

STRUKTURA I STAVOVI POSJETITELJA

NACIONALNOG
PARKA
KRKA



WWW.VUS.HR

2024

VELEUČILIŠTE
U ŠIBENIKU



KRKA
Nacionalni park
National Park



**VELEUČILIŠTE
U ŠIBENIKU**
Šibenik University of Applied Sciences

Autorice:

dr. sc. Ana Perišić

Ivana Beljo, dipl. ing. mat., univ. spec. oec.

dr. sc. Jelena Šišara

dr. sc. Ivana Kardum Goleš

Tea Livaić, mag. oec.

Mia Lemac Kardum, mag. admin. publ.

Veleučilište u Šibeniku

Ivona Cvitan, spec. oec.

Doris Banić, spec. oec.

Javna ustanova "Nacionalni park Krka"

Šibenik, 2024.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. METODE ISTRAŽIVANJA.....	3
2.1. Ciljevi, sadržaj i instrumenti istraživanja	3
2.2. Metode prikupljanja podataka	5
2.3. Uzorak	5
2.4. Metode obrade podataka i napomene za interpretaciju rezultata	7
3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	9
3.1. Sociodemografski profil posjetitelja	9
3.1.1. <i>Zemlja porijekla posjetitelja</i>	9
3.1.2. <i>Dob posjetitelja</i>	10
3.1.3. <i>Spol posjetitelja</i>	10
3.1.4. <i>Stupanj obrazovanja posjetitelja</i>	11
3.1.5. <i>Vrsta smještaja</i>	11
3.2. Motivacija za dolazak.....	12
3.3. Izvor informiranja	13
3.4. Pratlja u dolasku	13
3.5. Odluka o posjeti	14
3.6. Vrijeme dolaska.....	16
3.7. Duljina boravka posjetitelja	16
3.8. Zadovoljstvo ponudom.....	17
3.8.1. <i>Analiza stupnja zadovoljstva</i>	17
3.8.2. <i>Analiza stupnja zadovoljstva</i>	18
3.9. Namjera ponovne posjete i preporuka.....	19
3.9.1. <i>Namjera ponovne posjete</i>	19
3.9.2. <i>Preporuka posjete</i>	21

3.10. Izdatci posjetitelja	22
3.11. Lokaliteti	23
3.12. Aktivnosti u Parku.....	25
3.13. Aktivni odmor kao motiv dolaska u park.....	25
3.14. Stavovi o posebnim paket programima	26
3.15. Preporuke posjetitelja za unapređenje usluga Parka	27
PRILOG A. Usporedba odabranih obilježja ispitanih posjetitelja 2023. i 2019. godine.	30
PRILOG B: Rezultati istraživanja posjetitelja za ispitanike koji su u park došli u organiziranoj grupi preko agencije.	38
PRILOG C: Rezultati istraživanja posjetitelja Eko kampusa „Krka“.....	46

SAŽETAK



CILJEVI I SADRŽAJ ISTRAŽIVANJA

Ciljevi istraživanja	<ul style="list-style-type: none">• Identifikacija sociodemografskog profila posjetitelja NP Krka.• Utvrđivanje obilježja dolaska i boravka posjetitelja u NP Krka.• Utvrđivanje glavnih prednosti i slabosti turističke ponude NP Krka.• Utvrđivanje kategorija potrošnje posjetitelja NP Krka.• Ispitivanje stavova posjetitelja o dodatnim paket programima.• Praćenje indikatora kroz usporedbu s rezultatima prethodnog istraživanja.• Analiza odabranih obilježja za posjetitelje koji su u park došli u organiziranoj grupi preko agencije.• Utvrđivanje izvora informiranja, iskustva s boravkom te zadovoljstva posjetitelja ponudom Eko kampusa „Krka“.
Lokacije anketiranja	<ul style="list-style-type: none">• 6 lokacija NP Krka: Lozovac, Skradin – most, Skradin-brod, Roški slap, Burnum, Eko Kampus „Krka“
Vremenski obuhvat	<ul style="list-style-type: none">• kolovoz – listopad 2023.
Instrument istraživanja	<ul style="list-style-type: none">• Strukturirani upitnik tiskan na 12 jezika.
Metoda prikupljanja podataka	<ul style="list-style-type: none">• Metoda samopopunjavanja upitnika uz nadzor anketara i metoda osobnog intervjua.
Dizajn uzorka	<ul style="list-style-type: none">• Stratificirani slučajni uzorak.• Stratifikacija prema vremenu i lokaciji posjete.
Obuhvat uzorka	<ul style="list-style-type: none">• Posjetitelji koji su park posjetili u razdoblju kolovoz – listopad, 2023.



