

PRIRUČNIK ZA MJERENJE I PRAĆENJE ODRŽIVOSTI TURIZMA ZA DESTINACIJE

institutzaturizam 
institute for tourism



Ministarstvo turizma
REPUBLIKE HRVATSKE

CROSTO

Izdavač: Institut za turizam
Vrhovec 5
10000 Zagreb, Hrvatska
Tel:+385/1/3909-666
Fax: +385/1/3909-673
www.itzg.hr
info@itzg.hr

Uz potporu:
Ministarstvo turizma Republike Hrvatske

Autori:

Dr. sc. Izidora Marković Vukadin
Zrinka Marušić, mag. math., univ.spec.oec

Mr. sc. Neda Telišman Košuta

Dr. sc. Josip Mikulić

Dr. sc. Damir Krešić

Grafička priprema: Projecto grupa j.d.o.o.

Lektura: Pavuna d.o.o.

Autori fotografija: Ivo Biočina, Izidora Marković Vukadin, Jakša Kuzmičić

ISBN: 978-953-6145-42-3

Zagreb , 2019.



Sadržaj

1. UVOD	4
2. VAŽNOST I KORISTI MJERENJA I PRAĆENJA ODRŽIVOSTI TURIZMA	7
3. PREGLED MEĐUNARODNIH LISTA POKAZATELJA ODRŽIVOSTI TURIZMA	10
4. KORACI U USPOSTAVI PROCESA MJERENJA NA RAZINI DESTINACIJE	12
5. BAZNI POKAZATELJA ODRŽIVOSTI DESTINACIJE.....	18
5.1. Socijalni pokazatelji	20
5.2. Ekonomski pokazatelji	24
5.3. Okolišni pokazatelji	28
5.4. Prostorni pokazatelji	33
6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNika (ANKETA STANOVNika)	35
6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)	48
6.3. ANKETA GOSPODARSKIH SUBJEKATA	60
7. METODOLOGIJA DEFINIRANJA SPECIFIČNIH POKAZATELJA ZA DESTINACIJU	67



1. UVOD

1. UVOD

Misija Hrvatskog opservatorija održivog turizma je praćenje održivog razvoja turizma. Međutim, kao još važniji element misije nameće se poticanje jedinica lokalne samouprave i turističkih zajednica na primjenu ETIS pokazatelja, odnosno praćenje održivog razvoja turizma na lokalnoj/destinacijskoj razini. Temeljem utvrđenog definirano je 15 baznih pokazatelja na kojima se temeljiti praćenje održivosti razvoja turizma u okviru CROSTO opservatorija. Uz 15 baznih pokazatelja, svaka destinacija može mjeriti i dodatne pokazatelje, ovisno o potrebi i specifičnosti turističkog proizvoda destinacije.

Uslijed ranije objašnjene potrebe širenja mreže destinacija koje sustavno prate pokazatelje održivosti na regionalnoj i lokalnoj razini, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske u suradnji s Institutom za turizam izradilo je ovaj priručnik s nadom i željom pojednostavljenja postupka mjerjenja, a time i povećanja broja destinacija koje su odlučuju informirano upravljati, temeljem spoznaju baziranih na pokazateljima.

S obzirom na trend informiranog upravljanja i polazeći od aktualnog razvojnog trenutka hrvatskog turizma kao i činjenice da se sustavno mjerjenje pokazatelja održivosti turizma u Republici Hrvatskoj nalazi u početnoj fazi razvoja, jedan od ciljeva ovog dokumenta je povećanje ukupnog broja destinacija uključenih u proces mjerjenja. Navedeno će osigurati vremensku i prostornu usporedivost stanja održivosti, unaprjeđenje metodologije mjerjenja i bazu podataka koja ima funkciju u informiranom upravljanju, ali i utvrđivanju nosivog kapaciteta destinacije.

1. UVOD

Sukladno tome, ovim Priručnikom će se posebno obuhvatiti definiranje smjernica za:

- **određivanje zajedničke metodologije prikupljanja primarnih podataka,**
- **unificiranje sustava prikupljanja sekundarnih podataka i izračuna pokazatelja i**
- **kreiranje jasnog procesa uspostave lokalnog opservatorija po koracima.**

S obzirom na to da je svrha ovog Priručnika olakšati i približiti proces mjerjenja održivosti turizma svim zainteresiranim dionicima razvoja turizma na lokalnoj razini, a prvenstveno turističkim zajednicama i jedinicama lokalne samouprave, Priručnik sadrži pregled odabralih CROSTO pokazatelja. Za svaki od pokazatelja elaborirani su sljedeći elementi:

- **obrazloženje – kratki uvod u pokazatelj,**
- **opis – jednostavno obrazloženje,**
- **pristup - vrsta pokazatelja i kompleksnost, način prikupljanja podataka,**
- **potrebni podaci – elementi potrebni za izračun,**
- **izvori podataka – institucije/organizacije/ baze koje imaju potrebne podatke za izračun pokazatelja,**
- **izračun – formula za izračun (ako je primjenjivo),**
- **alternativni izračun (ukoliko postoji) – način prikupljanja podataka i/ili izračuna u skladu sa specifičnim odlikama destinacije i**
- **ograničenja (ukoliko su prepoznata).**



2. VAŽNOST I KORISTI MJERENJA I PRAĆENJA ODRŽIVOSTI TURIZMA

2. VAŽNOST I KORISTI MJERENJA I PRAĆENJA ODRŽIVOSTI TURIZMA

- Unapređenje metodologije praćenja razvoja turizma – upotpunjavanje postojećeg sustava statističkih pokazatelja o turizmu, kojim se uglavnom mjeri volumen turističke aktivnosti i obilježja potražnje u destinaciji, dodatnim setom pokazatelja koji mjeri utjecaje turizma na gospodarske, društvene, okolišne i prostorne aspekte destinacije bitno se unapređuje obuhvat pokazatelja. To nadalje omogućava provođenje dodatne analitike i uspostavu novih benchmark-a u cjelini rezultirajući potpunijom i kvalitetnijom metodologijom praćenja razvoja turizma.
- Bolje razumijevanje utjecaja turizma – potpunija baza podataka o turizmu, uključujući i pokazatelje održivosti te unapređenje metodologije praćenja turizma omogućavaju sagledavanje šire slike i objektivnije razumijevanje utjecaja turizma na destinaciju.
- Unapređenje sposobnosti upravljanja razvojem turizmom – upotpunjavanje do sada uobičajeno raspoloživih podataka o volumenu turizma pokazateljima održivosti omogućava destinacijama donošenje informiranijih odluka o željenom smjeru, viziji i ciljevima turističkog razvoja, o turističkim politikama i mjerama, o prioritetnim razvojnim projektima te osigurava efikasnije upravljanje rizikom.

2. VAŽNOST I KORISTI MJERENJA I PRAĆENJA ODRŽIVOSTI TURIZMA

- Veća uključenost lokalne zajednice u razvoj turizma - pokazatelji održivosti turizma prikupljaju se iz različitih izvora informacija u destinaciji uključujući lokalno stanovništvo kao i ustanove i tvrtke izvan domene ugostiteljstva što već, samo po sebi, dodatno senzibilizira širok krug dionika na pitanja razvoja turizma. Time se produbljuje razumijevanje kompleksnosti upravljanja turizmom te potiče viša razina involviranosti i suradnje u destinaciji.
- Unapređenje imidža i ugleda destinacije - mjerjenje i praćenje održivosti turizma komunicira lokalnom stanovništvu, posjetiteljima i potencijalnim investitorima odgovoran, kritičan i pro-aktivitan stav destinacije u odnosu na razvoj turizma što, na današnjem, sve izrazitije društveno i okolišno senzibiliziranom tržištu, pridonosi stvaranju pozitivne percepcije i višem ugledu destinacije.



3. PREGLED MEDUNARODNIH LISTA
POKAZATELJA ODRŽIVOSTI
TURIZMA

3. PREGLED MEDUNARODNIH LISTA POKAZATELJA ODRŽIVOSTI TURIZMA

Organizacija	Lista pokazatelja	Fokus liste	Broj pokazatelja
Svjetska turistička organizacija - UNWTO	<i>Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations – A Guidebook</i> ¹	Usmjerenja na razvoj sustava pokazatelja održivosti turizma na razini destinacije, pri čemu se pod pojmom destinacije podrazumijeva destinacija na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini).	Analizira pedesetak značajnih tema, odnosno problema održivog razvoja turizma. Uz svaku temu su na konceptualnoj razini predloženi i pokazatelji.
Europska komisija - EC	<i>European Tourism Indicator System</i> ²	Sustav uspostave monitoringa i menadžmenta za informirano upravljanje destinacijama (lokalne i regionalne razine). Osnovne skupine pokazatelja su: upravljanje destinacijom, društveni i kulturni utjecaji, ekonomske vrijednosti i okolišni utjecaji.	ETIS je podijeljen u četiri skupine u okviru kojih je 27 obveznih (glavnih) pokazatelja i 40 izbornih pokazatelja.
Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj - OECD	<i>Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism</i> ³	Međunarodno primjenjiv i usporediv sustav pokazatelja za mjerjenje konkurentnosti turizma kao relevantnog alata u donošenju nacionalnih turističkih politika. Prikupljanje podataka i mjerjenja odvijaju se na nacionalnoj razini.	Pokazatelji su podijeljeni u osnovne i dodatne (četiri osnovne kategorije obuhvaćaju 11 pokazatelja), pri čemu se predviđa daljnji razvoj sustava i uvođenje novih pokazatelja
Vijeće za globalni održivi turizam (GSTC)	<i>Global Sustainable Tourism Council</i>	Kriteriji predstavljaju vodeće principe i minimalne zahtjeve kojima bilo koja turistička tvrtka odnosno destinacija treba težiti, a sve u cilju zaštite i održivosti prirodnih i kulturnih resursa.	Podijeljeni su u 4 osnovne skupine (djelotvorno održivo upravljanje, društvene i ekonomske koristi kroz minimalne negativne utjecaje, koristi za kulturno nasljeđe,
	<i>Criteria for Destinations</i> ⁴		koristi za okoliš), koje obuhvaćaju 37 pokazatelja.
Svjetska turistička organizacija-UNWTO	<i>Towards a Statistical Framework for Measuring Sustainable Tourism (MST)</i> ⁵	Inicijativa ima za cilj razviti međunarodni statistički okvir za potporu mjerjenju održivog turizma, uzimajući u obzir ekonomske, ekološke i društvene dimenzije, i globalno, na nacionalnoj i podnacionalnoj razini.	Pokazatelji se nalaze u procesu razvoja od strane stručne skupine.

[1] UNWTO, 2004. Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook. World Tourism Organization, Madrid, Spain.

[1] EC - European Commission, 2016. European Tourism Indicators System.

ETIS toolkit for sustainable destination management. Dostupno na:

http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en

[1] Dupeyras, A. and N. MacCallum (2013), "Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document", OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD Publishing.

Dostupno na:
<http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>

[1] GTSC (2013) Global Sustainable Tourism Council Criteria for Destinations (GSTC-D) version 1.0 November 2013 . Preuzeto s: https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/2013/11/Dest_CRITERIA_and_INDICATORS_6-9_14.pdf

[1] UNWTO Statistics and Tourism Satellite Account Programme Measuring Sustainable Tourism(2016) Developing a statistical framework for sustainable tourism. Preuzeto sa: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/mstoverviewrev1.pdf>

4. KORACI U USPOSTAVI PROCESA MJERENJA

Za uspješno funkcioniranje mjerjenja održivosti turizma na destinacijskoj razini od presudne je važnosti uspostava unificiranog procesa temeljem kojega će se jasno podijeliti zadaci i obveze, kao i uspostaviti sustav koji će imati kontinuiranu i pojednostavljenu proceduru prikupljanja podataka. U tom smislu, preporuča se:

1. Formalno i javno imenovanje lokalnog koordinatora mjerjenja održivosti turizma

- poželjno bi bilo da se radi o osobi zaposlenoj u turističkoj zajednici (radi na mjerjenjima dio radnog vremena) ili u gradu/općini.

2. Formiranje užeg CROSTO tima destinacije

- poticati turističke zajednice/gradove/općine da organiziraju CROSTO tim
- turističke zajednice, uz gradove i općine predstavljaju 'motor' pri mjerenu održivosti turizma i izuzetno je važno dodatno osnažiti njihovu poziciju u cijelom procesu.

3. Upoznati 'pružatelje' podataka s inicijativom i njihovim ulogama

- organizirati inicijalni sastanak s uključenim dionicima (gradski/županijski upravni odjeli, turističke zajednice, ponuđači smještaja, HEP, komunalno poduzeće, itd.);
- njihovo uključivanje u pilot fazi presudno je za uspješnost procesa, ali i za olakšavanje daljnje kontinuirane suradnje na lokalnoj razini u narednim godinama.

Naučene lekcije iz preliminarnih faza

Motivirani lokalni koordinator najvažniji je element uspješnog mjerjenja! Stoga je javno priznanje i ukazivanje na važnost procesa mjerjenja istovremeno i motivacija za daljnji rad.

