

The background of the entire page is an abstract, textured composition of thick, expressive brushstrokes. The color palette is dominated by various shades of blue, ranging from light, airy sky blues to deep, dark, almost black blues. Interspersed among these are strokes of off-white and light beige, which create a sense of depth and contrast. The overall effect is reminiscent of a close-up view of a painter's palette or a wall of abstract art, with visible ridges and valleys in the paint.

Izvještaj

ZADOVOLJSTVO TURISTA

**boravkom u općini
Pakoštane**

SADRŽAJ

1	ZADOVOLJSTVO TURISTA CJELOKUPNIM BORAVKOM U DESTINACIJI – PAKOŠTANE	4
2	METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	5
2.1	Okvir uzorka	5
2.2	Postupak prikupljanja podataka.....	7
2.3	Istraživački instrument.....	9
2.4	Opis uzorka	11
2.4.1	Ispitanici prema vrsti komercijalnog smještaja	12
2.4.2	Domaći turisti prema županiji prebivališta	12
2.4.3	Zemlja prebivališta turista	13
2.4.4	Usporedba strukture uzorka i populacije	14
2.4.5	Osnovne karakteristike uzorka	16
2.4.6	Zone općine Pakoštane	17
3	REZULTATI.....	19
3.1	Obvezni pokazatelji održivosti	20
3.1.1	Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom.....	20
3.1.1.1	Indeks zadovoljstva	20
	Izračun po zonama	21
3.1.1.2	Mjera zadovoljstva turista.....	23
	Izračun po zonama	25
3.1.2	Neto spremnost za preporuku destinacije.....	29
	Izračun po zonama	31
3.2	Specifični pokazatelji održivosti	33
3.2.1	Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije	33
	Izračun po zonama	34
3.2.2	Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta)	35
3.2.3	Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima	37
3.2.3.1	Troškovi po osobi	38
3.2.3.2	Dnevna potrošnja – jednodnevni posjetitelji	38
3.2.3.3	Dnevna potrošnja – turisti.....	39
3.3	Obavezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta	40
3.3.1	Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama	40
	Izračun po zonama	41
3.3.2	Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija	42
3.3.2.1	Ljepota mjesta.....	43
	Izračun po zonama	43

3.3.2.2	Uređenost mjesta	44
	Izračun po zonama	45
3.3.2.3	Uređenost glavnih atrakcija.....	45
	Izračun po zonama	46
3.3.3	Utjecaj buke na kvalitetu boravka	47
	Izračun po zonama	48
3.3.4	Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja prometom u mjestu	48
	Izračun po zonama	49
3.4	Dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta	50
3.4.1	Zadovoljstvo kvalitetom smještaja	50
3.4.1.1	Skupni pokazatelj zadovoljstva smještajem	51
3.4.2	Nedostajući i neprimjereni sadržaji	52
3.4.2.1	Nedostajući sadržaji	52
	Izračun po zonama	53
	Komentari na nedostajući sadržaj	53
3.4.2.2	Neprijmjereni sadržaji	56
	Izračun po zonama	57
	Komentari na neprimjereni sadržaj	57
3.4.3	Resursna atrakcijska osnova	58
3.4.3.1	Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja atmosferom, ugođajem	58
	Izračun po zonama	59
3.4.3.2	Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja gastronomskom ponudom u mjestu	60
	Izračun po zonama	61
3.4.3.3	Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja događanjima i manifestacijama	62
	Izračun po zonama	63
3.5	Dodatni pokazatelji razvoja destinacije	64
3.5.1	Zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja	64
3.5.2	Zadovoljstvo cijenama – pregled po zonama	65
3.5.3	Zadovoljstvo pruženom vrijednosti za novac	66
3.5.4	Zadovoljstvo turističkom ponudom mjesta	66
3.5.5	Izvori informacija	67
3.5.6	Zadovoljstvo destinacijom	68
4	ZAKLJUČAK.....	71
5	PRILOG – UPITNIK	73
	Sažetak Izvještaja o zadovoljstvu turista cjelokupnim boravkom u općini Pakoštane	79

1 ZADOVOLJSTVO TURISTA CJelokUPNIM BORAVKOM U OPĆINI PAKOŠTANE

Istraživanje zadovoljstva turista cjelokupnim boravkom u općini Pakoštane provedeno je u skladu sa *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (Ministarstvo turizma i sporta RH, verzija V_1.2, lipanj 2025.), *Zakonom o turizmu* (NN 156/23) te *Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma* (NN 112/2024).

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

Ciljevi istraživanja obuhvaćaju:

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

Analiza rezultata pridonosi transparentnosti i kvaliteti upravljanja destinacijom te omogućuje usmjeravanje aktivnosti Turističke zajednice općine Pakoštane prema jačanju konkurentnosti, autentičnosti i održivosti turističke ponude.

Izveštaj je strukturiran u četiri poglavlja. Nakon uvodnog dijela slijedi poglavlje o metodologiji istraživanja, s prikazom uzorka, postupka prikupljanja podataka i istraživačkog instrumenta. Treće poglavlje donosi rezultate analizirane prema obveznim i specifičnim pokazateljima održivosti te obveznim i dodatnim pokazateljima prihvatnog kapaciteta, koji zajedno pružaju cjelovit uvid u kvalitetu turističkog iskustva i održivost destinacije općine Pakoštane. Četvrtim poglavljem iznesena su zaključna promišljanja o provedenom istraživanju i dobivenim rezultatima te njihovim implikacijama.

2 METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Metodološki okvir istraživanja temelji se na *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025) te osigurava usklađenost postupaka s nacionalno propisanom metodologijom praćenja pokazatelja održivosti, kvalitete doživljaja turista i prihvatnog kapaciteta destinacije.

Istraživanje je koncipirano tako da omogući relevantno i reprezentativno prikupljanje podataka od turista koji su tijekom turističke sezone 2025. godine boravili u općini Pakoštane, uz jasno definirane instrumente, uzorak i postupke obrade podataka. Time se osigurava usporedivost rezultata s drugim destinacijama Zadarske županije i nacionalnim prosjecima, kao i pouzdan uvid u zadovoljstvo turista, elemente turističkog iskustva te obvezne i specifične pokazatelje prihvatnog kapaciteta.

2.1 Okvir uzorka

Okvir uzorka obuhvaćao je turiste koji su u trenutku istraživanja boravili u općini Pakoštane, neovisno o duljini boravka i obliku smještaja. Istraživanje je obuhvatilo domaće i strane turiste starije od 18 godina koji su posjetili destinaciju u razdoblju glavne turističke sezone 2025. godine.

Podatci o broju noćenja te udjelima domaćih i stranih turista za prethodnu turističku sezonu (2024.) preuzeti su iz sustava *eVisitor*, čime je osigurano da uzorak bude usklađen s aktualnom strukturom turističkog prometa u općini Pakoštane. Na temelju službenih podataka vidljivo je da u općini Pakoštane najveći udio čine turista s europskih emitivnih tržišta, među kojima se ističu Slovenija, Njemačka, Poljska, Češka i Austrija, dok manji, ali stabilan udio ostvaruju turisti iz Hrvatske i drugih tržišta srednje i zapadne Europe.

U podacima *eVisitora* za Pakoštane zabilježene su posjete turista iz više od trideset zemalja, što potvrđuje izraženu međunarodnu prepoznatljivost destinacije i njezinu važnost u okviru obalnog područja Zadarske županije.

Tablica 1 prikazuje zemlje iz kojih dolazi najveći broj turista u općini Pakoštane prema podacima *eVisitora* za 2024. godinu, u svim kategorijama smještaja.

Tablica 1. Ostvareni dolasci turista u općini Pakoštane 2024. godine prema državi prebivališta i vrsti smještaja

Država prebivališta turista		Smještajni objekti			Ukupno
		Hoteli	Kampovi	Objekti u domaćinstvu	
Republika Hrvatska	n	687	6 114	5 869	12 676
	%	0,70%	6,23%	5,98%	12,91%
Republika Austrija	n	151	4 565	1 766	6 499
	%	0,15%	4,65%	1,80%	6,61%
Republika Poljska	n	39	2 850	4 900	7 809
	%	0,04%	2,90%	4,99%	7,94%
Savezna Republika Njemačka	n	430	12 218	3 874	16 531
	%	0,44%	12,44%	3,95%	16,83%
Republika Slovenija	n	48	12 352	6 841	19 250
	%	0,05%	12,58%	6,97%	19,60%
Češka Republika	n	48	5 106	5 137	10 306
	%	0,05%	5,20%	5,23%	10,49%
Ostali	n	800	15 270	9 132	25 219
	%	0,81%	15,55%	9,30%	25,68%
Ukupno	n	2 203	58 475	37 519	98 197
	%	2,24%	59,55%	38,21%	100,00%

Izvor: eVisitor, 2025.

Prema uobičajenim statističkim pravilima, za populaciju veličine približno 100 000 turista reprezentativan uzorak trebao bi obuhvatiti najmanje 383 ispitanika. Prema internetskom kalkulatoru za određivanje veličine uzorka (Raosoft.com), za razinu pouzdanosti od 95% i standardnu pogrešku od 5%, preporučena veličina uzorka iznosi 385 ispitanika.

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

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

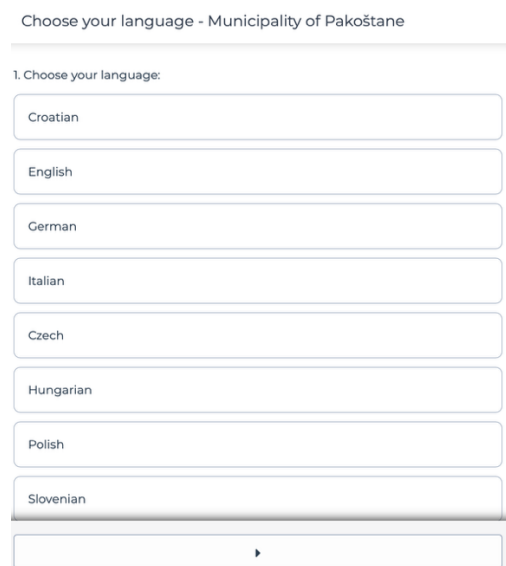
- turisti u komercijalnom smještaju (uzorak od 300 do 350 ispitanika),
- turisti u nekomercijalnom smještaju (uzorak oko 100 ispitanika),
- jednodnevni posjetitelji (uzorak od 200 do 250 ispitanika).

Uvažavajući navedene preporuke izrađen je plan prikupljanja podataka te se tijekom provedbe kontinuirano pratilo ispunjavanja kvota i ostvarivanje planirane veličine uzorka po skupinama ispitanika (segmentima turista).

2.2 Postupak prikupljanja podataka

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

Slika 1a. Početni zaslon istraživanja (odabir jezika)



Choose your language - Municipality of Pakoštane

1. Choose your language:

- Croatian
- English
- German
- Italian
- Czech
- Hungarian
- Polish
- Slovenian

▶

Slika 1b. Početni zaslon istraživanja (hrvatski jezik)

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji

Dragi goste,

u tijeku je nacionalno prikupljanje podataka o **zadovoljstvu turista boravkom u općini Pakoštane**.

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

Zahvaljujemo Vam na sudjelovanju i želimo Vam ugodan boravak!

Srdačan pozdrav,

Turistička zajednica općine Pakoštane

Nastavak

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

Anketiranje je provedeno u suradnji s Turističkom zajednicom općine Pakoštane, pružateljima usluga smještaja te organizatorima jednodnevnih izleta na području općine Pakoštane, a sudjelovanje ispitanika bilo je dobrovoljno i anonimno. Ispitanicima se pristupalo putem letaka s QR kodom (Slika 2) koji je vodio izravno na mrežni upitnik. Letak je bio obostrano tiskan te je sadržavao osnovne informacije o svrsi istraživanja i načinima sudjelovanja, na hrvatskom i engleskom jeziku. Ispitanicima se pristupalo pri završetku njihova boravka u destinaciji, čime je omogućeno prikupljanje cjelovitih dojmova o turističkom iskustvu. Informacije o turistima koji su bili pri kraju boravka dostavljali su smještajni objekti prema vlastitim evidencijama rezervacija.

Slika 2. Letak za prikupljanje podataka



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

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

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

2.3 Istraživački instrument

Istraživački instrument izrađen je prema obrascu *Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025) te sadrži obvezne varijable potrebne za izračun propisanih pokazatelja zadovoljstva turista i pokazatelja prihvatnog kapaciteta destinacije. Upitnik je strukturiran u nekoliko cjelina koje obuhvaćaju:

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

Sva pitanja koja uključuju procjenu razine zadovoljstva (ili slaganja, važnosti i sl.) mjerena su na 7-stupnjevanoj Likertovoj skali, gdje vrijednost 1 označava najnižu razinu zadovoljstva (u potpunosti se ne slažem), a vrijednost 7 označava najvišu razinu zadovoljstva (u potpunosti se slažem).

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

Uvođenje navedenih pitanja omogućilo je dublje razumijevanje strukture turista, prostornih razlika u iskustvu, motivacijskih čimbenika i percepcije održivosti destinacije. Takav pristup povećava analitičku vrijednost istraživanja te omogućuje izradu *Plana upravljanja destinacijom*

općine Pakoštane 2025. – 2030. na temelju podataka koji preciznije odražavaju realne obrasce turističkog ponašanja, zadovoljstva i opterećenosti destinacijskih kapaciteta.

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

2.4 Opis uzorka

U istraživanju zadovoljstva turista općine Pakoštane sudjelovalo je ukupno 542 ispitanika. Struktura uzorka oblikovana je tako da što bolje odražava profil turista u uzorku prema zemlji prebivališta i vrsti smještaja. U Tablici 2 prikazani su segmenti uzorka, uspoređeni s očekivanim veličinama segmenata prema preporukama iz *Smjernica za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025).

