

Naziv istraživanja: TOMAS tranzit 2005. - Stavovi i potrošnja turista u cestovnim vozilima na putovanju do primorskih odredišta u Hrvatskoj

.

JcX]H^`G]b]yU<cfU_

.

Naručitelj:

Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka RH

Izvođač: Institut za turizam

Cilj istraživanja:

Dobiti osnovne kvalitativne i kvantitativne informacije o turističkoj potražnji i potrošnji tijekom putovanja turista po hrvatskim cestama do primorskih odredišta.

Prostorni obuhvat:

Sedam primorskih županija (Istarska, Primorsko-goranska, Ličko-senjska, Zadarska, Šibensko-kninska, Splitsko-dalmatinska, Dubrovačko-neretvanska)

Vremenski obuhvat:

srpanj-rujan 2005.

Metodologija istraživanja:

Sadržaj istraživanja definiran je na temelju pregleda inozemnih iskustava, istraživanja provedenog u Hrvatskoj 1989. godine i osnovne metodologije TOMAS istraživanja. Metoda prikupljanja podataka je pretežno osobni intervju s gostima koji su bili na početku svog odmora u primorskim destinacijama u Hrvatskoj, a u manjoj mjeri samopopunjavanje upitnika, te telefonski intervju sa pružateljima usluga autobusnog prijevoza. Uzorkom je obuhvaćeno 2.987 ispitanika anketiranih u 61 mjestu i 15 tvrtki u Hrvatskoj i inozemstvu koje pružaju usluge prijevoza autobusima. Populacija su bili turisti s ostvarenim barem jednim noćenjem u komercijalnom smještajnom kapacitetu koji su tijekom srpnja, kolovoza i rujna 2005. godine stigli u neko od odredišta cestovnim prijevoznim sredstvom.

SAŽETAK

TOMAS TRANZIT 2005	<ul style="list-style-type: none"> Istraživanje stavova i potrošnje turista u cestovnim vozilima na putovanju do primorskih odredišta u Hrvatskoj u 2005. godini. Provodi se prvi puta, a naručitelj je Ministarstvo mora, turizma, prometa i razvitka Republike Hrvatske.
Tranzitni turizam	<ul style="list-style-type: none"> Skup odnosa i pojava koje proizlaze iz potreba putnika tijekom putovanja preko područja koje za njih ne predstavlja ni ishodište ni odredište putovanja.
METODOLOGIJA	
Cilj istraživanja	<ul style="list-style-type: none"> Dobiti osnovne kvalitativne i kvantitativne informacije o turističkoj potražnji i potrošnji tijekom putovanja turista po hrvatskim cestama do primorskih odredišta.
Prostorni i vremenski obuhvat	<ul style="list-style-type: none"> Sedam primorskih županija (Istarska, Primorsko-goranska, Ličko-senjska, Zadarska, Šibensko-kninska, Splitsko-dalmatinska, Dubrovačko-neretvanska). Srpanj - rujna 2005. godine.