4. KORACI U USPOSTAVI PROCESA MJERENJA

4. Formirati lokalnu radnu skupinu dionika

- svaka od institucija koja je uključena u prethodnom koraku treba formalno imenovati člana lokalne radne skupine, koji bi na sastanku trebali biti motivirani za uključenje i informirani o dugoročnim očekivanjima.

5. Organizirati 'interne' CROSTO edukacije namijenjene članovima radne skupine

- radionice su fokusirane na širi kontekst održivosti u turizmu, trendove, primjere dobre prakse, strateške odrednice destinacije koje su povezane s održivosti, izračun pokazatelja i prikupljanje podataka

Naučene lekcije iz preliminarnih faza

Prethodno pilotiranje pokazalo je da ne postoji jedna postavljena formula koja radi za svako odredište.

Važno je biti fleksibilan i zauzeti pristup koji najbolje odgovara odredištu i skupini uključenih osoba.

4. KORACI U USPOSTAVI PROCESA MJERENJA

6. Odabratи dodatne pokazatelje održivosti

- povrh baznih pokazatelja, odlučiti da li i koje dodatne pokazatelje mjeriti u destinaciji kroz dva osnovna pristupa:

a) uži CROSTO tim destinacije konzultira i prouči relevantne i afirmirane liste pokazatelja koje pored baznih pokazatelja nude i pokazatelje za specifične vrste turističkih destinacija ili proizvoda, te odabere najrelevantnije za ciljnu destinaciju. U tom kontekstu najrelevantnije liste zasigurno su liste specifičnih pokazatelja ETIS-a i UNWTO-a;

b) razvoj novih pokazatelja održivosti turizma koji će biti krojeni prema njezinim specifičnim potrebama, a bazira se na sljedećim koracima:

- postizanje konsenzusa oko prioritetnih područja i potrebe dodatnih mjerena (lokalna radna grupa);
- izrada preliminarnog popisa pokazatelja i određivanje podatkovne osnove za njihov izračun (uži CROSTO destinacijski tim) i
- konačan odabir pokazatelja i evaluacija provedivosti pokazatelja u suradnji s lokalnog radnom grupom.

4. KORACI U USPOSTAVI PROCESA MJERENJA

7. Provedba mjerena

- provedba i analiza anketnih istraživanja (lokalno stanovništvo, turisti, gospodarski subjekti) od strane užeg CROSTO destinacijskog tima - primarni podaci;
- definiranje jasnih zadataka i vremenskih okvira za prikupljanje sekundarnih podataka za članove radne skupine za isporuku podataka i
- prikupljanje svih sekundarnih podataka i primarnih podataka i upis u glavnu tablicu pokazatelje od strane lokalnih koordinatora (izračun se generira automatski).

Naučene lekcije iz preliminarnih faza

U preliminarnoj fazi je utvrđeno da neke pokazatelje se lako može prikupiti na godišnjoj razini, dok druge (kao što su podaci iz anketa) se mogu prikupljati svake 2 do 3 godine.

8. Izrada Godišnjeg izvještaja mjerjenja održivosti turizma

- tekstualni izvještaj objavljen na internet stranicama turističke zajednice/grada/općine i
- diseminacija rezultata: Vijeće turističke zajednice, Gradsko/Općinsko vijeće, stručni dionici u destinaciji, Ministarstvo turizma, Institut za turizam – CROSTO opservatorij.

4. KORACI U USPOSTAVI PROCESA MJERENJA

9. Diseminacija rezultata mjerena

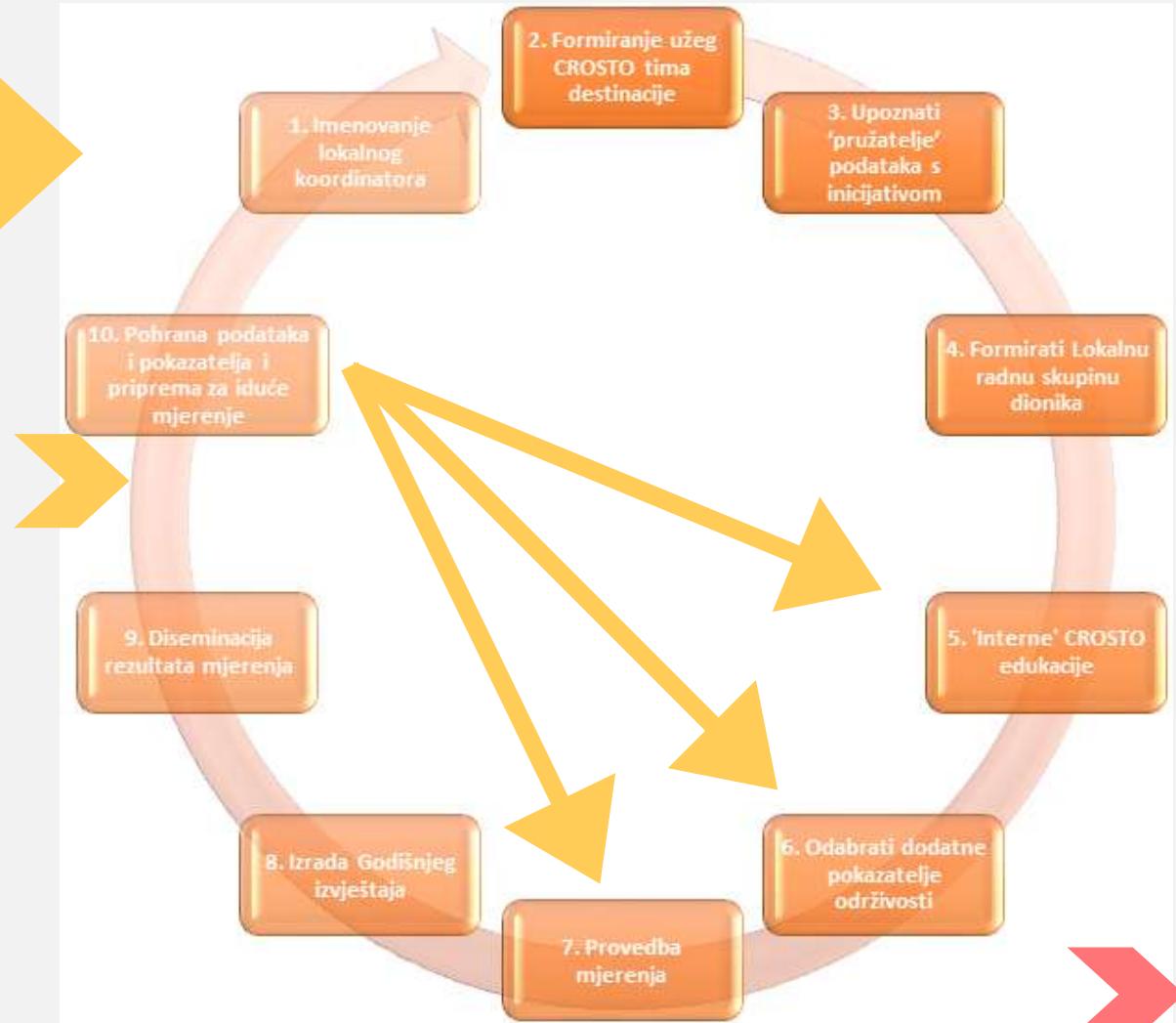
- koordinacija zajedničke tematske sjednice Vijeća turističke zajednice i Gradskog/Općinskog vijeća na kojoj će biti prezentirani rezultati i
- diseminacija rezultata poželjna je i prema stručnim dionicima u destinaciji, Ministarstvu turizma, lokalnoj javnosti- putem medija

10. Pohrana podataka i pokazatelja i priprema za iduće mjerjenje

- definirati način pohrane podataka (baza, više osoba, fizički izvještaji) i napraviti podršku da se podaci ne bi s vremenom izgubili i
- poticati eventualne promjene u načinu rada koje bi rezultirale više 'CROSTO friendly' praksom, a obuhvaćaju način rada od prikupljanja podataka do razvojnih projekata u koje su uključeni.

U prvoj godini mjerjenja nužno je proći svih 10 koraka, da bi se uspostavio transparentan i jednostavan sustav za budućnost. U idućim godinama provedbe mjerjenja moguće je i preskočiti neke korake ukoliko, primjerice, nije došlo do kadrovskih promjena te lokalni koordinator ostaje ista osoba, ne mijenjaju se članovi radne skupine i nema potrebe za uvodenje novih dodatnih pokazatelja.

Prikaz procesa mjerjenja održivosti turizma na razini destinacije





5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

Odabrani bazni pokazatelji održivosti turizma baziraju se na dva osnovna skupa pokazatelja, Europskom sustavu pokazatelja održivosti turizma ETIS-u i UNWTO-ovim pokazateljima. Pokazatelji održivog razvoja imaju višestruke funkcije, među kojima možemo izdvojiti sagledavanje prošlih i predviđanje budućih promjena, koji pridonose boljem razumijevanju složenih procesa u destinaciji. Pravilno određeni pokazatelji održivog razvoja mogu dovesti do kvalitetnog informiranog upravljanja i učinkovitijeg mjerjenja. Da bi navedeno bilo primjenjivo i u praksi odabrani pokazatelji moraju imate osnovne odlike koje će omogućiti njihovu široku primjenu u razvijenim turističkim destinacijama, ali i destinacijama u razvoju. Osnovne odlike koju bi svaki pokazatelj trebao imati su:

- transparentnost,
- prihvatljiva cijena provedbe,
- relevantnost,
- horizontalna i longitudinalna usporedivost,
- jednostavnost,
- mjerljivost i
- kontinuiranost.

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.1 SOCIJALNI POKAZATELJI

Pokazatelj

Obrazloženje

Opis

Pristup

Potrebni podaci

Izvori podataka

Izračun

Ograničenja

S1 - Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika

Socijalni pritisci u turizmu najbolje se sagledavaju kroz omjer stalnih stanovnika i turista, točnije omjer njihovih noćenja. Ovaj pokazatelj mjeri objektivni intenzitet turizma, odnosno pritisak koji turizam stvara na lokalnu društvenu zajednicu, ali i prostor.

Broj turističkih noćenja u komercijalnim i nekomercijalnim oblicima smještaja na stotinu stalnih stanovnika.

Složeni pokazatelj čija se procjena temelji na sekundarnim podacima.

- Ukupan broj godišnje ostvarenih turističkih noćenja u komercijalnim smještajnim objektima.
- Ukupan broj stalnih stanovnika.
- eVisitor za broj noćenja u komercijalnom smještaju
- DZS za procjenu stalnog stanovništva u određenoj godini (www.dzs.hr). Objavljeni podaci -> Prema statističkim područjima -> Stanovništvo > Procjena stanovništva Republike Hrvatske -> Procjene stanovništva - baze podataka).

$$=(\text{Broj noćenja u komercijalnom smještaju}/\text{Broj stalnih stanovnika}) *100$$

Pokazatelj se temelji na turističkim noćenjima i time dijelom odstupa od ETIS/UNWTO prijedloga koji uzima u obzir broj turista i jednodnevnih posjetitelja. Međutim, niti broj turista niti broj jednodnevnih posjetitelja nisu dostupni u hrvatskom sustavu statistike turizma.

Broj dolazaka turista je precijenjen uslijed višestrukog evidentiranja dolazaka u različite smještajne kapacitete.

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.1 SOCIJALNI POKAZATELJI

Pokazatelj

Obrazloženje

Opis

Pristup

Potrebni podaci

Izvori podataka

Izračun

Alternativni izračun

Ograničenja

S2 - Udio stalnog stanovništva destinacije koje je zadovoljno turizmom

Zadovoljstvo stanovnika odvijanjem turizma sve je naglašeniji cilj modernog destinacijskog upravljanja, pri čemu je pozitivan stav stanovnika prema razvoju turizma jedan je od ključnih elemenata njegove uspješnosti. Tamo gdje turizam nije podržan može se očekivati otpor stanovnika prema infrastrukturnim ulaganjima. Dodatno, gostoljubivi domaćini jedan su od ključnih faktora u formiranju cijelokupnog zadovoljstva turista posjetom.

Pokazatelj predstavlja procjenu udjela stalnih stanovnika koji su zadovoljni turizmom u destinaciji u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji (u %).

Složeni pokazatelj temeljen na pitanjima koja opisuju stavove lokalnih stanovnika prema razvoju turizma i turistima. Kvantitativno istraživanje stavova lokalnog stanovništva koje se provodi na reprezentativnim uzorcima stanovnika (anketa). Ukoliko su rezultati takvih istraživanja na raspolaganju, pokazatelj se izravno preuzima iz istraživanja. U suprotnom, potrebno je provesti istraživanje.

- Broj ispitanika koji su zadovoljni turizmom u destinaciji
- Ukupni broj ispitanika
- Anketa lokalnog stanovništva (poglavlje 6.1)

Preuzimanje podatka iz ankete stanovništva (procjena)

$$= (\text{broj ispitanika koji su zadovoljni turizmom u destinaciji} / \text{ukupni broj ispitanika}) * 100\%$$

Ukoliko je na raspolaganju primjereni uzorak moguće preuzimanje podataka iz drugih sekundarnih izvora.

