrvatske (22,4%), Njemačke (15,0%), Ujedinjenog Kraljevstva (7,7%), Slovenije (6,9%) i Italije (3,8%). Udio turista iz ostalih europskih zemalja (Austrija, Nizozemska, Švedska, Poljska, Finska) kretao se između 2% i 5%, dok su udjeli turista iz prekomorskih zemalja bili simbolični, ali ukazuju na globalnu prepoznatljivost destinacije.

#### 2.4.4 Usporedba strukture uzorka i populacije

Kako bi se dodatno provjerila ravnomjernost strukture uzorka i ostvarivanje planiranih kvota, provedena je usporedba varijabla zemlja prebivališta i vrsta smještaja za turiste u komercijalnom smještaju.

**Tablica 6. Turisti u komercijalnom smještaju prema vrsti smještaja i zemlji prebivališta (uzorak)**

Država prebivališta turista		Vrsta smještajnog objekta				Ukupno
		Hotel	Hostel	Kamp	Obiteljski smještaj	
Hrvatska	n	34	2	9	25	70
	%	8,6	0,5	2,3	6,3	17,7
Njemačka	n	36	3	16	24	79
	%	9,1	0,8	4,1	6,1	20,0
Austrija	n	16	0	5	5	26
	%	4,1	0,0	1,3	1,3	6,6
Slovenija	n	9	1	13	13	36
	%	2,3	0,3	3,3	3,3	9,1
Ostali	n	51	10	30	93	184
	%	12,9	2,5	7,6	23,5	46,6
Ukupno	n	146	16	73	160	395
	%	37,0	4,1	18,5	40,5	100,0

Nakon prikaza unutarnje strukture uzorka, u nastavku se uspoređuju udjeli iz uzorka s populacijskim podacima sustava *eVisitor* (2024.).

**Tablica 7. Usporedba populacije (eVisitor 2024.) i uzorka**

Država prebivališta turista		Vrsta smještaja				Ukupno
		Hoteli	Hostel	Kampovi	Objekti u domaćinstvu	
Hrvatska	% N	6,9	0,3	2,3	6,0	15,5
	% n	8,6	0,5	2,3	6,3	17,7
	razlika	1,7	0,2	0,0	0,3	2,2
Njemačka	% N	2,1	0,2	5,5	7,3	15,1
	% n	9,1	0,8	4,1	6,1	20,0
	razlika	7,0	0,6	-1,4	-1,2	4,9
Austrija	% N	1,9	0,0	1,8	2,0	5,8
	% n	4,1	0,0	1,3	1,3	6,6
	razlika	2,2	0,0	-0,5	-0,7	0,8
Slovenija	% N	1,8	0,0	3,9	4,9	10,6
	% n	2,3	0,3	3,3	3,3	9,1
	razlika	0,5	0,3	-0,6	-1,6	-1,5
Ostali	% N	13,3	1,4	9,6	28,5	52,9
	% n	12,9	2,5	7,6	23,5	46,6
	razlika	-0,4	1,1	-2,0	-5,0	-6,3
Ukupno	% N	26,0	2,0	23,3	48,8	100,0
	% n	37,0	4,1	18,5	40,5	100,0
	razlika	11,0	2,1	-4,8	-8,3	0,0

% N – podatci iz populacije, % n – podatci iz uzorka

Rezultati usporedbe pokazuju da se udjeli ispitanika prema zemlji prebivališta i vrsti smještaja razlikuju od populacijskih udjela za najviše  $\pm 5$  postotnih bodova, što se smatra prihvatljivim odstupanjem u online istraživanjima. Uzorak je stoga uravnotežen u odnosu na ključne varijable i prikazuje se bez dodatnog utežavanja (MINTS, 2025). Veličina uzorka ( $n = 723$ ) omogućuje procjenu zadovoljstva turista s intervalom pogreške od približno  $\pm 3,6\%$  na razini pouzdanosti od 95%.

#### 2.4.5 Osnovne karakteristike uzorka

U nastavku je prikazana struktura ispitanika prema spolu, dobi, obrazovanju, razlogu dolaska, mjesečnim primanjima kućanstva i statusu prvog dolaska u destinaciju. Ovi podatci omogućuju dublje razumijevanje profila turista i konteksta u kojem se odvijao njihov boravak, što je važno za interpretaciju njihovog zadovoljstva i ponašanja u destinaciji.

**Tablica 8. Socio-demografske karakteristike**

Varijable	Odgovori	n	%	Varijable	Odgovori	n	%
Spol	Muškarac	331	46,0	Dob	18-25	96	13,9
	Žena	376	52,2		26-35	86	12,5
	Ne želim se izjasniti	13	1,8		36-45	109	15,8
	Ukupno	720	100,0		46-55	145	21,0
Obrazovanje	Srednja škola ili niže	162	22,5		56-65	130	18,9
	Viša škola	220	30,5		66-75	114	16,5
	Fakultet i viši stupnjevi	322	44,7		76 i više	9	1,3
	Bez odgovora/ne želim odgovoriti	17	2,4		Ukupno	689	100,0
	Ukupno	721	100,0				
Razlog dolaska	Privatno	682	96,1		Prvi posjet	Da	285
	Poslovno	15	2,1	Ne		115	28,8
	Oboje	13	1,8	Ukupno		324	100,0
	Ukupno	710	100,0				

Uzorak pokazuje približno podjednaku strukturu muškaraca i žena, a prevladavaju dobne skupine od 36 do 55 godina (36,8% kumulativno). Većina ispitanika posjetila je destinaciju privatno (96,1%), a uzorak se može opisati visokom obrazovnom strukturom (44,7%).

**Tablica 9. Mjesečna primanja kućanstva**

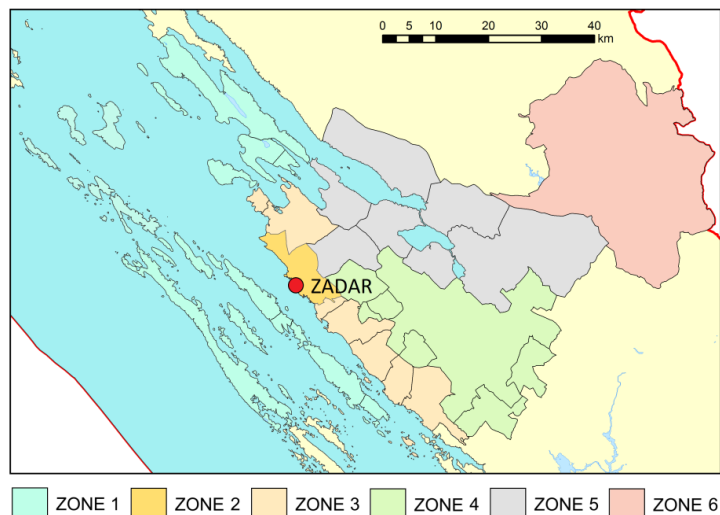
Raspon primanja	n	%
do 500 €	8	1,1
501 - 1 000 €	19	2,6
1 001 - 1 500 €	30	4,2
1 501 - 2 000 €	82	11,4
2 001 - 3 000 €	168	23,3
3 001 - 4 000 €	167	23,2
4 001 - 5 000 €	102	14,2
5 001 - 6 000 €	23	3,2
6 001 - 7 000 €	15	2,1
7 001 - 8 000 €	12	1,7
8 001 € i više	20	2,8
ne znam/ne želim odgovoriti	74	10,3
Ukupno	720	100,0

Distribucija primanja upućuje na srednje do više dohodovne razrede (46,5% između 2.001 € i 4.000 €), što je u skladu s profilom međunarodnih putnika i strukturom troškova boravka.

## 2.4.6 Zone Zadarske županije

Za destinaciju Zadarska županija prikazuju se i rezultati prema zonama. Ovi podatci koriste se za izradu pokazatelja održivosti i usmjeravanje razvojnih smjernica na prostornoj razini.

Slika 3. Zadarska županija prema zonama



Iako su zone bitnije za izračun granice prihvatnog kapaciteta što Planovi upravljanja destinacijom županija nisu u obvezi izraditi, rezultati po zonama će se koristiti za izradu pokazatelja održivosti i smjernica razvoja turizma.

Tablica 10. Ispitanici prema zonama

Zone Zadarske županije	n	%
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga Vir, Pag, Ugljan, Pašman, Dugi otok, Iž, Ist, Molat, Silba, Olib, Premuda	136	18,8
Zona 2 Grad Zadar	362	50,1
Zona 3 Obalni dio Nin, Privlaka, Vrsi, Bibinje, Sukošan, Biograd, Sv. Filip i Jakov, Pakoštane	122	16,9
Zona 4 Ravni kotari Zemunik Donji, Benkovac, Lišane Ostrovičke, Škabrnja, Polača, Stankovci, Galovac	14	1,9
Zona 5 Podvelebitski dio Starigrad, Obrovac, Posedarje, Novigrad, Poličnik, Ražanac	74	10,2
Zona 6 Gračac (lički dio)	15	2,1
Ukupno	723	100,0

U uzorku je najviše odgovora prikupljeno u zoni Grad Zadar (50,1%), zatim u otočnoj zoni (18,8%) i obalnom pojasu (16,9%). Udio podvelebitske (10,2%) i ličke zone (2,1%) je manji.

U nastavku su prikazani rezultati strukturirani prema obveznim i specifičnim pokazateljima iz *Smjernica za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS,

2025). Posebno se analiziraju razlike između turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja, budući da tip posjeta neposredno utječe na doživljaj destinacije, razinu zadovoljstva i obrasce potrošnje.

### 3 REZULTATI

U poglavlju su prikazani rezultati istraživanja zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja destinacija Zadarske županije, dobiveni primjenom metodologije propisane *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025). Analiza obuhvaća prikaz obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti te dodatne pokazatelje razvojnih aspekata destinacije.

Rezultati su strukturirani u nekoliko cjelina. U prvom dijelu prikazani su obvezni pokazatelji održivosti, koji uključuju razinu zadovoljstva destinacijom, spremnost na preporuku i druge temeljne indikatore kvalitete turističkog doživljaja. Drugi dio donosi specifične pokazatelje održivosti, usmjerene na analizu lojalnosti turista, načina dolaska u destinaciju i razine potrošnje. Slijedi poglavlje o dodatnim pokazateljima razvoja i održivosti destinacije, kojima se dopunjuje uvid u percepciju turista o kvaliteti prostora, ponude i usluga.