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

Vrsta ispitanika	Segment	Očekivana veličina uzorka za segment	n	%
Gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju (hotel, hostel, kamp, iznajmljena soba, apartman ili kuća i sl.)	Turisti u komercijalnom smještaju	od 300 do 350	277	55,1
Gost koji u ovom mjestu noći u vlastitoj kući ili stanu za odmor ili kod rodbine ili prijatelja (ne plaća smještaj)	Turist u nekomercijalnom smještaju	više od 100	108	19,9
Jednodnevni posjetitelj ovog mjesta (ne ostvarujete noćenje u ovom mjestu), uključujući i posjetitelje s brodskih kružnih putovanja	Jednodnevni posjetitelj	od 200 do 250	157	29,0
Ukupno			542	100,0

Struktura uzorka pokazuje da su ostvarene veličine pojedinih segmenata u skladu s preporučenim okvirima uzorkovanja: 55,1% ispitanika boravilo je u komercijalnom smještaju, 19,9% u nekomercijalnom, dok je 29,0% ispitanik u uzorku zabilježeno kao jednodnevni posjetitelj destinacije. Time je osigurana odgovarajuća zastupljenost svih triju segmenata turista predviđenih *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025).

2.4.1 Ispitanici prema vrsti komercijalnog smještaja

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

Tablica 3. Vrsta komercijalnog smještajnog objekta

Smještajni objekti	n	%
Hotel	17	6,1
Kamp	114	41,2
Obiteljski smještaj (soba, apartman, kuća za odmor i slično)	146	52,7
Ukupno	277	100,0

Najveći udio ispitanika u segmentu turista u komercijalnom smještaju boravio je u obiteljskom smještaju (52,7%), zatim u kampovima (41,21%), dok su hoteli (6,1%) bili manje zastupljeni. Ovakva raspodjela u potpunosti odražava strukturu smještajne ponude općine Pakoštane, u kojoj dominira obiteljski smještaj i kampovi.

2.4.2 Domaći turisti prema županiji prebivališta

U okviru domaćih ispitanika (n = 204), najviše je turista dolazilo iz Zagrebačke županije (32,9%), Zadarske županije (15,2%) i Šibensko-kninske županije (7,8%), dok su kontinentalne županije bile slabije zastupljene, a iz dvije hrvatske županije nije bilo ispitanika.

Tablica 4. Domaći ispitanici prema županijama

Županija	n	%
Bjelovarsko-bilogorska	1	0,49
Brodsko-posavska	1	0,49
Dubrovačko-neretvanska	5	2,45
Grad Zagreb	15	7,35
Istarska	1	0,49
Karlovačka	10	4,90
Koprivničko-križevačka	3	1,47
Krapinsko-zagorska	11	5,39
Međimurska	2	0,98
Osječko-baranjska	5	2,45
Požeško-slavonska	2	0,98

Primorsko-goranska	2	0,98
Šibensko-kninska	16	7,84
Splitsko-dalmatinska	14	6,86
Varaždinska	1	0,49
Virovitičko-podravska	2	0,98
Vukovarsko-srijemska	15	7,35
Zadarska	31	15,20
Zagrebačka	67	32,84
Ukupno	204	100,00

Visok postotak turista u uzorku iz Zadarske županije (15,2%) povezan je s činjenicom da su općinu Pakoštane posjetili ili kao jednodnevni posjetitelji ili kao turisti u nekomercijalnom smještaju.

2.4.3 Zemlja prebivališta turista

U nastavku je prikazana distribucija svih ispitanika prema zemlji prebivališta.

Tablica 5. Zemlja prebivališta turista

Zemlja	n	%
Austrija	18	3,3
Belgija	1	0,2
Bosna i Hercegovina	13	2,4
Češka Republika	22	4,1
Francuska	10	1,8
Hrvatska	213	39,3
Italija	14	2,6
Kanada	1	0,2
Mađarska	9	1,7
Nizozemska	15	2,8
Njemačka	81	14,9
Poljska	46	8,5
Sjedinjene Američke Države	1	0,2
Slovenija	89	16,4
Srbija	1	0,2
Švicarska	2	0,4
Ujedinjeno Kraljevstvo	6	1,1
Ukupno	542	100,0

Rezultati uzorka pokazuju kako su u istraživanju sudjelovali turisti iz 17 zemalja. Najveći udio čine domaći turisti iz Hrvatske (39,3%), zatim turisti iz Slovenije (16,4%), Njemačke (14,9%) i Poljske (8,5%). Slijede Austrija (3,3%), Češka Republika (4,1%) i Italija (2,6%). Udio turista iz ostalih europskih i prekomorskih zemalja manji je od 2%, ali ukazuje na međunarodnu prepoznatljivost općine Pakoštane.

2.4.4 Usporedba strukture uzorka i populacije

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

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

Država prebivališta turista		Vrsta smještajnog objekta			Ukupno
		Hotel	Kamp	Obiteljski smještaj	
Republika Hrvatska	n	5	17	58	80
	%	1,8	6,1	20,9	28,9
Republika Austrija	n	3	11	3	17
	%	1,1	4,0	1,1	6,1
Republika Poljska	n	2	3	11	16
	%	0,7	1,1	4,0	5,8
Savezna Republika Njemačka	n	3	21	20	44
	%	1,1	7,6	7,2	15,9
Republika Slovenija	n	2	24	29	55
	%	0,7	8,7	10,5	19,9
Češka Republika	n	1	3	13	17
	%	0,4	1,1	4,7	6,1
Ostale države	n	1	35	12	48
	%	0,4	12,6	4,3	17,3
Ukupno	n	17	114	146	277
	%	6,1	41,2	52,7	100,0

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

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

Država prebivališta turista		Smještajni objekti		
		Hoteli	Kampovi	Objekti u domaćinstvu
Republika Hrvatska	% N	0,7	6,2	6,0
	% n	1,8	6,1	20,9
	razlika	1,1	-0,1	14,9
Republika Austrija	% N	0,2	4,7	1,8
	% n	1,1	4,0	1,1
	razlika	1,0	-0,7	-0,7
Republika Poljska	% N	0,0	2,9	5,0
	% n	0,7	1,1	4,0
	razlika	0,7	-1,8	-1,0
Savezna Republika Njemačka	% N	0,4	12,4	4,0
	% n	1,1	7,6	7,2
	razlika	0,7	-4,8	3,3
Republika Slovenija	% N	0,1	12,6	7,0
	% n	0,7	8,7	10,5
	razlika	0,7	-3,9	3,5
Češka Republika	% N	0,1	5,2	5,2
	% n	0,4	1,1	4,7
	razlika	0,4	-4,1	-0,5
Ostale države	% N	0,8	15,6	9,3
	% n	0,4	12,6	4,3
	razlika	-0,4	-3,0	-5,0

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

Rezultati usporedbe pokazuju da se udjeli ispitanika prema zemlji prebivališta i vrsti smještaja u uzorku razlikuju od populacijskih udjela iz sustava *eVisitor* za najviše ± 5 postotnih bodova kod većine tržišta, što se prema *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025) smatra prihvatljivim odstupanjem u online istraživanjima. Manje odstupanje uočeno je kod domaćih turista, koji su u uzorku zastupljeni u većem udjelu, što je očekivano s obzirom na jednostavniji pristup mrežnom upitniku i veću motiviranost za sudjelovanje. Veća zastupljenost domaćih i regionalnih turista u uzorku ne utječe bitno na rezultate jer je struktura uzorka proporcionalna glavnim emitivnim tržištima destinacije.

Uzorak se stoga može smatrati uravnoteženim i reprezentativnim u odnosu na ključne varijable, te se analize prikazuju bez dodatnog utežavanja.

Veličina uzorka za turiste u komercijalnom smještaju ($n = 277$) omogućuje procjenu zadovoljstva turista s razinom pouzdanosti od 95% i intervalom pogreške od približno $\pm 5,8\%$, što je u skladu s metodološkim preporukama *Smjernica za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025).

2.4.5 Osnovne karakteristike uzorka

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

Tablica 8. Socio-demografske karakteristike

Varijable	Odgovori	n	%	Varijable	Odgovori	n	%
Spol	Muškarac	204	38,2	Dob	18-25	147	28,3
	Žena	316	59,2		26-35	65	12,5
	Ne želim se izjasniti	14	2,6		36-45	185	35,6
	Ukupno	534	100,0		46-55	66	12,7
Obrazovanje	Srednja škola ili niže	125	23,4		56-65	45	8,7
	Viša škola	179	33,5		66-75	10	1,9
	Fakultet i viši stupnjevi	212	39,6		76 i više	2	0,4
	Bez odgovora/ne želim odgovoriti	19	3,6		Ukupno	520	100,0
	Ukupno	535	100,0				
Razlog dolaska	Privatno	498	92,6		Prvi posjet	Da	112
	Poslovno	25	4,6	Ne		155	58,1
	Oboje	15	2,8	Ukupno		267	100,0
	Ukupno	538	100,0				

Uzorak pokazuje uravnoteženu spolnu strukturu, s nešto većim udjelom žena (59,2%). Prevladaju dobne skupine od 36 do 55 godina (48,3% kumulativno), dok je udio mlađih (18–25 godina) relativno visok (28,3%), što ukazuje na snažnu privlačnost destinacije među mlađim turistima.

Većina ispitanika posjetila je destinaciju privatno (92,6%), a udio poslovnih turista bio je simboličan. Struktura obrazovanja pokazuje visok udio visokoobrazovanih (39,6%), što je u skladu s obrascima putovanja u srednjem i višem dohodovnom razredu.

Tablica 9. Mjesečna primanja kućanstva

Raspon primanja	n	%
do 500 €	4	0,7
501 - 1 000 €	15	2,8
1 001 - 1 500 €	100	18,7
1 501 - 2 000 €	130	24,3
2 001 - 3 000 €	107	20,0
3 001 - 4 000 €	94	17,6
4 001 - 5 000 €	37	6,9
5 001 - 6 000 €	3	0,6
6 001 - 7 000 €	3	0,6
7 001 - 8 000 €	2	0,4
8 001 € i više	10	1,9
ne znam/ne želim odgovoriti	29	5,4
Ukupno	534	100,0

Distribucija primanja upućuje na prevladavanje srednjih do viših dohodovnih razreda (46,5% između 2.001 € i 4.000 €), što je u skladu s profilom međunarodnih putnika i strukturom troškova boravka u općini Pakoštane.

2.4.6 Zone općine Pakoštane

Rezultate istraživanja za općinu Pakoštane potrebno je prikazati i prema zonama. Podatci prema zonama koriste se za izradu pokazatelja održivosti i pokazatelja nosivosti prihvatnih kapaciteta.

Tablica 10. Ispitanici prema zonama

Zone općine Pakoštane	n	%
Pakoštane	259	47,8
Drage	144	26,6
Vrgada	72	13,3
Vrana	67	12,4
Ukupno	542	100,0

U uzorku je najveći broj odgovora prikupljen u zoni Pakoštane (47,8%), koja obuhvaća glavno obalno područje i središte turističke aktivnosti općine. Slijede Drage (26,6%) kao druga važna turistička cjelina s razvijenim kamping i obiteljskim smještajem te Vrgada (13,3%) kao otočna zona specifična po jednodnevnim posjetima i manjim kapacitetima obiteljskog smještaja. Zona Vrana (12,4%) postaje sve važnija u kontekstu razvoja održivih i aktivnih oblika turizma.

Ovakva prostorna raspodjela omogućuje analizu turističkog iskustva i zadovoljstva prema mikrolokacijama, što pridonosi izradi pokazatelja održivosti i prihvatnog kapaciteta te definiranju razvojnih smjernica na razini zona.

U nastavku su prikazani rezultati strukturirani prema obveznim i specifičnim pokazateljima temeljeni na *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025). Posebno se analiziraju razlike između turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja, budući da tip posjeta neposredno utječe na doživljaj destinacije, razinu zadovoljstva i obrasce potrošnje.

3 REZULTATI

Ovo poglavlje donosi pregled i interpretaciju rezultata istraživanja zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja na području općine Pakoštane, provedenog u skladu sa *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025). Rezultati su prikazani prema skupinama pokazatelja održivosti i prihvatnog kapaciteta destinacije, uz dodatne pokazatelje koji dopunjuju sliku o kvaliteti boravka, ponašanju i percepciji turista.

Analiza je strukturirana u četiri cjeline:

1. Obvezni pokazatelji održivosti, koji uključuju razinu zadovoljstva i spremnost na preporuku destinacije;
2. Specifični pokazatelji održivosti, koji obuhvaćaju lojalnost turista, način dolaska i razinu dnevne potrošnje;
3. Obvezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta, kojima se procjenjuje subjektivna percepcija gužve, buke i prometa te uređenosti mjesta, glavnih atrakcija kao i ljepote mjesta;
4. Dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta uz procjenu zadovoljstva smještajem, ocjeni neprimjerenih sadržaja te subjektivne percepcije resursne atrakcijske osnove mjesta;
5. Dodatni pokazatelji razvoja destinacije, koji analiziraju pruženu vrijednost za novac, zadovoljstvo cijenama, turističkom ponudom mjesta kao i izvore informacija i opću percepciju zadovoljstva turističkim elementima u mjestu.

Rezultati su prikazani zasebno za tri osnovna segmenta ispitanika: turiste u komercijalnom smještaju, turiste u nekomercijalnom smještaju i jednodnevne posjetitelje. Gdje je primjenjivo, prikazani su i rezultati prema zonama općine Pakoštane (Pakoštane, Drage, Vrgada i Vrana). Takav pristup omogućuje precizno praćenje prostornih i strukturnih razlika u zadovoljstvu turista te pruža relevantne informacije za planiranje i upravljanje razvojem destinacije.