Metoda prikupljanja	<ul style="list-style-type: none"> Pretežito osobni intervju s gostima koji su bili na početku svog odmora u primorskim destinacijama u Hrvatskoj, u manjem obimu samopopunjavanje upitnika. Telefonski intervju s pružiocima usluga autobusnog prijevoza (autobuserima i turističkim agencijama).
Sadržaj istraživanja	<ul style="list-style-type: none"> Definiran je na temelju pregleda inozemnih iskustava, istraživanja provedenog u Hrvatskoj 1989. godine te osnovne metodologije TOMAS istraživanja.
Instrument istraživanja	<ul style="list-style-type: none"> Upitnik, tiskan na hrvatskom i 9 stranih jezika. Sastavni dio upitnika bila je i karta Hrvatske na kojoj su bile označene sve autoceste, poluautoceste te najznačajnije alternativne državne, županijske i lokalne ceste, kao i granični prijelazi i trajektne linije. Ispitanici su na karti označavali ceste kojima su doputovali do svojih odredišta na obali ili na otocima.
Populacija	<ul style="list-style-type: none"> Turisti s ostvarenim barem jednim noćenjem u komercijalnom smještaju, koji su tijekom srpnja, kolovoza i rujna 2005. godine stigli u neko od odredišta u sedam primorskih županija cestovnim prijevoznim sredstvom, osobnim vozilom (automobilom, automobilom s kamp-kućicom, autodomom i motociklom) ili autobusom.
Uzorak - veličina	<ul style="list-style-type: none"> 2.987 ispitanika anketiranih u 61-om mjestu. 15 tvrtki u Hrvatskoj i inozemstvu koje pružaju usluge prijevoza autobusima, od čega dvije putničke agencije i 13 autobusera.
Uzorak - dizajn	<ul style="list-style-type: none"> Stratificirani slučajni uzorak. Stratifikacija prema županijama, vrsti smještajnih kapaciteta i zemlji porijekla turista. Okvir za izbor uzorka – turistički promet u 2004. godini. Osigurana reprezentativnost uzorka na razini županija s obzirom na vrstu smještajnog objekta i zemlju porijekla turista.
Ponderiranje	<ul style="list-style-type: none"> Rezultati za ispitanike koji su do svojih odredišta doputovali osobnim cestovnim vozilima ponderirani su ostvarenim turističkim prometom (brojem turističkih dolazaka osobnim cestovnim vozilima) primorskih županija u razdoblju srpanj-rujan 2005., na razini županije, smještajnog objekta i zemlje porijekla.
Prikaz rezultata istraživanja	<ul style="list-style-type: none"> Rezultati istraživanja prikazani su posebno za turiste koji su doputovali osobnim cestovnim vozilima (2.757 ispitanika) i za one koji su doputovali autobusima (230 ispitanika). Rezultati istraživanja za turiste koji su doputovali osobnim cestovnim vozilima prikazani su ukupno, prema županiji odredišta i zemlji porijekla turista.