Analiza je provedena po segmentima (turisti u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevni posjetitelji). Rezultati su prikazani u obliku tablica i grafičkih prikaza, uz interpretaciju koja omogućuje prepoznavanje obrazaca zadovoljstva, ponašanja i percepcije turista te pruža osnovu za oblikovanje smjernica budućeg upravljanja turizmom Zadarske županije.

Za potrebe detaljnije prostorne analize, svi su pokazatelji dodatno prikazani po zonama unutar županije: otoci zadarskog arhipelaga (Zona 1), grad Zadar (Zona 2), obalni dio (Zona 3), Ravni kotari (Zona 4), podvelebitski dio (Zona 5) i lički dio (Zona 6). Takva podjela omogućuje uvid u prostorne razlike u iskustvu i ponašanju turista te olakšava interpretaciju rezultata u kontekstu planiranja upravljanja destinacijom. Usporedba rezultata po zonama interpretira se s oprezom zbog različite veličine poduzoraka. U pojedinim zonama broj ispitanika bio je manji, što može utjecati na pouzdanost prikazanih postotaka. Rezultati za zone 4 i 6 tumače se uz oprez zbog malog broja ispitanika.

*Napomena: Prije prikaza pojedinačnih pokazatelja važno je napomenuti da se ukupan broj ispitanika razlikuje od pitanja do pitanja. Naime, nisu svi ispitanici odgovorili na sva pitanja iz upitnika, pa se veličina uzorka (n) u analizama može mijenjati.*

## 3.1 Obvezni pokazatelji održivosti

Usporedba pokazatelja započinje s izračunom obveznih pokazatelja održivosti koji mjere osnovne dimenzije zadovoljstva i lojalnosti turista Zadarske županije. Pokazatelji su izračunati prema metodologiji Ministarstva turizma i sporta (V1.2, 2025), a obuhvaćaju zadovoljstvo destinacijom, spremnost na preporuku destinacije te namjeru ponovnog dolaska. Rezultati su prikazani po segmentima turista i jednodnevnih posjetitelja, uz interpretaciju koja omogućuje uvid u ključne obrasce doživljaja i percepcije destinacije.

### 3.1.1 Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

Ovaj pokazatelj mjeri razinu zadovoljstva turista boravkom u destinaciji i jedan je od obveznih pokazatelja održivosti propisanih *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025). Pokazatelj se sastoji od dva dijela: (1) indeksa zadovoljstva i (2) mjera/standarda zadovoljstva temeljenih na udjelu turista koji su ocijenili svoj boravak ocjenom 6 ili 7.

#### Formula za izračun

$$\text{Indeks zadovoljstva} = \left( \frac{\overline{A1} + \overline{A2} + \overline{A3} - 3}{18} \right) * 100$$

$$\% \text{ zadovoljnih posjetitelja} = (\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7} / \text{ukupni broj ispitanika}) * 100\%$$

Potrebne varijable: A1. Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u ovoj destinaciji. (1 = 'U potpunosti nezadovoljan' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan'), A2. U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja. (1 = 'Daleko ispod očekivanja' do 7 = 'Daleko iznad očekivanja'), A3. Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji. (1 = 'Najgori mogući boravak kojega možete zamisliti' do 7 = 'Najbolji mogući boravak kojega možete zamisliti')

#### 3.1.1.1 Indeks zadovoljstva

Indeks se računa prema formuli propisanoj u Smjernicama, koja rezultira vrijednostima u rasponu od 0 do 100. Viša vrijednost indeksa označava veću razinu zadovoljstva turista destinacijom.

#### Pokazatelj održivosti: Zadovoljstvo destinacijom

##### Izračun

Segment	n	A1	A2	A3	Indeks zadovoljstva
Turisti u komercijalnom smještaju	404	5,50	5,43	5,29	73,44%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	108	5,26	4,99	5,11	68,67%
Jednodnevni posjetitelj	211	5,28	5,49	5,14	71,72%
Ukupno svi segmenti	723	5,40	5,38	5,22	72,22%

### Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\text{Indeks zadovoljstva} = \frac{5,50 + 5,43 + 5,29 - 3}{18} \times 100 = 73,44\%$$

Rezultati indeksa zadovoljstva pokazuju da su turisti Zadarske županije u cjelini zadovoljni cjelokupnim boravkom u destinaciji, s vrijednostima indeksa iznad 68% u svim promatranim segmentima. Najviši indeks zadovoljstva zabilježen je kod turista u komercijalnom smještaju (73,4%), što upućuje na višu razinu zadovoljstva uslugom i infrastrukturom u profesionalno upravljanim objektima. Jednodnevni posjetitelji također iskazuju relativno visoku razinu zadovoljstva (71,7%), što sugerira pozitivno iskustvo i kod kraćih boravaka, dok je najniži indeks zabilježen kod turista u nekomercijalnom smještaju (68,7%).

### Izračun po zonama

#### Turisti u komercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	A1	A2	A3	Indeks zadovoljstva
Zona 1 Otoki zadarskog arhipelaga	5,35	5,23	5,00	69,89%
Zona 2 Grad Zadar	5,70	5,59	5,62	77,28%
Zona 3 Obalni dio	5,32	5,28	5,06	70,33%
Zona 4 Ravni kotari	4,86	4,57	4,57	61,11%
Zona 5 Podvelebitski dio	5,31	5,42	4,89	70,11%
Zona 6 Lički dio	5,14	5,29	4,86	68,28%

Najviši indeks zadovoljstva uočava se u gradu Zadru (77,3%), što potvrđuje njegovu ulogu središnje destinacije s razvijenom infrastrukturom, bogatom kulturnom ponudom i visokom razinom usluge. Visoke vrijednosti bilježe i podvelebitski (70,1%) i obalni dio (70,3%), koji kombiniraju prirodne atrakcije s dobro razvijenom turističkom infrastrukturom. Najniži indeks (61,1%) zabilježen je u Ravnim kotarima, što upućuje na nedovoljno razvijenu turističku infrastrukturu i ograničenu ponudu sadržaja. Rezultat sugerira potrebu za dodatnim ulaganjima u smještajne i interpretacijske kapacitete ruralnog dijela županije.

#### Turisti u nekomercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	A1	A2	A3	Indeks zadovoljstva
Zona 1 Otoki zadarskog arhipelaga	5,31	5,11	5,00	69,00%
Zona 2 Grad Zadar	5,30	4,73	5,16	67,72%
Zona 3 Obalni dio	5,28	5,28	5,28	71,33%
Zona 4 Ravni kotari	4,40	4,80	4,20	57,78%
Zona 5 Podvelebitski dio	5,36	5,09	5,45	71,67%
Zona 6 Lički dio	5,00	5,00	5,00	66,67%

U segmentu turista u nekomercijalnom smještaju ukupna razina zadovoljstva nešto je niža, ali se ističu podvelebitski dio (71,7%) i obalni pojas (71,3%) kao područja s najvišim ocjenama. To

sugerira da turisti koji borave kod rodbine, prijatelja ili u vlastitim objektima cijene mir, prirodne ljepote i autentičnost tih prostora. Ravni kotari (57,8%) ponovno imaju najnižu razinu zadovoljstva, što potvrđuje slabiju percepciju turističke vrijednosti prostora i manju dostupnost sadržaja. Grad Zadar (67,7%) ostvaruje umjerene rezultate, što može biti povezano s većim brojem turista, gužvama i višim cijenama tijekom sezone.

### Jednodnevni posjetitelji

<b>Zone Zadarske županije</b>	<b>A1</b>	<b>A2</b>	<b>A3</b>	<b>Indeks zadovoljstva</b>
Zona 1 Otoki zadarskog arhipelaga	5,03	5,20	5,00	67,94%
Zona 2 Grad Zadar	5,35	5,60	5,24	73,28%
Zona 3 Obalni dio	5,30	5,48	5,26	72,44%
Zona 4 Ravni kotari	5,50	5,50	5,00	72,22%
Zona 5 Podvelebitski dio	5,28	5,33	4,89	69,44%
Zona 6 Lički dio	5,33	5,33	4,00	64,78%

Kod jednodnevnih posjetitelja najzadovoljniji su turisti koji posjećuju grad Zadar (73,3%) i obalni dio (72,4%), što je očekivano s obzirom na atraktivnost obalnih sadržaja, povijesne jezgre i lakoću pristupa. Ravni kotari (72,2%) pokazuju relativno visoku razinu zadovoljstva za kontinentalni dio županije, što može biti posljedica jednodnevnih ruralnih izleta, vinskih cesta i lokalnih manifestacija. Najniži indeks zabilježen je u ličkom dijelu (64,8%), gdje turistička ponuda ima manji obuhvat i slabiju prepoznatljivost na tržištu.

### 3.1.1.2 Mjera zadovoljstva turista

Vrijednost pojedinačnih mjera zadovoljstva dodatno se prikazuje izračunom udjela zadovoljnih turista u ukupnom broju odgovora po svakoj od tri varijable. Prema metodologiji Ministarstva turizma i sporta, zadovoljnim turistima smatraju se oni ispitanici koji su dodijelili ocjene 6 ili 7.

Pokazatelj održivosti: Mjera / standard zadovoljstva turista

#### Izračun

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	110	127	96
	7	93	68	62
	Ukupno	404	404	404
Mjera zadovoljstva		50,25%	48,27%	39,11%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	24	25	21
	7	16	10	11
	Ukupno	108	108	108
Mjera zadovoljstva		37,04%	32,41%	29,63%
Jednodnevni posjetitelj	6	49	72	30
	7	26	31	23
	Ukupno	211	211	211
Mjera zadovoljstva		35,55%	48,82%	25,12%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

#### Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ zadovoljnih posjetitelja} = \frac{110 + 93}{404} \times 100 = 35,55\%$$

$$\% \text{ ispunjena očekivanja} = \frac{107 + 68}{404} \times 100 = 37,04\%$$

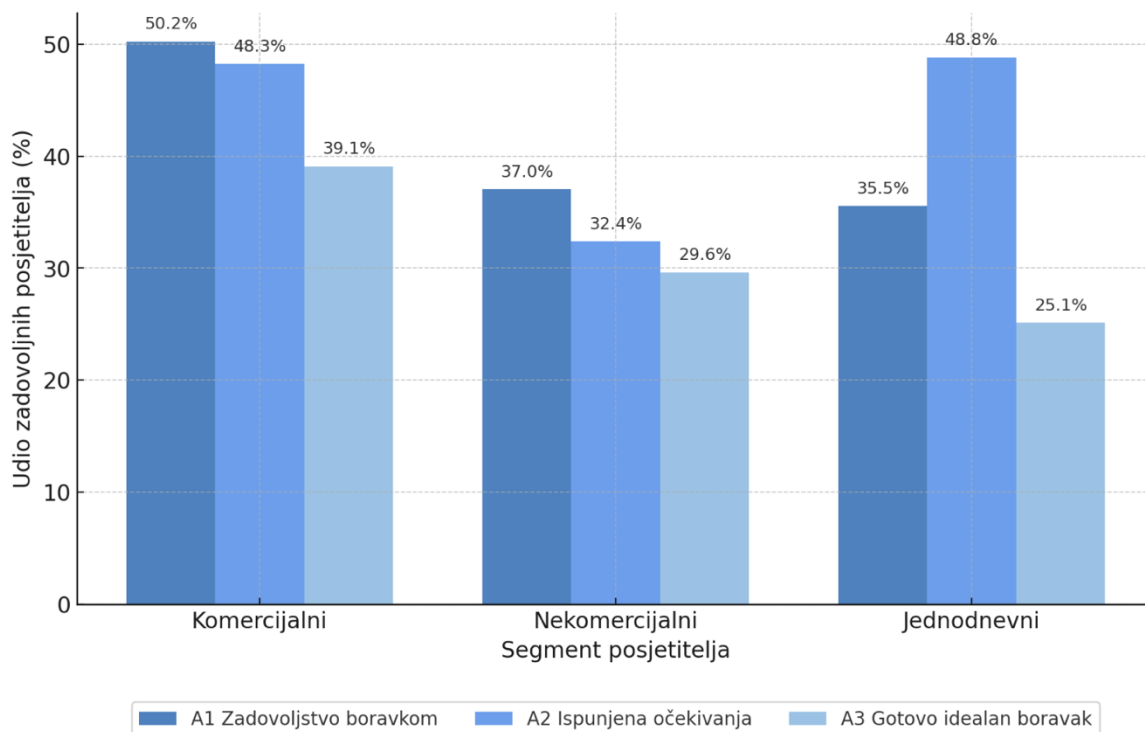
$$\% \text{ idealni boravak} = \frac{72 + 31}{404} \times 100 = 35,55\%$$

Vrijednosti pojedinačnih mjera zadovoljstva prikazuju udio ispitanika koji su svoj boravak u Zadarskoj županiji ocijenili ocjenama 6 ili 7, što prema *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025) predstavlja razinu visokog zadovoljstva.

Rezultati pokazuju da su najviši udjeli zadovoljnih zabilježeni među turistima u komercijalnom smještaju, osobito u pogledu zadovoljstva cjelokupnim boravkom (50,3%) i ispunjenosti očekivanja (48,3%). U segmentu turista u nekomercijalnom smještaju ti su udjeli niži, dok jednodnevni posjetitelji iskazuju izraženije varijacije ovisno o pitanju. Primjerice, izrazili su višu

razinu zadovoljstva u pogledu ispunjenih očekivanja (48,8%), ali nižu kod percepcije idealnog boravka (25,1%). Dobiveni rezultati ukazuju na to da se razina zadovoljstva razlikuje prema segmentu turista, pri čemu turisti koji dulje borave u destinaciji općenito iskazuju višu razinu zadovoljstva od jednodnevnih posjetitelja.

**Grafikon 1. Mjere zadovoljstva turistima prema segmentima**



Usporedba pokazatelja vizualno je prikazana na Grafikonu 1 koji omogućuje jasan uvid u razlike među segmentima. Turisti u komercijalnom smještaju iskazuju veći udio zadovoljnih u svim varijablama, dok su rezultati turista u nekomercijalnom smještaju i jednodnevnih posjetitelja niži i ujednačeniji. Jednodnevni posjetitelji se ipak ističu nešto višim zadovoljstvom u pogledu ispunjenih očekivanja (A2), što upućuje na pozitivno iskustvo i kod kraćih boravaka.

## Izračun po zonama

Napomena: Usporedba rezultata po zonama interpretira se s oprezom zbog različite veličine poduzoraka. U pojedinim zonama broj ispitanika bio je manji, što može utjecati na pouzdanost prikazanih postotaka.

Rezultati za zone 4 i 6 tumače se uz oprez zbog malog broja ispitanika.

### ZONA 1 Otoci zadarskog arhipelaga

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	18	20	9
	7	12	9	8
	Ukupno	66	66	66
Mjera zadovoljstva		45,45%	43,94%	25,76%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	7	10	5	5
	6	5	3	3
	Ukupno	35	35	35
Mjera zadovoljstva		42,86%	22,86%	22,86%
Jednodnevni posjetitelj	6	8	3	3
	7	4	4	4
	Ukupno	35	35	35
Mjera zadovoljstva		34,29%	20,00%	20,00%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Zadovoljstvo turista na otocima zadržava se na razini oko 40% kod turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju, dok jednodnevni posjetitelji iskazuju niže udjele zadovoljnih ispitanika.

## ZONA 2 Grad Zadar

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	60	69	68
	7	59	44	41
	Ukupno	198	198	198
Mjera zadovoljstva		60,10%	57,07%	55,05%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	9	10	10
	7	2	4	4
	Ukupno	37	37	37
Mjera zadovoljstva		29,73%	37,84%	37,84%
Jednodnevni posjetitelj	6	49	22	22
	7	20	16	16
	Ukupno	127	127	127
Mjera zadovoljstva		54,33%	29,92%	29,92%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Grad Zadar bilježi najviše udjele zadovoljnih turista, osobito među turistima u komercijalnom smještaju. Jednodnevni posjetitelji pokazuju višu razinu zadovoljstva ispunjenim očekivanjima, što potvrđuje privlačnost grada i za kraće oblike posjeta.

## ZONA 3 Obalni dio

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	16	19	11
	7	17	11	11
	Ukupno	81	81	81
Mjera zadovoljstva		40,74%	37,04%	27,16%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	2	6	4
	7	3	2	2
	Ukupno	18	18	18
Mjera zadovoljstva		27,78%	44,44%	33,33%
Jednodnevni posjetitelj	6	5	3	3
	7	5	3	3
	Ukupno	23	23	23
Mjera zadovoljstva		43,48%	26,09%	26,09%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Obalni pojas pokazuje uravnotežene rezultate između segmenata, s nešto višim udjelima zadovoljnih u segmentu turista u nekomercijalnom smještaju i jednodnevnih posjetitelja.

#### ZONA 4 Ravni kotari

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	1	0	0
	7	0	0	0
	Ukupno	7	7	7
Mjera zadovoljstva		14,29%	0,00%	0,00%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	0	0	0
	7	0	0	0
	Ukupno	5	5	5
Mjera zadovoljstva		0,00%	0,00%	0,00%
Jednodnevni posjetitelj	6	1	0	0
	7	0	0	0
	Ukupno	2	2	2
Mjera zadovoljstva		50,00%	0,00%	0,00%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Rezultati su izrazito niski u svim segmentima, što odražava ograničenu turističku ponudu i manju prepoznatljivost prostora. Potrebno je jačati posebne oblike turizma i bolju povezanost s obalnim područjima.

#### ZONA 5 Podvelebitski dio

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	12	17	6
	7	5	3	2
	Ukupno	45	45	45
Mjera zadovoljstva		37,78%	44,44%	17,78%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	0	2	2
	7	1	2	2
	Ukupno	11	11	11
Mjera zadovoljstva		9,09%	36,36%	36,36%
Jednodnevni posjetitelj	6	7	2	2
	7	1	0	0
	Ukupno	18	18	18
Mjera zadovoljstva		44,44%	11,11%	11,11%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Zadovoljstvo turista u podvelebitskom dijelu umjereno je i razmjerno ujednačeno između segmenata. Turisti u komercijalnom smještaju bilježe nešto veće udjele zadovoljnih.

**ZONA 6 Lički dio**

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	3	2	2
	7	0	1	0
	Ukupno	7	7	7
Mjera zadovoljstva		42,86%	42,86%	28,57%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	0	0	0
	7	0	0	0
	Ukupno	2	2	2
Mjera zadovoljstva		0,00%	0,00%	0,00%
Jednodnevni posjetitelj	6	2	0	0
	7	1	0	0
	Ukupno	6	6	6
Mjera zadovoljstva		50,00%	0,00%	0,00%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Rezultati pokazuju male uzorke i niže udjele zadovoljnih turista, osim kod jednodnevnih posjetitelja koji ostvaruju nešto više ocjene za opći dojam boravka.

### 3.1.2 Neto spremnost za preporuku destinacije

Neto spremnost na preporuku (Net Promoter Score – NPS) jedan je od ključnih pokazatelja koji se koristi za mjerenje lojalnosti turista i njihove spremnosti na usmenu promociju destinacije. Ispitanici su ocjenjivali vjerojatnost da će destinaciju preporučiti prijateljima, rodbini ili kolegama na ljestvici od 0 do 10, gdje 0 označava potpunu nevjerojatnost, a 10 potpunu sigurnost u preporuku.

#### Formula za izračun

% promotora = (broj ispitanika s ocjenom 9 ili 10/ ukupan broj ispitanika) \* 100%

% odgovaratelja = (broj ispitanika s ocjenom između 0 i 6/ ukupan broj ispitanika) \* 100%

% neto spremnost za preporuku = % promotora – % odgovaratelja

Potrebna varijabla: **B1. Koliko je vjerojatno da ćete ovo mjesto preporučiti prijateljima, rodbini ili kolegama?**

#### Interpretacija odgovora (MINTS, 2025):

od 0 do 6	Odgovaratelji	nezadovoljni ili suzdržani turisti
od 7 do 8	Neutralni	zadovoljni, ali ne dovoljno motivirani da preporuče destinaciju
od 9 do 10	Promotori	vrlo zadovoljni i lojalni turisti

#### Interpretacija rezultata NPS prema općeprihvaćenim preporukama:

Neto spremnost na preporuku (NPS)	Tumačenje (uobičajeno u turističkim istraživanjima)
Ispod 0	Negativna percepcija – više nezadovoljnih nego promotora
0 do 20	Umjereno zadovoljstvo i neutralna lojalnost
21 do 50	Dobra razina zadovoljstva i lojalnosti
51 do 70	Vrlo dobra lojalnost i pozitivan imidž destinacije
71 i više	Izrazito visoka lojalnost i snažna preporuka

## Izračun

Neto spremnost na preporuku		Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelj
0	Odgovaratelji	1	0	0
1		2	2	2
2		4	0	1
3		7	5	0
4		10	2	6
5		16	10	3
6		24	6	16
7	Neutralni	61	23	18
8		114	18	57
9	Promotori	59	13	42
10		106	29	66
Ukupno		404	108	211
% odgovaratelja		15,84%	23,15%	13,27%
% promotora		40,84%	38,89%	51,18%
% neto spremnost na preporuku		25,00%	15,74%	37,91%

### Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ promotora} = \frac{59 + 106}{404} \times 100\% = 40,84\%$$

$$\% \text{ odgovaratelja} = \frac{1 + 2 + 4 + 7 + 10 + 16 + 24}{404} \times 100\% = 15,84\%$$

$$\% \text{ neto spremnosti za preporuku} = \% \text{ promotora} - \% \text{ odgovaratelja} = 40,84\% - 15,84\% = 25\%$$

Rezultati pokazuju da su svi segmenti turista skloniji preporučiti destinaciju, s pozitivnim neto vrijednostima pokazatelja. Najviša neto spremnost na preporuku zabilježena je među jednodnevnim posjetiteljima (37,9%), što ukazuje na pozitivno iskustvo i dobar dojam o destinaciji čak i kod kraćih boravaka. Turisti u komercijalnom smještaju također iskazuju visoku razinu lojalnosti (25,0%), što potvrđuje kvalitetu smještajne i uslužne ponude. U segmentu turista u nekomercijalnom smještaju turista vrijednost pokazatelja (15,7%) je niža, što može upućivati na manju razinu angažmana i slabiju vezanost za destinaciju. Sveukupno, pozitivan NPS u svim segmentima pokazuje da Zadarska županija uživa dobar ugled među turistima i ima potencijal za organsku promociju putem preporuka.