Napomena: Ukupan broj ispitanika razlikuje se od pitanja do pitanja jer nisu svi ispitanici odgovorili na sva pitanja iz upitnika. Stoga se veličina uzorka (n) u analizama može razlikovati ovisno o pojedinom pokazatelju.

3.1 Obvezni pokazatelji održivosti

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

3.1.1 Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

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

Formula za izračun

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

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

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

3.1.1.1 Indeks zadovoljstva

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

Pokazatelj održivosti: Zadovoljstvo destinacijom

Izračun

Segment	n	A1	A2	A3	Indeks zadovoljstva
Turisti u komercijalnom smještaju	277	5,71	5,59	5,71	77,83%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	108	5,42	5,19	5,48	72,72%
Jednodnevni posjetitelj	157	5,24	5,57	5,60	74,50%
Ukupno svi segmenti	542	5,51	5,50	5,63	75,78%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\text{Indeks zadovoljstva} = \frac{5,71 + 5,59 + 5,71 - 3}{18} \times 100 = 77,83\%$$

Rezultati indeksa zadovoljstva pokazuju da su turisti općine Pakoštane u cjelini zadovoljni cjelokupnim boravkom u destinaciji, s vrijednostima indeksa iznad 70 u svim promatranim segmentima. Najviši indeks zadovoljstva zabilježen je kod turista u komercijalnom smještaju (77,83%), što upućuje na višu razinu zadovoljstva uslugom i infrastrukturom u profesionalno upravljanim objektima. Jednodnevni posjetitelji također iskazuju relativno visoku razinu zadovoljstva (74,50%), što sugerira pozitivno iskustvo i kod kraćih boravaka, dok je najniži indeks zabilježen kod turista u nekomercijalnom smještaju (72,72%).

Izračun po zonama

Turisti u komercijalnom smještaju

Zone općine Pakoštane	n	A1	A2	A3	Indeks zadovoljstva
Pakoštane	163	5,66	5,53	5,67	77,00%
Drage	83	5,65	5,52	5,53	76,11%
Vrgada	13	6,08	6,00	6,46	86,33%
Vrana	18	6,17	6,11	6,33	86,72%
Ukupno	277	5,71	5,59	5,71	77,83%

Najviši indeks zadovoljstva među turistima u komercijalnom smještaju zabilježen je u zonama Vrana (86,72%) i Vrgada (86,33%), što ukazuje na izrazito pozitivan doživljaj prirodnog okružja, mirnog ambijenta i autentičnosti prostora. Zona Pakoštane (77,00%) i zona Drage (76,11%) također ostvaruju visoke vrijednosti zadovoljstva, što odražava pozitivnu kombinaciju obalne

atraktivnosti, kvalitete usluge i dostupnosti sadržaja. Ukupni indeks zadovoljstva iznosi 77,83%, što potvrđuje visoku razinu pozitivnog iskustva među turistima koji borave u plaćenom smještaju.

Turisti u nekomercijalnom smještaju

Zone općine Pakoštane	n	A1	A2	A3	Indeks zadovoljstva
Pakoštane	59	5,41	5,05	5,39	71,39%
Drage	35	5,51	5,40	5,60	75,06%
Vrgada	12	5,08	5,08	5,42	69,89%
Vrana	2	6,00	6,00	6,50	86,11%
Ukupno	108	5,42	5,19	5,48	72,72%

Ukupna razina zadovoljstva turista u nekomercijalnom smještaju iznosi 72,72%. Najviše vrijednosti bilježe zone Vrana (86,11%) i Drage (75,06%), dok su nešto niže ocjene zabilježene u zonama Pakoštane (71,39%) i Vrgada (69,89%). Rezultati upućuju na općenito pozitivan doživljaj boravka među turistima koji odsjedaju u vlastitim objektima ili kod rodbine i prijatelja, uz manje razlike među zonama.

Jednodnevni posjetitelji

Zone općine Pakoštane	n	A1	A2	A3	Indeks zadovoljstva
Pakoštane	37	5,59	5,62	5,70	77,28%
Drage	36	5,27	5,62	5,62	75,06%
Vrgada	47	5,04	5,53	5,64	73,39%
Vrana	47	5,13	5,53	5,47	72,94%
Ukupno	157	5,24	5,57	5,60	74,50%

Ukupni indeks zadovoljstva jednodnevnih posjetitelja iznosi 74,50%. Najvišu razinu zadovoljstva iskazali su turisti u zoni Pakoštane (77,28%), a najnižu u zoni Vrana (72,94%). U svim zonama rezultati upućuju na visoku razinu pozitivnog doživljaja, što potvrđuje da destinacija pruža kvalitetno iskustvo i jednodnevnim posjetiteljima.

3.1.1.2 Mjera zadovoljstva turista

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

Pokazatelj održivosti: Mjera / standard zadovoljstva turista

Izračun

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	92	99	91
	7	78	65	82
	Ukupno	277	277	277
Mjera zadovoljstva		61,37%	59,21%	62,45%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	36	37	44
	7	17	12	18
	Ukupno	108	108	108
Mjera zadovoljstva		49,07%	45,37%	57,41%
Jednodnevni posjetitelj	6	52	69	61
	7	20	16	22
	Ukupno	157	157	157
Mjera zadovoljstva		45,86%	54,14%	52,87%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ zadovoljnih posjetitelja} = \frac{92 + 78}{277} \times 100 = 61,37\%$$

$$\% \text{ ispunjena očekivanja} = \frac{99 + 65}{277} \times 100 = 59,21\%$$

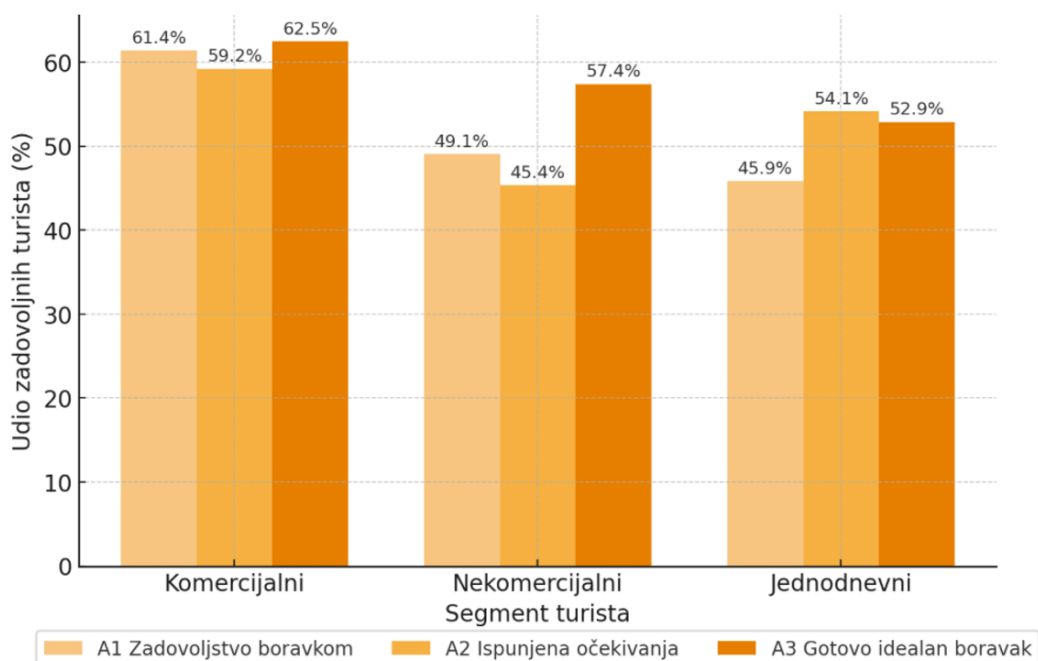
$$\% \text{ idealni boravak} = \frac{91 + 82}{277} \times 100 = 62,45\%$$

Vrijednosti pojedinačnih mjera zadovoljstva prikazuju udio ispitanika koji su svoj boravak u općini Pakoštane ocijenili ocjenama 6 ili 7, što prema *Smjernicama za provođenje istraživanja*

zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji (MINTS, 2025) predstavlja razinu visokog zadovoljstva.

Najviši udjeli zadovoljnih zabilježeni su među turistima u komercijalnom smještaju, kod kojih je 61,37% ispitanika iskazalo zadovoljstvo cjelokupnim boravkom, 59,21% ispunjenost očekivanja, a 62,45% gotovo idealan boravak. U segmentu turista u nekomercijalnom smještaju ti su udjeli nešto niži, dok jednodnevni posjetitelji pokazuju ujednačene, ali blago niže razine zadovoljstva. Rezultati upućuju na općenito pozitivan doživljaj destinacije, uz stabilne razine zadovoljstva u svim segmentima turista.

Grafikon 1. Mjere zadovoljstva turistima prema segmentima



Usporedba pokazatelja prikazana na Grafikonu 1 pokazuje da turisti u komercijalnom smještaju imaju najveći udio zadovoljnih ispitanika u svim varijablama zadovoljstva, s vrijednostima između 59% i 63%. Turisti u nekomercijalnom smještaju bilježe nešto niže rezultate, pri čemu se izdvajaju nešto više ocjene gotovo idealnog boravka (57,41%). Jednodnevni posjetitelji ostvaruju slične vrijednosti, s najvišim zadovoljstvom u pogledu ispunjenih očekivanja (54,14%). Općenito, svi segmenti pokazuju stabilne razine zadovoljstva, uz umjerene razlike među varijablama.

Izračun po zonama

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

Rezultati za zone Vrgada i Vrana tumače se uz oprez zbog malog broja ispitanika.

Zona – Pakoštane

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	51	57	61
	7	50	38	42
	Ukupno	163	163	163
Mjera zadovoljstva		61,96%	58,28%	63,19%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	17	15	27
	7	12	10	7
	Ukupno	59	59	59
Mjera zadovoljstva		49,15%	42,37%	57,63%
Jednodnevni posjetitelj	6	15	17	19
	7	6	4	5
	Ukupno	37	37	37
Mjera zadovoljstva		56,76%	56,76%	64,86%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Rezultati pokazuju stabilne razine zadovoljstva u svim segmentima, s nešto višim vrijednostima kod turista u komercijalnom smještaju.

Zona – Drage

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	28	28	20
	7	16	17	23
	Ukupno	83	83	83
Mjera zadovoljstva		53,01%	54,22%	51,81%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	15	15	12
	7	4	2	8
	Ukupno	35	35	35
Mjera zadovoljstva		54,29%	48,57%	57,14%
Jednodnevni posjetitelj	6	7	9	6
	7	3	4	5
	Ukupno	26	26	26
Mjera zadovoljstva		38,46%	50,00%	42,31%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

U zoni Drage zadovoljstvo turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju je ujednačeno, dok su vrijednosti kod jednodневnih posjetitelja nešto niže.

Zona – Vrgada

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	4	6	5
	7	6	4	7
	Ukupno	13	13	13
Mjera zadovoljstva		76,92%	76,92%	92,31%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	2	5	4
	7	1	0	2
	Ukupno	12	12	12
Mjera zadovoljstva		25,00%	41,67%	50,00%
Jednodnevni posjetitelj	6	16	20	16
	7	5	5	8
	Ukupno	47	47	47
Mjera zadovoljstva		44,68%	53,19%	51,06%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

U zoni Vrgada uočene su visoke vrijednosti zadovoljstva turista u komercijalnom smještaju, dok su ostali segmenti ostvarili umjerene rezultate.

Zona – Vrana

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	9	8	5
	7	6	6	10
	Ukupno	18	18	18
Mjera zadovoljstva		83,33%	77,78%	83,33%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	2	2	1
	7	0	0	1
	Ukupno	2	2	2
Mjera zadovoljstva		100,00%	100,00%	100,00%
Jednodnevni posjetitelj	6	14	23	20
	7	6	3	4
	Ukupno	47	47	47
Mjera zadovoljstva		42,55%	55,32%	51,06%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Turisti u komercijalnom smještaju zadovoljniji su od jednodневnih posjetitelja za sve tri promatrane komponente zadovoljstva boravkom.

3.1.2 Neto spremnost za preporuku destinacije

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

Formula za izračun

$$\begin{aligned} \% \text{ promotora} &= (\text{broj ispitanika s ocjenom 9 ili 10} / \text{ukupan broj ispitanika}) * 100\% \\ \% \text{ odgovaratelja} &= (\text{broj ispitanika s ocjenom između 0 i 6} / \text{ukupan broj ispitanika}) * 100\% \\ \% \text{ neto spremnost za preporuku} &= \% \text{ promotora} - \% \text{ odgovaratelja} \end{aligned}$$

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

Interpretacija odgovora (MINTS, 2025):

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

Interpretacija rezultata NPS prema općeprihvaćenim preporukama:

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

Izračun

Neto spremnost na preporuku		Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelj
0	Odgovaratelji	2	1	0
1		0		0
2		3	1	0
3		2	1	0
4		3	1	1
5		8	7	0
6		19	6	14
7	Neutralni	33	8	48
8		49	23	33
9	Promotori	62	42	37
10		96	18	24
Ukupno		277	108	157
% odgovaratelja		13,36%	15,74%	9,55%
% promotora		57,04%	55,56%	38,85%
% neto spremnost na preporuku		43,68%	39,81%	29,30%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ promotora} = \frac{62 + 96}{277} \times 100\% = 57,04\%$$

$$\% \text{ odgovaratelja} = \frac{2 + 0 + 3 + 2 + 3 + 8 + 19}{277} \times 100\% = 13,36\%$$

$$\begin{aligned} \% \text{ neto spremnosti za preporuku} &= \% \text{ promotora} - \% \text{ odgovaratelja} \\ &= 57,04\% - 13,36\% = 43,68\% \end{aligned}$$

Rezultati pokazuju da svi analizirani segmenti turista u općini Pakoštane iskazuju pozitivnu neto spremnost na preporuku destinacije, što upućuje na visoku razinu zadovoljstva i dobar imidž mjesta.

