

TOMAS HRVATSKA 2022./2023. STAVOVI I POTROŠNJA TURISTA U HRVATSKOJ

Obilježja turističke potražnje u Gradu Malom Lošinj

GLAVNI NALAZI



Demografski profil turista

- 43 godine u prosjeku; 69% gostiju je u dobi od 30 do 49 godina; 24% starijih od 50 godina; 7% mlađih od 30 godina; najveći udio gostiju do 30 godina je u obiteljskom smještaju (12%); nešto stariji gosti u prosjeku su oni u kampovima (44 godine); mlađi gosti su oni koji su boravili od lipnja do rujna 2022. godine (42 godine u prosjeku) u odnosu na one koji su boravili od listopada 2022. do lipnja 2023. godine (45 godina u prosjeku).
- 49% gostiju ima fakultetsko obrazovanje; najveći udio fakultetski obrazovanih gostiju je u hotelima (67%).
- 18% gostiju ima mjesečna primanja kućanstva veća od 4.000€; iznadprosječnim udjelom ističu se gosti u hotelima - 27% gostiju hotela ima mjesečna primanja kućanstava veća od 4.000€ (u hotelima s 5* taj udio iznosi 49%); prema zemlji porijekla, najveći udio gostiju s mjesečnim primanjima kućanstva većim od 4.000€ ističu se gosti iz Njemačke (26%).
- 63% gostiju dolazi s članovima obitelji, 29% samo s partnerom; iznadprosječan udio dolazaka bez pratnje zabilježen je kod domaćih gostiju (16%); dolazak s prijateljima/poznanicima češći je u razdoblju izvan glavne ljetne sezone (13% prema 4% u ljetnoj sezoni), slično vrijedi i za dolazak bez pratnje (5% prema 1% u sezoni) te, u manjoj mjeri, za dolazak samo s partnerom (33% prema 28% u sezoni).

Motivacija

- Za 94% gostiju odmor je glavni razlog putovanja (97% za goste u sezoni 2022. i 86% za goste u ostalom razdoblju); 9% gostiju koji su odsjeli u obiteljskom smještaju navode zdravstveni razlog kao glavni razlog putovanja; zdravstveni razlog putovanja znatno je zastupljeniji izvan glavne ljetne sezone (9% prema 2% u sezoni).
- 90% gostiju kao jedan od motiva dolaska u destinaciju navodi 'more', a 83% prirodu; zastupljenost oba motiva veća je u odnosu na prosjek županije koji iznosi, redom, 86% i 72%.
- Ispodprosječno su, u odnosu na županiju, zastupljeni motivi kulture i umjetnosti (3% prema 6% na razini županije), zabave i festivala (2% prema 5% na razini županije), manifestacija (3% prema 8% na razini županije), gastronomije (8% prema 16% na razini županije); gastronomija je ispodprosječno (u odnosu na prosjek Malog Lošinja) istaknuta kao jedan od motiva dolaska hotelskih gostiju; iznadprosječno u odnosu na županiju su istaknuti motivi sporta i rekreacije (10%), uključujući i cikloturizam (3%).

Lojalnost

- 9% inozemnih gostiju Malog Lošinja su prvi put u Hrvatskoj; najmanji udio 'novih' gostiju je u kampovima (5%), a najveći u hotelima (17%); udio inozemnih gostiju u prvom posjetu je ispod prosjeka županije koji iznosi 13%.
- 66% inozemnih gostiju Malog Lošinja je već bilo u Hrvatskoj barem tri puta; 20% već barem sedam puta.
- 40% gostiju je u prvom posjetu gradu; u hotelima je 56% gostiju koji prvi put dolaze u Mali Lošinj.
- Od onih koji su već bili u gradu, većina (76%) je bila barem jednom u zadnjih pet godina.