<p>Sadržaj istraživanja</p>	<ul style="list-style-type: none">• Definiran na osnovu pregleda domaće i inozemne literature i u dogovoru s menadžmentom NP Krka.• Sadržaj istraživanja obuhvaća:<ul style="list-style-type: none">○ sociodemografska obilježja posjetitelja;○ motivaciju i izvore informiranja posjetitelja;○ učestalost posjete parku i ostalim zaštićenim područjima;○ informacije o dolasku;○ upoznatost, plan posjete i razlozi ne posjete lokaliteta;○ informacije o boravku u parku;○ zadovoljstvo posjetitelja različitim elementima ponude;○ namjeru ponovnog posjeta i preporuke posjete;○ aktivnosti u parku;○ preporuke za unaprjeđenje turističke ponude;○ stavove posjetitelja o dodatnim paket programima obilaska;○ usporedbu s rezultatima prethodnog istraživanja;○ obilježja i stavovi skupine posjetitelja koji su u park došli u organiziranoj grupi preko agencije;○ izdvojeno istraživanje u Eko kampusu „Krka“: izvori informiranja, iskustva sa boravkom te zadovoljstvo ponudom Eko kampusa „Krka“.
<p>Prikaz rezultata istraživanja</p>	<ul style="list-style-type: none">• Rezultati istraživanja prikazuju se u izvještaju na razini svih individualnih posjetitelja,• posebno je prikazana usporedba s rezultatima istraživanja provedenog u 2019. godini,• provedena je analiza obilježja za odabranu skupinu posjetitelja - posjetitelje koji su u park došli u organiziranoj grupi preko agencije,• posebno je prikazana analiza izvora informiranja, iskustva sa boravkom te zadovoljstva posjetitelja ponudom Eko kampusa „Krka“.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Sociodemografski profil posjetitelja

- Najveći je udio domaćih posjetitelja i posjetitelja koji dolaze iz Njemačke (po 13%), zatim iz Francuske (11%), Italije (9%), Poljske (8%), Ujedinjenog Kraljevstva (6%) te iz Sjedinjenih Američkih Država (5%). Udjeli posjetitelja iz ostalih stranih zemalja zastupljeni su u postocima manjima od 5%.
- Trećina posjetitelja (35%) dobi je između 35 i 44 godine.
- Među posjetiteljima je nešto više žena u odnosu na muškarce (57% prema 42%).
- Većina posjetitelja (56%) je visokoobrazovana.
- Najveći udio posjetitelja je smješten u privatnom smještaju (36%), nakon čega slijede hotelski smještaj (30%) i kampovi (9%).

Motivacija za dolazak i izvori informacija

- Posjetitelji su većinom istaknuli *boravak i uživanje u prirodi, opuštajući odmor* kao najvažniji motiv dolaska u park.
- Glavni izvor informiranja posjetitelja je *internet* (60%), nakon čega slijede *društvene mreže* (34%) te *usmena predaja, preko prijatelja ili rodbine* (28%).
- Najzastupljenija društvena mreža kao izvor informiranja je *Facebook* (53%) te *Instagram* (47%).

Učestalost posjete parku i ostalim zaštićenim područjima

- Najveći broj posjetitelja je u prvom posjetu parku (87%).
- 40% posjetitelja posjećuje ostala zaštićena područja više puta godišnje naspram 35% posjetitelja koji su prvi put u posjeti nekom zaštićenom području.

Informacije o dolasku

- Većina posjetitelja dolazi u park *s partnerom* (40%) i *s obitelji* (35%).
- Najveći broj posjetitelja se odlučio za posjetu NP Krka kroz zadnjih tjedan dana pred dolazak (40%) te kroz zadnjih mjesec dana (33%). Odluku o posjeti na dan dolaska donijelo je 19% posjetitelja.

Upoznatost, plan posjete i razlog ne posjete lokaliteta

- Većina posjetitelja (89%) je prije dolaska u park bila upoznata s lokalitetom *Skradinski buk*, zatim slijede *Roški slap* (41%), *Visovac* (18%) te *Manastir Krka* (12%).
- Najviše posjetitelja je posjetilo ili namjerava posjetiti Skradinski buk (93%).
- Polovina posjetitelja je kao glavni razlog ne posjete više lokaliteta izdvojilo *nedostatak vremena* (50%), a po učestalosti kao razlozi ne posjete slijede *neinformiranost* (18%), *visoka cijena* (12%) i *prijevoz* (10%).

Informacije o boravku u parku

- Najveći broj posjetitelja (38%) u parku boravi između 2 i 3 sata. U prosjeku posjetitelj boravi u parku 2 sata i 30 minuta.
- Najzastupljenije aktivnosti u parku su *hiking/pješačenje* (79%) i *fotografiranje* (71%).
- Najčešća kategorija troškova je *hrana i piće* (73% posjetitelja imalo je izdatke u ovoj kategoriji), a 51% ispitanika je imao izdatke na suvenire.

Zadovoljstvo ponudom

- Posjetitelji su iskazali vrlo visok stupanj zadovoljstva ukupnim boravkom u parku.
- Najviši stupanj zadovoljstva posjetitelji su iskazali za *stručnost i ljubaznost osoblja*
 - više od 80% posjetitelja je navedenim elementima zadovoljno ili izrazito zadovoljno.
- Elementi ponude parka za koje su posjetitelji iskazali visok stupanj zadovoljstva uključuju: *signalizaciju do parka*, *zadovoljenost motiva dolaska* te za *kvalitetu i održavanost staza i šetnica*.
- Posjetitelji su nizak stupanj zadovoljstva izrazili za elemente *sanitarni čvorovi* te *visina cijene ulaznice*.
- Elementi *stručnost i ljubaznost osoblja nacionalnog parka* imaju najveću prosječnu ocjenu (4,2). Najlošije ocijenjeni element je *visina cijene ulaznice* sa prosječnom ocjenom 3,3.