Najviši NPS zabilježen je među turistima u komercijalnom smještaju (43,68%), što upućuje na vrlo dobru razinu lojalnosti i pozitivan doživljaj kvalitete smještajne i uslužne ponude. Turisti u nekomercijalnom smještaju također pokazuju visoku lojalnost (39,81%), premda nešto nižu od onih u komercijalnom, što može biti povezano s nižim stupnjem interakcije s pružateljima usluga i manjim očekivanjima od sadržaja. Jednodnevni posjetitelji imaju NPS od 29,30%, što predstavlja

dobru razinu zadovoljstva i sugerira da Pakoštane ostavljaju pozitivan dojam čak i kod kraćih boravaka.

Sveukupno, pozitivan NPS u svim segmentima potvrđuje da općina Pakoštane uživa dobar ugled među turistima te da ima značajan potencijal za organsku promociju putem preporuka i usmene predaje. Ovakvi rezultati upućuju na stabilan razvojni imidž destinacije i visoku razinu turističkog iskustva koja potiče ponovne dolaske.

Izračun po zonama

Turisti u komercijalnom smještaju

Zone općine Pakoštane	n odgovaratelji	n promotori	Ukupno	% odgovaratelji	% promotori	% NPS
Pakoštane	21	94	163	12,88%	57,67%	44,79%
Drage	15	37	83	18,07%	44,58%	26,51%
Vrgada	0	11	13	0,00%	84,62%	84,62%
Vrana	1	16	18	5,56%	88,89%	83,33%

Turisti u nekomercijalnom smještaju

Zone općine Pakoštane	n odgovaratelji	n promotori	Ukupno	% odgovaratelji	% promotori	% NPS
Pakoštane	12	31	59	20,34%	52,54%	32,20%
Drage	4	20	35	11,43%	57,14%	45,71%
Vrgada	1	8	12	8,33%	66,67%	58,33%
Vrana	0	1	2	0,00%	50,00%	50,00%

Jednodnevni posjetitelji

Zone općine Pakoštane	n odgovaratelji	n promotori	Ukupno	% odgovaratelji	% promotori	% NPS
Pakoštane	1	16	37	2,70%	43,24%	40,54%
Drage	3	10	26	11,54%	38,46%	26,92%
Vrgada	6	18	47	12,77%	38,30%	25,53%
Vrana	5	17	47	10,64%	36,17%	25,53%

NPS u svim segmentima pokazuje prevladavanje promotora nad nezadovoljnima, pri čemu se najviši rezultati bilježe u zoni Vrgada i Vrana, što ukazuje na izraženiju emocionalnu povezanost

turista s mirnijim, autentičnim ambijentima i prirodnim okruženjem. Razlike među zonama upućuju na potrebu daljnjeg razvoja doživljajnih i interpretacijskih sadržaja u središnjem dijelu općine, osobito u urbanijem u kojima je zona Pakoštane i Drage, kako bi se povećala razina lojalnosti i potaknulo širenje pozitivnih preporuka.

3.2 Specifični pokazatelji održivosti

Specifični pokazatelji održivosti nadopunjuju obvezne pokazatelje mjerenjem konkretnog turističkog ponašanja, načina dolaska i dostupnosti destinacije. U ovom potpoglavlju prikazani su rezultati koji se odnose na postotak ponovljenih ili stalnih turista, korištene oblike prijevoza za dolazak u destinaciju te prosječnu dnevnu potrošnju turista. Ovi pokazatelji omogućuju bolje razumijevanje obrazaca lojalnosti, dostupnosti i potrošnje turista u destinaciji te doprinose interpretaciji ukupnog iskustva boravka u općini Pakoštane.

3.2.1 Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije

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

Formula za izračun

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

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

BI – ukupno broj ispitanika u destinaciji

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

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

Izračun

Segment	Prvi posjet mjestu	n
Turisti u komercijalnom smještaju	Da	112
	Ne	155
	Ukupno	267
	BI	
	Ne (broj posjeta veći od 0) BIP	153
% ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije		57,30%

Izračun

$$\begin{aligned} \% \text{ ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije} &= \frac{153}{267} \times 100\% \\ &= 57,30\% \end{aligned}$$

Udio ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije iznosi 57,30%, što ukazuje na umjerenu razinu lojalnosti i privrženosti turista destinaciji. Više od polovice turista prethodno je boravilo u općini Pakoštane, što upućuje na stabilnu bazu povratnih turista. Ipak, gotovo polovica ispitanika boravi prvi put, što otvara prostor za jačanje odnosa s novim turistima i poticanje ponovnih dolazaka kroz razvoj personalizirane i diferencirane ponude.

Izračun po zonama

Zone općine Pakoštane	Prvi posjet mjestu				% ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije
	Da	Ne	Ukupno BI	Ne, i broj posjeta veći od 0 BIP	
Pakoštane	56	100	156	99	63,46%
Drage	45	36	81	36	44,44%
Vrgada	4	9	13	8	61,54%
Vrana	7	10	17	10	58,82%

Udio ponovljenih turista u smještajnim objektima općine Pakoštane kreće se od 44% do 64%. Najveći udio ponovljenih posjetitelja zabilježen je u zoni Pakoštane (63,46%), što potvrđuje njezinu ulogu središnjeg i najposjećenijeg područja destinacije. Slijede zone Vrgada (61,54%) i Vrana (58,82%), koje također ostvaruju visoke udjele povratnih posjeta. Najniži udio ponovljenih turista bilježi zona Drage (44,44%), što ukazuje na veću prisutnost novih turista. U cjelini, rezultati pokazuju uravnotežen odnos između novih i stalnih turista, uz blagu prednost u korist ponovljenih dolazaka, što upućuje na stabilan temelj lojalnosti unutar destinacije.

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

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

Formula za izračun

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

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

BP – broj ispitanika

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

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

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

Izračun

Korištena prometna sredstva za dolazak na odredište	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Turisti ukupno		Jednodnevni posjetitelj	
	n	% pokazatelj	n	% pokazatelj	n	% pokazatelj	n	% pokazatelj
Automobil	239	89,51%	54	50,94%	293	78,55%	87	55,41%
Autobus	10	3,75%	27	25,47%	37	9,92%	16	10,19%
Vlak	0	0,00%	11	10,38%	11	2,95%	8	5,10%
Zrakoplov	5	1,87%	3	2,83%	8	2,14%	7	4,46%
Brod/trajekt	3	1,12%	2	1,89%	5	1,34%	13	8,28%
Drugo*	10	3,75%	9	8,49%	19	5,09%	26	16,56%
Privatni prijevoz	249	93,26%	63	59,43%	312	83,65%	113	71,97%
Javni prijevoz	18	6,74%	43	40,57%	61	16,35%	44	28,03%
Ukupno odgovora na D1	267	100,00%	106	100,00%	373	100,00%	157	100,00%

* uključuje motocikl, bicikl, jahtu ili jedrilicu

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju (automobil)

Udio turista koji su u dolasku u destinaciju koristili automobil = $\frac{236}{267} \times 100\% = 89,51\%$

Rezultati pokazuju da većina turista u destinaciju dolazi privatnim prijevoznim sredstvima, ponajprije automobilom (78,55% ukupno). U segmentu turista u komercijalnom smještaju automobil je dominantan način dolaska (89,51%), dok turisti u nekomercijalnom smještaju češće koriste i javni prijevoz (40,57%), osobito autobus (25,47%) i vlak (10,38%). Jednodnevni posjetitelji u manjoj mjeri koriste javni prijevoz (28,03%), ali se među njima bilježi i veći udio dolazaka autobusom (10,19%) ili brodom (8,28%), što odražava prirodnu dostupnost i obalni karakter područja.

Udio dolazaka javnim prijevozom ostaje znatno niži od udjela privatnog prijevoza, što ukazuje na visoku ovisnost destinacije o osobnim vozilima i ograničenu funkcionalnu dostupnost javnog prijevoza, osobito za turiste koji borave kraće.

3.2.3 Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima

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

Formule za izračun

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

Prosječna dnevna potrošnja jednodnevnih posjetitelja

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

Prosječna dnevna potrošnja turista u komercijalnom smještaju

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

Prosječna dnevna potrošnja turista u nekomercijalnom smještaju

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

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

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

3.2.3.1 Troškovi po osobi

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

3.2.3.2 Dnevna potrošnja – jednodnevni posjetitelji

Segment	n	Σ troškova po osobi	Prosječna dnevna potrošnja
Jednodnevni posjetitelj	156	47.263,48 €	302,97 €

Zone općine Pakoštane	n	Σ troškova po osobi (u €)	Prosječna dnevna potrošnja (u €)
Pakoštane	37	12.819,76	346,48
Drage	26	9.491,67	365,06
Vrgada	47	15.358,71	326,78
Vrana	46	9.593,33	208,55

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

3.2.3.3 Dnevna potrošnja – turisti

Segment	n	Σ troškova po osobi	Σ OP2	Prosječna dnevna potrošnja
Turisti u komercijalnom smještaju	261	179.912,10 €	2776	64,81 €
Turisti u nekomercijalnom smještaju	100	99.532,32 €	2529	39,36 €

Turisti u komercijalnom smještaju

Zone općine Pakoštane	n	Σ troškova po osobi (u €)	Σ OP2	Prosječna dnevna potrošnja (u €)
Pakoštane	151	105.229,45	1 722	61,11
Drage	80	49.554,48	772	64,19
Vrgada	13	8.764,29	115	76,21
Vrana	17	16.363,89	167	97,99

Turisti u nekomercijalnom smještaju

Zone općine Pakoštane	n	Σ troškova po osobi (u €)	Σ OP2	Prosječna dnevna potrošnja (u €)
Pakoštane	53	58.560,65	1 541	38,00
Drage	33	26.830,00	679	39,51
Vrgada	12	12.891,67	267	48,28
Vrana	2	1.250,00	42	29,76

3.3 Obavezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

Obavezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta obuhvaćaju elemente koji neposredno utječu na doživljaj i kvalitetu boravka turista te ukazuju na razinu opterećenosti destinacije turističkim prometom. Ovi pokazatelji procjenjuju percepciju gužve, razinu buke, kvalitetu prometa, kao i zadovoljstvo ljepotom i uređenjem prostora i glavnih atrakcija. Njihova analiza omogućuje bolje razumijevanje odnosa između intenziteta turističkih aktivnosti i subjektivne procjene ugodnosti boravka turista, što predstavlja temelj za održivo planiranje i upravljanje destinacijom.

3.3.1 Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama

Percepcija gužve jedan je od ključnih pokazatelja doživljajne kvalitete boravka i razine prostornog opterećenja destinacije. U ovom potpoglavlju prikazani su rezultati procjene turista i jednodnevnih posjetitelja o tome u kojoj mjeri gužve na ulicama, trgovima i atrakcijama predstavljaju problem tijekom boravka u općini Pakoštane.

Formula za izračun

$$\% \text{ posjetitelja nezadovoljnih radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH1}} \times 100\%$$

Potrebna varijabla: PH1. U kojoj mjeri gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji? (1 – uopće nije problem, 7 – jako ozbiljan problem)

Izračun

Gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	n	%	n	%	n	%
1 – uopće nije problem	64	23,97	5	4,76	16	10,32
2	7	2,62	10	9,52	1	0,65
3	26	9,74	9	8,57	3	1,94
4	37	13,86	18	17,14	12	7,74
5	67	25,09	33	31,43	67	43,23
6	38	14,23	19	18,10	48	30,97
7 – jako ozbiljan problem	28	10,49	11	10,48	8	5,16
Ukupno	267	100,00	105	100,00	155	100,00
Σ 6 i 7	66		30		56	
% nezadovoljnih		24,72%		28,57%		36,13%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\begin{aligned} \% \text{ turista nezadovoljnih radi gužve na ulicama, trgovinama, atrakcijama} &= \frac{38 + 28}{267} \times 100\% \\ &= 24,72\% \end{aligned}$$

Uočava se da najveći udio nezadovoljnih gužvom imaju jednodnevni posjetitelji (36,13%), dok je među turistima u smještajnim objektima razina nezadovoljstva nešto niža (24,72% u komercijalnom i 28,57% u nekomercijalnom smještaju). To ukazuje na razliku u percepciji gužve između turista koji borave dulje i onih koji destinaciju posjećuju kratkotrajno.

Izračun po zonama

Zone općine Pakoštane	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	Σ 6 i 7	n	% nezadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% nezadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% nezadovoljnih
Pakoštane	36	156	23,08%	19	56	33,93%	17	37	45,95%
Drage	19	81	23,46%	8	35	22,86%	11	26	42,31%
Vrgada	4	13	30,77%	3	12	25,00%	16	47	34,04%
Vrana	7	17	41,18%	0	2	0,00%	12	45	26,67%

Usporedba po zonama pokazuje da se razina nezadovoljstva gužvom kreće između 0% i 46%. Najviši udjeli nezadovoljnih zabilježeni su među jednodnevnim posjetiteljima u zoni Pakošane (45,95%) i Drage (42,31%).

3.3.2 Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija

Ovo potpoglavlje prikazuje razinu zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja vizualnim i estetskim obilježjima destinacije, uključujući ljepotu, uređenost mjesta i glavnih atrakcija. Rezultati omogućuju uvid u percepciju atraktivnosti i uređenosti prostora, što predstavlja važan element ukupne kvalitete boravka u destinaciji.