Nužna je provedba primarnog istraživanja – poskupljuje i produžuje proces.

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.1 SOCIJALNI POKAZATELJI

Pokazatelj

Obrazloženje

Opis

Pristup

Potrebni podaci

Izvori podataka

Izračun

Alternativni izračun

Ograničenja

S3 - Udio turista koji su zadovoljni svojim cijelokupnim iskustvom u destinaciji

Kvalitetom u turizmu smatra se rezultat procesa koji implicira zadovoljstvo svim legitimnim potrebama za proizvodima i uslugama u turističkim destinacijama, zadovoljstvo koje nastaje ispunjenjem zahtjeva i očekivanja korisnika/turista, te zadovoljstvo odnosom cijene i vrijednosti. Zadovoljstvo posjetitelja odnos je percipirane vrijednosti i kvalitete, očekivanja i stvarnog iskustva. Zadovoljni posjetitelji se vraćaju u destinaciju, dovode nove goste, dulje borave, generiraju veći prihod i stvaraju nova radna mjesta u destinaciji.

Procjena udjela turista (u %) u komercijalnim smještajnim kapacitetima koji su zadovoljni svojim cijelokupnim iskustvom/boravkom u destinaciji.

Kvantitativno istraživanje turističke potražnje koje se provodi na reprezentativnim uzorcima turista u komercijalnim smještajnim kapacitetima (anketa). Ukoliko su rezultati takvih istraživanja na raspolaganju, pokazatelj se izravno preuzima iz istraživanja. U suprotnom, potrebno je provesti istraživanje.

- Broj turista koji su zadovoljni svojim cijelokupnim iskustvom (boravkom) u destinaciji (procjena)
- Ukupan broj ispitanika u destinaciji
- Anketa turista (Poglavlje 6.2.)

Preuzimanje podatka iz ankete turista

= (broj ispitanika koji su zadovoljni svojim ukupnim boravkom / ukupni broj ispitanika) * 100%

Ukoliko je na raspolaganju primjereni uzorak moguće preuzimanje podataka iz drugih sekundarnih izvora (primjerice istraživanja TOMAS Instituta za turizam).

Nužna je provedba primarnog istraživanja – poskupljuje i produžuje proces.

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.1 SOCIJALNI POKAZATELJI

Pokazatelj

S4 - Postotak ponovljenih/stalnih turista u destinaciji

Obrazloženje

Cilj destinacije je privlačiti nove goste, ali i zadržavati one stare. Stalni ('vjetni') gosti često donose i veću korist destinaciji, te pridonose stabilnosti destinacije u kriznim razdobljima. Prijedlog je (ETIS) pratiti udio gostiju koji se vraćaju unutar posljednjih 5 godina i usmjeriti se na praćenje ponovljenih dolazaka turista u komercijalnim oblicima smještaja.

Opis

Procjena broja turista u komercijalnim smještajnim kapacitetima koji su već posjetili odredište tijekom posljednjih 5 godina u ukupnom broju turista u komercijalnim smještajnim kapacitetima u destinaciji (u %).

Kvantitativno istraživanje turističke potražnje koje se provodi na reprezentativnim uzorcima turista u komercijalnim smještajnim kapacitetima (anketa). Ukoliko su rezultati takvih istraživanja na raspolaganju, pokazatelj se izravno preuzima iz istraživanja. Inače je potrebno provesti istraživanje.

- Broj turista koji su već posjetili odredište tijekom posljednjih 5 godina (procjena)
- Ukupan broj ispitanika u destinaciji
- Anketa turista (Poglavlje 6.2.)

Pristup

Preuzimanje podatka iz ankete turista

= $(\text{broj ispitanika koji su već posjetili odredište tijekom posljednjih 5 god.} / \text{ukupni broj ispitanika}) * 100\%$

Potrebni podaci

Ukoliko je na raspolaganju primjereni uzorak moguće preuzimanje podataka iz drugih sekundarnih izvora. (primjerice istraživanja TOMAS Instituta za turizam).

Izvori podataka

Nužna je provedba primarnog istraživanja – poskupljuje i produžuje proces.

Izračun

Alternativni izračun

Ograničenja

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.2. EKONOMSKI POKAZATELJI

Pokazatelj

Obrazloženje

Opis

Pristup

Potrebni podaci

Izvori podataka

Izračun

Ograničenja

E1- Broj turističkih noćenja u komercijalnom smještaju

Broj turističkih noćenja na godišnjoj razini uobičajeni je statistički pokazatelj usporediv sa svim drugim destinacijama širom svijeta. Broj turističkih noćenja temeljni je pokazatelj za mjerjenje gospodarske uspješnosti turističkog razvoja destinacije.

Registrirani broj noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima: hotelima i sličnim smještajnim objektima (NKD 55.1), odmaralištima i sličnim objektima za kraći odmor (NKD 55.2), kampovima i prostoru za kampiranje (NKD 55.3) i ostalom smještaju (55.9) na godišnjoj razini.

Izravno preuzimanje sekundarnih podataka.

- Ukupan broj godišnje ostvarenih turističkih noćenja u komercijalnim smještajnim objektima.
- eVisitor / DZS.

Preuzimanje podataka iz ankete.
Ne postoji dodatni izračun.

S obzirom na nepouzdanost podataka o nekomercijalnom smještaju, trenutno se prati samo broj turističkih noćenja u komercijalnom smještaju.

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.2. EKONOMSKI POKAZATELJI

Pokazatelj

E2 - Izravna zaposlenost u turizmu kao udio ukupne zaposlenosti

Obrazloženje

Jedna od temeljenih funkcija turizma je funkcija zapošljavanja, odnosno „generiranje novih radnih mjestra u sklopu temeljnih gospodarskih djelatnosti u sustavu turizma, ali i nizu ostalih gospodarskih djelatnosti koje su u funkciji opskrbnog sustava djelatnostima koje izravno pružaju usluge posjetiteljima“. Pokazateljem se mjeri utjecaj turističkog razvoja na zaposlenost stalnog stanovništva destinacije.

Opis

Udio zaposlenih kod pravnih osoba, u obrtu i slobodnim profesijama u djelatnosti pružanja smještaja te pripremi i usluživanja hrane (područje I prema NKD 2007.) u kolovozu, u ukupnom broju zaposlenih u pravnim osobama i obrtu i slobodnim profesijama u kolovozu odredene godine.

Pristup

Složeni pokazatelj čija se procjena temelji na sekundarnim podacima.

Potrebni podaci

- Ukupan broj zaposlenih osoba u svim pravnim osobama u ožujku.
- Ukupan broj zaposlenih u obrtu i slobodnim profesijama u kolovozu.
- Ukupan broj zaposlenih osoba u svim pravnim osobama u djelatnosti pružanja smještaja te pripremi i usluživanju u ožujku.
- Ukupan broj zaposlenih u obrtu i slobodnim profesijama u djelatnosti pružanja smještaja te pripremi i usluživanju u kolovozu.
- DZS za zaposlene u pravnim osobama za cijelu godinu i ožujak.
- FINA za zaposlene u obrtima i slobodnim profesijama za cijelu godinu i kolovoz.

Izvori podataka

= $(\text{Ukupan broj zaposlenih osoba u svim pravnim osobama u ožujku} + \text{Ukupan broj zaposlenih u obrtu i slobodnim profesijama u kolovozu}) / \text{Ukupan broj zaposlenih osoba u svim pravnim osobama u djelatnosti pružanja smještaja te pripremi i usluživanju u ožujku} + \text{Ukupan broj zaposlenih u obrtu i slobodnim profesijama u djelatnosti pružanja smještaja te pripremi i usluživanju u kolovozu} \times 100$.

Izračun

Ukoliko se radi o destinaciji bez izražene ljetne sezone, umjesto kolovoza predlaže se korištenje mjeseca u kojem se bilježi najveći broj turističkih dolazaka u destinaciji.

Alternativni izračun

Podaci o zaposlenima u obrtima nisu javno dostupni i moraju se naručiti od FINA.
Podaci o zaposlenim osobama u pravnim osobama su dostupni samo za ožujak.
Pokazatelj ne obuhvaća ostale djelatnosti čije usluge i proizvodi čine dio turističkog prometa.

Ograničenja

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.2. EKONOMSKI POKAZATELJI

Pokazatelj

E3 - Postotna godišnja bruto popunjenošt komercijalnih smještajnih kapaciteta

Obrazloženje

Popunjenošt smještajnih kapacita nam direktno govorio o trendovima turističke potražnje, te tipu destinacije s obzirom na sezonalnost. Pokazateljem se procjenjuje intenzitet sezonalnosti turizma u destinaciji.

Opis

Iskorištenost (bruto) komercijalnih smještajnih kapaciteta na godišnjoj razini.

Pristup

Složeni pokazatelj čija se procjena temelji na sekundarnim podacima.

- Ukupan broj raspoloživih postelja u komercijalnim smještajnim objektima u kolovozu.
- Ukupan broj ostvarenih noćenja u komercijalnim smještajnim objektima u cijeloj godini.
- eVisitor / DZS

Izvori podataka

=Broj ostvarenih noćenja u komercijalnom smještaju u cijeloj godini
(Broj raspoloživih postelja u komercijalnom smještaju u kolovozu x 365) x100

Izračun

Ukoliko se radi o destinaciji bez izražene ljetne sezone, umjesto kolovoza predlaže se korištenje mjeseca u kojem se bilježi najveći broj turističkih dolazaka u destinaciji.

Alternativni izračun

S obzirom na nepouzdanost podataka o nekomercijalnom smještaju, trenutno se prati samo broj turističkih noćenja u komercijalnom smještaju.

Ograničenja

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.2. EKONOMSKI POKAZATELJI

Pokazatelj

E4 - Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima

Obrazloženje

Uz volumen turističke potražnje (broj noćenja), prosječna dnevna potrošnja turista jedan je od najvažnijih pokazatelja ekonomske održivosti turističke aktivnosti u destinaciji. Prosječna dnevna potrošnja turista je i temelj za praćenje ukupnih prihoda od turizma i izravnog gospodarskog utjecaja turizma na odredište. Također, ukazuje na veze unutar lanca vrijednosti u destinacijskoj ponudi.

Opis

Procjena prosječne dnevne potrošnje turista u komercijalnim smještajnim objektima. Uključuje izdatke turista na turističke usluge i proizvode kao što su smještaj, prijevoz, hrana i piće, zabava, sport, kultura, izleti, najam opreme, kupnja, suveniri itd., po osobi i noćenju.

Pristup

Kvantitativno istraživanje turističke potražnje koje se provodi na reprezentativnim uzorcima turista (anketa). Ukoliko su rezultati takvih istraživanja na raspolaganju, pokazatelj se izravno preuzima iz istraživanja. U suprotnoj potrebno je provesti istraživanje.

- Prosječna dnevna potrošnja u eurima
- Anketa turista (Poglavlje 6.2.)

Potrebni podaci

Preuzimanje podataka iz ankete.
Ne postoji dodatni izračun.

Izvori podataka

Ukoliko je na raspolaganju primjereni uzorak moguće preuzimanje podataka iz drugih sekundarnih izvora (primjerice istraživanja TOMAS Instituta za turizam).

Izračun

Nužna je provedba primarnog istraživanja – poskupljuje i produžuje proces.

Alternativni izračun

Ograničenja

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.3. OKOLIŠNI POKAZATELJI

Pokazatelj

Obrazloženje

Opis

Pristup

Potrebni podaci

Izvori podataka

Izračun

Alternativni izračun

Ograničenja

O1 - Potrošnja energije turista u odnosu na potrošnju energije starnog stanovništva (po noćenju)

Turistički 'sektor' značajan je potrošač električne energije, posebice s obzirom na razinu korištenja električne energije za funkcioniranje toplinskih uredaja u Primorskoj Hrvatskoj. Praćenje potrošnje energije turista i energetskog otiska turizma izrazito je važno za poticanje očuvanja energije i ostvarenje finansijskih ušteda za pružatelje usluga u turizmu, ali i tvrtke koje se bave energetskom učinkovitosti i proizvodnjom energije iz obnovljivih izvora.

Ukupna potrošnja energije u komercijalnim smještajnim kapacitetima u GWh u odnosu na ukupnu potrošnju energije starnog stanovništva u GWh.

Složeni pokazatelj čija se procjena temelji na sekundarnim podacima. Ukupna potrošnja energije u komercijalnim smještajnim kapacitetima procjenjuje se na temelju postojećih normativa potrošnje energije prema vrsti smještaja i strukture smještajnih kapaciteta. Potrošnja energije u kućanstvima temelji se na rezultatima provedenih istraživanja i procjene broja stanovnika.