REZULTATI	
TURISTI U OSOBNIM CESTOVNIM VOZILIMA NA PUTU DO PRIMORSKIH ODREDIŠTA	
Prijevozno sredstvo, duljina i trajanje putovanja u Hrvatskoj do primorskih odredišta	<ul style="list-style-type: none"> • Među osobnim cestovnim prijevoznicima prevladava automobil (91%), zatim autodom (5%) te motocikl (4%). • Prosječna duljina puta u Hrvatskoj do primorskih odredišta iznosila je oko 237 km; za domaće goste oko 301 km, a za inozemne goste oko 231 km u prosjeku. • Prosječno trajanje puta u Hrvatskoj, uključujući sva zaustavljanja i čekanja, kao i vrijeme provedeno na trajektu, iznosilo je oko 4,5 sata; za domaće goste 5,1 sat, a za inozemne 4,5 sati u prosjeku. • Za inozemne goste put do primorskih odredišta u Hrvatskoj predstavljao je oko 31% ukupno prijednog puta u kilometrima te oko 33% ukupnog vremena provedenog na putu.
Odabir cestovnih prometnica u Hrvatskoj	<ul style="list-style-type: none"> • Oko 83% turista koristilo je na putu do odredišta u Hrvatskoj hrvatske autoceste i poluautoceste. Prosječna duljina puta po autocestama i poluautocestama iznosila je 155 km, a po ostalim cestama 82 km.
Zaustavljanja u Hrvatskoj na putu do primorskih odredišta	<ul style="list-style-type: none"> • Na putu do primorskih odredišta, u Hrvatskoj se zaustavilo nešto više od dvije trećine turista (69%). • Turisti su se u prosjeku zaustavljali 1,3 puta (0,7 zaustavljanja u prosjeku na autocestama i poluautocestama i 0,6 zaustavljanja u prosjeku na državnim i ostalim cestama). Oni koji su se zaustavljali u Hrvatskoj, zaustavili su se u prosjeku 1,9 puta. • Turisti koji se na putu do odredišta nisu zaustavili u Hrvatskoj (31%) prešli su u prosjeku 105,5 km. Glavni razlog nezaustavljanja bio je nedostatak potrebe te, kao sekundarni razlog, nepostojanje atraktivnih sadržaja koji bi putnike motivirali na zaustavljanje. • Od ukupnog broja zaustavljanja, 54% je bilo na autocestama i poluautocestama, a 46% na državnim i ostalim cestama. • Glavni razlozi zaustavljanja turista u Hrvatskoj na putu do odredišta bili su toalet (30%) i uzimanje goriva (27%) te, nešto manje zastupljen, odmor od vožnje (15%). Posjet usputnoj turističkoj atrakciji bio je razlogom svega nešto manje od 5% svih zaustavljanja. • Turisti su na svim zaustavljanjima u Hrvatskoj ukupno proveli, u prosjeku, 67 minuta. Prosječno zaustavljanje trajalo je 35 minuta. Zaustavljanja na državnim i ostalim cestama u prosjeku su bila nešto duža u odnosu na zaustavljanja na autocestama i poluautocestama (41 minuta u odnosu na 31 minutu). • Glavni razlog neplaniranja posjete usputnoj turističkoj atrakciji na putu do odredišta u Hrvatskoj bila je želja da se što prije stigne do odredišta koju je navelo oko 70% turista te činjenica da je sve zanimljivo na putu već viđeno (19%), (kao posljedica velikog broja gostiju (72%) koji su Hrvatsku posjetili već tri i više puta). • Primarni izvor informacija o usputnim turističkim atrakcijama u mjestu stalnog boravka su bile preporuke rodbine i prijatelja, Internet te brošure i vlastito iskustvo. U Hrvatskoj, glavni izvor informacija bili su lokalni stanovnici i jumbo plakati ili drugi promotivni plakati uz cestovne prometnice te, nešto manje zastupljena, smeđa turistička signalizacija, brošure dobivene na graničnim prijelazima ili u objektima uz prometnice i turistički informacijski punktovi.