Formule za izračun

$$\% \text{ posjetitelja zadovoljnih ljepotom mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH2}} \times 100\%$$

$$\% \text{ posjetitelja zadovoljnih uređenošću mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH3}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH3}} \times 100\%$$

$$\% \text{ posjetitelja zadovoljnih uređenošću glavnih atrakcija u destinaciji} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH4}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH4}} \times 100\%$$

Potrebne varijable: PH2. Koliko ste zadovoljni ljepotom mjesta? PH3. Koliko ste zadovoljni uređenošću mjesta? PH4. Koliko ste zadovoljni uređenošću glavnih atrakcija u ovoj destinaciji? (1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na')

3.3.2.1 Ljepota mjesta

Izračun

Ljepota mjesta	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	n	%	n	%	n	%
1 – u potpunosti nezadovoljan/na	2	0,72	1	0,93	0	0,00
2	3	1,08	0	0,00	0	0,00
3	6	2,17	7	6,48	2	1,27
4	20	7,22	14	12,96	9	5,73
5	50	18,05	31	28,70	62	39,49
6	97	35,02	33	30,56	66	42,04
7 – u potpunosti zadovoljan/na	99	35,74	22	20,37	18	11,46
Ukupno	277	100	108	100	157	100
Σ 6 i 7	196		55		84	
% zadovoljnih		70,76%		50,93%		53,50%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ turista zadovoljnih ljepotom mjesta} = \frac{97 + 99}{277} \times 100\% = 70,76\%$$

Rezultati pokazuju da su turisti u komercijalnom smještaju najzadovoljniji ljepotom mjesta (70,76%), dok su razine zadovoljstva niže kod turista u nekomercijalnom smještaju (50,93%) i jednodnevnih posjetitelja (53,50%). Većina ispitanika izrazila je pozitivnu percepciju estetskih obilježja destinacije, što potvrđuje privlačnost prostora i prirodno-kulturnih elemenata općine Pakoštane.

Izračun po zonama

Zone općine Pakoštane	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih
Pakoštane	118	163	72,39%	33	59	55,93%	23	37	62,16%
Drage	52	83	62,65%	16	35	45,71%	13	26	50,00%
Vrgada	10	13	76,92%	4	12	33,33%	25	47	53,19%
Vrana	16	18	88,89%	2	2	100,00%	23	47	48,94%

Usporedba po zonama pokazuje visoke razine zadovoljstva u svim područjima, s najvećim udjelom zadovoljnih turista u zoni Vrana (88,89%) i Pakoštane (72,39%) među turistima u komercijalnom smještaju. Niže vrijednosti zabilježene su kod turista u nekomercijalnom smještaju u zoni Drage (45,71%) i Vrgada (33,33%). U cjelini, ljepota prostora prepoznata je kao važna prednost destinacije, uz manje razlike među zonama i segmentima turista.

3.3.2.2 Uređenost mjesta

Izračun

Uređenost mjesta	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	n	%	n	%	n	%
1 – u potpunosti nezadovoljan/na	6	2,17	1	0,93	0	0,00
2	5	1,81	4	3,70	1	0,64
3	12	4,33	9	8,33	2	1,27
4	32	11,55	20	18,52	17	10,83
5	65	23,47	24	22,22	56	35,67
6	85	30,69	34	31,48	64	40,76
7 – u potpunosti zadovoljan/na	72	25,99	16	14,81	17	10,83
Ukupno	277	100	108	100	157	100
Σ 6 i 7	157		50		81	
% zadovoljnih		56,68%		46,30%		51,59%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ turista zadovoljnih uređenosti mjesta} = \frac{85 + 72}{277} \times 100\% = 56,68\%$$

Zadovoljstvo uređenosti mjesta nešto je niže u odnosu na percepciju ljepote, ali većina ispitanika i dalje iskazuje pozitivan dojam. Najzadovoljniji su turisti u komercijalnom smještaju (56,68%), dok turisti u nekomercijalnom smještaju (46,30%) i jednodnevni posjetitelji (51,59%) imaju nešto niže ocjene u odnosu na turiste koji borave u komercijalnom smještaju.

Izračun po zonama

Zone općine Pakoštane	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih
Pakoštane	89	163	54,60%	26	59	44,07%	22	37	59,46%
Drage	43	83	51,81%	18	35	51,43%	13	26	50,00%
Vrgada	10	13	76,92%	4	12	33,33%	27	47	57,45%
Vrana	15	18	83,33%	2	2	100,00%	19	47	40,43%

Usporedba po zonama pokazuje da su najzadovoljniji turisti u komercijalnom smještaju u zoni Vrana (83,33%) i Vrgada (76,92%). Među turistima u nekomercijalnom smještaju zadovoljstvo je najniže u zoni Vrgada (33,33%), a najviše u zoni Vrana (100,00%). Jednodnevni posjetitelji najzadovoljniji su u zoni Pakoštane (59,46%), a najniže ocjene dali su zoni Vrana (40,43%). Rezultati potvrđuju uglavnom pozitivan doživljaj uređenosti prostora, uz razlike između zona i segmenata turista.

3.3.2.3 Uređenost glavnih atrakcija

Izračun

Uređenost glavnih atrakcija	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	n	%	n	%	n	%
1 – u potpunosti nezadovoljan/na	3	1,08	1	0,93	0	0,00
2	4	1,44	5	4,63	0	0,00
3	13	4,69	13	12,04	3	1,91
4	35	12,64	14	12,96	16	10,19
5	65	23,47	29	26,85	75	47,77
6	84	30,32	29	26,85	47	29,94
7 – u potpunosti zadovoljan/na	73	26,35	17	15,74	16	10,19
Ukupno	277	100	108	100	157	100
Σ 6 i 7	157		46		63	
% zadovoljnih		56,68%		42,59%		40,13%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ turista zadovoljnih uređenošću glavnih atrakcija} = \frac{84 + 73}{277} \times 100\% = 56,68\%$$

Zadovoljstvo uređenosti glavnih atrakcija u destinaciji je umjereno. Najzadovoljniji su turisti u komercijalnom smještaju (56,68%), dok turisti u nekomercijalnom smještaju (42,59%) i jednodnevni posjetitelji (40,13%) daju nešto niže ocjene. Rezultati pokazuju da turisti prepoznaju osnovnu uređenost i dostupnost glavnih atrakcija, ali postoji prostor za daljnje unapređenje.

Izračun po zonama

Zone općine Pakoštane	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih
Pakoštane	83	163	50,92%	24	59	40,68%	15	37	40,54%
Drage	48	83	57,83%	16	35	45,71%	10	26	38,46%
Vrgada	11	13	84,62%	4	12	33,33%	18	47	38,30%
Vrana	15	18	83,33%	2	2	100,00%	20	47	42,55%

Po zonama, najviše zadovoljstvo iskazali su turisti u komercijalnom smještaju u zonama Vrgada (84,62%) i Vrana (83,33%), dok su nešto niže vrijednosti zabilježene u zoni Pakoštane (50,92%) i Drage (57,83%). Turisti u nekomercijalnom smještaju i jednodnevni posjetitelji imaju niže razine zadovoljstva, s vrijednostima koje se u većini zona kreću između 33% i 45%. Rezultati upućuju na razlike u percepciji uređenosti atrakcija među zonama, uz potrebu za daljnjim unaprjeđenjem turističke infrastrukture i interpretacije atrakcija.

3.3.3 Utjecaj buke na kvalitetu boravka

Buka u javnim prostorima važan je pokazatelj doživljajne kvalitete i komfora boravka u destinaciji. U ovom potpoglavlju prikazani su rezultati procjene turista i jednostavnih posjetitelja o tome u kojoj mjeri buka na ulicama, trgovima i atrakcijama predstavlja problem tijekom boravka u općini Pakoštane.

Formula za izračun

$$\% \text{ posjetitelja nezadovoljnih radi buke} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH5}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH5}} \times 100\%$$

Potrebna varijabla: PH5. U kojoj mjeri buka na javnim prostorima (ulicama, trgovima, atrakcijama) predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji (1 – uopće nije problem, 7 – jako ozbiljan problem)

Izračun

Buka na javnim mjestima	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	n	%	n	%	n	%
1 – uopće nije problem	96	36,36	22	20,75	22	14,10
2	9	3,41	5	4,72	1	0,64
3	23	8,71	14	13,21	6	3,85
4	32	12,12	16	15,09	9	5,77
5	59	22,35	25	23,58	51	32,69
6	34	12,88	21	19,81	65	41,67
7 – jako ozbiljan problem	11	4,17	3	2,83	2	1,28
Ukupno	264	100	106	100	156	100
Σ 6 i 7	45		24		67	
% nezadovoljnih		17,05%		22,64%		42,95%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ turista nezadovoljnih radi buke} = \frac{34 + 11}{264} \times 100\% = 17,05\%$$

Najniži udio nezadovoljnih zabilježen je među turistima u komercijalnom smještaju (17,05%), dok su jednodnevni posjetitelji značajno osjetljiviji na buku (42,95%) nego su to prijavili ostali segmenti turista.

Izračun po zonama

Zone općine Pakoštane	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	Σ 6 i 7	n	% nezadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% nezadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% nezadovoljnih
Pakoštane	27	155	17,42%	20	57	35,09%	19	36	52,78%
Drage	10	79	12,66%	3	35	8,57%	11	26	42,31%
Vrgada	5	13	38,46%	1	12	8,33%	19	47	40,43%
Vrana	3	17	17,65%	0	2	0,00%	18	47	38,30%

Jednodnevni posjetitelji u svim zonama pokazuju najveću razinu nezadovoljstva bukom, što upućuje na njihovu veću osjetljivost na gužve i akustično opterećenje prostora. Među turistima u komercijalnom smještaju izdvajaju se oni iz zone Vrgada (38,46%) s najvišim udjelom nezadovoljnih, dok su najmanje nezadovoljni turisti u zoni Drage (12,66%). U segmentu nekomercijalnog smještaja najveće nezadovoljstvo zabilježeno je u zoni Pakoštane (35,09%), a najniže u zoni Drage (8,57%). Ukupno gledano, buka se percipira kao umjeren problem, izraženiji u obalnim i središnjim zonama te kod kraćih boravaka.

3.3.4 Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja prometom u mjestu

U ovom potpoglavlju prikazani su rezultati procjene zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja prometnim uvjetima u destinaciji, uključujući protočnost prometa i dostupnost parkirališta.

Formula za izračun

$$\% \text{ posjetitelja zadovoljnih prometom u mjestu} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanju PH6}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje PH6}} \times 100\%$$

Potrebne varijable: PH6. Koliko ste zadovoljni prometom u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)? (1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na')

Izračun

Promet u mjestu	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	n	%	n	%	n	%
1 – u potpunosti nezadovoljan/na	13	4,69	6	5,56	5	3,18
2	12	4,33	8	7,41	1	0,64
3	23	8,30	12	11,11	4	2,55
4	31	11,19	14	12,96	15	9,55
5	68	24,55	31	28,70	70	44,59
6	71	25,63	25	23,15	45	28,66
7 – u potpunosti zadovoljan/na	59	21,30	12	11,11	17	10,83
Ukupno	277	100	108	100	157	100
Σ 6 i 7	130		37		62	
% zadovoljnih		46,93%		34,26%		39,49%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ turista zadovoljnih prometom u mjetu} = \frac{71 + 59}{277} \times 100\% = 46,93\%$$

Zadovoljstvo prometnim uvjetima u destinaciji je umjereno, s višim vrijednostima među turistima u komercijalnom smještaju (46,93%) u odnosu na turiste u nekomercijalnom smještaju (34,26%) i jednodnevne posjetitelje (39,49%).

Izračun po zonama

Zone općine Pakoštane	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih
Pakoštane	67	163	41,10%	19	59	32,20%	15	37	40,54%
Drage	38	83	45,78%	12	35	34,29%	12	26	46,15%
Vrana	15	18	83,33%	2	2	100,00%	14	47	29,79%

Po zonama, najveće zadovoljstvo prometom zabilježeno je u zoni Vrana (83,33%) i Drage (45,78%) među turistima u komercijalnom smještaju, dok su najniže ocjene prisutne u središnjoj zoni Pakošane (41,10%). Jednodnevni posjetitelji najmanje su zadovoljni prometom u zoni Vrana (29,79%), što upućuje na manju percepciju dostupnosti i protočnosti prometa u tom području.

3.4 Dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

Dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta nadopunjuju obavezne pokazatelje analizom elemenata koji oblikuju ukupnu kvalitetu i doživljaj boravka turista. Ovi pokazatelji obuhvaćaju percepciju kvalitete smještaja, uočene nedostatke i neprimjerenost pojedinih sadržaja te razinu zadovoljstva ključnim segmentima ponude, uključujući atmosferu, gastronomiju i događanja. Njihova interpretacija omogućuje dublje razumijevanje subjektivnih dojmova turista i pruža temelje za unapređenje kvalitete ponude te jačanje identiteta i konkurentnosti destinacije.

3.4.1 Zadovoljstvo kvalitetom smještaja

Kvaliteta smještaja važan je čimbenik ukupnog zadovoljstva boravkom i ponovnog dolaska turista u destinaciju. Ovaj pokazatelj mjeri subjektivnu procjenu turista o kvaliteti smještaja te je pitanje postavljeno samo turistima u komercijalnom smještaju.