## Izračun po zonama

### Turisti u komercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	n odgovaratelji	n promotori	Ukupno	% odgovaratelji	% promotori	% NPS
Zona 1	9	36	66	13,64%	54,55%	40,91%
Zona 2	30	86	198	15,15%	43,43%	28,28%
Zona 3	21	25	81	25,93%	30,86%	4,94%
Zona 4	1	2	7	14,29%	28,57%	14,29%
Zona 5	3	13	45	6,67%	28,89%	22,22%
Zona 6	0	3	7	0,00%	42,86%	42,86%

### Turisti u nekomercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	n odgovaratelji	n promotori	Ukupno	% odgovaratelji	% promotori	% NPS
Zona 1	10	16	35	28,57%	45,71%	17,14%
Zona 2	10	14	37	27,03%	37,84%	10,81%
Zona 3	3	6	18	16,67%	33,33%	16,67%
Zona 4	2	0	5	40,00%	0,00%	-40,00%
Zona 5	0	5	11	0,00%	45,45%	45,45%
Zona 6	0	1	2	0,00%	50,00%	50,00%

### Jednodnevni posjetitelji

Zone Zadarske županije	n odgovaratelji	n promotori	Ukupno	% odgovaratelji	% promotori	% NPS
Zona 1	7	10	35	20,00%	28,57%	8,57%
Zona 2	13	77	127	10,24%	60,63%	50,39%
Zona 3	2	12	23	8,70%	52,17%	43,48%
Zona 4	0	0	2	0,00%	0,00%	0,00%
Zona 5	5	6	18	27,78%	33,33%	5,56%
Zona 6	1	3	6	16,67%	50,00%	33,33%

NPS u svim segmentima pokazuje prevladavanje promotora nad nezadovoljnima, pri čemu se najviši rezultati bilježe u urbanom i obalnom području. Razlike među zonama ukazuju na potrebu jačanja prepoznatljivosti i doživljajnog sadržaja u unutrašnjosti županije te poticanje razvoja proizvoda koji povećavaju emocionalnu povezanost turista s destinacijom.

## 3.2 Specifični pokazatelji održivosti

Specifični pokazatelji održivosti nadopunjuju obvezne pokazatelje mjerenjem konkretnog turističkog ponašanja, načina dolaska i dostupnosti destinacije. U ovom potpoglavlju prikazani su rezultati koji se odnose na postotak ponovljenih ili stalnih turista, korištene oblike prijevoza za dolazak u destinaciju te izvore informacija koje su turisti koristili pri planiranju svog boravka. Ovi pokazatelji omogućuju bolje razumijevanje obrazaca lojalnosti, dostupnosti i informiranosti turista te doprinose interpretaciji ukupnog iskustva boravka u Zadarskoj županiji.

### 3.2.1 Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije

Pokazatelj mjeri udio turista koji su već posjetili destinaciju barem jednom u posljednjih pet godina, što ukazuje na razinu privrženosti destinaciji i potencijal za lojalnost.

#### Formula za izračun

$$\text{udio ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije} = \frac{BIP}{BI} \times 100\%$$

BIP – broj ispitanika koji su već posjetili odredište u posljednjih 5 godina (C2 > 0)

BI – ukupno broj ispitanika u destinaciji

Potrebne varijable: C1. Je li ovo Vaš prvi posjet mjestu? (Da/Ne) C2. (samo za Ne) Koliko puta ste posjetili ovo mjesto tijekom posljednjih pet godina?

*Napomena: Pitanje C1 postavljeno je samo segmentu turista u komercijalnom smještaju.*

#### Izračun

Segment	Prvi posjet mjestu	n
Turisti u komercijalnom smještaju	Da	284
	Ne	115
	Ukupno	404
	BI	
	Ne (broj posjeta veći od 0)	108
	BIP	
% ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije		<b>26,73%</b>

#### Izračun

$$\% \text{ ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije} = \frac{108}{404} \times 100\% = 26,73\%$$

Udio ponovljenih turista u komercijalnom smještaju iznosi 26,7%, što upućuje na određenu razinu povratnih dolazaka, ali i prostor za jačanje lojalnosti turista kroz razvoj ponude koja potiče ponovno posjećivanje destinacije.

#### Izračun po zonama

Zone Zadarske županije	Prvi posjet mjestu				% ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije
	Da	Ne	Ukupno BI	Ne, i broj posjeta veći od 0 BIP	
Zona 1 Otoki zadarskog arhipelaga	43	23	66	22	33,33%
Zona 2 Grad Zadar	143	52	195	50	25,64%
Zona 3 Obalni dio	50	29	79	25	31,65%
Zona 4 Ravni kotari	6	1	7	1	14,29%
Zona 5 Podvelebitski dio	35	10	45	10	22,22%
Zona 6 Lički dio	7	0	7	0	0,00%

### 3.2.2 Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta)

Ovaj pokazatelj mjeri vrstu prijevoza koju su turisti koristili za dolazak u destinaciju, a temelji se na podjeli na privatna i javna prometna sredstva.

#### Formula za izračun

udio posjetitelja koji su u dolasku u destinaciju koristili javni/privatni prijevoz  $i$

$$= \frac{PPI}{BP} \times 100\%$$

BP – broj ispitanika

PPI – prijevozna sredstva: automobil, zrakoplov, autobus, vlak, brod, ostalo

Potrebna varijabla: D1. Kojim ste prijevoznim sredstvom doputovali u ovu destinaciju (ako ste koristili više vrsta prijevoznih sredstava, označite ono kojim ste prevalili najveći dio puta)?

PPI su oni odgovori na varijabli D1 za koje su ispitanici odabrali: 1. Automobil, uključujući automobilom s kamp-kućicom i kamper, 2. Zrakoplov, 3. Autobus, 4. Vlak, 5. Brod, 6. Ostalo

#### Izračun

Korištena prometna sredstva za dolazak na odredište	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Turisti ukupno		Jednodnevni posjetitelj	
	n	% pokazatelj	n	% pokazatelj	n	% pokazatelj	n	% pokazatelj
Automobil	243	61,36%	73	67,59%	316	62,70%	30	14,29%
Autobus	46	11,62%	18	16,67%	64	12,70%	18	8,57%
Vlak	1	0,25%	1	0,93%	2	0,40%	0	0,00%
Zrakoplov	83	20,96%	7	6,48%	90	17,86%	1	0,48%
Brod/trajekt	2	0,51%	3	2,78%	5	0,99%	146	69,52%
Drugo	21*	5,30%	6**	5,56%	27	5,36%	15*	7,14%
Privatni prijevoz	264	66,67%	78	72,22%	342	67,86%	45	21,43%
Javni prijevoz	132	33,33%	30	27,78%	162	32,14%	165	78,57%
Ukupno odgovora na D1	396	100,00%	108	100,00%	504	100,00%	210	100,00%

\* uključuje motocikl, bicikl, jahtu ili jedrilicu \*\* uključuje motocikl, bicikl, jahtu ili jedrilicu (privatni prijevoz) i taxi (javni prijevoz)

### **Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju (automobil)**

*Udio turista koji su u dolasku u destinaciju koristili automobil* =  $\frac{243}{396} \times 100\% = 61,36\%$

Većina turista, neovisno o vrsti smještaja, u destinaciju dolazi cestovnim putem, najčešće automobilom. Zračni i autobusni prijevoz zabilježeni su uglavnom kod turista u komercijalnom smještaju, dok je dolazak brodom očekivano dominantan kod jednodnevnih posjetitelja zbog otočnih linija. Rezultati potvrđuju važnost dobre prometne povezanosti i raznolikosti pristupa Zadarskoj županiji. Visok udio dolazaka automobilom potvrđuje dominantnu ulogu cestovne pristupačnosti i upućuje na potrebu kontinuiranog praćenja prometnih gužvi i parkirališne infrastrukture.

### 3.2.3 Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima

Prosječna dnevna potrošnja turista jedan je od specifičnih pokazatelja održivosti koji pruža uvid u ekonomsku vrijednost turističkih dolazaka. Pokazatelj se računa na temelju ukupnih prijavljenih troškova boravka, isključujući izdatke za smještaj i dolazak do destinacije, a izražava se kao prosječni iznos potrošnje po osobi po danu.