- Ukupna finalna potrošnja energije u GWh u siječnju
- Ukupna finalna potrošnja energije u GWh u kolovozu
- Ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u siječnju
- Ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u kolovozu
- Broj stanovnika
- eVisitor za broj noćenja u komercijalnom smještaju
- HEP, interni izvještaji o mjesечноj potrošnji energije
- DZS za procjenu starnog stanovništva u određenoj godini (www.dzs.hr). Objavljeni podaci
-> Prema statističkim područjima -> Stanovništvo -> Procjena stanovništva Republike Hrvatske -> Procjene stanovništva - baze podataka)

= GWH po noćenju turista / GWh noćenju stanovnika

Anketa gospodarskih subjekata (Poglavlje 6.3.)

= norma potrošnje energije turista po noćenju / potrošnja energije stanovnika po noćenju

S obzirom na nepouzdanoost podataka o nekomercijalnom smještaju, trenutno se prati samo broj turističkih noćenja u komercijalnom smještaju.

Izračun je relevantan za destinacije čiji omjer noćenja turista u siječnju/ili drugom mjesecu minimalne sezone i kolovozu /ili drugom mjesecu maksimuma sezone iznosi minimalno 1:10.

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.3. OKOLIŠNI POKAZATELJI

Pokazatelj

Obrazloženje

Opis

Pristup

Potrebni podaci

Izvori podataka

Izračun

Alternativni izračun

Ograničenja

O2 - Potrošnja vode turista u odnosu na potrošnju vode stalnog stanovništva (po noćenju)

Voda je ključni resurs i ograničavajući čimbenik razvoja turizma, posebice uslijed povećanih rizika uzrokovanih klimatskim promjenama, hidrološkim anomalijama i sl. Potrošnja vode je ključna tema u Hrvatskoj i zbog velikih gubitaka u vodoopskrbnom sustavu.

Potrošnja vode u komercijalnim smještajnim kapacitetima u odnosu na potrošnju vode stalnog stanovništva.

Složeni pokazatelj čija se procjena temelji na sekundarnim podacima. Ukupna potrošnja vode u komercijalnim smještajnim kapacitetima procjenjuje se na temelju postojećih normi potrošnje vode prema vrsti smještaja i strukture smještajnih kapaciteta. Potrošnja vode u kućanstvima obuhvaća potrošnju vode kućanstava u stanovima priključenim na javnu mrežu.

- Ukupna finalna potrošnja vode u litrama u siječnju
- Ukupna finalna potrošnja vode u litrama u kolovozu
- Ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u siječnju
- Ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u kolovozu
- Broj stanovnika
- eVisitor za broj noćenja u komercijalnom smještaju
- Vodovod/komunalno poduzeće, interni izvještaji o mjesечноj potrošnji vode
- DZS za procjenu stalnog stanovništva u određenoj godini (www.dzs.hr). Objavljeni podaci
-> Prema statističkim područjima -> Stanovništvo -> Procjena stanovništva Republike Hrvatske -> Procjene stanovništva - baze podataka)

= Litara po noćenju turista / Litara po noćenju stanovnika

Anketa gospodarskih subjekata (Poglavlje 6.3)

= norma potrošnje vode turista po noćenju / potrošnja vode stanovnika po noćenju

S obzirom na nepouzdanoću podataka o nekomercijalnom smještaju, trenutno se prati samo broj turističkih noćenja u komercijalnom smještaju.

Izračun je relevantan za destinacije čiji omjer noćenja turista u siječnju/ili drugom mjesecu minimalne sezone i kolovozu /ili drugom mjesecu maksimuma sezone iznosi minimalno 1:10.

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.3. OKOLIŠNI POKAZATELJI

Pokazatelj

Obrazloženje

Opis

Pristup

Potrebni podaci

Izvori podataka

Izračun

O3 - Postotak otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja

Turizam donosi intenzivno i asimetrično opterećenje sustava za obradu otpadnih voda. To je posebno važno u odredištima na kojima prevladavaju plaže, jezera i rijeke kao ključne atrakcije. Otpadne vode mogu ugroziti kvalitetu okoliša o kojoj ovisi konkurentnost turizma.

Postotak otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja.

Složeni pokazatelj čija se procjena temelji na sekundarnim podacima. Službeni podaci o tretiranju otpadnih voda korigiraju se udjelom kućanstava/stanova priključenih na javni kanalizacijski sustav na županijskoj razini.

- Ispuštanje nepročišćenih voda u m³ ukupno
- Ispuštanje pročišćenih voda u m³:
 - 1. stupanj (m³)
 - 2. stupanj (m³)
 - 3. stupanj (m³)
- Udio stanova priključenih na kanalizaciju
- Komunalno poduzeće zaduženo za odvodnju (sustav kanalizacije, obrade, ispust u more)

=Vode pročišćene do minimalno 2 stupnja/Ispuštanje nepročišćenih voda u m³ ukupno x 100

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.3. OKOLIŠNI POKAZATELJI

Pokazatelj

Obrazloženje

Opis

Pristup

Potrebni podaci

Izvori podataka

Izračun

Alternativni izračun

Ograničenja

O4 - Proizvodnja komunalnog otpada turista u odnosu na proizvodnju komunalnog otpada stalnog stanovništva (po noćenju)

Sustav prikupljanja, razdvajanja, uporabe i zbrinjavanja otpada je prema procjenama Europske komisije još uvek sub-standardan. Zdravstveni, ekološki/okolišni i sigurnosti aspekti rizika su već prisutni u turističkim destinacijama, a povećana turistička aktivnost ih pojačava te time ugrožava i konkurentnost turističke destinacije.

Proizvodnja komunalnog otpada turista u komercijalnim smještajnim kapacitetima u odnosu na proizvodnju komunalnog otpada stalnog stanovništva.

Složeni pokazatelj čija se procjena temelji na sekundarnim podacima.

- Ukupna finalna proizvodnja otpada (kg ili m³) u siječnju
- Ukupna finalna proizvodnja otpada (kg ili m³) u kolovozu
- Ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u kolovozu
- Broj stanovnika

- eVisitor za broj noćenja u komercijalnom smještaju
- Komunalno poduzeće zaduženo za upravljanje otpadom
- DZS za procjenu stalnog stanovništva u određenoj godini (www.dzs.hr). Objavljeni podaci
-> Prema statističkim područjima -> Stanovništvo -> Procjena stanovništva Republike Hrvatske -> Procjene stanovništva - baze podataka)

=Kilograma po noćenju turista / Kilograma po noćenju stanovnika

Anketa gospodarskih subjekata (Poglavlje 6.3)

= norma proizvodnje otpada turista po noćenju / potrošnja proizvodnje stanovnika stanovnika po noćenju

S obzirom na nepouzdanoću podataka o nekomercijalnom smještaju, trenutno se prati samo broj turističkih noćenja u komercijalnom smještaju.

Izračun je relevantan za destinacije čiji omjer noćenja turista u siječnju/ili drugom mjesecu minimalne sezone i kolovozu /ili drugom mjesecu maksimuma sezone iznosi minimalno 1:10.

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.3. OKOLIŠNI POKAZATELJI

Pokazatelj

Obrazloženje

Opis

Pristup

Potrebni podaci

Izvori podataka

Izračun

Alternativni izračun

O5 - Udio turističkih poduzeća koja koriste sustave dobrovoljnog certificiranja/označavanja ekološkog poslovanja

Trendovi ukazuju na to da 'novi' turisti vode brigu o zaštiti okoliša i prirodi te da preferiraju smještajne objekte koji posluju u skladu s time. Isto tako, 'novi' turisti preferiraju garanciju takvog poslovanja. Nadalje, certificiranje utječe na podizanje razine svijesti o temama zaštite okoliša i prirode turista i stanovnika te, posredno, na održivost lokalne zajednice.

Pokazatelj mjeri razinu svijesti ponuđača usluga u turizmu o okolišno održivom i društveno odgovornom poslovanju, a predstavlja udio turističkih poduzeća koja koriste sustave dobrovoljnog certificiranja/označavanja ekološkog poslovanja u ukupnom broju turističkih poduzeća (u %).

U nedostatku službenih i javno dostupnih podataka o posjedovanju certifikata u turizmu (okoliš, održivost, kvaliteta, sigurnost hrane, sigurnost kemikalija, društvena odgovornost i sl.), potrebno je provesti primarno kvantitativno istraživanje na skupu ponuđača usluga u turizmu, prije svega ponuđača smještajnih i ugostiteljskih usluga.

- Ukupan broj turističkih poduzeća
- Broj turističkih poduzeća koja koriste sustave dobrovoljnog certificiranja/označavanje ekološkog poslovanja
- Anketa ponuđača smještajnih i ugostiteljskih usluga u turizmu (gospodarskih subjekata)

Preuzimanje podataka iz ankete
= Certificirani / Kategorizirani hoteli * 100

Ministarstvo turizma, sustav TZ (alternativni izvori podataka)

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.4. PROSTORNI POKAZATELJI

Pokazatelj

Obrazloženje

Opis

Pristup

Potrebni podaci

Izvori podataka

Izračun

P1 - Udio destinacijskog područja izvan građevinskog područja naselja na kojem su izgrađeni objekti ugostiteljsko-turističke namjene

Temeljem navedenog pokazatelja doznaje se u kojoj mjeri su površine izvan naselja okupirane izgradnjom za potrebe turizma, a kontinuiranim praćenjem ovog pokazatelja ukazuje se na razmjere širenja zona ugostiteljsko-turističke namjene.

Složeni pokazatelj koji se temelji na izračunu iz dostupnih podataka Udio (u %) destinacijskog područja izvan građevinskog područja naselja na kojem su izgrađeni objekti ugostiteljsko-turističke namjene (zone T1/T2/T3) u ukupnoj površini jedinice lokalne samouprave.

Složeni pokazatelj čija se procjena temelji na sekundarnim podacima.

- Ukupna površina grada/općine u km²
- Izgrađeno građevinsko područje izvan naselja u svrhu ugostiteljsko-turističke namjene u ha/ km²
- Županijski zavod za prostorno uredjenje
- Gradski i općinski prostorni planovi
- Uredi / odjinci za prostorno uredjenje i komunalni sustav JLS-a

=Površina izgrađenih dijelova zona ugostiteljsko turističke namjene /Ukupna površina JLS *100

5. BAZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI DESTINACIJE

5.4. PROSTORNI POKAZATELJI

Pokazatelj

Obrazloženje

Opis

Pristup

Potrebni podaci

Izvori podataka

Izračun

P2 –Broj ležajeva u domaćinstvu po km² ukupne izgrađene površine građevinskog područja naselja

Temeljem navedenog pokazatelja doznaće se u kojoj mjeri su površine unutar naselja okupirane izgradnjom za potrebe turizma, odnosno u kojoj je mjeri naselje zadržalo funkciju stalnog stanovanja tijekom cijele godine.

Omjer broja ležajeva u domaćinstvu (privatni komercijalni kapaciteti) i ukupne površine građevinskog područja naselja.

Složeni pokazatelj čija se procjena temelji na sekundarnim podacima iz eVisitor-a i prostornih planova.

- Ukupna izgrađena površina građevinskog područja naselja (površina UPU-a) u km²
- Ukupan broj komercijalnih ležajeva u domaćinstvu

- Gradski i općinski prostorni planovi ili
- Uredi / odsjeci za prostorno uređenje i komunalni sustav JLS-a
- eVisitor

=Ukupan broj komercijalnih ležajeva u domaćinstvu/ Ukupna izgrađena površina građevinskog područja naselja (površina UPU-a) u km²

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNika



6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA

Korak 1. Definiranje sadržaja istraživanja

Sadržaj istraživanja je pretpostavka za izradu instrumenta istraživanja / upitnika. Pri određivanju sadržaja istraživanja važno je voditi se postavljenim ciljem istraživanja, a osnovni cilj ovog istraživanja je prikupiti podatke za izračun baznog CROSTO pokazatelja S2 - udio stalnog stanovništva destinacije koje je zadovoljno turizmom. S obzirom na to da se 'zadovoljstvo turizmom' stanovnika destinacije može definirati na različite načine, pri određivanju sadržaja istraživanja korišteno je nekoliko definicija 'zadovoljstva turizmom', sukladno prijedlogu ETIS priručnika. Sadržaj istraživanja je dodatno proširen pokazateljima percepcije okolišne održivosti koja se ocjenjuje i sa strane turističke potražnje pa tako pruža mogućnost usporedbe dobivenih rezultata. Percepcija okolišne održivosti je ujedno i podloga za procjenu granica održivog rasta, odnosno prihvatnog turističkog kapaciteta destinacije. Nadalje, sadržaj istraživanja proširen je i stavovima stanovnika o razvoju turizma u destinaciji. Dionici u destinaciji mogu dodatno proširiti sadržaj istraživanjima specifičnostima destinacije i/ili nekim specifičnim pitanjima razvoja i/ili upravljanjem destinacijom. Primjerice, za Dubrovnik su važni i stavovi stanovnika prema međunarodnim kružnim putovanjima (brodovima-kruzerima i putnicima s tih brodova).