Namjera ponovnog posjeta i preporuka

- 53% posjetitelja ima namjeru ponovno posjetiti park, a 35% posjetitelja je neodlučno po pitanju namjere ponovne posjete parku, dok njih 12% nema namjeru ponovno posjetiti park.
- Posjetitelji koji su iskazali namjeru ponovne posjete zadovoljniji su s ukupnim boravkom u parku kao i sa svim elementima ponude u odnosu na posjetitelje koji nisu iskazali namjeru ponovne posjete.
- Najveći broj posjetitelja ima namjeru preporučiti posjet parku (86%), 11% je neodlučno po pitanju preporuke posjete, a samo 3% ne bi preporučilo posjet parku.

Stavovi o dodatnim paket programima

- Polovina posjetitelja (51%) smatra da bi uz posebne paket programe obilaska sadržajno/vremenski obogatili svoj boravak u parku.

PROMJENE U ODNOSU NA 2019. GODINU

- Povećao se udio domaćih posjetitelja (sa 7% na 13%).
- Najčešći izvor informiranja je i dalje internet (uz povećan udio sa 42% na 60%), nakon čega slijede društvene mreže (povećan udio sa 20% na 34%) te usmena predaja, preko prijatelja ili rodbine (smanjen udio sa 39% na 28%).
- Porast posjete/namjere posjete svim lokalitetima.
- Manji je udio posjetitelja koji prvi puta posjećuju zaštićeno područje (sa 54% na 35%), dok je viši udio posjetitelja koji posjećuju zaštićena područja više puta godišnje (sa 23% na 40%).
- U 2023. godini svi elementi bilježe viši stupanj zadovoljstva. *Stručnost i ljubaznost osoblja* i dalje su dva najbolje ocjenjena elementa. Najveći porasti u stupnju zadovoljstva zabilježeni su za elemente: *broj ostalih posjetitelja u park, širina spektra dostupnih aktivnosti, rekreativni sadržaji, zadovoljenost motiva dolaska, edukativni sadržaji, kvaliteta i održavanost staza i šetnica i dostupnost lokalnih proizvoda.*



OSNOVNE KARAKTERISTIKE GRUPNIH POSJETITELJA

- Među grupnim posjetiteljima najveći je udio posjetitelja koji dolaze iz Poljske (12%), zatim s jednakim udjelom slijede domaći posjetitelj i posjetitelji iz Sjedinjenih Američkih Država (po 11%).
- Dominiraju visokoobrazovani posjetitelji, životne dobi do 34 godine, stranog porijekla te su u najvećem broju u prvom posjetu parku. Polovina grupnih posjetitelja je smještena u hotelskom smještaju.
- Najčešći izvor informiranja je *turistička agencija*, zatim slijede *internet* i *društvene mreže* pri čemu se najviše koriste društvenom mrežom *Instagram*.
- Većina posjetitelja je u prvom posjetu NP Krka, odluku o posjeti su donijeli kroz zadnjih mjesec dana, a lokalitet s kojim su posjetitelji u grupama u najvećoj mjeri upoznati je *Skradinski buk*. Grupni posjetitelji borave u parku u prosjeku 2 sata i 50 minuta.
- Najvažniji motivi posjete posjetitelja u grupama su *boravak*, *uživanje u prirodi*, *opuštajući odmor*, te *nova iskustva i doživljaji*, a najzastupljenija aktivnost posjetitelja u grupama je *hiking/pješačenje* i *fotografiranje*.
- Polovina grupnih posjetitelja smatra da bi uz posebne paket programe obilaska sadržajno/vremenski obogatili svoj boravak u parku.
- Većina grupnih posjetitelja smatra da je *osoblje parka izrazito ljubazno i stručno*.
- Posjetitelji su izrazito zadovoljni ukupnim boravkom u parku.
- Najniži stupanj zadovoljstva iskazan je za *visinu cijene ulaznice* i *sanitarne čvorove*.

OSNOVNE KARAKTERISTIKE POSJETITELJA EKO KAMPUSA „KRKA“

- Glavni izvor informiranja posjetitelja je *usmena predaja (preko prijatelja ili rodbine)*.
- Posjetitelji su izrazito zadovoljni svojim boravkom u kampusu. Najniži stupanj zadovoljstva su iskazali za *signalizaciju do kampusa* te za *dostupnost informacija o kampusu*.
- Preporuke posjetitelja: *bolja promocija*, *poticanje promocije na društvenim mrežama* te *ciljana promocija u školama i obiteljima*. Dodatno, ispitanici su iskazali potrebu za *otvaranjem ugostiteljskog objekta*, *boljom signalizacijom do parka*, *prometnom povezanosti s ostalim lokalitetima* i *općenito boljom informiranosti*.