#### Formule za izračun

$$\text{Troškovi po osobi} = \frac{\text{Ukupni trošak u eurima (E1)}}{\text{Ukupan broj osoba} - \frac{\text{Broj djece mlađe od 15 godina}}{2}}$$

Prosječna dnevna potrošnja jednodnevnih posjetitelja

$$= \frac{\sum \text{Za sve ispitanike koji nisu ostvarili noćenje (IP4=c) Troškovi po osobi}}{\text{Ukupan broj ispitanika koji nisu ostvarili noćenje (IP4 = c)}}$$

Prosječna dnevna potrošnja turista u komercijalnom smještaju

$$= \frac{\sum \text{Za sve ispitanike koji su ostvarili noćenje u komercijalnom smještaju (IP4=a) Troškovi po osobi}}{\sum \text{a sve ispitanike koji su ostvarili noćenje u komercijalnom smještaju (IP4=a) OP2}}$$

Prosječna dnevna potrošnja turista u nekomercijalnom smještaju

$$= \frac{\sum \text{Za sve ispitanike koji su ostvarili noćenje u nekomercijalnom smještaju (IP4=b) Troškovi po osobi}}{\sum \text{a sve ispitanike koji su ostvarili noćenje u nekomercijalnom smještaju (IP4=b) OP2}}$$

Potrebne varijable: **IP4**. Vi ste: a. Turisti u komercijalnom smještaju, b. Turisti u nekomercijalnom smještaju, c. Jednodnevni posjetitelj. **OP2**. Ukupan planirani broj noćenja u ovom mjestu tijekom ovog putovanja (*Pitati samo ako je IP4 = a ili b*). **E1**. Procijenite troškove koje ste imali i koje planirate imati do kraja ovog boravka u ovome mjestu. Pri tome uključite izdatke za ugostiteljske usluge, kupnju, kulturu i zabavu, sport, lokalni prijevoz, organizirane izlete i slično, ali isključite izdatke za smještaj (ako ste ih imali) i prijevoz do destinacije! Ukupni trošak u eurima (bez izdataka za smještaj i prijevoz do destinacije). **E2**. Za koliko ste osoba iskazali troškove? a) Samo za sebe (1 osoba) b) Za sebe i svoju pratnju – ukupno \_\_\_\_\_ osoba, od toga \_\_\_\_\_ djece mlađe od 15 godina.

**Metodološka napomena.** Izračun dnevne potrošnje temelji se na potpunim odgovorima ispitanika koji su jasno naveli iznos ukupnih troškova, broj osoba i (za turiste s noćenjem) broj noćenja.

## Troškovi po osobi

U skladu sa *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025), ukupni troškovi navedeni za više osoba preračunati su na trošak po osobi prema formuli koja uzima u obzir ukupan broj članova kućanstva i djecu mlađu od 15 godina. Za ispitanike koji su potrošnju iskazali samo za sebe korišteni su iznosi navedeni u pitanju E1. Na temelju toga kreirana je nova varijabla *trošak po osobi*, a zatim je pristupljeno izračunu prosječne dnevne potrošnje.

## Dnevna potrošnja – jednodnevni posjetitelji

Segment	n	Σ troškova po osobi	Prosječna dnevna potrošnja
Jednodnevni posjetitelj	209	33.245,42 €	159,07 €

Zone Zadarske županije	n	Σ troškova po osobi (u €)	Prosječna dnevna potrošnja (u €)
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	35	3.285,00	93,86
Zona 2 Grad Zadar	126	18.935,26	150,28
Zona 4 Ravni kotari	2	100,00	50,00
Zona 5 Podvelebitski dio	18	1.767,33	98,19
Zona 6 Lički dio	5	373,33	74,67

*Napomena: Podatke za jednodnevne posjetitelje treba uzeti s oprezom. Naime postoji mogućnost da su određeni ispitanici u potrošnju prijavili cijeli svoj boravak, a ne samo ono što su potrošili na jednodnevni izlet. Preporuka je u budućim istraživanjima jednodnevnim posjetiteljima postaviti dodatnu napomenu kako se potrošnja odnosi samo na ovaj njihov jednodnevni boravak u mjestu anketiranja.*

## Dnevna potrošnja – turisti

Segment	n	Σ troškova po osobi	Σ OP2	Prosječna dnevna potrošnja
Turisti u komercijalnom smještaju	385	157.021,16 €	2 429	64,64 €
Turisti u nekomercijalnom smještaju	103	50.508,10 €	869	58,12 €

### Turisti u komercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	n	Σ troškova po osobi (u €)	Σ OP2	Prosječna dnevna potrošnja (u €)
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	65	32.303,33	499	64,74
Zona 2 Grad Zadar	187	64.642,55	952	67,90
Zona 3 Obalni dio	75	36.291,94	535	67,84
Zona 4 Ravni kotari	7	5.100,00	75	68,00
Zona 5 Podvelebitski dio	44	16.933,33	350	48,38
Zona 6 Lički dio	7	1.750,00	18	97,22

### Turisti u nekomercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	n	Σ troškova po osobi (u €)	Σ OP2	Prosječna dnevna potrošnja (u €)
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	34	15.459,52	368	42,01
Zona 2 Grad Zadar	34	18.420,00	228	80,79
Zona 3 Obalni dio	17	6.503,57	168	38,71
Zona 4 Ravni kotari	5	1.900,00	30	63,33
Zona 5 Podvelebitski dio	11	7.925,00	69	114,86
Zona 6 Lički dio	2	300,00	6	50,00

### 3.3 Dodatni pokazatelji razvoja destinacije

U ovom potpoglavlju prikazani su dodatni pokazatelji razvoja destinacije koji nadopunjuju obvezne metrike: percepcija kvalitete boravka, zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja, zadovoljstvo cijenama u ugostiteljstvu i trgovinama, razina percipirane gužve i buke te izvori informiranja. Rezultati su prikazani po segmentima turista (komercijalni i nekomercijalni turisti, jednodnevni posjetitelji), a gdje je primjenjivo i po zonama, s fokusom na uočavanje obrazaca i razlika relevantnih za upravljanje destinacijom.

*Napomena: U pojedinim tablicama s višestrukim odabirom odgovora zbrojevi postotaka mogu prelaziti 100%.*

#### Percepcija zadovoljstva boravkom u destinaciji

U ovom dijelu prikazani su rezultati procjene zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja ključnim elementima boravka u destinaciji Zadarske županije. Pokazatelji pružaju uvid u razinu kvalitete turističkog iskustva i percipiranu vrijednost destinacije iz perspektive različitih segmenata turista.

#### Procjena zadovoljstva turista pojedinim elementima boravka u destinaciji

Zadovoljstvo		Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
Ljepotom destinacije	Σ 6 i 7	221	59	128
	n	404	108	211
	% zadovoljnih	54,70%	54,63%	60,66%
Uređenošću destinacije	Σ 6 i 7	154	43	51
	n	404	108	211
	% zadovoljnih	38,12%	39,81%	24,17%
Uređenošću glavnih atrakcija u destinaciji	Σ 6 i 7	161	36	54
	n	404	108	211
	% zadovoljnih	39,85%	33,33%	25,59%
Prometom u destinaciji	Σ 6 i 7	124	19	36
	n	404	108	211
	% zadovoljnih	30,69%	17,59%	17,06%
Turističkom ponudom u destinaciji	Σ 6 i 7	122	27	56
	n	404	108	211
	% zadovoljnih	30,20%	25,00%	26,54%
Svojim cjelokupnim boravkom u destinaciji	Σ 6 i 7	117	37	65
	n	277	108	156
	% zadovoljnih	<b>42,24%</b>	<b>34,26%</b>	<b>41,67%</b>

Najvišu razinu zadovoljstva ispitanici izražavaju ljepotom destinacije (54,7% turista u komercijalnom smještaju i 60,66% jednodnevnih posjetitelja), što potvrđuje važnost vizualnog identiteta i prirodnog ambijenta u ukupnom doživljaju. Uređenost destinacije i glavnih atrakcija bilježi umjerene ocjene, s udjelom zadovoljnih između 24% i 40%, dok su niže vrijednosti zabilježene za promet (oko 30% u komercijalnom i 17% u nekomercijalnom smještaju). Zadovoljstvo ukupnom turističkom ponudom kreće se između 25% i 30%, što ukazuje na prostor za unaprjeđenje sadržaja i doživljajnih komponenti.

Opće zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji zadržava se na razini od oko 40%, pri čemu turisti u komercijalnom smještaju pokazuju nešto više ocjene od turista u nekomercijalnom smještaju i jednodnevnih posjetitelja.

Razlike u ocjeni rezultata indeksa zadovoljstva destinacijom u odnosu na pojedinačne elemente (ljepotu, uređenost, promet i turističku ponudu) očekivane su i rezultat su različite metodologije izračuna. Indeks zadovoljstva izražava ukupni dojam boravka u destinaciji na temelju kombinacije triju varijabli i standardiziran je na skali od 0 do 100, dok su pojedinačne ocjene zadovoljstva izračunate kao udio ispitanika koji su na svaku tvrdnju odgovorili s najvišim ocjenama (6 ili 7). Stoga su vrijednosti indeksa u pravilu više od udjela zadovoljnih po pojedinim elementima, jer odražavaju opći doživljaj destinacije, a ne samo procjenu pojedinih aspekata ponude.

### Zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja

U nastavku su prikazani rezultati o zadovoljstvu turista omjerom cijene i kvalitete smještaja, temeljeni isključivo na odgovorima ispitanika koji su boravili u komercijalnim smještajnim objektima. Prikaz uključuje usporedbu prema vrsti smještaja i prema prostornim zonama unutar Zadarske županije. Izjave su mjerene na 7-stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje niže ocjene označavaju nisko zadovoljstvo, a visoke visoku razinu zadovoljstva.

Zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja	Smještajni objekti				Ukupno
	Hotel	Hostel	Kamp	Obiteljski smještaj	
1 u potpunosti nezadovoljan/na	0	0	3	6	9
2	3	1	13	11	28
3	7	3	18	28	56
4	19	1	25	43	88
5	36	5	9	28	78
6	41	3	2	28	74
7 u potpunosti zadovoljan/na	43	3	4	19	69
Σ 6 i 7	84	6	6	47	143
Ukupno	149	16	74	163	402
<b>% zadovoljnih</b>	<b>56,38%</b>	<b>37,50%</b>	<b>8,11%</b>	<b>28,83%</b>	<b>35,57%</b>

Rezultati pokazuju da su turisti najzadovoljniji omjerom cijene i kvalitete u hotelskom smještaju, gdje više od polovice ispitanika iskazuje zadovoljstvo. Niže razine zadovoljstva zabilježene su u hostelima i osobito u kampovima, dok je u obiteljskom smještaju zadovoljstvo umjereno, ali ispod prosjeka. Takva raspodjela sugerira da standardizirani smještajni objekti (poput hotela) pružaju konzistentniju vrijednost za novac u odnosu na individualne oblike smještaja.

Zone Zadarske županije	Zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja	
	Σ 6 i 7	% zadovoljnih
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	17	25,76%
Zona 2 Grad Zadar	103	52,02%
Zona 3 Obalni dio	17	20,99%
Zona 4 Ravni kotari	0	0,00%
Zona 5 Podvelebitski dio	6	13,33%
Zona 6 Lički dio	1	14,29%

Najveći udio zadovoljnih turista zabilježen je u gradu Zadru, što potvrđuje bolju usklađenost cijene i kvalitete usluge u urbanom središtu. U ostalim zonama udjeli zadovoljnih turista su znatno niži, osobito u Ravnim kotarima, ličkom i podvelebitskom dijelu, što može odražavati skromniju infrastrukturu i manju standardizaciju ponude. Rezultati upućuju na potrebu podizanja razine kvalitete smještaja i bolje transparentnosti u cjenovnim politikama izvan glavnog gradskog područja.