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA

Sadržaj ankete stanovnika:

Identifikacija – obavezni dio sadržaja

- Lokacija anketiranja
- Datum i sat
- Anketar

Pokazatelji ocjene 'zadovoljstva turizmom' u destinaciji (vezani uz pokazatelj S2) – obavezni dio sadržaja

- Koristi od turizma za mjesto
- Osobne koristi od turizma
- Uključenost građana u proces planiranja i razvoja turizma
- Utjecaj turizma na tradicionalni način života, običaje i kulturu
- Utjecaj turizma na kvalitetu života

Indeks iritacije

- Doxeyev indeks iritacije stanovnika turistima i turističkom aktivnošću

Pokazatelji percepcije okolišne održivosti

- Buka
- Gužva
- Otpad
- Zagadenje mora
- Vodoopskrba
- Električna energija
- Promet u mirovanju (parkiranje)

Stavovima stanovnika o razvoju turizma u destinaciji

- Povećanje broja turista u sezonskim i izvansezonskim mjesecima
- Cjelogodišnja turistička aktivnost
- Izgradnja golf-igrališta, hotelskih naselja, novih atrakcije kao što su zabavni, vodenii ili tematski parkovi
- Privatni smještaj i daljnja izgradnja vikendica i apartmana
- Broj jahti i brodica

Sociodemografski profil ispitanika – obavezni dio sadržaja

- Spol
- Dob
- Obrazovanje
- Mjesečni prihodi

Na temelju definiranog sadržaja istraživanja, izrađen je prijedlog upitnika (u nastavku). Sva pitanja u upitniku su tzv. pitanja sa zatvorenim, ili unaprijed definiranim, odgovorima. Na sva je pitanja moguć samo jedan odgovor. Pitanja vezana uz izračun pokazatelja S2 (pitanja vezana uz obavezni dio sadržaja koja bi trebala biti obuhvaćena upitnikom) označena su zelenom bojom.

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA

UPITNIK O STAVOVIMA STANOVNIKA O TURIZMU

UVOD (doslovno pročitati ispitniku):

Dobar dan, moje je ime _____ i u ime TZ _____ i Instituta za turizam provodimo istraživanje o stavovima naših stanovnika prema turizmu i njegovom razvoju. Vaše je domaćinstvo jedno od _____ slučajno odabranih domaćinstava. Istraživanje je anonimno, njime se ne prikupljaju nikakvi osobni podaci, a vaši odgovori ostaju povjerni. Molim Vas za samo nekoliko kratkih odgovora.

Mogu li, molim Vas razgovarati s osobom koja je zadnja imala rođendan u vašem kućanstvu, a ima više od 18, a manje od 76 godina (odabrati osobu prema rođendanskom ključu)? Hvala!

P1. U nastavku je nekoliko tvrdnji o utjecaju turizma na Vaš grad/općinu. U kojoj se mjeri slažete s njima? Odgovorite na skali od 1 – uopće se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem): **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR PO RETKU!**

	Uopće se ne slažem		U potpunosti se slažem		
	1	2	3	4	5
1. Uslijed turističkog razvoja povećali su se moji troškovi života					
2. Zapošljavanje stranaca za potrebe turizma ugrozit će kvalitetu života u mom gradu/općini	1	2	3	4	5
3. Turistička izgradnja nagrduje izgled mog mjesta	1	2	3	4	5
4. Turizam donosi koristi mom gradu/općini	1	2	3	4	5
5. Turizam donosi samo loše plaćena radna mjesta	1	2	3	4	5
6. Javni sektor (Grad/općina, javna poduzeća) treba više ulagati u razvoj turizma u mjestu	1	2	3	4	5
7. Prisutnost turista tijekom cijele godine bi mi smetala	1	2	3	4	5
8. Samo manjina građana ima koristi od turizma	1	2	3	4	5
9. Privatni sektor (smještaj, ugostiteljstvo, agencije) treba više ulagati u razvoj turizma u mjestu	1	2	3	4	5
10. Daljnji razvoj turizma u mjestu svakako treba podržati	1	2	3	4	5

P2. Koja od sljedećih tvrdnji najbolje opisuje Vaš odnos prema turistima? **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!**

1. Volim turiste – dovedite ih još više.
2. Toleriram turiste – turizam je dobar za lokalnu ekonomiju.
3. Trpim turiste – prilagođavam svoju dnevnu rutinu kako bih ih izbjegao/la.
4. Izbjegavam turiste – napuštam svoje mjesto u sezoni.
5. Ne volim turiste – sprječio/la bih da dolaze.

P3. U kojoj ste mjeri zadovoljni uključenošću građana u proces planiranja i razvoja turizma u Vašem gradu/općini? **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!**

1. U potpunosti nezadovoljan/na
2. Donekle nezadovoljan/na
3. Niti nezadovoljan/na niti zadovoljan/na
4. Donekle zadovoljan/na sam
5. U potpunosti zadovoljan/na

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNika

P4. Kako turizam, prema Vašem mišljenju, utječe na tradicionalni način života, običaje i kulturu u Vašem gradu/općini? **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!**

1. Negativno
2. Pomaže u njihovom održanju
3. Pomaže u njihovom unapređenju
4. Nema nikakav učinak

P5. Kako turizam utječe na kvalitetu života u Vašem gradu/općini? **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!**

1. Smanjuje kvalitetu života
2. Pomaže u održanju kvalitete života
3. Pomaže u unaprednjenu kvalitete života
4. Nema nikakav učinak

P6. Jeste li tijekom protekle turističke sezone u Vašem gradu/općini doživjeli nešto od sljedećeg i kako je to utjecalo na Vas? Odgovorite na skali 1-nisam doživio/la, 2-doživio/la sam, ali nije negativno utjecalo, 3-donekle je negativno utjecalo, 4-jako je negativno utjecalo): **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR PO RETKU!**

	Nisam doživio/la	Nije negativno utjecalo	Donekle je negativno utjecalo	Jako je negativno utjecalo
1. Buku koja remeti komfor vašeg doma (odmor, spavanje)	1	2	3	4
2. Gužvu u prometu	1	2	3	4
3. Gužvu na plažama (prevelik broj kupača)	1	2	3	4
4. Gužvu u mjestu (na trgovima, šetnicama, trgovinama i sl.)	1	2	3	4
5. Neprimjereno odloženo smeće	1	2	3	4
6. Neugodne mirise (iz kontejnera, kanalizacije)	1	2	3	4
7. Nestašicu ili restrikcije u vodoopskrbi	1	2	3	4
8. Prekide u napajanju električnom energijom	1	2	3	4
9. Zagadjenje mora/rijeka/jezera	1	2	3	4
10. Probleme s parkiranjem (nema slobodnih mjesta)	1	2	3	4

P7. Slijedi nekoliko pitanja o razvoju turizma u Vašem gradu/općini. Na svako pitanje odgovorite s DA ili NE. **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR PO RETKU!**

	DA	NE	Ne znam
1. Biste li voljeli da se poveća broj turista u sezoni u Vašem mjestu?	1	2	3
2. Biste li voljeli da se poveća broj turista izvan sezone u Vašem mjestu?	1	2	3
3. Biste li voljeli da turistička sezona traje gotovo cijelu godinu?	1	2	3
4. Biste li se protivili izgradnji golf-igrališta u Vašem mjestu/okolici?	1	2	3
5. Smatrate li da je u sezoni previše jahti i brodica u Vašem mjestu?	1	2	3
6. Biste li podržali izgradnju novih hotelskih naselja u Vašem mjestu/okolici?	1	2	3
7. Smatrate li da je privatni smještaj problem turizam u Vašem mjestu?	1	2	3
8. Biste li obuzdali izgradnju vikendica i apartmana u Vašem mjestu?	1	2	3
9. Smatrate li da bi trebalo izgraditi nove velike atrakcije kao što su zabavni, vodenii ili tematski parkovi?	1	2	3

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA

NEKOLIKO PITANJA O VAMA

D1. Imate li vi osobno i/ili članovi vaše uže obitelji: **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!**

1. Izravne koristi od turizma
2. Neizravne koristi od turizma
3. Nikakve koristi od turizma

D2. Vama i/ili članovima vaše uže obitelji turizam je: **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!**

1. Glavni izvor prihoda
2. Dodatni izvor prihoda
3. Nemamo nikakvih prihoda od turizma

D3. Koliko dugo živate u ovom mjestu? **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!**

1. Manje od 5 godina
2. 5 do 10 godina
3. 11 do 20 godina
4. Više od 20 godina

D4. Navršene godine života: **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!**

- | | |
|----------|----------|
| 1. 18-24 | 4. 45-54 |
| 2. 25-34 | 5. 55-64 |
| 3. 35-44 | 6. 65+ |

D5. Koji je Vaš najveći stupanj obrazovanja? **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!**

1. Osnovna škola ili niže
2. Srednja škola, gimnazija ili stručna škola
3. Viša škola
4. Fakultet ili više
9. Ne zna /ne želi odgovoriti

D6. Kakav je Vaš trenutni radni status? **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!**

1. Stalno zaposlen/a
2. Zaposlen/a na pola radnog vremena
3. Povremeno/sezonski zaposlen/a
4. Nezaposlen/a (nema posla, bolest, na čekanju, oni koji su našli posao, ali još nisu počeli raditi)
5. Kućanica
6. Učenici i studenti
7. U mirovini
99. Ne želi odgovoriti

D7. Spol:

1. Muški
2. Ženski

Time su završila moja pitanja. Hvala što ste sudjelovali u istraživanju! Želim Vam ugodan dan.

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA

Korak 2. Određivanje populacije od interesa

Ciljnu populaciju ili populaciju od interesa u istraživanju potrebno je definirati pojmovno, vremenski i prostorno. Kako je anketa istraživanja usmjerena na lokalno stanovništvo destinacije, primjeri definicije ciljne populacije su:

- Stalni stanovnici grada/općine u 2019. godini (ova definicija uključuje stanovnike svih naselja na području grada/općine),
- Stalni stanovnici grada/općine u dobi od 15 i više godina, u 2019. godini (ova definicija uključuje stanovnike starije od 15 godina na području svih naselja u gradu/općini),
- Punoljetni (18+) stalni stanovnici naselja u 2019. godini (ova definicija uključuje punoljetne stanovnike na području jednog naselja u gradu/općini, na primjer, onog s najvećom razinom turističke aktivnosti).

Prijedlog definicije ciljne populacije u CROSTO anketi stanovništva je: Stalni stanovnici grada/općine u dobi od 18 do 75 godina u godini provođenja istraživanja.

Dionici u destinaciji mogu prilagoditi ciljnu populaciju svojim ciljevima i potrebama.

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA

Korak 3. Odabir metode prikupljanja podataka

Nekoliko je mogućih metoda prikupljanja podataka u ovom istraživanju, od kojih svaka ima svoje prednosti i nedostatke. To su:

- Osobni intervju
- Telefonski intervju
- Poštanska anketa (upitnik se poštom šalje na adrese ispitanika), uključujući i mogućnost korištenja elektronske pošte
- On-line.

Osobni intervju moguće je provesti i korištenjem prijenosnih računala/tableta (tzv. CAPI metoda ili Computer Assisted Personal Interview). U tom slučaju, osim nabavke dovoljnog broja tableta, potrebno je osigurati i odgovarajuću programsku podršku te osobe odgovarajućih vještina za tzv. programiranje upitnika odnosno prilagodnu upitnika za tablet.

U ovom istraživanju predlažemo osobni intervju kao metodu prikupljanja podataka. Ukoliko nije moguće podatke prikupiti osobnim intervjoum, predlažemo telefonski intervju.

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA

Korak 4. Određivanje nacrta i veličine uzorka

Kod određivanja nacrta uzorka važno je znati da jedino slučajni uzorak osigurava reprezentativnost rezultata. Samo slučajni uzorak ispitanika omogućava generalizaciju rezultata istraživanja, odnosno da se na osnovu uzorka stanovnika destinacije kaže: „većina stanovnika podržava ovakav način razvoja turizma,... A gotovo svi ne žele vidjeti ono u svome mjestu....“. Za odabir slučajnog uzorka potrebno je imati određene podatke o ciljnoj populaciji, na primjer, popis svih stanovnika (iz Popisa stanovništva Državnog zavoda za statistiku) ili telefonski imenik (u slučaju telefonskog intervjuja kao metode prikupljanja podataka).

Slučajni odabir uzorka može se prihvatljivo dobro aproksimirati određenim pristupom u odabiru ispitanika. Odabir ispitanika odvija se u dva koraka: odabir kućanstva, a zatim odabir ispitanika u kućanstvu.

Za odabir kućanstva mogu se, primjerice, slučajno odabrati kvartovi u naselju (poželjno je kvartove poistovjetiti s tzv. popisnim krugovima o čemu postoji informacija u gradskoj/općinskoj upravi), a unutar popisnih krugova/kvartova se određenim smjerom kretanja od odabrane točke (npr. smjer kretanja od početne točke u smjeru većih kućnih brojeva, na prvom križanju skreće se desno ukoliko se kreće desnom stranom ulice, odnosno lijevo ukoliko se kreće lijevom stranom ulice) te korištenjem određenog koraka anketiranja (npr. svako deseto ili petnaesto kućanstvo) odabire kućanstvo. Broj popisnih krugova/kvartova te korak izbora kućanstva određuju se temeljem veličine uzorka i ciljne populacije. Broj odabranih kućanstava u određenom kvartu trebao bi biti proporcionalan broj stanovnika u kvartu (tj., treba vrijediti odnos: više stanovnika - više odabranih kućanstava odnosno ispitanika).