Izvori informacija

- Najvažniji izvori informacija gostima Malog Lošinja su internet (52%), preporuke rodbine i prijatelja (27%) te prijašnji boravak (16%); informacije su putem interneta iznadprosječno koristili gosti hotela (70%); domaći gosti i gosti iz Slovenije su se manje od prosjeka oslanjali na informacije prikupljene putem interneta.
- Na internetu su se najviše posjećivale stranice online turističkih agencija (23%), mrežne stranice hrvatskih turističkih zajednica (13%) te društvene mreže (11%) i blogovi, forumi i portali o putovanjima (11%); stranice online turističkih agencija i mrežne stranice hrvatskih turističkih zajednica koristili su češće, a društvene mreže rjeđe gosti koji su boravili izvan ljetne sezone 2022.
- Za vrijeme putovanja i boravka u gradu informacije su se najčešće tražile na Web tražilicama (Google i sl., 42%), aplikacijama za navigaciju (Google Maps i sl., 32%) i društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Twitter..., 21%); preporuke lokalnih stanovnika tražilo je 23% turista, češće izvan ljetne sezone (32% prema 20% u sezoni 2022.).

Obilježja putovanja

- Gotovo svi gosti su unaprijed rezervirali smještaj u gradu; najčešće se smještaj rezervira 1 do 3 mjeseca unaprijed (39%), a zatim 3 do 6 mjeseci unaprijed (36%); 14% gostiju rezerviralo je smještaj više od 6 mjeseci prije dolaska; 'last minute' rezervaciju (unutar tjedan dana prije dolaska) koristilo je tek 3% gostiju, češće oni koji su boravili izvan ljetne sezone (7% prema 1% u sezoni).
- 53% gostiju rezerviralo je smještaj posredstvom turističke agencije (46% online i 7% osobnim kontaktom), 46% izravno sa smještajnim objektom (29% osobnim kontaktom, 17% online); izravno se najčešće rezervira smještaj u kampovima (38% osobnim kontaktom i 22% online).
- 73% gostiju koristi uslugu noćenja bez usluge hrane (svi gosti u kampovima i samo 7% hotelskih gostiju), noćenje s doručkom koristi 16% gostiju (59% hotelskih gostiju), 6% gostiju koristi uslugu polupansiona i 4% uslugu punog pansiona; razina korištenja usluge noćenja bez uključene hrane iznad je županijskog prosjeka koji iznosi 61%.
- Gosti najčešće dolaze osobnim automobilom (68%), kamperom (17%) i automobilom s kamp-kućicom (12%); 94% hotelskih gostiju i 91% gostiju u obiteljskom smještaju dolazi osobnim automobilom, dok u kampovima 41% gostiju dolazi automobilom, 36% kamperom i 23% automobilom s kampkućicom. Zrakoplovom dolazi tek 1% gostiju.

Boravak u Malom Lošinj

- Gosti koji dolaze u Mali Lošinj u prosjeku ostvare 9,6 noćenje u Hrvatskoj, od čega 8,5 noćenja u Malom Lošinj.
- Najviše noćenja u Malom Lošinj u prosjeku ostvaruju gosti smješteni u kampovima – 10,0 noćenja, a najmanje gosti smješteni u hotelima – 6,5 noćenja.
- Tijekom boravka u Hrvatskoj 79% gostiju boravi u samo jednom komercijalnom smještajnom objektu.
- Najvažnije aktivnosti gostiju (kojima se bavi više od 20% gostiju) su plivanje i kupanje (70%), tenis (35%), jogging (29%), odlazak u restorane (27%) i vožnja biciklom (26%); gosti Malog Lošinja iznadprosječno su se, u odnosu na prosjek županije, bavili većinom sportskih aktivnosti (tenis, jogging, vožnja biciklom, pješčenje, mountain biking, planinarenje, golf, dvoranski sportovi).
- U restorane odlazi 27% gostiju, značajno manje od prosjeka županije koji iznosi 39%; manje od prosjeka županije gosti Malog Lošinja razgledavaju gradove, obilaze tematske ceste, odlaze u klubove, na ples ili u noćni život.
- 60% gostiju odlazi na samostalno organizirane izlete, a 16% na izlete organizirane posredstvom turističke agencije, značajno više od prosjeka županije koji iznosi, redom, 45% i 11%; organizirani izleti znatno su češći u sezoni (20% prema 4% izvan ljetne sezone 2022.).
- Tijekom boravka u Malom Lošinj turisti za kretanje po destinaciji najčešće koriste svoj osobni automobil (89%); tek 1% gostiju ne koristi niti jedno prijevozno sredstvo već se kreće isključivo pješice; gosti u kampovima koriste iznadprosječno svoj vlastiti bicikl (47%), a oni u obiteljskom smještaju unajmljeni bicikl (46%); 19% gostiju unajmljuje brod tijekom boravka u Malom Lošinj.