### Zadovoljstvo kvalitetom ponude smještaja po zonama

U tablici je prikazan udio turista zadovoljnih kvalitetom smještaja prema zonama unutar Zadarske županije. Podatci se odnose na turiste koji su boravili u komercijalnim smještajnim objektima.

Zone Zadarske županije	Zadovoljstvo kvalitetom smještaja	
	Σ 6 i 7	% zadovoljnih
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	27	41,54%
Zona 2 Grad Zadar	127	73,84%
Zona 3 Obalni dio	27	37,50%
Zona 4 Ravni kotari	2	33,33%
Zona 5 Podvelebitski dio	11	27,50%
Zona 6 Lički dio	3	42,86%

Najviša razina zadovoljstva zabilježena je u gradu Zadru, što potvrđuje koncentraciju objekata više kategorije i razvijenije standarde usluge. U ostalim zonama zadovoljstvo je niže, osobito u podvelebitskom i obalnom dijelu, što ukazuje na potrebu daljnjeg ulaganja u kvalitetu i modernizaciju smještajnih kapaciteta izvan glavnog urbanog središta.

## Zadovoljstvo cijenama – pregled po zonama

U nastavku su prikazani rezultati o zadovoljstvu turista cijenama u ugostiteljstvu i trgovinama, prikazani po zonama i segmentima turista. Pokazatelji odražavaju percepciju ekonomske pristupačnosti destinacije te razlike u doživljaju vrijednosti za novac između turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja.

### Cijene u ugostiteljstvu

Cijene u ugostiteljstvu	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
Σ 6 i 7	83	17	28
n	404	108	211
% zadovoljnih	20,54%	15,74%	13,27%

Zone Zadarske županije	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	Σ 6 i 7	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	% zadovoljnih
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	6	9,09%	6	17,14%	7	20,00%
Zona 2 Grad Zadar	60	30,30%	6	16,22%	16	12,60%
Zona 3 Obalni dio	14	17,28%	4	22,22%	5	21,74%
Zona 4 Ravni kotari	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Zona 5 Podvelebitski dio	2	4,44%	1	9,09%	0	0,00%
Zona 6 Lički dio	1	14,29%	0	0,00%	0	0,00%

Zadovoljstvo cijenama u ugostiteljstvu općenito je nisko u svim zonama Zadarske županije. Najveći udio zadovoljnih turista bilježi se u gradu Zadru (30,30%), dok su u ostalim područjima vrijednosti znatno niže, osobito u Ravnim kotarima, gdje nije zabilježen nijedan zadovoljan ispitanik. Turisti u nekomercijalnom smještaju i jednodnevni posjetitelji iskazuju niže ocjene, što upućuje na percepciju viših cijena u odnosu na kvalitetu usluge i ponude. Takvi rezultati ukazuju na potrebu za većim usklađivanjem cijena s razinom očekivanog standarda, posebno u ugostiteljstvu izvan središnjih gradskih područja.

### Cijene u trgovinama

Cijene u trgovinama	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
Σ 6 i 7	80	15	27
n	404	108	211
% zadovoljnih	19,80%	13,89%	12,80%

Zone Zadarske županije	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	Σ 6 i 7	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	% zadovoljnih
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	5	7,58%	5	14,29%	8	22,86%
Zona 2 Grad Zadar	61	30,81%	5	13,51%	15	11,81%
Zona 3 Obalni dio	11	13,58%	3	16,67%	4	17,39%
Zona 4 Ravni kotari	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Zona 5 Podvelebitski dio	2	4,44%	2	18,18%	0	0,00%
Zona 6 Lički dio	1	14,29%	0	0,00%	0	0,00%

Zadovoljstvo cijenama u trgovinama općenito je nisko na razini cijele županije. Najveći udio zadovoljnih turista u komercijalnom smještaju bilježi se u gradu Zadru (30,81%), dok su među turistima u nekomercijalnom smještaju i jednodnevnim posjetiteljima nešto viši udjeli zadovoljnih na otocima (22,86%) i u obalnom dijelu (17,39%). U kontinentalnim zonama, uključujući Ravne kotare i podvelebitsko područje, zadovoljstvo je vrlo nisko ili potpuno izostaje.

Turisti u komercijalnom smještaju iskazuju veće zadovoljstvo (19,80%) u odnosu na nekomercijalne (13,89%) i jednodnevne posjetitelje (12,80%), što ukazuje na veću cjenovnu osjetljivost posjetitelja s kraćim boravkom.

Ukupno gledano, rezultati potvrđuju da visoke sezonske cijene i razlike u percepciji vrijednosti usluge utječu na niže ocjene ekonomske pristupačnosti destinacije.

## Razina percipirane prenapučenosti i buke

Percepcija gužve i buke važan je pokazatelj doživljajne kvalitete destinacije i razine opterećenosti prostora turizmom. U tablicama su prikazane procjene turista o tome u kojoj mjeri gužva i buka predstavljaju problem tijekom boravka u Zadarskoj županiji, prema segmentima turista i jednodnevnih posjetitelja.

Gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	n	%	n	%	n	%
1 - uopće nije problem	71	17,8	13	12,3	8	3,8
2	47	11,8	7	6,6	23	11,0
3	44	11,1	14	13,2	12	5,7
4	66	16,6	14	13,2	12	5,7
5	68	17,1	17	16,0	39	18,6
6	70	17,6	27	25,5	57	27,1
7 - jako ozbiljan problem	32	8,0	14	13,2	59	28,1
Σ 6 i 7	102		41		116	
Ukupno	398	100,0	106	100,0	210	100,0
<b>% nezadovoljnih</b>		<b>25,60%</b>		<b>38,70%</b>		<b>55,20%</b>

Buka na javnim prostorima	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	n	%	n	%	n	%
1 - uopće nije problem	84	21,1	15	14,2	12	5,7
2	48	12,1	11	10,4	11	5,2
3	48	12,1	11	10,4	17	8,1
4	68	17,1	16	15,1	15	7,1
5	64	16,1	12	11,3	58	27,6
6	60	15,1	28	26,4	56	26,7
7 - jako ozbiljan problem	26	6,5	13	12,3	41	19,5
Σ 6 i 7	86		41		97	
Ukupno	398	100,0	106	100,0	210	100,0
<b>% nezadovoljnih</b>		<b>21,6%</b>		<b>38,7%</b>		<b>46,2%</b>

Gužva i buka predstavljaju umjeren do izražen problem, osobito među jednodnevnim posjetiteljima koji češće borave u središnjim, prometnijim područjima. Rezultati ukazuju na potrebu prostornog rasterećenja i poticanja posjeta mirnijim zonama županije.

## Izvori informacija

U tablici su prikazani najčešći izvori informacija o destinaciji prema vrstama posjetitelja. Podatci pokazuju na koje se kanale turisti i jednodnevni posjetitelji najviše oslanjaju prilikom odabira i planiranja posjeta Zadarskoj županiji. Ispitanici su na ponuđene izvore informiranja o destinaciji mogli odabrati jedan ili više od ponuđenih odabira u odgovoru.

Izvori informacija ( <i>moгуć odabir više odgovora</i> )	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	n	%*	%**	n	%*	%**	n	%*	%**
Osobno iskustvo	117	16,3	30,5	66	40,0	63,5	17	4,6	8,2
Preporuke prijatelja, kolega ili rodbine	130	18,1	33,9	45	27,3	43,3	39	10,6	18,8
Mediji (radio, televizija, tiskani i online mediji)	122	17,0	31,9	14	8,5	13,5	64	17,4	30,8
Influenceri/Blogeri	32	4,5	8,4	6	3,6	5,8	25	6,8	12,0
Google, Trip Advisor i sl.	62	8,6	16,2	10	6,1	9,6	14	3,8	6,7
Društvene mreže Facebook (FB), Instagram (IG), YouTube (YT) i sl.	95	13,2	24,8	10	6,1	9,6	64	17,4	30,8
Internetske stranice destinacije	92	12,8	24,0	9	5,5	8,7	71	19,3	34,1
Promotivni tiskani materijali	34	4,7	8,9	2	1,2	1,9	35	9,5	16,8
Putničke agencije i turistički uredi	22	3,1	5,7	2	1,2	1,9	36	9,8	17,3
Drugo	13	1,8	3,4	1	0,6	1,0	2	0,5	1,0
<b>Ukupno</b>	<b>719</b>	<b>100,0</b>	<b>187,7</b>	<b>165</b>	<b>100,0</b>	<b>158,7</b>	<b>367</b>	<b>100,0</b>	<b>176,4</b>

\* % odgovora \*\* % ispitanika

Osobno iskustvo i preporuke prijatelja ili rodbine najčešći su izvori informacija za sve skupine turista, što potvrđuje važnost preporuka i prethodnih pozitivnih doživljaja. Internetske stranice destinacije i društvene mreže imaju značajnu ulogu, osobito kod jednodnevnih posjetitelja i mlađih skupina, dok tradicionalni mediji i tiskani promotivni materijali bilježe manji utjecaj. Rezultati upućuju na potrebu daljnjeg jačanja digitalne komunikacije i autentičnih preporuka kao ključnih kanala informiranja o destinaciji.

## Zadovoljstvo destinacijom

U nastavku su prikazane prosječne ocjene zadovoljstva različitim elementima destinacije prema vrsti posjetitelja. Izjave su mjerene na 7-stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje niže ocjene označavaju nisko zadovoljstvo, a visoke visoku razinu zadovoljstva.