U kućanstvu se ispitanik bira prema tzv. rođendanskom ključu – metodi koja osigurava slučajan odabir ispitanika. Ukoliko, dakle, u kućanstvu živi više osoba, anketira se, primjerice, osoba koja će prva sljedeća imati rođendan ili ona koja je zadnja imala rođendan – valja unaprijed definirati pristup.

Za određivanje nacrta uzorka valja prikupiti raspoložive podatke (npr. popisni krugovi u naseljima i broj stanovnika u njima) te na temelju tih podataka i veličine uzorka odrediti korake i način izbora kućanstva. Potrebno je pripremiti i detaljne Upute za anketiranje koje će sadržavati i plan anketiranja ili tzv. alokaciju uzorka.

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA

Za određivanje veličine uzorka važno je poznavati:

- varijabilnost obilježja koja istražujemo u ciljnoj populaciji (npr. iz nekih prethodnih ili pilot istraživanja) i
- točnost procjene koju želimo postići.

Pri tome uvijek vrijedi sljedeće:

- što je veća varijabilnost obilježja u destinaciji to je potreban veći uzorak
- što je veći uzorak to je veća točnost procjena

Ilustracija: Želimo procijeniti udio stanovništva koji podržava turizam na području s 10.000 stanovnika. Pri tome nemamo nikakvih prethodnih saznanja o tom udjelu pa se za izračunavanje veličine uzorka uzima 'najgori scenarij', odnosno onaj za koji treba najveća veličina uzorka ukoliko udio želimo što točnije procijeniti, a to je da je udio 50%. Za određivanje veličine uzorka potrebno je zadati i traženu točnost. Ukoliko je željena točnost 2% (tj. želimo procijeniti udio stanovnika koji podržavaju turizam $\pm 2\%$) tada nam je potreban uzorak veličine $n=1937$ ispitanika. Ukoliko smanjimo traženu točnost i veličina uzorka će se smanjiti. Tako za točnost $\pm 5\%$ potrebna veličina uzorka iznosi $n=370$ ispitanika. Ukoliko pak imamo informaciju o približnom udjelu stanovnika koji podržavaju turizam (npr. istraživanja u sličnim mjestima ili pilot istraživanja) veličina uzorka se može smanjiti. Ako pretpostavljamo da bi podrška turizmu bila oko 75%, za točnost procjene od $\pm 2\%$ potrebna veličina uzorka bi bila $n=1526$ ispitanika (411 ispitanika manje nego u slučaju kada smo pretpostavili 50%-tnu podršku), dok bi za točnost od $\pm 5\%$ potrebna veličina uzorka bila $n=281$ ispitanika.

Veličina uzorka ovisi i o resursima, financijskim i ljudskim, raspoloživim za istraživanje. Uzimajući u obzir prethodne rezultate sličnih istraživanja, željenu točnost procjena i raspoložive resurse predlažemo istraživanje provesti na uzorku od 200 do 300 stanovnika. Naravno, ukoliko je moguće ostvariti veći uzorak, to će i rezultati biti točniji.

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA

Korak 5. Prikupljanje podataka i kontinuirana kontrola procesa prikupljanja podataka

Prije samog procesa prikupljanja podataka potrebno je:

- Angažirati anketare – osobe koje će prikupljati podatke od stanovnika osobnim intervjoum
- Pripremiti pisana pravila anketiranja/Upute za anketare
- Održati instruktažu za anketare tijekom koje ih treba upoznati s istraživanjem i procesom prikupljanja podataka te njihovim zadacima i obvezama
- Definirati evidenciju praćenja anketiranja
- Odrediti vrijeme anketiranja (preporučuje se anketiranje provoditi radnim danom od 16 do 21 sat te subotom, nedjeljom i praznikom tijekom cijelog dana)
- Provoditi kontrole anketiranja (primjerice, telefonski pozivi kućanstvima koja su bila obuhvaćena anketiranjem, pregled prikupljenih ispunjenih upitnika kako bi se na vrijeme upozorilo anketare na eventualna odstupanja od prihvaćene metodologije i sl.).

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA

Korak 6. Obrada i analiza podataka

Nakon prikupljenih ispunjenih upitnika potrebno je podatke s upitnika unijeti na elektronski medij kako bi se mogli analizirati. Naravno, u slučaju CAPI metode prikupljanja podataka, ovaj se korak preskače jer su podaci već na elektronskom mediju.

Preporuka je podatke s upitnika unijeti u Excel tablicu na način da su redovi ispitanici, a stupci pitanja na upitniku. Na početku svakom upitniku treba pridružiti jedinstveni redni broj. Prilikom unosa neka od obilježja na upitniku je potrebno šifrirati (u Excel se unosi numerička vrijednost ili šifra, a ne tekstualni odgovor). Za sva takva obilježja valja pripremiti i šifarnik.

Nakon unos podataka u Excel slijedi:

- Kontrola dozvoljenih vrijednosti za svako pitanje
- Logička kontrola podataka na upitniku (povezanost među pitanjima)
- Izračun apsolutnih i relativnih frekvencija (učestalosti pojavljivanja pojedinih odgovora) za kvalitativna obilježja (npr. koliko ispitanika ima koristi od turizma i sl.)
- Izračun srednjih vrijednosti i mjera raspršenosti za kvantitativna obilježja (npr. tvrdnje u pitanju P1. i i sl.)

6.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA STANOVNIKA

Korak 7. Izvještavanje

Temeljem prikupljenih i analiziranih podataka moguće je izračunati pokazatelj S2 – udio stalnog stanovništva destinacije koje je zadovoljno turizmom. Prijedlog je temeljiti pokazatelj S2 na pitanju P1.4. Turizam donosi koristi mom gradu/općini. Udio stalnog stanovništva destinacije koje je zadovoljno turizmom može se izračunati kao udio (%) ispitanika koji se slažu s tvrdnjom P1.4. Turizam donosi koristi mom gradu/općini, tj. udio (%) ispitanika koji su na pitanje P1.4 odgovorili ocjenama 4 ili 5.

Sva ostala pitanja trebala bi se prikazati u Izvještaju, u tablicama ili grafičkim prikazima s kratkim komentarima.



6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

Istraživanje stavova turista slijedi iste korake istraživanja koji su navedeni u točki 6.1., prilagođeno cilju istraživanja, a to je prikupiti podatke za izračun baznih CROSTO pokazatelja:

- prosječna dnevna potrošnja turista u eurima (E4),
- udio turista koji su zadovoljni svojim cjelokupnim iskustvom u destinaciji (S3) i
- postotak ponovljenih posjeta/stalnih turista u destinaciji (S4).

Korak 1. Definiranje sadržaja istraživanja

Sadržaj istraživanja obuhvaća navedena tri pokazatelja, ali je dodatno proširen i drugim obilježjima turističke potražnje kao što su pokazatelji percepcije okolišne održivosti koja se ocjenjuje i sa strane stanovnika pa tako pruža mogućnost usporedbe dobivenih rezultata. Percepcija okolišne održivosti sa strane turista je ujedno i podloga za procjenu granica održivog rasta, odnosno prihvatnog turističkog kapaciteta destinacije. Nadalje, sadržaj istraživanja proširen je i ocjenom zadovoljstva turista pojedinim elementima ponude destinacije. Dionici u destinaciji mogu dodatno proširiti sadržaj istraživanjima specifičnostima destinacijske ponude i/ili nekim specifičnim pitanjima važnim za razvoj i/ili upravljanje destinacijom.

6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

Sadržaj ankete turista:

Identifikacija – obvezni dio sadržaja

- Lokacija anketiranja
- Datum i sat
- Anketar

Obilježja putovanja

- Dosadašnje iskustvo boravka u destinaciji – obvezni dio
- Pratnja na putovanju
- Prijevozno sredstvo za dolazak u destinaciju – obvezni dio
- Prijedeni put od mesta stalnog boravka do destinacije – obvezni dio

Obilježja boravka

- Prijevozno sredstvo korišteno u destinaciji – obvezni dio
- Duljina boravka na putovanju i u destinaciji – obvezni dio
- Potrošnja po osobi i danu – obvezni dio

Ocjena okolišnih elemenata održivosti

- Buka
- Gužva
- Otpad
- Zagadenje mora
- Vodoopskrba
- Električna energija
- Promet u mirovanju (parkiranje)

Zadovoljstvo turista ponudom destinacije

- Ukupno zadovoljstvo – obvezni dio
- Zadovoljstvo nizom elemenata ponude

Sociodemografski profil ispitanika

– obvezni dio sadržaja

- Spol
- Dob
- Obrazovanje
- Mjesečni prihodi

Na temelju definiranog sadržaja istraživanja, izrađen je prijedlog upitnika (u nastavku). Sva pitanja u upitniku su tzv. pitanja sa zatvorenim, ili unaprijed definiranim, odgovorima. Na neka je pitanja moguć samo jedan odgovor, a na neka je moguće dati i više odgovora. Pitanja vezana uz izračun pokazatelja E4, S3 i S4 (pitanja vezana uz obvezni dio sadržaja koja bi trebala biti obuhvaćena upitnikom) označena su zelenom bojom.

6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

UPITNIK O OBILJEŽJIMA I STAVOVIMA TURISTA U DESTINACIJI

UVOD (doslovno pročitati ispitaniku):

Dobar dan, moje je ime _____ i u ime TZ _____ i Instituta za turizam provodimo istraživanje o zadovoljstvu naših posjetitelja. Istraživanje je anonimno, njime se ne prikupljaju nikakvi osobni podaci, a vaši odgovori ostaju povjerljivi. Molimo Vas da odgovorite na nekoliko pitanja. Intervju će trajati oko 5 minuta. Hvala!

P1. Je li ovo Vaš prvi posjet ovom mjestu?

1. Da – priđete na P3
2. Ne – nastavite s P2

P2. Koliko ste puta posjetili ovo odredište tijekom posljednjih pet godina?

P3. S kime putujete? MOGUĆE VIŠE ODGOVORA!

1. Sam(a)
2. S partnerom
3. S ostalim članovima obitelji (djeca, roditelji, ostali)
4. S prijateljima/ poznanicima
5. S organiziranoj grupom

P4. Kojim ste prometnim sredstvom proputovali najveći dio puta (najveću udaljenost) od mjesta stalnog boravišta do ovog odredišta? MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!

1. Automobilom (vlastitim, poslovnim ili u vlasništvu prijatelja/rođaka)
2. Automobilom iznajmljenim
3. Automobilom s kamp-kućicom
4. Kamperom
5. Autobusom
6. Motociklom
7. Biciklom
8. Vlakom
9. Zrakoplovom
10. Brodom/ trajektom
11. Jahtom/ jedrilicom
12. Nekim drugim sredstvom

P5. Navedite prosječnu dužinu putovanja (km) od mjesta stalnog boravka do ovog odredišta!

_____ km

6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

P6. Koja ste prometna sredstva koristili ili namjeravate koristiti tijekom boravka u ovom odredištu?

MOGUĆE VIŠE ODGOVORA!

1. Lokalni javni prijevoz (bus, tramvaj, vlak, brod i sl.)
2. Taxi
3. Vlastiti automobil, motor
4. Unajmljeni automobil, motor (rent-a-car)
5. Vlastiti bicikl
6. Unajmljeni bicikl (rent-a-bike)
7. Vlastiti brod
8. Unajmljeni brod (rent-a-boat)
9. Neko drugo prijevozno sredstvo
10. Nitko jedno prijevozno sredstvo, kretao/la sam se isključivo pješice

P7. Koliko ukupno noćenja planirate ostvariti na ovom putovanju, a koliko od toga u ovom odredištu?

1. ukupan broj noćenja na putovanju: _____

2. od toga broj noćenja u ovom odredištu: _____

P8. Jeste li tijekom boravka u ovoj destinaciji doživjeli nešto od sljedećeg i kako je to utjecalo na Vas?