Zadovoljstvo ponudom

- Gosti Malog Lošinja iskazali su vrlo visok stupanj zadovoljstva za ukupni boravak i još 14 elemenata ponude – više od 80% gostiju je ukupni boravak i 14 elemenata ponude ocijenilo najvišim ocjenama (ocjenama 6 i 7 na skali od 1 – jako loše do 7 – odlično); prosječna ocjena ukupnog boravka na istoj skali je 6,2, na razini županijskog prosjeka; elementi za koje je iskazan vrlo visok stupanj zadovoljstva su, redom: ljepota mjesta, atmosfera/ugodaj, osobna sigurnost, ljepota prirode i krajolika, uređenost mjesta, čistoća plaža, ekološka očuvanost prostora, prilagođenost destinacije djeci, pješačke staze, mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji, opremljenost/uređenost plaža, informacije u destinaciji, smještajni objekt i gostoljubivost lokalnog stanovništva.
- Visok stupanj zadovoljstva je, također, iskazan za 14 elemenata ponude destinacije, od biciklističkih ruta i staza, sportskih sadržaja, ponude organiziranih izleta do lokalnog javnog prijevoza, mogućnosti za kupnju i ponude kulture i umjetnosti.
- Nešto niži stupanj zadovoljstva (iako na granici s visokim) je iskazan samo za ponudu događanja i manifestacija.

Zadovoljstvo ponudom

- Gosti Malog Lošinja nešto su zadovoljniji gosti u odnosu na prosjek županije, iako su neke elemente, primjerice gastronomsku ponudu, ponudu događanja, manifestacija i zabave ocijenili nešto lošijim u odnosu na prosjek županije; među gostima Malog Lošinja najzadovoljniji su hotelski gosti; prema sezoni, zadovoljniji su gosti koji borave izvan glavne ljetne sezone.
- Između 1% i 4% gostiju žalilo se na neke smetnje tijekom boravka - 4% na buku koja remeti komfor smještaja (iznadprosječno gosti kampova – 7%), 3% na gužvu na kupališnom prostoru, 2% na gužvu na ulicama, trgovima, šetnicama; na neprimjereno odloženo smeće, nemogućnost razdvajanja otpada i neugodne mirise iz kontejnera ili kanti za smeće požalilo se značajno manje gostiju u odnosu na županijski prosjek.
- Gotovo svi gosti će preporučiti Mali Lošinj drugima (97%); udio onih koji će gotovo sigurno dati preporuku je 18%, 11% u hotelima, 16% u kampovima i 24% u obiteljskom smještaju; 80% će vjerojatno dati preporuku.

Prosječni dnevni izdaci u Malom Lošinj

- Prosječna dnevna potrošnja gosta u Malom Lošinj iznosi 100 eura (105 eura u sezoni 2022. i 84 eura u ostalom razdoblju).
- 61% izdataka odnosi se na uslugu smještaja, 15% na uslugu hrane i pića u ugostiteljskim objektima, 13% na uslugu trgovine i 11% na sve ostale destinacijske usluge.
- S obzirom na vrstu smještaja, prosječna dnevna potrošnja gostiju u hotelima iznosi 169 eura, u kampovima 74 eura i u obiteljskom smještaju (kućanstvima) 95 eura.

Utjecaj pandemije COVID-19 na navike putovanja na odmor

- 11% gostiju je izjavilo da je pandemija Covid-19 imala barem donekle utjecaj na njihove navike putovanja na odmor općenito, ali nije utjecala na njihovo putovanje u Hrvatsku.
- Najčešće promjene navika putovanja su: veća pažnja se pri rezervaciji putovanja poklanja mogućnostima otkazivanja rezervacije/povratu sredstava, izbjegavaju se mjesta s puno ljudi i sredstva masovnog prijevoza, češći je boravak u prirodi i na otvorenom, češće se ugovara polica putnog i/ili zdravstvenog osiguranja.