Elementi destinacije	K	N	J	Uzorak
Ljepota prirode i krajolika	5,86	5,80	5,90	5,86
Ljepota mjesta	5,59	5,66	5,70	5,63
Uređenost mjesta	4,88	4,66	4,36	4,69
Atmosfera, ugođaj	5,19	5,01	4,88	5,07
Ekološka očuvanost prostora	4,62	4,56	3,80	4,36
Atraktivnost očuvane prirode	5,61	5,28	5,78	5,61
Osobna sigurnost	5,85	5,68	5,53	5,73
Prometna dostupnost destinacije	4,92	4,46	4,45	4,70
Prilagođenost destinacije djeci	4,45	4,31	4,06	4,33
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	4,91	4,41	4,51	4,72
Prilagođenost destinacije osobama s invaliditetom	3,59	3,08	2,92	3,31
Lokalni javni prijevoz	3,54	3,01	2,93	3,29
Promet u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)	3,85	3,38	2,47	3,34
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	5,40	5,16	5,16	5,29
Smještajni objekt	5,62			5,62
Čistoća plaža	5,47	4,97	4,96	5,27
Opterećenost plaža	4,97	4,31	4,50	4,75
Opremljenost/uređenost plaža	4,74	4,20	4,30	4,55
Biciklističke rute i staze	4,46	3,76	4,69	4,36
Pješačke staze	4,84	4,10	4,99	4,71
Označavanje znamenitosti	5,14	4,84	5,11	5,08
Informacije u destinaciji	5,33	5,10	5,52	5,36
Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	5,05	4,70	5,18	5,04
Kultura i umjetnost	5,05	4,58	5,19	5,02
Događanja i manifestacije	4,90	4,41	5,18	4,85
Zabava/noćni život	4,67	3,56	4,55	4,39
Gastronomska ponuda u mjestu	4,86	4,38	3,90	4,50
Eno ponude mjesta	4,56	3,99	3,87	4,24
Sportski sadržaji	4,36	3,81	4,46	4,28
Ponuda organiziranih izleta u okolici	5,05	4,60	5,04	4,97
Mogućnost za kupnju	4,34	3,98	3,39	3,99
Besplatni internet u destinaciji	4,08	3,27	3,21	3,70
Dostupnost lokalnih proizvoda i suvenira	4,66	4,20	3,86	4,34

Motiviranost turističkih djelatnika za rad u turizmu	4,82	4,31	3,86	4,49
Očuvanost prirode u destinaciji (čistoća, zelenilo, prirodna atraktivnost)	4,90	4,84	4,60	4,81
Visoka izgrađenost prostora s namjenom za turizam	3,94	3,51	2,88	3,58

*K – Turisti u komercijalnom smještaju, N – Turisti u nekomercijalnom smještaju, J – Jednodnevni posjetitelji*

Analiza zadovoljstva pokazuje da su svi segmenti posjetitelja, turisti u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevni posjetitelji, općenito vrlo zadovoljni prirodnim i ambijentalnim vrijednostima destinacije. Najviše ocjene odnose se na ljepotu prirode i krajolika te osobnu sigurnost posjetitelja, što potvrđuje da destinacija ima snažan imidž sigurnog i ugodnog prostora za boravak. S druge strane, niže ocjene bilježe se kod infrastrukturnih i prometnih elemenata, posebice prilagođenosti osobama s invaliditetom, lokalnog javnog prijevoza i protočnosti prometa, što ukazuje na područja s izraženim razvojnim potrebama. Ovi elementi izravno utječu na doživljaj dostupnosti i komfora, osobito među jednodnevnim posjetiteljima, koji su u pravilu kritičniji u ocjenama.

Ekološka očuvanost i uređenost mjesta ocijenjene su umjereno, s vidljivim padom zadovoljstva među jednodnevnim posjetiteljima, što može upućivati na potrebu za jačom komunikacijom o održivom upravljanju prostorom i vizualnim identitetom destinacije.

U pogledu kulturne i zabavne ponude, ocjene su prosječne do blago iznadprosječne, s većim zadovoljstvom jednodnevnih posjetitelja kada je riječ o kulturnim sadržajima i događanjima. To sugerira da kratkotrajni posjeti često uključuju upravo takve aktivnosti. Ipak, gastronomska i eno ponuda nisu prepoznate kao snažna prednost destinacije te bi upravo taj segment mogao biti prostor za nadogradnju iskustvene ponude. Informacijski i interpretativni elementi, poput označavanja znamenitosti, dostupnosti informacija i edukativnih sadržaja u zaštićenim područjima, ocijenjeni su pozitivno.

## 4 ZAKLJUČAK

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja u Zadarskoj županiji provedeno je u skladu sa *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025), s ciljem procjene razine zadovoljstva, lojalnosti i percepcije kvalitete boravka u destinaciji. Dobiveni rezultati pružaju vrijedan uvid u ključne odrednice turističkog doživljaja i identificiraju područja s najvećim potencijalom za unapređenje.

Analiza indeksa zadovoljstva i mjera zadovoljstva potvrđuje da destinacija u cjelini pruža pozitivno iskustvo turistima, osobito u urbanim i obalnim područjima. Unutrašnje zone (Ravni kotari i lički prostor) u svim segmentima ostvaruju niže vrijednosti pokazatelja, što upućuje na prostornu neujednačenost kvalitete doživljaja. Ipak rezultate treba uzeti s oprezom budući da je veličina uzorka za navedene zone niska. Takvi rezultati ukazuju na potrebu snažnije diversifikacije turističke ponude u zaleđu, razvoja posebnih oblika turizma (ruralni, eno-gastro, aktivni) te bolje povezanosti s glavnim obalnim područjima. Pozitivna je činjenica da jednodnevni posjetitelji iskazuju gotovo jednaku razinu zadovoljstva kao i turisti koji borave dulje, što potvrđuje privlačnost destinacije i kvalitetu sadržaja dostupnih i u kraćem vremenskom okviru. Indeksi zadovoljstva iznad 70% u većini zona potvrđuju stabilnu percepciju kvalitete i konkurentnosti destinacije, dok su daljnji razvojni prioriteti usmjereni na smanjenje prostornih razlika u iskustvu turista i jačanje identitetskih elemenata ponude u manje razvijenim dijelovima županije.

Ukupni rezultati pokazuju da je Zadarska županija visoko ocijenjena po prirodnim obilježjima, ljepoti krajolika i atmosferi mjesta, uz izražen osjećaj sigurnosti i gostoljubivosti stanovništva. To potvrđuje da destinacija zadržava snažan doživljajni i emocionalni identitet koji potiče zadovoljstvo i preporuke posjetitelja. Međutim, infrastrukturni aspekti, poput prometne protočnosti, parkirališne dostupnosti i javnog prijevoza, ocijenjeni su niže te predstavljaju izazov za održivo upravljanje rastućim brojem posjetitelja, osobito tijekom glavne sezone.

Zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja najviše je u hotelskom segmentu i u gradu Zadru, dok su niže vrijednosti zabilježene u privatnom i kamping smještaju te u perifernim zonama. Cjenovna percepcija u ugostiteljstvu i trgovinama općenito je niža, što upućuje na potrebu jačanja vrijednosti za novac i komunikacije kvalitete usluge.

Percepcija buke i gužve potvrđuje sezonsku koncentraciju turista i naglašava potrebu za prostornim rasterećenjem te razvojem sadržaja u manje opterećenim područjima županije. Informiranje o destinaciji u najvećoj se mjeri oslanja na osobna iskustva i preporuke, dok digitalni kanali, osobito internetske stranice i društvene mreže, bilježe rastuću važnost, što zahtijeva daljnje ulaganje u digitalnu vidljivost i autentičan sadržaj.

Zaključno, Zadarska županija ima čvrstu poziciju atraktivne i prepoznatljive destinacije s izraženim prirodnim, kulturnim i doživljajnim potencijalom. U idućem razdoblju prioritet razvoja treba biti usmjeren na uravnoteženje turističkog prometa, podizanje kvalitete smještaja izvan gradskih središta, unaprjeđenje prometne pristupačnosti i jačanje održivih oblika turizma koji ravnomjerno uključuju cijelo područje županije.

## PRILOG – UPITNIK

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinacijama Zadarske županije

Istraživanje zadovoljstva turista (Zadarska županija)

---

Dragi goste,

u tijeku je nacionalno prikupljanje podataka o zadovoljstvu turista boravkom u Zadarskoj županiji. Vaše mišljenje nam je iznimno važno – rezultati će biti dio nacionalnog istraživanja i pomoći će u izradi Plana upravljanja našom destinacijom koji se dostavlja Ministarstvu turizma i sporta. Za ispunjavanje upitnika bit će potrebno otprilike 6 minuta. Vaši su odgovori u potpunosti anonimni, te će se koristiti isključivo u svrhu ovog istraživanja.

Zahvaljujemo Vam na sudjelovanju i želimo Vam ugodan boravak!

Srdačan pozdrav,

Turistička zajednica Zadarske županije

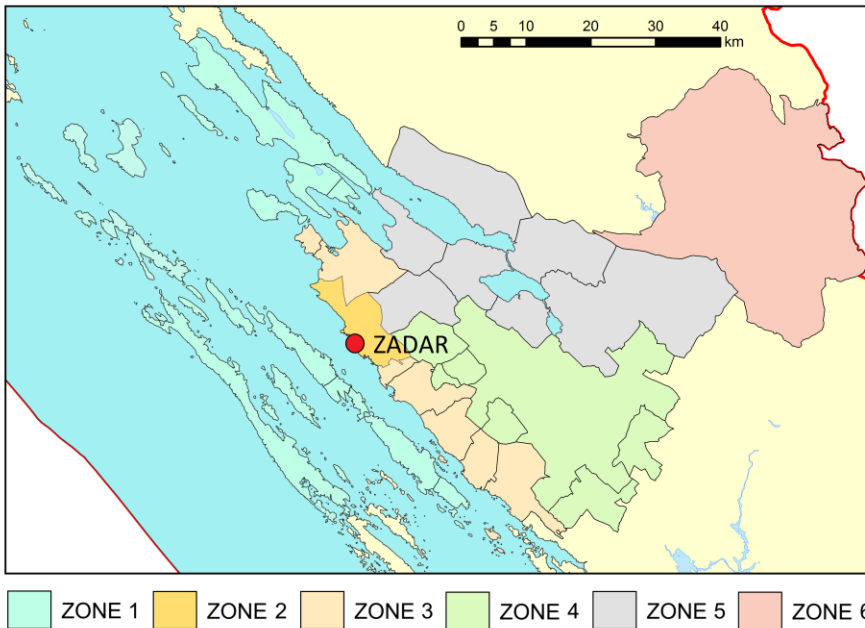
*Page exit logic: Skip / Disqualify LogicIF: #3 Question "Vi ste: odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("na privremenom radu u ovom gradu/mjestu") THEN: Jump to [page 15 - Hvala Vam!](#)*

*Page exit logic: Skip / Disqualify LogicIF: #3 Question "Vi ste: odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("stalni stanovnik ovog grada/mjesta") THEN: Jump to [page 15 - Hvala Vam!](#)*

1) Razlog dolaska:

- privatno
- poslovno
- oboje

2) U kojoj zoni destinacije boravite:



- Zona 1 - Otoki zadarskog arhipelaga: Vir, Pag, Ugljan, Pašman, Dugi Otok, Iž, Ist, Molat, Silba, Olib, Premuda
- Zona 2 - grad Zadar (samo kopneni dio)
- Zona 3 - Nin, Privlaka, Vrsi, Bibinje, Sukošan, Biograd, Sv. Filip i Jakov, Pakoštane (Obalni dio)
- Zona 4 - Zamunik Donji, Benkovac, Lišane Ostr., Škabrnja, Polača, Stankovci, Galovac (Ravni Kotari)
- Zona 5 - Starigrad, Obrovac, Posedarje, Novigrad, Poličnik, Ražanac (Podvelebitski dio)
- Zona 6 - Gračac (Lički dio)

*Logic: Show/hide trigger exists.*

3) **Vi ste:** odaberite što Vas najbolje opisuje\*

- gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju (hotel, hostel, kamp, iznajmljena soba, apartman ili kuća i sl.)
- gost koji u ovom mjestu noći u vlastitoj kući ili stanu za odmor ili kod rodbine ili prijatelja (ne plaća smještaj)
- jednodnevni posjetitelj ovog mjesta (ne ostvarujete noćenje u ovom mjestu), uključujući i posjetitelje s brodskih kružnih putovanja
- stalni stanovnik ovog grada/mjesta
- na privremenom radu u ovom gradu/mjestu

*Logic: Show/hide trigger exists.*

4) **Vaša zemlja stalnog boravka je:**

- Hrvatska
- neka druga zemlja

*Logic: Hidden unless: #4 Question "Vaša zemlja stalnog boravka je: " is one of the following answers ("Hrvatska")*

5) Upišite županiju stalnog boravka:

---

Logic: Hidden unless: #4 Question "Vaša zemlja stalnog boravka je: " is one of the following answers ("neka druga zemlja")

6) Upišite zemlju: \*

---

Logic: Hidden unless: #3 Question "Vi ste: odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju (hotel, hostel, kamp, iznajmljena soba, apartman ili kuća i sl.)")

7) Vrsta smještajnog objekta u kojem odsjedate u ovom mjestu:

- hotel
- hostel
- kamp
- turističko naselje
- obiteljski smještaj (soba, apartman, kuća za odmor i slično)
- nešto drugo, navedite:: \_\_\_\_\_

8) Spol:

- muškarac
- žena
- ne želim se izjasniti

Validation: Must be numeric

9) Godina rođenja: \_\_\_\_\_

10) Obrazovanje:

- srednja škola ili niže
- viša škola
- fakultet i viši stupnjevi
- bez odgovora/ne želim odgovoriti

11) Mjesečna primanja Vašeg kućanstva su:

- do 500 €
- 501 - 1.000 €
- 1.001 - 1.500 €
- 1.501 - 2.000 €
- 2.001 - 3.000 €
- 3.001 - 4.000 €
- 4.001 - 5.000 €
- 5.001 - 6.000 €
- 6.001 - 7.000 €
- 7.001 - 8.000 €
- 8.001 € i više
- ne znam/ne želim odgovoriti

### Obilježja putovanja

Validation: Must be numeric

Logic: Hidden unless: #3 Question "**Vi ste:** odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju (hotel, hostel, kamp, iznajmljena soba, apartman ili kuća i sl.)", "gost koji u ovom mjestu noći u vlastitoj kući ili stanu za odmor ili kod rodbine ili prijatelja (ne plaća smještaj)")

12) Ukupan planirani broj noćenja u ovom mjestu tijekom ovog putovanja:

13) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 7:\*

	1 daleko ispod očekivanja	2	3	4	5	6	7 daleko iznad očekivanja
U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja?							

14) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 7

Koliko ste zadovoljni:*	1 u potpunosti nezadovoljan/na	2	3	4	5	6	7 u potpunosti zadovoljan/na
svojim cjelokupnim boravkom u destinaciji							
ljepotom mjesta							
uređenošću mjesta							
uređenošću glavnih atrakcija u destinaciji							
prometom u mjestu							
pruženom vrijednosti za novac							
cijenama u trgovinama							
cijenama u ugostiteljstvu							
omjerom cijene i kvalitete smještaja							
turističkom ponudom u mjestu (kultura, gastronomija, aktivnosti itd.)							

15) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 7:\*

	1 najgori mogući boravak kojega možete zamisliti	2	3	4	5	6	7 najbolji mogući boravak kojega možete zamisliti
Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji?							

16) Koliko je vjerojatno da ćete ovu destinaciju preporučiti prijateljima, rodbini i/ili kolegama?

Označite na ljestvici od 0 = 'Nije vjerojatno da ću preporučiti' do 10 = 'Jako je vjerojatno da ću preporučiti'. \*0 \_\_\_\_\_ [ ] \_\_\_\_\_ 10

17) U kojoj mjeri navedeno predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji:  
Izjave ocijenite od 1 (uopće nije problem) do 7 (jako ozbiljan problem).

	1 - uopće nije problem	2	3	4	5	6	7 - jako ozbiljan problem
gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama							
buka na javnim prostorima							

Logic: Show/hide trigger exists. Hidden unless: #3 Question "Vi ste: odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju (hotel, hostel, kamp, iznajmljena soba, apartman ili kuća i sl.)")

18) Je li ovo Vaš prvi posjet ovom mjestu? \*

- Da  
 Ne

Validation: Must be numeric Logic: Hidden unless: #18 Question "Je li ovo Vaš prvi posjet ovom mjestu?" is one of the following answers ("Ne")

19) Koliko ste puta posjetili ovo mjesto tijekom posljednjih pet godina (ne računajući ovaj posjet)?

20) Kojim ste prijevoznim sredstvom doputovali u ovu destinaciju (ako ste koristili više vrsta prijevoznih sredstava, označite ono kojim ste prevalili najveći dio puta)? \*

- Automobilom, uključujući automobil s kamp-kućicom i kamper  
 Motociklom  
 Biciklom  
 Jahtom/jedrilicom  
 Autobusom  
 Vlakom  
 Zrakoplovom  
 Brodom/trajektom  
 Drugim prijevoznim sredstvom, navedite: \_\_\_\_\_

#### Prosječna potrošnja

21) Procijenite troškove koje ste imali i koje planirate imati do kraja ovog boravka u ovome mjestu. Pri tome uključite izdatke za ugostiteljske usluge, kupnju, kulturu i zabavu, sport, lokalni prijevoz, organizirane izlete i slično, ali isključite izdatke za smještaj i prijevoz do destinacije!

Ukupni trošak u eurima (bez izdataka za smještaj i prijevoza do destinacije): \_\_\_\_\_ € \*

Logic: Show/hide trigger exists.

22) Za koliko ste osoba iskazali troškove? \*

- samo za sebe (1 osoba)  
 za sebe i svoju pratnju

Logic: Hidden unless: #22 Question "Za koliko ste osoba iskazali troškove?" is one of the following answers ("za sebe i svoju pratnju")

23) Ako ste iskazali troškove za sebe i svoju pratnju/e:\*

Ukupno osoba: \_\_\_\_\_

Od toga djece mlađe od 15 godina: \_\_\_\_\_

25) **Koji izvori informacija su vam bili važni pri odluci dolaska u destinaciju: moguće odabrati više odgovora**

Osobno iskustvo

Preporuke prijatelja, kolega ili rodbine

Mediji (radio, televizija, tiskani i online mediji)

Influenceri/Blogeri

Google, Trip Advisor, i sl.

Društvene mreže Facebook (FB), Instagram (IG), YouTube (YT) i sl.

Internetske stranice destinacije

Promotivni tiskani materijali

Putničke agencije i turistički uredi

Drugo, navedite: \_\_\_\_\_

26) **Pred Vama je zadnji set pitanja.** Pitanja se odnose na elemente turističke ponude mjesta u kojemu sada boravite! Molimo Vas još minutu Vašeg vremena jer nam je Vaše mišljenje važno. Koristite ocjene na ljestvici od 1 - jako loše do 7 - izvrsno za ocjenu destinacije u kojoj boravite

*Napomena: odaberite 99 ako ocjena elementa nije primjenjiva*

**Ocijenite element destinacije:**

	1	2	3	4	5	6	7	99 nije primjenjivo
Ljepota prirode i krajolika								
Ljepota mjesta								
Uređenost mjesta								
Atmosfera, ugođaj								
Ekološka očuvanost prostora								
Atraktivnost očuvane prirode								
Osobna sigurnost								
Prometna dostupnost destinacije								
Prilagođenost destinacije djeci								
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji								
Prilagođenost destinacije osobama s invaliditetom								
Lokalni javni prijevoz								
Promet u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)								
Gostoljubivost lokalnog stanovništva								
Smještajni objekt								
Čistoća plaža								
Opterećenost plaža								
Opremljenost/uređenost plaža								
Biciklističke rute i staze								
Pješačke staze								
Označavanje znamenitosti								
Informacije u destinaciji								

Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima (posjetiteljski centri, poučne staze, programi)									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

28) **Pred Vama je zadnji set pitanja.** Pitanja se odnose na elemente turističke ponude mjesta u kojemu sada boravite! Molimo Vas **još minutu Vašeg vremena** jer nam je Vaše mišljenje važno. **Koristite ocjene na ljestvici od 1 - jako loše do 7 - izvrsno za ocjenu destinacije u kojoj boravite**  
*Napomena: odaberite 99 ako ocjena elementa nije primjenjiva*

Ocijenite element destinacije:

	1 jako loše	2	3	4	5	6	7 izvrsno	99 nije primjenjivo
Kultura i umjetnost								
Događanja i manifestacije								
Zabava/noćni život								
Gastronomska ponuda u mjestu								
Eno ponude mjesta								
Sportski sadržaji								
Ponuda organiziranih izleta u okolicu								
Mogućnost za kupnju								
Besplatni internet u destinaciji								

29) **Pred Vama je zadnji set pitanja.** Pitanja se odnose na elemente turističke ponude mjesta u kojemu sada boravite! Molimo Vas **još minutu Vašeg vremena** jer nam je Vaše mišljenje važno. **Koristite ocjene na ljestvici od 1 - jako loše do 7 - izvrsno za ocjenu destinacije u kojoj boravite**  
*Napomena: odaberite 99 ako ocjena elementa nije primjenjiva*

Ocijenite element destinacije:

	1 jako loše	2	3	4	5	6	7 izvrsno	99 nije primjenjivo
Dostupnost lokalnih proizvoda i suvenira								
Motiviranost turističkih djelatnika za rad u turizmu								
Očuvanost prirode u destinaciji (čistoća, zelenilo, prirodna atraktivnost)								
Visoka izgrađenost prostora s namjenom za turizam								

Hvala Vam!

Zahvaljujemo na sudjelovanju i Vašim iskrenim odgovorima.