Odgovorite na skali 1-nisam doživio/la, 2-doživio/la sam, ali nije negativno utjecalo, 3-donekle je negativno utjecalo, 4-jako je negativno utjecalo): **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR PO RETKU!**

	Nisam doživio/la	Nije negativno utjecalo	Donekle je negativno utjecalo	Jako je negativno utjecalo
1. Buku koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	1	2	3	4
2. Gužvu u prometu u destinaciji	1	2	3	4
3. Gužvu na plažama (prevelik broj kupača)	1	2	3	4
4. Gužvu u destinaciji (na trgovima, šetnicama, trgovinama i sl.)	1	2	3	4
5. Neprimjereno odloženo smeće	1	2	3	4
6. Neugodne mirise (iz kontejnera, kanalizacije)	1	2	3	4
7. Nestaćicu ili restrikcije u vodoopskrbi	1	2	3	4
8. Prekide u napajajući električnom energijom	1	2	3	4
9. Zagađenje mora/rijeka/jezera	1	2	3	4
10. Probleme s parkiranjem (nema slobodnih mjesta)	1	2	3	4

P9. Koliko ste okvirno potrošili ili namjeravate potrošiti **po osobi i po danu** tijekom svog boravka u ovom odredištu, uključujući sve izdatke koje ste imali kao što su izdaci za smještaj, prijevoz unutar odredišta, hranu i piće u restoranima i barovima, kupovinu, izdatke za zabavu, kulturu i sport i sve ostale izdatke (bez izdataka za prijevoz do i od ovog odredišta)? **MOGUĆ JEDAN ODGOVOR!**

1. Manje od 25 €
2. 25 do 50 €
3. 51 do 75 €
4. 76 do 100 €
5. 101 do 125 €
6. 125 do 150 €
7. 151 do 200 €
8. Više od 200 €
9. Ne zna/ne želi odgovoriti

6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

p9. Ocijenite elemente turističke ponude odredišta u kojem boravite ocjenama od 1-jako loše do 7-odlično! MOGUĆ JEDAN ODGOVOR PO RETKU!

	Jako loše	Odlično						Ne znam/ne mogu ocijeniti
1. Ljepota prirode i krajolika	1	2	3	4	5	6	7	8
2. Ljepota mesta	1	2	3	4	5	6	7	8
3. Uređenost mjesta	1	2	3	4	5	6	7	8
4. Atmosfera, ugodaj	1	2	3	4	5	6	7	8
5. Ekološka očuvanost prostora	1	2	3	4	5	6	7	8
6. Osobna sigurnost	1	2	3	4	5	6	7	8
7. Prometna dostupnost destinacije	1	2	3	4	5	6	7	8
8. Prilagodenost destinacije djeci	1	2	3	4	5	6	7	8
9. Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	1	2	3	4	5	6	7	8
10. Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	1	2	3	4	5	6	7	8
11. Lokalni javni prijevoz	1	2	3	4	5	6	7	8
12. Promet u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)	1	2	3	4	5	6	7	8
13. Gostoljubivost lokalnog stanovništva	1	2	3	4	5	6	7	8
14. Smještajni objekt	1	2	3	4	5	6	7	8
15. Čistoća plaža	1	2	3	4	5	6	7	8
16. Opremljenost/uređenost plaža	1	2	3	4	5	6	7	8
17. Biciklističke rute i staze	1	2	3	4	5	6	7	8
18. Pješačke staze	1	2	3	4	5	6	7	8
19. Označavanje znamenitosti	1	2	3	4	5	6	7	8
20. Informacije u destinaciji	1	2	3	4	5	6	7	8
21. Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima (posjetiteljski centri, poučne staze, programi, interpretacija)	1	2	3	4	5	6	7	8
22. Kultura i umjetnost	1	2	3	4	5	6	7	8
23. Događanja i manifestacije	1	2	3	4	5	6	7	8
24. Zabava/noćni život	1	2	3	4	5	6	7	8
25. Gastronomска ponuda u mjestu	1	2	3	4	5	6	7	8
26. Sportski sadržaji	1	2	3	4	5	6	7	8
27. Ponuda organiziranih izleta u okolicu	1	2	3	4	5	6	7	8
28. Mogućnost za kupnju	1	2	3	4	5	6	7	8
29. Besplatni internet u destinaciji	1	2	3	4	5	6	7	8
30. Ukupni boravak	1	2	3	4	5	6	7	8
Elementi ponude specifični za destinaciju	1	2	3	4	5	6	7	8
Elementi ponude specifični za destinaciju	1	2	3	4	5	6	7	8
Elementi ponude specifični za destinaciju	1	2	3	4	5	6	7	8
Elementi ponude specifični za destinaciju	1	2	3	4	5	6	7	8
Elementi ponude specifični za destinaciju	1	2	3	4	5	6	7	8
Elementi ponude specifični za destinaciju	1	2	3	4	5	6	7	8

6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

NEKOLIKO PITANJA O VAMA

D1. Zemlja stalnog boravka:

Šifra zemlje: _____ (upisuje anketar)

D2. Navršene godine života:

- | | |
|----------|----------|
| 1. 18-24 | 4. 45-54 |
| 2. 25-34 | 5. 55-64 |
| 3. 35-44 | 6. 65+ |

D3. Koji je Vaš najveći stupanj obrazovanja?

1. Srednja škola ili niže
2. Viša škola
3. Fakultet i viši stupnjevi
9. Ne zna /ne želi odgovoriti

D4. Mjesečna primanja vašeg kućanstva su:

1. Do 500 €
2. 501 – 1000 €
3. 1001 – 1500 €
4. 1501 – 2000 €
5. 2001 – 2500 €
6. 2501 – 3000 €
7. 3001 – 3500 €
8. 3501 – 4000 €
9. 4001 – 5000 €
10. 5001 € i više
99. Ne zna/ne želi odgovoriti

D7. Spol:

1. Muški
2. Ženski

Time su završila moja pitanja. Hvala što ste sudjelovali u istraživanju! Želim Vam ugodan boravak!

6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

Korak 2. Određivanje populacije od interesa

Prijedlog definicije ciljne populacije u CROSTO anketi turista je: Turisti (posjetitelji s ostvarenim noćenjem) u komercijalnim smještajnim kapacitetima u dobi od 18 i više godina u vrhu turističke sezone.

Dionici u destinaciji mogu prilagoditi ciljnu populaciju svojim ciljevima i potrebama (npr. u Dubrovniku može biti od interesa uključiti u istraživanje i posjetitelje na međunarodnim brodskim kružnim putovanjima).

Korak 3. Odabir metode prikupljanja podataka

U ovom istraživanju predlažemo osobni intervju kao metodu prikupljanja podataka. Ukoliko postoji mogućnost, preporuča se CAPI metoda prikupljanja podataka.

6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

Korak 4. Određivanje nacrta i veličine uzorka

Za određivanje nacrta uzorka valja prikupiti raspoložive podatke o ostvarenim noćenjima u komercijalnim smještajnim kapacitetima prethodne godine. U ovom istraživanju dobru aproksimaciju slučajnom uzorku predstavlja stratificirani kvotni uzorak. Stratumi mogu biti: vrsta smještaja, mjeseci i zemlje porijekla gostiju. Veličina uzorka prema stratumima može biti proporcionalna ostvarenom prometu u stratumu prethodne godine. Potrebno je pripremiti i detaljne Upute za anketiranje koje će sadržavati i plan anketiranja ili tzv. alokaciju uzorka na izabrane objekte.

Veličina uzorka ovisi i varijabilnosti obilježja turističke potražnje, željenoj točnosti procjena i resursima, financijskim i ljudskim, raspoloživim za istraživanje. Uzimajući u obzir prethodne rezultate sličnih istraživanja, željenu točnost procjena i raspoložive resurse predlažemo istraživanje provesti na uzorku od 300 do 400 turista. Naravno, ukoliko je moguće ostvariti veći uzorak, to će i rezultati biti točniji.

6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

Korak 5. Prikupljanje podataka i kontinuirana kontrola procesa prikupljanja podataka

Prije samog procesa prikupljanja podataka potrebno je:

- Angažirati anketare – osobe koje će prikupljati podatke od turista osobnim intervjoum
- Pripremiti pisana pravila anketiranja/Upute za anketare
- Održati instruktažu za anketare tijekom koje ih treba upoznati s istraživanjem i procesom prikupljanja podataka te njihovim zadacima i obvezama
- Definirati evidenciju praćenja anketiranja
- Odrediti vrijeme anketiranja
- Provoditi kontrole anketiranja (primjerice, pregled prikupljenih ispunjenih upitnika kako bi se na vrijeme upozorilo anketare na eventualna odstupanja od prihvaćene metodologije i sl.).

6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

Korak 6. Obrada i analiza podataka

Nakon prikupljenih ispunjenih upitnika potrebno je podatke s upitnika unijeti na elektronski medij kako bi se mogli analizirati. Naravno, u slučaju CAPI metode prikupljanja podataka, ovaj se korak preskače jer su podaci već na elektronskom mediju.

Preporuka je podatke s upitnika unijeti u Excel tablicu na način da su redovi ispitanici, a stupci pitanja na upitniku. Na početku svakom upitniku treba pridružiti jedinstveni redni broj. Prilikom unosa neka od obilježja na upitniku je potrebno šifrirati (u Excel se unosi numerička vrijednost ili šifra, a ne tekstualni odgovor). Za sva takva obilježja valja pripremiti i šifarnik (npr. za zemlju porijekla turista).

Nakon unos podataka u Excel slijedi:

- Kontrola dozvoljenih vrijednosti za svako pitanje
- Logička kontrola podataka na upitniku (povezanost među pitanjima, npr. broj noćenja u mjestu ne može biti veći od ukupnog broja noćenja na putovanju i sl.)
- Izračun apsolutnih i relativnih frekvencija (učestalosti pojavljivanja pojedinih odgovora) za kvalitativna obilježja (npr. koliko je ispitanika doputovalo zrakoplovom, a koliko automobilom i sl.)
- Izračun srednjih vrijednosti i mjera raspršenosti za kvantitativna obilježja (npr. prosječan broj noćenja u destinaciji i sl.)

6.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA (ANKETA TURISTA)

Korak 7. Izvještavanje

Temeljem prikupljenih i analiziranih podataka moguće je izračunati sljedeće CROSTO pokazatelje:

- prosječna dnevna potrošnja turista u eurima (E4) - temeljiti izračun na pitanju P9.
- udio turista koji su zadovoljni svojim cjelokupnim iskustvom u destinaciji (S3) može se izračunati kao udio (%) ispitanika koji su svoje ukupno zadovoljstvo (pitanje P9.30) ocijenili ocjenama 4 ili 5.
- postotak ponovljenih posjeta/stalnih turista u destinaciji (S4) - temeljiti izračun na pitanjima P1. i P2.

Sva ostala pitanja trebala bi se prikazati u Izvještaju, u tablicama ili grafičkim prikazima s kratkim komentarima.



6.3. ANKETA GOSPODARSKIH SUBJEKATA

6.3. ANKETA GOSPODARSKIH SUBJEKATA

UPITNIK za GOSPODARSKE SUBJEKTE

UVOD

Ovo anketno istraživanje provodi _____ i Institut za turizam u svrhu prikupljanja POKAZETELJA ODRŽIVOSTI TURIZMA u Vašoj destinaciji. Vaš smještajni objekt jedan je odabranih objekata radi relevantnosti istraživanja. Istraživanje je anonimno, njime se ne prikupljaju nikakvi osobni podaci, a vaši odgovori ostaju povjerljivi. Molim Vas za samo nekoliko kratkih odgovora.

P1. Molim Vas navedite tip gospodarskog subjekta: MOGUĆ JEDAN ODGOVOR

Vrsta objekta	Kategorija (broj zvjezdica ili drugo)
<input type="checkbox"/> Hotel	
<input type="checkbox"/> Kamp	
<input type="checkbox"/> Hostel	
<input type="checkbox"/> Apartmansko naselje	
<input type="checkbox"/> Smještaj u domaćinstvu (apartmani)	
<input type="checkbox"/> Marina	
<input type="checkbox"/> Drugo	

P2. Navedite mjesec s najvišom razinom popunjenošću smještajnog kapaciteta u prošloj godini! ((pokazatelj O1;O2; O5)

P3. Imate li vaše poduzeće/obrt neke od certifikata zaštite okoliša ili održivosti (npr. ISO 14.001, EMAS, Ecolabel, Zeleni ključ, itd.)? (pokazatelj O5)

<input type="checkbox"/>	DA
<input type="checkbox"/>	NE

P4. Navedite ukupnu potrošnju električne energije u mjesecu najviše popunjenošću smještajnog kapaciteta? (pokazatelj O1)

(kWh)

P5. Koristite li vaše poduzeće/obrt obnovljive izvore energije (npr. Solarne ploče, biomasu, vjetroturbine itd.)?

<input type="checkbox"/>	DA
<input type="checkbox"/>	NE

Ako da, koji postotak vaše potrošene energije dobivate iz vlastitih obnovljivih izvora?



6.3. ANKETA GOSPODARSKIH SUBJEKATA

P6. Navedite ukupnu potrošnju vode u mjesecu najviše popunjenoosti smještajnog kapaciteta! (pokazatelj O2)

(m³)

P7. Koristite li neke od protokola uštede vode (kao što su postupci uštede vode, npr. toaleti s dvostrukim ispiranjem/bezvodni pisoari/vodokotlići smanjene zapremljene, tuševi i slavine s niskim protokom, navodnjavanje kapanjem u hortikulturnom uređenju itd.)?

<input type="checkbox"/>	DA
<input type="checkbox"/>	NE

P8. Koristite li recikliranu vodu u vašem poduzeću?