Formula za izračun

$$\% \text{ turista zadovoljnih kvalitetom smještaja} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanje P1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje P1}} \times 100\%$$

Potrebne varijable: P1. Koliko ste zadovoljni kvalitetom smještaja? (1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na')

Izračun

Kvaliteta smještaja	Turisti u komercijalnom smještaju		Zone općine Pakoštane (n)			
	n	%	Pakoštane	Drage	Vrgada	Vrana
1 – u potpunosti nezadovoljan/na	5	1,84	5	0	0	0
2	5	1,84	3	2	0	0
3	7	2,57	5	2	0	0
4	28	10,29	16	11	1	0
5	67	24,63	35	26	3	3
6	81	29,78	48	21	3	9
7 – u potpunosti zadovoljan/na	79	29,04	48	19	6	6
Ukupno	272	100	160	81	13	18
Σ 6 i 7	160		96	40	9	15
% zadovoljnih		58,82%	60,00%	49,38%	69,23%	83,33%

Izračun

$$\% \text{ turista zadovoljnih kvalitetom smještaja} = \frac{71 + 59}{277} \times 100\% = 46,93\%$$

Većina turista u komercijalnom smještaju zadovoljna je kvalitetom smještaja (58,82%), što potvrđuje stabilnu razinu usluge u destinaciji. Najveće zadovoljstvo zabilježeno je u zoni Vrana (83,33%) i Vrgada (69,23%), dok su niže vrijednosti uočene u zoni Drage (49,38%) i središnjoj zoni Pakoštane (60,00%).

3.4.1.1 Skupni pokazatelj zadovoljstva smještajem

Formula za izračun

$$\% \text{ turista zadovoljnih kvalitetom smještaja} = \text{ZAD_HOT} \times \text{UDIO_HOT} + \text{ZAD_KAMP} \times \text{UDIO_KAMP} + \text{ZAD_OS} \times \text{UDIO_OS}$$

ZAD_HOT – % turista u hotelima zadovoljnih kvalitetom smještajem

ZAD_KAMP – % turista u kampovima zadovoljnih kvalitetom smještaja

ZAD_OS – % turista u obiteljskom smještaju zadovoljnih kvalitetom smještaja

UDIO_HOT – udio dolazaka turista u hotele u ukupnom broju dolazaka turista u hotele, kampove i obiteljski smještaj

UDIO_KAMP – udio dolazaka turista u kampove u ukupnom broju dolazaka turista u hotele, kampove i obiteljski smještaj

UDIO_OS – udio dolazaka turista u obiteljski smještaj u ukupnom broju dolazaka turista u hotele, kampove i obiteljski smještaj

Izračun

	Hoteli	Kampovi	Objekti u domaćinstvu	Ukupno
Σ 6 i 7	13	56	91	160
n	17	114	141	272
% zadovoljnih kvalitetom smještaja	76,47%	49,12%	64,54%	58,82%
Broj turista (eVisitor, 2024)	2203	58475	37519	98197
Udio turista u smještajnim objektima	0,02243	0,59549	0,38208	1
% zadovoljnih kvalitetom smještaja				55,63%

3.4.2 Nedostajući i neprimjereni sadržaji

Ovo potpoglavlje prikazuje rezultate vezane uz percepciju turista o sadržajima koji u destinaciji nedostaju ili nisu primjereni ponudi. Pokazatelj mjeri udio turista i jednodnevnih posjetitelja koji smatraju da destinaciji nedostaju određeni sadržaji (P2), odnosno da su pojedini sadržaji neusklađeni s identitetom i karakterom mjesta (P3).

Analiza pruža uvid u potrebe i očekivanja turista te omogućuje identifikaciju područja u kojima je potrebno unaprijediti turističku ponudu, kao i one elemente koje bi trebalo bolje uskladiti s imidžem i održivim razvojem destinacije.

Formule za izračun

$$\begin{aligned} \text{\% posjetitelja koji smatra da} & & \text{broj ispitanika koji su odgovorili} \\ \text{destinaciji nedostaju određeni} & = & \text{2 (Da) na pitanju P2} \\ \text{sadržaji} & & \text{ukupni broj ispitanika koji su} \\ & & \text{odgovorili na pitanje P2} \\ & & \text{x 100\%} \end{aligned}$$
$$\begin{aligned} \text{\% posjetitelja koji smatra da su} & & \text{broj ispitanika koji su odgovorili} \\ \text{u destinaciji određeni sadržaji} & = & \text{2 (Da) na pitanju P3} \\ \text{neprimjereni ponudi destinacije} & & \text{ukupni broj ispitanika koji su} \\ & & \text{odgovorili na pitanje P3} \\ & & \text{x 100\%} \end{aligned}$$

Potrebne varijable: C1. Je li ovo Vaš prvi posjet mjestu? (Da/Ne) C2. (samo za Ne) Koliko puta ste posjetili ovo mjesto tijekom posljednjih pet godina? P2. Smatrate li da destinaciji nedostaju određeni sadržaji? (Da / Ne), P2.a. Ako da, molimo Vas navedite najvažnije, P3. Smatrate li da su određeni sadržaji u destinaciji neprimjereni ponudi destinacije? (Da / Ne), P3.a. Ako da, molimo Vas navedite ih.

3.4.2.1 Nedostajući sadržaji

Izračun

Destinaciji nedostaju određeni sadržaji	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelj
Da	82	25	73
Ne	167	71	74
Ukupno	249	96	147
\% nedostajanja sadržaja	32,93%	26,04%	49,66%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\text{\% turista koji smatra da destinaciji nedostaju određeni sadržaji} = \frac{82}{249} \times 100\% = 32,93\%$$

Gotovo trećina turista u komercijalnom smještaju (32,93%) i četvrtina turista u nekomercijalnom smještaju (26,04%) smatra da destinaciji nedostaju određeni sadržaji, dok taj udio raste među jednodnevnim posjetiteljima (49,66%). Rezultati ukazuju na to da turisti s kraćim boravkom češće percipiraju ponudu kao nedovoljno raznovrsnu, što može biti povezano s njihovim ograničenim vremenom za istraživanje sadržaja.

Izračun po zonama

Segment turista	Odgovori	Pakoštane	Drage	Vrgada	Vrana
Turisti u komercijalnom smještaju	Da	43	35	0	4
	Ne	98	43	13	13
	Ukupno	141	78	13	17
	% nedostajanja sadržaja	30,50%	44,87%	0,00%	23,53%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	Da	19	6	0	0
	Ne	31	27	11	2
	Ukupno	50	33	11	2
	% nedostajanja sadržaja	38,00%	18,18%	0,00%	0,00%
Jednodnevni posjetitelji	Da	14	14	24	21
	Ne	20	10	21	23
	Ukupno	34	24	45	44
	% nedostajanja sadržaja	41,18%	58,33%	53,33%	47,73%

Usporedba po zonama pokazuje da turisti u komercijalnom smještaju najčešće ističu nedostatak sadržaja u zoni Drage (44,87%) i Pakošane (30,50%), dok je taj udio najmanji u zoni Vrana (23,53%) i zanemariv u zoni Vrgada. Među turistima u nekomercijalnom smještaju sličan obrazac vrijedi za Pakošane (38,00%), dok je u ostalim zonama percepcija manjeg intenziteta. Jednodnevni posjetitelji češće primjećuju nedostatak sadržaja, osobito u zoni Drage (58,33%) i Vrgada (53,33%), što može odražavati ograničen pristup ili kraće vrijeme boravka.

Komentari na nedostajući sadržaj

Turisti u komercijalnom smještaju

Prijedlog	n
5* hotel, marina, organizirani vinski obilasci, kvalitetnije osoblje u ugostiteljstvu (konobari često neljubazni)	1
Atrakcije	1
Biciklističke staze	1
Čistoća	1

Događanja	1
Galerije	1
Igralište	1
Bolja infrastruktura, oznake puteva, bez automobila se teško kreće, bilo bi korisno tumačenje povijesti	1
Infrastruktura	3
Iznajmljivanje bicikala	1
Koševi za smeće, događaji za mlade (18+), nogostupi općenito, posebno za kolica	1
Kultura	1
Kulturna događanja	1
Održavanje cesta	1
Marina	1
Nema nikakvih sadržaja; destinacija ima tek nekoliko restorana i nema drugih mogućnosti ni ponude	1
Neuređena stara jezgra mjesta, puno smeća, zapušten centar, osobito ulica u Buzaku; premalo sadržaja	1
Parkiralište	1
Pitka voda i sanitarni čvorovi na plažama	1
Plaža	1
Ljubaznost i osjećaj dobrodošlice	1
Ronilački centar	1
Pješčane plaže (plaže su djelomično nasute šljunkom; drugdje u Europi ima više pješčanih)	1
Nedostaju rampe i prilazi za spuštanje brodica	1
Sportski sadržaji	1
Zastarjela sanitarna infrastruktura i tuševi	1
Ulice su prljave, loša infrastruktura	1
Plesne večeri	1
Preskupo	1
U mjestu nema događanja osim nogometnog turnira; za turističko mjesto to je poražavajuće	1
Uređenost plaža	1
Više glazbenih večeri u mjestu	1
Češće glazbene večeri (klape)	1
Više mogućnosti plaćanja karticama (na plaži)	1
Više sadržaja; sve je isto iz godine u godinu	1
WC na plaži Vrgada, više događanja i sajmovi u Pakoštanima izvan glavne sezone (lipanj i rujanj)	1

Više informacija na poljskom jeziku	1
Zabava	3
Zabavni program	1
Više zelenila	1
Ukupno	44

Turisti u nekomercijalnom smještaju

Prijedlog	n
Bankomat, ljekarna, mala željezarija	1
Bolje ceste	1
Čistoća	1
Događanja	1
Gužva	2
Manjak priključaka za vodu na rivi; tek nekoliko brodice ima pristup vodi	1
Nedostaju cjelogodišnji sadržaji – sve je svedeno na dva mjeseca, ostatak godine bez ponude	1
Noćni klub, igraonica za djecu, više parkova	1
Pakoštane nude mnogo i sviđa nam se, ali nedostaje bolja gastronomska ponuda i kvalitetniji restorani	1
Parkiralište; plaže koje nisu nasipane kamenjem kao Pilatuša (koristiti drugo rješenje)	1
Premalo ulaganja u komunalnu infrastrukturu; nedostatak kanti za smeće i javne rasvjete u večernjim satima	1
Prije su se redovito održavale manifestacije, a sada ih više nema (npr. utrka tovara)	1
Tuševi na plaži, hlad na Janicama, spomenik Franje Tuđmana	1
Uređenost mjesta – nebriga za staru jezgru, manjak kanti za smeće i klupa za odmor	1
Više kulturnih sadržaja, predstavljanje povijesti mjesta, vođene ture po mjestu	1
Veće parkiralište u centru	1
Više zelenila na plaži Janice	1
Vratiti turnir odbojke na pijesku koji je nekoć bio prepoznatljiv događaj u Pakoštanima	1
Ukupno	19

Jednodnevni posjetitelji

Prijedlog	n
Bolje prometnice i igrališta za druženje	1
Čistoća	1
Održavanje čistoće	1
Više događanja i uređenih mjesta za fotografiranje (photo spot)	1
Hoteli	2
Kafići	1
Možda više kafića	1
Više zelenila	1
Ukupno	8

3.4.2.2 Neprimjereni sadržaji

Izračun

Neprimjereni sadržaji u destinaciji	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelj
Da	38	4	29
Ne	207	92	85
Ukupno	245	96	114
% neprimjerenog sadržaja	15,51%	4,17%	25,44%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

% turista koji smatra da destinacija ima neprimjerene sadržaje = $\frac{38}{245} \times 100\% = 15,51\%$

Rezultati pokazuju da manji dio ispitanika smatra kako destinacija ima sadržaje koji nisu primjereni njezinu identitetu ili turističkom ugođaju. Takav stav najizraženiji je među jednodnevnim posjetiteljima (25,44%) te turistima u komercijalnom smještaju (15,51%), dok je u segmentu nekomercijalnog smještaja vrlo rijedak (4,17%).

Izračun po zonama

Segment turista	Odgovori	Pakoštane	Drage	Vrgada	Vrana
Turisti u komercijalnom smještaju	Da	17	20	0	1
	Ne	122	56	13	16
	Ukupno	139	76	13	17
	% neprimjerenog sadržaja	12,23%	26,32%	0,00%	5,88%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	Da	2	2	0	0
	Ne	48	31	11	2
	Ukupno	50	33	11	2
	% neprimjerenog sadržaja	4,00%	6,06%	0,00%	0,00%
Jednodnevni posjetitelji	Da	3	8	10	8
	Ne	23	11	24	27
	Ukupno	26	19	34	35
	% neprimjerenog sadržaja	11,54%	42,11%	29,41%	22,86%

Po zonama, najviši udio percepcije neprimjerenih sadržaja bilježi zona Drage (26,32%) u segmentu komercijalnog smještaja, a 42,11% u segmentu jednodnevnih posjetitelja. Jednodnevni posjetitelji također češće ističu u većoj mjeri neprimjerene sadržaje u zoni Drage (42,11%) i Vrgada (29,41%) nego u drugim zonama.

Komentari na neprimjereni sadržaj

Turisti u komercijalnom smještaju

Prijedlog	n
Svi oni dućani s beskorisnim kineskim artiklima	1
Gastronomija, plaža, noćni mir bez lupanja pijane domaće djece	1
Jako derutna infrastruktura	1
Kao gradilište	1
Masaže na plaži	1
Javne toalete	1
Suncobran	1
Ukupno	85

Turisti u nekomercijalnom smještaju

Prijedlog	n
Ne sviđaju mi se bučni jet-skijevi ljeti; ograničiti jačinu glazbe u večernjim satima	1
Nacionalizam	1
Ukupno	2

Jednodnevni posjetitelji

Prijedlog	n
Gužva	1
Ukupno	9

3.4.3 Resursna atrakcijska osnova

Resursna atrakcijska osnova obuhvaća elemente koji oblikuju doživljajnu dimenziju boravka i pridonose prepoznatljivosti destinacije. U ovom potpoglavlju analiziraju se pokazatelji zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja atmosferom i ugođajem, gastronomskom ponudom te događanjima i manifestacijama u općini Pakoštane. Pokazatelji su važan dio identiteta i atraktivnosti destinacije te omogućuju procjenu kvalitete iskustva turista.