Čekanja na prelazak hrvatske granice, naplatu cestarine i ukrcaj na trajekt	<ul style="list-style-type: none"> Inozemni turisti su na prelazak hrvatske granice čekali u prosjeku nešto više od pola sata. Većina inozemnih turista (87%) ocijenila je vrijeme čekanja prihvatljivim za razdoblje visoke turističke sezone, dok je 11% gostiju, koji su u prosjeku na prelazak granice čekali oko 1,2 sata, duljinu čekanja ocijenilo neprihvatljivom. Prosječno vrijeme čekanja na naplatu cestarine na autocestama i poluautocestama u Hrvatskoj, za one koji su koristili navedene cestovne prometnice, iznosilo je manje od 15 minuta, što je za oko 90% turista bilo prihvatljivo vrijeme čekanja s obzirom na turističku sezonu. Oni koji su smatrali da vrijeme čekanja nije prihvatljivo, u prosjeku su čekali na naplatu cestarine oko 45 minuta. Prosječno vrijeme čekanja na trajekt bilo je oko 36 minuta i 88,5% gostiju ocijenilo ga je prihvatljivim s obzirom na turističku sezonu. Oni koji su vrijeme čekanja na ukrcaj smatrali predugim čekali su u prosjeku oko jedan i pol sat. 43% gostiju ocijenilo je opremljenost luka sadržajima koji olakšavaju čekanje neodgovorajućom.
Zadovoljstvo ponudom uz cestovne prometnice	<ul style="list-style-type: none"> Od petnaest elemenata turističke ponude uz autoceste i poluautoceste u Hrvatskoj, niti jednim elementom gosti nisu bili izrazito zadovoljni. Elementi kojima su gosti bili najzadovoljniji, a koji su dobili „srednji“ stupanj zadovoljstva su: ljubaznost osoblja u pratećim uslužnim objektima uz autoceste i poluautoceste, dostatnost benzinskih postaja, kvaliteta ponude ugostiteljskih objekata i uredenost benzinskih postaja. Elementi turističke ponude uz autoceste i poluautoceste kojima gosti nisu bili zadovoljni odnose se na signalizaciju, prometnu i turističku, mogućnost dobivanja informacija o usputnim turističkim atrakcijama te dostatnost ugostiteljskih objekata, trgovina i odmorišta kao i uredenost i opremljenost odmorišta i trgovina. Elementi turističke ponude uz autoceste i poluautoceste kojima su gosti bili izrazito nezadovoljni odnose se na sanitarne čvorove, njihovu dostatnost i čistoću. Gotovo svi elementi ponude uz ostale cestovne prometnice u Hrvatskoj ocijenjeni su lošije u usporedbi s autocestama i poluautocestama.
Konkurentnost ponude uz hrvatske autoceste	<ul style="list-style-type: none"> Kao konkurentna prednost ponude na hrvatskim autocestama izdvojena je ljubaznost osoblja u pratećim uslužnim objektima uz autoceste. Izrazito boljom u Hrvatskoj, ljubaznost osoblja je ocijenjena u usporedbi s Grčkom, Mađarskom i Slovenijom. Ostali elementi ponude uz autoceste, od opremljenosti autocesta pratećim uslužnim objektima i kvalitete ponude u tim objektima, mogućnosti dobivanja informacija o usputnim turističkim atrakcijama pa do prometne i turističke signalizacije, ocijenjeni su lošijima u usporedbi s Francuskom, Njemačkom, Austrijom i Italijom, a boljima u usporedbi sa Španjolskom, Grčkom, Mađarskom i Slovenijom. Francuska i Njemačka posebno su se izdvojile kao zemlje sa značajno boljom opremljenosti autocesta pratećim uslužnim objektima i boljom kvalitetom ponude u tim objektima te boljom prometnom signalizacijom na autocestama.
Stavovi o putovanju	<ul style="list-style-type: none"> Poboljšana prometna dostupnost, kao posljedica izgradnje novih dionica autocesta i poluautocesta imala je presudnu ulogu pri odabiru destinacije za 13% gostiju, pri čemu je taj utjecaj izraženiji u dalmatinskim županijama i kreće se od 19% za destinacije u Dubrovačko-neretvanskoj županiji do 24% za destinacije u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Najveći broj gostiju na putovanju uvijek kad može odabire autocestu, ukoliko na određenom pravcu postoji, jer žele što prije stići do odredišta (64%). Autocesta se odabire i zbog sigurnosti putovanja (55%) te, u nešto manjoj mjeri, zbog očekivane više razine usluge u pratećim uslužnim objektima uz autoceste (41%).
Potrošnja turista	<ul style="list-style-type: none"> Prosječna potrošnja turista tijekom putovanja po Hrvatskoj do primorskog odredišta iznosila je u 2005. godini oko 20 eura po osobi. Na troškove goriva odnosi se u prosjeku oko 8 eura ili gotovo 40%, slijede troškovi cestarina u iznosu od 4,5 eura u prosjeku po osobi (22%) te trošak trajektnog prijevoza od oko 2 eura u prosjeku po osobi (11%). Oko 15% troškova tijekom putovanja ili 3 eura po osobi, odnosi se na hranu i piće u ugostiteljskim objektima, oko 9% ukupnih troškova ili nešto manje od 2 eura odnosi se na troškove kupnje u trgovinama uz prometnice i troškove kupnje suvenira, a preostali dio, od oko pola eura po osobi u prosjeku, na troškove eventualnog usputnog noćenja te na ostale troškove.