<input type="checkbox"/>	DA
<input type="checkbox"/>	NE

P9. Navedite ukupnu količinu proizvedenog otpada u mjesecu najviše popunjenoosti smještajnog kapaciteta! (pokazatelj O4)

(kg)

P10. Odvaja li vaše poduzeće različite vrste otpada?

<input type="checkbox"/>	DA
<input type="checkbox"/>	NE

P11. Navedite broj ostvarenih noćenja u mjesecu najviše popunjenoosti smještajnog kapaciteta! ((pokazatelj O1;O2; O))

P12. Molimo Vas navedite Vašu poziciju u poduzeću/obrtu:

P13. Molimo Vas navedite ukupan broj zaposlenih u poduzeću/obrtu:

Hvala što ste sudjelovali u istraživanju!

6.3. ANKETA GOSPODARSKIH SUBJEKATA

Korak 1. Definiranje sadržaja istraživanja

Istraživanje gospodarskih subjekata usmjereni je na prikupljanje podataka za potrebe sljedećih okolišnih pokazatelja:

- **O1 - Potrošnja energije turista u odnosu na potrošnju energije stalnog stanovništva**
- **O2 - Potrošnja vode turista u odnosu na potrošnju vode stalnog stanovništva**
- **O4 - Proizvodnja komunalnog otpada turista u odnosu na proizvodnju komunalnog otpada stalnog stanovništva**

Korak 1. Definiranje sadržaja istraživanja

Sadržaj istraživanja obuhvaća navedena tri pokazatelja, no u anketu su uključena i dodatna pitanja iz preporuka ETIS-a, no pitanja relevantna za izračun baznih pokazatelja su: P1, P3, P4, P6, P9 i P11. Izračun pokazatelja je objašnjen u poglavljima 5.3. u elementu alternativni izračun za pokazatelje O1, O2, O4 i O5 i prilogu 1. Važno je napomenuti da se izračun temelji na utvrđivanju normi potrošnje resursa (energije i vode) i proizvodnje otpada u različitim vrstama smještajnih objekata, temeljem koji se izračunava omjer između turista i domicilnog stanovništva.

6.3. ANKETA GOSPODARSKIH SUBJEKATA

Korak 2. Određivanje populacije od interesa

Za potrebu izračuna okolišnih pokazatelja u destinacijama niske sezonalnosti (potencijalno u svim destinacijama za provjeru rezultata) predlaže se provedba ankete gospodarskih subjekata u turizmu koji pružaju usluge smještaja.

Korak 3. Odabir metode prikupljanja podataka

S obzirom na kompleksnost podataka koje se pokušava prikupiti anketom preporuča se provedba istraživanja putem pisanih obrasaca poslanog poštom ili obrasca poslanog na službenu e-mail adresu gospodarskog subjekta. Važno je za naglasiti da se anketom prikupljaju podatci za pojedinačne smještajne objekte, a ne poduzeća, stoga ukoliko se ankete šalje u turističko poduzeće koje obuhvaća više vrsta smještajnih objekata, nužno je ispunjavanje i više anketa za svaki objekt. S obzirom na to da se prikupljeni podatci trebaju odnositi na mjesec najviše popunjenoosti smještajnih kapaciteta, predlaže se da provedba istraživanja bude u razdoblju od siječnja do travnja za prethodnu godinu.

6.3. ANKETA GOSPODARSKIH SUBJEKATA

Korak 4. Određivanje veličine uzorka

Pri provedbi ankete važno je voditi računa da bude uključen što je moguće reprezentativniji uzorak i stoga se predlaže provedba ankete na sljedećem uzorku s obzirom na broj pojedinih vrsta smještajnih objekata:

Tablica 6.3.

Veličina uzorka s obzirom na vrstu smještajnog objekta i broj smještajnih objekata u destinaciji

Vrsta smještajnog objekta	Broj smještajnih objekata u destinaciji	Uzorak od ukupnog broja objekata obuhvaćen anketiranjem	Broj smještajnih objekata u destinaciji	Uzorak od ukupnog broja objekata obuhvaćen anketiranjem	Broj smještajnih objekata u destinaciji	Uzorak od ukupnog broja objekata obuhvaćen anketiranjem
Hotel	<5	100%	5-10	50%	10<	20%
Kamp	<5	100%	5-10	50%	10<	20%
Hostel	<5	100%	5-10	50%	10<	20%
Apartmansko naselje	<5	100%	5-10	50%	10<	20%
Smještaj u domaćinstvu (apartmani)	<200	10%	200-500	5%	500<	3%

6.3. ANKETA GOSPODARSKIH SUBJEKATA

Korak 5. Prikupljanje podataka i kontinuirana kontrola procesa prikupljanja podataka

Prije samog procesa prikupljanja podataka potrebno je:

- Angažirati anketare – osobe koje će prikupljati podatke
- Pripremiti pisana pravila anketiranja/Upute za anketare
- Održati instruktažu za anketare tijekom koje ih treba upoznati s istraživanjem i procesom prikupljanja podataka te njihovim zadacima i obvezama
- Definirati evidenciju praćenja anketiranja
- Odrediti vrijeme anketiranja

Korak 6. Obrada i analiza podataka

Nakon prikupljenih ispunjenih upitnika potrebno je podatke s upitnika unijeti na elektronski medij kako bi se mogli analizirati. Naravno, u slučaju CAPI metode prikupljanja podataka, ovaj se korak preskače jer su podaci već na elektronskom mediju.

Preporuka je podatke s upitnika unijeti u Excel tablicu na način da su redovi ispitnici, a stupci pitanja na upitniku. Na početku svakom upitniku treba pridružiti jedinstveni redni broj. Prilikom unosa neka od obilježja na upitniku je potrebno šifrirati (u Excel se unosi numerička vrijednost ili šifra, a ne tekstualni odgovor). Za sva takva obilježja valja pripremiti i šifarnik (npr. za vrstu objekta).

Nakon unos podataka u Excel slijedi:

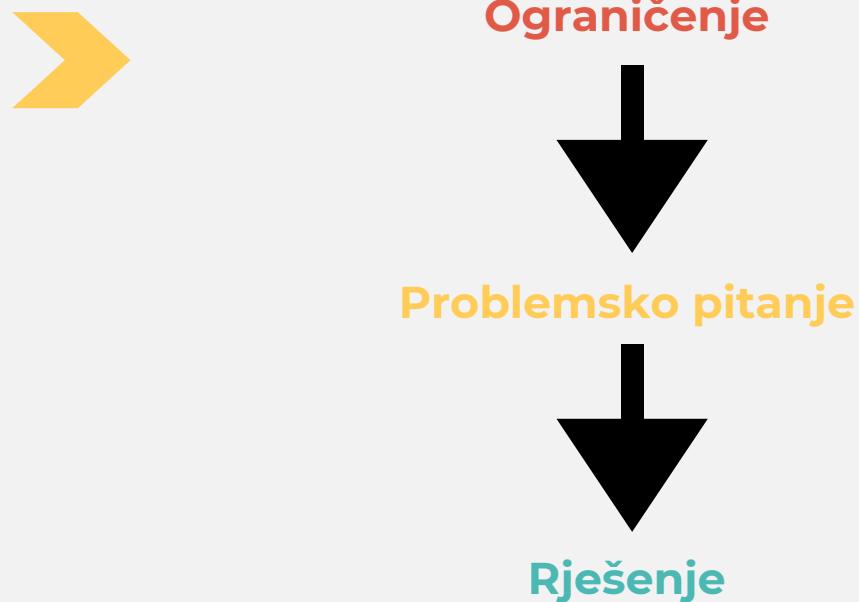
- Kontrola dozvoljenih vrijednosti za svako pitanje
- Logička kontrola podataka na upitniku (povezanost među pitanjima)
- Izračun srednjih vrijednosti i mjera raspršenosti za kvantitativna obilježja (npr. prosječan broj noćenja u destinaciji i sl.)



7. OGRANIČENJA, PROBLEMSKA PITANJA I PRIJEDLOG RJEŠENJA U PROCESU MJERENJA

7. OGRANIČENJA, PROBLEMSKA PITANJA I PRIJEDLOG RJEŠENJA U PROCESU MJERENJA

Svaki proces, pa tako i proces mjerena održivosti turizma, obilježen je i nizom ograničenja i problemskih pitanja koja opstruiraju, usporavaju ili onemogućuju daljnji proces mjerena. Zbog toga su u nastavku navedena glavna ograničenja/problemska pitanja, te ponuđena konceptualna rješenja koja bi mogla pomoći u dalnjem razvoju procesa.



7. OGRANIČENJA, PROBLEMSKA PITANJA I PRIJEDLOG RJEŠENJA U PROCESU MJERENJA

Otežano uspostavljanje suradnje između dionika u destinaciji

Kako uspostaviti konstruktivnu i kontinuiranu suradnju?

Presudna je uloga lokalnog koordinatora koji mora posjedovati određenu količinu "upravljačke moći" da bi se omogućilo lakše prikupljanje podataka, ili preciznije, da bi se olakšala uspostava suradnje. Poželjno je da lokalni koordinator bude pročelnik ureda za gospodarstvo/zamjenik gradonačelnika/načelnik/direktor TZ-a ili slično.

Neinformiranost dionika o svrsi pokazatelja

Kako informirati zainteresiranu javnost i dionike o svrsi mjerena?

Valja predvidjeti korištenje različitih tehnika u komuniciranju sa stručnom javnosti kako bi se osigurala njihova podrška, uključenost i spremnost na suradnju te na prilagođavanje vlastitih metodologija i politika u cilju integriranijeg i uspješnijeg destinacijskog menadžmenta. Jednako tako, komunikacija sa širom javnosti ima za cilj njihovo senzibiliziranje na različite aspekte održivosti turizma, odnosno vlastitu ulogu i odgovornost u realizaciji održive turističke prakse.

7. OGRANIČENJA, PROBLEMSKA PITANJA I PRIJEDLOG RJEŠENJA U PROCESU MJERENJA

Nedostupnost podataka

Kako nabaviti podatke od institucija koje ne postoje na području destinacije?

Formalizacijom procesa i komunikacijom putem formalnih kanala (putem ureda gradonačelnika/načelnika potaknuti će se suradnja na višoj razini koja će ubrzati kolanje informacija prema lokalnim koordinatorima.

'Skupoća' primarnog istraživanja

Kako bez dodatnih troškova prikupiti pokazatelje?

Provedbom dijela procesa, npr. anketiranja stanovništva u razdobljima manje opterećenosti zaposlenika TZ, koji tada mogu participirati u tom poslu u svom radnom vremenu i uključivanjem djelatnika grada/općine/gradskih poduzeća u provođenju anketiranja turista u radnom vremenu. Navedenom mora prethoditi edukacija o tome kako ispravno anketirati turiste.

7. OGRANIČENJA, PROBLEMSKA PITANJA I PRIJEDLOG RJEŠENJA U PROCESU MJERENJA

Podatci u eVisitoru /HEP-u/Komunalnom društvu su nepouzdani

Kako unaprijediti kvalitetu podataka?

Kroz kontinuiranu edukacija korisnika sustava eVisitor o važnosti preciznog i točnog unosa podataka, kako bi se izbjegle postojeće sumnje, ali i proširio set pokazatelja na nekomercijalni smještaj. Isto se odnosi i na osobe zaposlene u institucijama koje skupljaju i diseminiraju sekundarne podatke o električnoj energiji/vodi i otpadu.

Osobe uključene u mjerjenje u prvoj fazi više nisu uključene u mjerjenje

Kako osigurati kontinuitet mjerjenja bez obzira na potencijalne kadrovske promjene?

Nužno je oblikovati bazu podataka s prikupljenim podatcima/pokazateljima/meta podatcima i slično u svrhu lakog "prijenosa" znanja na potencijalnog lokalnog koordinatora i/ili člana radne skupine. Osim toga poželjno bi bilo napraviti i transfer znanja.

7. OGRANIČENJA, PROBLEMSKA PITANJA I PRIJEDLOG RJEŠENJA U PROCESU MJERENJA

Destinacija nije sezonalnost/destinacija je u razvoju

Kako mjeriti okolišne pokazatelje ako se radi o destinaciji u razvoju?

Pomoću ankete gospodarskih subjekata potrebno je uspostaviti norme potrošnje vode/energije turista u različitim tipovima smještajnih objekata. S pomoću izračunatih normi moguć je izračun pokazatelja u narednih 5 godina, kada se mora napraviti korekcije normi

Pokazatelji na godišnjoj razini nisu usporedivi s prethodnim godinama

Kako utvrditi da li se radi o pogrešci mjerjenja ili stvarnim značajnim odstupanjima?

Nužna je dodatna provjera podataka sa pružateljima podataka, te utvrđivanje njihove točnosti. Ukoliko se ustanovi da su podatci točni, nužna je provjera mjernih jedinica. Ukoliko se ustanovi da ne postoji greška podataka, potrebno je utvrđivanje stanja u destinaciji, točnije da li je došlo do nekih značajnih promjena u destinaciji, koje bi se odrazile na značajno odstupanje pokazatelja.