3.4.3.1 Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja atmosferom, ugođajem

Formula za izračun

$$\% \text{ posjetitelja zadovoljnih atmosferom, ugođajem} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanje P4}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje P4}} \times 100\%$$

Potrebne varijable: P4. Koliko ste zadovoljni atmosferom, ugođajem u ovoj destinaciji? (1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na')

Izračun

Atmosfera, ugođaj	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
1 – u potpunosti nezadovoljan/na	5	0	1
2	4	1	1
3	6	2	2
4	33	14	19
5	70	44	56
6	58	22	58
7 – u potpunosti zadovoljan/na	75	13	18
Ukupno	251	96	155
Σ 6 i 7	133	35	76
% zadovoljnih	52,99%	36,46%	49,03%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ turista zadovoljnih atmosferom, ugođajem} = \frac{58 + 75}{251} \times 100\% = 52,99\%$$

Zadovoljstvo atmosferom i ugođajem u destinaciji je na srednjoj do visokoj razini, s najvećim udjelom zadovoljnih među turistima u komercijalnom smještaju (52,99%), dok su turisti u nekomercijalnom smještaju nešto suzdržaniji (36,46%).

Izračun po zonama

Zone općine Pakoštane	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih
Pakoštane	79	143	55,24%	22	50	44,00%	20	36	55,56%
Drage	31	78	39,74%	10	33	30,30%	14	26	53,85%
Vrgada	4	13	30,77%	2	11	18,18%	25	47	53,19%
Vrana	13	17	76,47%	1	2	50,00%	17	46	36,96%

Po zonama, najvišu razinu zadovoljstva iskazuju turisti u zoni Vrana (76,47%), što je vjerojatno posljedica mirnog prirodnog okruženja i manjih gužvi. Središnja zona Pakoštane također bilježi natprosječne ocjene (55,24%), dok su niže vrijednosti prisutne u zoni Drage (39,74%) i zoni Vrgada (30,77%). Jednodnevni posjetitelji u cjelini imaju ujednačene i stabilne ocjene, s najnižim zadovoljstvom u zoni Vrana (36,96%).

3.4.3.2 Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja gastronomskom ponudom u mjestu

Formula za izračun

$$\% \text{ posjetitelja zadovoljnih gastronomskom ponudom u mjestu} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanje P5}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje P5}} \times 100\%$$

Potrebne varijable: P5. Koliko ste zadovoljni gastronomskom ponudom u mjestu? (1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na')

Izračun

Gastronomska ponuda	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
1 – u potpunosti nezadovoljan/na	4	1	0
2	3	1	3
3	13	9	3
4	32	19	10
5	76	23	63
6	72	27	69
7 – u potpunosti zadovoljan/na	51	16	7
Ukupno	251	96	155
Σ 6 i 7	123	43	76
% zadovoljnih	49,00%	44,79%	49,03%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ turista zadovoljnih gastronomskom ponudom} = \frac{72 + 51}{251} \times 100\% = 49\%$$

Zadovoljstvo gastronomskom ponudom u destinaciji je umjereno i ujednačeno među svim segmentima turista. Najzadovoljniji su turisti u komercijalnom smještaju (49,00%) i jednodnevni posjetitelji (49,03%), dok su nekomercijalni turisti neznatno kritičniji (44,79%).

Izračun po zonama

Zone općine Pakoštane	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih
Pakoštane	78	143	54,55%	24	50	48,00%	18	36	50,00%
Drage	25	78	32,05%	14	33	42,42%	15	26	57,69%
Vrgada	9	13	69,23%	3	11	27,27%	23	47	48,94%
Vrana	11	17	64,71%	2	2	100,00%	20	46	43,48%

Najveće zadovoljstvo turisti u komercijalnom smještaju iskazuju u zonama Vrgada (69,23%) i Vrana (64,71%). U segmentu nekomercijalnog smještaja najviše ocjene bilježe se u Vrani (100%), ali uz vrlo mali broj ispitanika, dok su u ostalim zonama vrijednosti niže i ujednačenije. Posebno se izdvaja Vrgada s najnižom razinom zadovoljstva (27,27%). Jednodnevni posjetitelji pokazuju stabilnu razinu zadovoljstva u svim zonama, s nešto višim ocjenama u zoni Drage (57,69%).

3.4.3.3 Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja događanjima i manifestacijama

Formula za izračun

$$\% \text{ posjetitelja zadovoljnih događanjima i manifestacijama u destinaciji} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7 na pitanje P6}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje P6}} \times 100\%$$

Potrebne varijable: P6. Koliko ste zadovoljni događanjima i manifestacijama u ovoj destinaciji? (1 = 'U potpunosti nezadovoljan/na' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan/na')

Izračun

Događanja i manifestacije	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
1 – u potpunosti nezadovoljan/na	5	0	0
2	7	3	3
3	12	3	3
4	23	13	8
5	75	32	58
6	68	35	66
7 – u potpunosti zadovoljan/na	61	10	17
Ukupno	251	96	155
Σ 6 i 7	129	45	83
% zadovoljnih	51,39%	46,88%	53,55%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\% \text{ turista zadovoljnih događanjima i manifestacijama u destinaciji} = \frac{68 + 61}{251} \times 100\% = 51,39\%$$

Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama u destinaciji je umjereno, s približno polovicom ispitanika koji iskazuju pozitivan dojam. Turisti u komercijalnom smještaju (51,39%) i jednodnevni posjetitelji (53,55%) nešto su zadovoljniji od turista u nekomercijalnom smještaju (46,88%).

Izračun po zonama

Zone općine Pakoštane	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih
Pakoštane	74	143	51,75%	26	50	52,00%	19	36	52,78%
Drage	31	78	39,74%	12	33	36,36%	14	26	53,85%
Vrgada	11	13	84,62%	6	11	54,55%	29	47	61,70%
Vrana	13	17	76,47%	1	2	50,00%	21	46	45,65%

Po zonama, turisti u komercijalnom smještaju najveće zadovoljstvo događanjima iskazuju u zoni Vrgada (84,62%) i u Vrani (76,47%), dok su niže ocjene zabilježene u zoni Drage (39,74%). U segmentu nekomercijalnog smještaja rezultati su uglavnom ujednačeni, iako zona Drage bilježi najnižu razinu zadovoljstva (36,36%). Jednodnevni posjetitelji najpozitivnije ocjenjuju događanja u zoni Vrgada (61,70%), dok su u ostalim zonama ocjene umjerene i relativno stabilne.

3.5 Dodatni pokazatelji razvoja destinacije

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

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

3.5.1 Zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja

U nastavku su prikazani rezultati o zadovoljstvu turista omjerom cijene i kvalitete smještaja, temeljeni isključivo na odgovorima ispitanika koji su boravili u komercijalnim smještajnim objektima.

Zadovoljstvo omjerom kvalitete i cijene u smještaju	Turisti u komercijalnom smještaju
1 – u potpunosti nezadovoljan/na	4
2	1
3	11
4	38
5	72
6	76
7 – u potpunosti zadovoljan/na	75
Ukupno	277
Σ 6 i 7	151
% zadovoljnih	54,15%

3.5.2 Zadovoljstvo cijenama – pregled po zonama

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

Cijene u ugostiteljstvu

Cijene u ugostiteljstvu	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
Σ 6 i 7	117	37	65
n	277	108	156
% zadovoljnih	42,24%	34,26%	41,67%

Zone općine Pakoštane	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih
Pakoštane	56	163	34,36%	14	59	23,73%	16	36	44,44%
Drage	42	83	50,60%	16	35	45,71%	12	26	46,15%
Vrgada	9	13	69,23%	5	12	41,67%	24	47	51,06%
Vrana	10	18	55,56%	2	2	100,00%	13	47	27,66%

Cijene u trgovinama

Cijene u trgovinama	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
Σ 6 i 7	107	42	65
n	277	108	157
% zadovoljnih	38,63%	38,89%	41,40%

Zone općine Pakoštane	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	n	% zadovoljnih
Pakoštane	54	163	33,13%	18	59	30,51%	17	37	45,95%
Drage	38	83	45,78%	18	35	51,43%	14	26	53,85%
Vrgada	6	13	46,15%	4	12	33,33%	18	47	38,30%
Vrana	9	18	50,00%	2	2	100,00%	16	47	34,04%

3.5.3 Zadovoljstvo pruženom vrijednosti za novac

Pružena vrijednost za novac	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
1 – u potpunosti nezadovoljan/na	3	5	0
2	5	5	3
3	18	5	6
4	39	13	12
5	75	31	72
6	74	38	45
7 – u potpunosti zadovoljan/na	63	11	19
Ukupno	277	108	157
Σ 6 i 7	137	49	64
% zadovoljnih	49,46%	45,37%	40,76%

3.5.4 Zadovoljstvo turističkom ponudom mjesta

Turistička ponuda mjesta	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
1 – u potpunosti nezadovoljan/na	5	1	0
2	9	5	2
3	14	8	3
4	36	16	14
5	70	34	74
6	76	27	40
7 – u potpunosti zadovoljan/na	67	17	24
Ukupno	277	108	157
Σ 6 i 7	143	44	64
% zadovoljnih	51,62%	40,74%	40,76%

Razlike u ocjeni rezultata indeksa zadovoljstva destinacijom u odnosu na pojedinačne elemente (ljepotu, uređenost, promet, turistička ponuda i pružena vrijednost za novac) očekivane su i rezultat su različite metodologije izračuna. Indeks zadovoljstva izražava ukupni dojam boravka u

destinaciji na temelju kombinacije triju varijabli i standardiziran je na skali od 0 do 100, dok su pojedinačne ocjene zadovoljstva izračunate kao udio ispitanika koji su na svaku tvrdnju odgovorili s najvišim ocjenama (6 ili 7). Stoga su vrijednosti indeksa u pravilu više od udjela zadovoljnih po pojedinim elementima, jer odražavaju opći doživljaj destinacije, a ne samo procjenu pojedinih aspekata ponude.

3.5.5 Izvori informacija

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

Izvori informacija (moguć odabir više odgovora)	Turisti u komercijalnom smještaju			Turisti u nekomercijalnom smještaju			Jednodnevni posjetitelji		
	n	%*	%**	n	%*	%**	n	%*	%**
Osobno iskustvo	111	31,4%	43,0%	38	19,1%	38,4%	80	37,6%	51,9%
Preporuke prijatelja, kolega ili rodbine	104	29,5%	40,3%	45	22,6%	45,5%	59	27,7%	38,3%
Mediji (radio, televizija, tiskani i online mediji)	12	3,4%	4,7%	18	9,0%	18,2%	7	3,3%	4,5%
Influenceri/Blogeri	7	2,0%	2,7%	19	9,5%	19,2%	4	1,9%	2,6%
Google, Trip Advisor i sl.	18	5,1%	7,0%	19	9,5%	19,2%	4	1,9%	2,6%
Društvene mreže Facebook (FB), Instagram (IG), YouTube (YT) i sl.	80	22,7%	31,0%	34	17,1%	34,3%	52	24,4%	33,8%
Internetske stranice destinacije	15	4,2%	5,8%	14	7,0%	14,1%	4	1,9%	2,6%
Promotivni tiskani materijali	0	0,0%	0,0%	5	2,5%	5,1%	2	0,9%	1,3%
Putničke agencije i turistički uredi	2	0,6%	0,8%	4	2,0%	4,0%	1	0,5%	0,6%
Drugo	4	1,1%	1,6%	3	1,5%	3,0%	0	0,0%	0,0%
Ukupno	353	100,0%	136,8%	199	100,0%	201,0%	213	100,0%	138,3%

* % odgovora ** % ispitanika

Najčešći izvori informacija o destinaciji su osobno iskustvo i preporuke prijatelja, rodbine ili kolega, koji zajedno čine glavni kanal informiranja u svim segmentima turista. Društvene mreže i online platforme (Google, TripAdvisor, Facebook, Instagram) predstavljaju važne sekundarne izvore, dok se tradicionalni mediji i promotivni materijali koriste znatno rjeđe. Rezultati potvrđuju važnost autentične preporuke i digitalnih kanala u oblikovanju odluke o posjetu destinaciji.