TURISTI U AUTOBUSIMA NA PUTU DO PRIMORSKIH ODREDIŠTA	
Duljina i trajanje putovanja u Hrvatskoj do primorskih odredišta	<ul style="list-style-type: none"> Putnici u autobusima, domaći i nozemni, u Hrvatskoj prosječno prevaljuju oko 393 km do odredišta, a samo inozemni putnici oko 409 km. Za taj je put svim putnicima u autobusima potrebno prosječno oko 7 sati, a samo inozemnim putnicima prosječno i nešto duže (7,3 sata). Inozemnim putnicima put u Hrvatskoj predstavljao je oko 36% ukupnog vremena putovanja od izvora putovanja u inozemstvu, odnosno oko 31% ukupno prijeđenog puta.
Vrsta korištenih cesta u Hrvatskoj	<ul style="list-style-type: none"> Oko 90% putnika u autobusima putovalo je, na putu do primorskih odredišta, barem dijelom autocestama i poluautocestama u Hrvatskoj te se oko 72% ukupno prevaljenog puta u Hrvatskoj ostvarilo na autocestama i poluautocestama, a ostatak na ostalim cestama.
Zaustavljanja u Hrvatskoj na putu do primorskih odredišta	<ul style="list-style-type: none"> Na putu do odredišta, u Hrvatskoj se zaustavilo 81% autobusa. Prosječan broj zaustavljanja autobusa u Hrvatskoj na putu do odredišta je iznosio 1,6 od čega na autocestama i poluautocestama 1,2 a na ostalim cestama 0,4. Za one koji su se zaustavili u Hrvatskoj, prosječan broj zaustavljanja iznosio je 1,9. Putnici u autobusima su na zaustavljanjima ukupno proveli u prosjeku oko jedan sat. Prosječno trajanje jednog zaustavljanja je iznosilo oko 30 minuta. Za vrijeme zaustavljanja putnici su najčešće koristili toalet (oko 88%), a potom su stajanje iskoristili za odmor od vožnje (oko 57%). Oko 39% ispitanika je za vrijeme stajanja popilo piće u ugostiteljskom objektu, 34% je iskoristilo stajanje za konzumiranje jela u ugostiteljskom objektu, a 27% je nešto kupilo u trgovini. Svega oko 11% ispitanika je posjetilo usputnu turističku atrakciju. Najčešće je to bila Dioklecijanova palača u Splitu (oko 56%), zatim NP Plitvička jezera (oko 41%), katedrala sv. Jakova u Šibeniku, ali i Zagreb (oko 15%) te nekoliko drugih atrakcija. Glavni izvor informacija za takve posjete bile su preporuke turističke agencije (oko 74%).
Zadovoljstvo ponudom uz cestovne prometnice	<ul style="list-style-type: none"> Ispitanici ni jednom elementu prateće uslužne ponude uz ceste u Hrvatskoj nisu dali visoku ni višu ocjenu zadovoljstva i to kako na autocestama i poluautocestama tako ni na ostalim cestama. Srednje su bili zadovoljni jedino dostatnošću i kvalitetom ugostiteljskih objekata na ostalim cestama. Na autocestama i poluautocestama najslabijim je ocjenama ocijenjena čistoća sanitarnih čvorova, a na ostalim cestama ta je ocjena još niža.
Potrošnja turista	<ul style="list-style-type: none"> Nešto manje od tri četvrtine (72%) gostiju koji su do svojih primorskih odredišta putovali autobusom, ostvarilo je određenu potrošnju tijekom putovanja. Prosječna potrošnja po osobi svih ispitanika u autobusima iznosila je oko 11 eura. Oko 29% te potrošnje odnosi se na izdatke za hranu u ugostiteljskim objektima (3 eura u prosjeku), 21% (2,3 eura u prosjeku) na izdatke za piće u ugostiteljskim objektima, a slijede izdaci od 3 eura u prosjeku za kupnju (28%) i ostali izdaci u iznosu od 2,4 eura u prosjeku ili 22% (ulaznice za usputne turističke atrakcije i ostalo).