3.5.6 Zadovoljstvo destinacijom

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

Elementi destinacije	K	N	J	Uzorak
Ljepota prirode i krajolika	5,87	5,43	5,51	5,68
Ljepota mjesta	5,96	5,70	5,68	5,82
Uređenost mjesta	5,49	5,49	5,46	5,48
Ekološka očuvanost prostora	5,39	5,51	5,28	5,38
Atraktivnost očuvane prirode	5,60	5,72	5,57	5,61
Osobna sigurnost	5,97	5,74	5,68	5,84
Prometna dostupnost destinacije	5,81	5,84	5,55	5,73
Prilagođenost destinacije djeci	5,66	5,85	5,59	5,67
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	5,74	5,65	5,70	5,71
Prilagođenost destinacije osobama s invaliditetom	5,17	5,13	5,44	5,25
Lokalni javni prijevoz	4,90	4,97	5,43	5,09
Promet u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)	5,07	4,97	5,56	5,20
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	5,92	5,73	5,71	5,82
Smještajni objekt	5,96			5,96
Čistoća plaža	5,51	5,59	5,53	5,53
Opterećenost plaža	5,15	5,22	5,62	5,31
Opremljenost/uređenost plaža	5,21	5,35	5,57	5,35
Biciklističke rute i staze	5,70	5,51	5,78	5,69
Pješačke staze	5,77	5,53	5,81	5,74
Označavanje znamenitosti	5,66	5,50	5,89	5,70
Informacije u destinaciji	5,78	5,62	5,88	5,78
Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima (posjetiteljski centri, poučne staze, programi)	5,43	5,08	5,51	5,39
Kultura i umjetnost	5,59	5,56	5,57	5,58
Zabava/noćni život	5,37	5,31	5,60	5,43
Eno ponude mjesta	5,59	5,36	5,65	5,57
Sportski sadržaji	5,56	5,52	5,74	5,61

Ponuda organiziranih izleta u okolicu	5,66	5,52	5,66	5,63
Mogućnost za kupnju	5,73	5,53	5,71	5,69
Besplatni internet u destinaciji	5,19	5,33	5,47	5,30
Dostupnost lokalnih proizvoda i suvenira	5,19	4,71	5,21	5,10
Motiviranost turističkih djelatnika za rad u turizmu	5,47	4,87	5,39	5,33
Očuvanost prirode u destinaciji (čistoća, zelenilo, prirodna atraktivnost)	4,95	4,55	5,42	5,02
Privlačnost Parka prirode Vransko jezero	5,54	5,24	5,62	5,50
Visoka izgrađenost prostora s namjenom za turizam	4,59	4,59	5,09	4,75

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

Prirodne ljepote i očuvanost prostora

Svi segmenti turista visoko ocjenjuju ljepotu prirode i krajolika (prosjek 5,68) te atraktivnost očuvane prirode (5,61), a ekološka očuvanost prostora ocijenjena je nešto niže (5,38) u odnosu na prethodne elemente. Najviše ocjene bilježe turisti u nekomercijalnom smještaju, što je može biti povezano s njihovim dužim boravkom i češćim boravkom u mirnijim zonama.

Uređenost, promet i infrastruktura

Uređenost mjesta (5,48) i mogućnosti pješačkog kretanja (5,71) ocijenjene su višim prosječnim ocjenama, dok su niže ocjene dodijeljene lokalnom javnom prijevozu (5,09), prometu u mjestu (5,20) i prilagođenost osobama s invaliditetom (5,25).

Sigurnost, gostoljubivost i opća kvaliteta boravka

Osobna sigurnost (5,84) i gostoljubivost lokalnog stanovništva (5,82) među najviše su ocijenjenim elementima destinacije, što potvrđuje pozitivan doživljaj lokalne zajednice i osjećaja sigurnosti. Zadovoljstvo smještajem (5,96) i ljepotom mjesta (5,82) dodatno potvrđuju opću privlačnost destinacije.

Plaže i rekreacija

Čistoća (5,53), uređenost (5,35) i opterećenost plaža (5,31) pokazuju više prosječne rezultate, iako nešto niže u odnosu na prirodne resurse. Biciklističke i pješačke staze ocijenjene su iznadprosječno (5,69 i 5,74), što potvrđuje važnost aktivnog odmora u percepciji turista.

Kultura, gastronomija i zabava

Kultura i umjetnost (5,58), eno-ponuda (5,57) i organizirani izleti (5,63) ocijenjeni su pozitivno, dok je zabava i noćni život (5,43) nešto slabije ocijenjen, što odražava mirniji karakter destinacije.

Informiranost i digitalna dostupnost

Informacije u destinaciji (5,78) i označavanje znamenitosti (5,70) visoko su ocijenjeni, dok je besplatan internet (5,30) nešto niže rangiran, što sugerira prostor za digitalna poboljšanja.

Održivost i izgrađenost prostora

Očuvanost prirode (5,02) i visoka izgrađenost prostora za turizam (4,75) upućuju na blagu zabrinutost zbog širenja turističkih kapaciteta i mogućeg narušavanja prirodne ravnoteže.

Zaključno, podatci potvrđuju visoku razinu zadovoljstva ključnim elementima boravka, osobito prirodnim ljepotama, sigurnošću i gostoljubivošću. Niže ocjene odnose se na prometnu infrastrukturu, pristupačnost i očuvanost prostora, što upućuje na potrebu za uravnoteženim pristupom između turističkog razvoja i zaštite okoliša.

4 ZAKLJUČAK

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

Obvezni pokazatelji održivosti pokazuju da je većina turista i jednodnevnih posjetitelja zadovoljna cjelokupnim boravkom u destinaciji. Indeks zadovoljstva turista u komercijalnom smještaju doseže 77,83%, dok jednodnevni posjetitelji bilježe 74,50%. Rezultati ukazuju na pozitivan doživljaj boravka i visoku spremnost na preporuku destinacije, osobito među turistima u zonama Vrana i Vrgada.

Specifični pokazatelji održivosti potvrđuju visok udio ponovljenih posjetitelja (57,3%), što upućuje na lojalnost i privrženost destinaciji. Većina turista dolazi osobnim automobilom (više od 80%).

Pokazatelji prihvatnog kapaciteta ukazuju na to da većina turista ne percipira prekomjernu opterećenost prostora. Ocjene ljepote i uređenosti mjesta te kvalitete smještaja u pravilu su visoke, a osobito se ističu mirnije zone Vrana i Vrgada. Niže ocjene zabilježene su za promet u mjestu i dostupnost parkirališta, što upućuje na potrebu za boljom organizacijom prometa u najfrekventnijim dijelovima destinacije. Zadovoljstvo gastronomijom i događanjima je stabilno, uz mogućnost jačanja kulturno-zabavne ponude izvan glavne sezone.

a kao glavni izvori informacija o destinaciji ističu se osobno iskustvo i preporuke prijatelja. Gužve i buka percipiraju se kao umjeren problem, pri čemu se veće nezadovoljstvo bilježi u središnjoj zoni Pakoštane.

Dodatni pokazatelji razvoja destinacije potvrđuju uravnotežen doživljaj vrijednosti za novac, s 54% zadovoljnih turista omjerom cijene i kvalitete smještaja. Cijenama u ugostiteljstvu i trgovinama turisti su umjerenom zadovoljni, pri čemu su ocjene nešto više u manjim zonama poput Vrana i Vrgada. Ukupna percepcija destinacije odražava visoku razinu sigurnosti, prirodne privlačnosti i gostoljubivosti lokalnog stanovništva, uz prostor za poboljšanje infrastrukturnih i organizacijskih elemenata turističkog doživljaja.

Rezultati potvrđuju da je ključna snaga destinacije u kombinaciji prirodnih resursa, sigurnosti i autentičnosti lokalnog ambijenta, dok su glavni razvojni prioriteti vezani uz poboljšanje

infrastrukturnih i doživljajnih elemenata ponude. U tom smislu, preporučuje se usmjerenje daljnjeg razvoja na:

- unaprjeđenje kvalitete smještaja i komunalne infrastrukture,
- proširenje kulturnih i gastronomskih sadržaja,
- jačanje identitetskih elemenata povezanih s Parkom prirode Vransko jezero,
- digitalnu promociju i interpretaciju lokalnih vrijednosti te
- poticanje održivih oblika turizma u zaleđu i na otoku Vrgada.

Sveukupno gledano, rezultati istraživanja potvrđuju da Pakoštane imaju visoku razinu zadovoljstva turista i prepoznat potencijal za daljnje jačanje doživljajne, održive i prepoznatljive destinacije u okviru Zadarske županije.

5 PRILOG – UPITNIK

Istraživanje zadovoljstva turista (Općina Pakoštane)

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji

Dragi goste,

u tijeku je nacionalno prikupljanje podataka o zadovoljstvu turista boravkom u općini Pakoštane.

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

Zahvaljujemo Vam na sudjelovanju i želimo Vam ugodan boravak!

Srdačan pozdrav,

Turistička zajednica općine Pakoštane

1) **Mjesto u kojem boravite:***

- Pakoštane
- Drage
- Vrgada
- Vrana

Page exit logic: Skip / Disqualify LogicIF: #3 Question "Vi ste: odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("na privremenom radu u ovom gradu/mjestu") THEN: Jump to [page 13 - Hvala Vam!](#)

Page exit logic: Skip / Disqualify LogicIF: #3 Question "Vi ste: odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("stalni stanovnik ovog grada/mjesta") THEN: Jump to [page 13 - Hvala Vam!](#)

2) **Razlog dolaska:**

- privatno
- poslovno
- oboje

Logic: Show/hide trigger exists.

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

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

Logic: Show/hide trigger exists.

4) Vaša zemlja stalnog boravka je:

- Hrvatska
- neka druga zemlja

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

5) Upišite županiju stalnog boravka:

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

6) Upišite zemlju: * _____

Logic: Hidden unless: #3 Question "Vi ste: odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju")

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

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

8) Spol:

- muškarac
- žena
- ne želim se izjasniti

9) Godina rođenja: _____

10) Obrazovanje:

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

11) Mjesečna primanja Vašeg kućanstva su:

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

Validation: Must be numeric

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

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

13) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 7:*

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

14) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 7

Koliko ste zadovoljni:*

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

15) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 7:*

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

Validation: Min = 0 Max = 10

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

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

17) U kojoj mjeri navedeno predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji:

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

Logic: Show/hide trigger exists. Hidden unless: #3 Question "**Vi ste:** odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju")

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

- Da
 Ne

Validation: Must be numeric

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

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

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

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

Validation: Must be numeric

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

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

Logic: Show/hide trigger exists.

22) **Za koliko ste osoba iskazali troškove?** *

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

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

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

Ukupno osoba:: _____

Od toga djece mlađe od 15 godina:: _____

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

- Osobno iskustvo
- Preporuke prijatelja, kolega ili rodbine
- Mediji (radio, televizija, tiskani i online mediji)
- Influenceri/Blogeri
- Google, Trip Advisor, i sl.
- Društvene mreže Facebook (FB), Instagram (IG), YouTube (YT) i sl.
- Internetske stranice destinacije
- Promotivni tiskani materijali
- Putničke agencije i turistički uredi
- Drugo, navedite:: _____

26) Smatrate li da destinaciji nedostaju određeni sadržaji?

- Da
- Ne

Logic: Hidden unless: #26 Question "Smatrate li da destinaciji nedostaju određeni sadržaji?" is one of the following answers ("Da")

27) Navedite najvažnije: _____

Logic: Show/hide trigger exists.

28) Smatrate li da su određeni sadržaji u destinaciji neprimjereni ponudi destinacije?

- Da
- Ne

Logic: Hidden unless: #28 Question "Smatrate li da su određeni sadržaji u destinaciji neprimjereni ponudi destinacije?" is one of the following answers ("Da")

29) Molimo navedite ih: _____

30) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 7

Koliko ste zadovoljni navedenim u destinaciji: *

	1 iznimno nezadovoljni	2	3	4	5	6	7 iznimno zadovoljni
atmosferom, ugođajem							
gastronomskom ponudom							
dogđanjima i manifestacijama							

31) Pred Vama je zadnji set pitanja. Pitanja se odnose na elemente turističke ponude mjesta u kojemu sada boravite! Molimo Vas još minutu Vašeg vremena jer nam je Vaše mišljenje važno.

Koristite ocjene na ljestvici od 1 - jako loše do 7 - izvrsno za ocjenu destinacije u kojoj boravite

Napomena: odaberite 99 ako ocjena elementa nije primijenjiva

Ocijenite element destinacije:

	1 jako loše	2	3	4	5	6	7 izvrsno	99 nije primijenjivo
Ljepota prirode i krajolika								
Ljepota mjesta								
Uređenosť mjesta								

Ekološka očuvanost prostora										
Atraktivnost očuvane prirode										
Osobna sigurnost										
Prometna dostupnost destinacije										
Prilagođenost destinacije djeci										
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji										
Prilagođenost destinacije osobama s invaliditetom										
Lokalni javni prijevoz										
Promet u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)										
Gostoljubivost lokalnog stanovništva										
Smještajni objekt										
Čistoća plaža										
Opterećenost plaža										
Opremljenost/uređenost plaža										
Biciklističke rute i staze										
Pješačke staze										
Označavanje znamenitosti										
Informacije u destinaciji										
Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima (posjetiteljski centri, poučne staze, programi)										
Kultura i umjetnost										
Zabava/noćni život										
Eno ponude mjesta										
Sportski sadržaji										
Ponuda organiziranih izleta u okolicu										
Mogućnost za kupnju										
Besplatni internet u destinaciji										
Dostupnost lokalnih proizvoda i suvenira										
Motiviranost turističkih djelatnika za rad u turizmu										
Očuvanost prirode u destinaciji (čistoća, zelenilo, prirodna atraktivnost)										
Privlačnost Parka prirode Vransko jezero										
Visoka izgrađenost prostora s namjenom za turizam										

Hvala Vam!

Zahvaljujemo na sudjelovanju i Vašim iskrenim odgovorima.

Sažetak Izvještaja o zadovoljstvu turista cjelokupnim boravkom u općini Pakoštane

Ključne informacije o istraživanju

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja provedeno je prema *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025). Cilj istraživanja bio je analizirati ukupno iskustvo boravka turista te prepoznati ključne čimbenike zadovoljstva, lojalnosti i percepcije održivosti destinacije. Sažetak prikazuje glavne nalaze istraživanja zadovoljstva i lojalnosti turista u općini Pakoštane, s naglaskom na održivost i kvalitetu turističkog iskustva.

Podaci su prikupljeni tijekom turističke sezone 2025. godine na području općine Pakoštane, obuhvaćajući četiri prostorne zone: Pakoštane, Drage, Vrgada i Vrana. Analiza je provedena na uzorku od 542 ispitanika, među kojima su turisti u komercijalnom smještaju (n = 277), nekomercijalnom smještaju (n = 108) te jednodnevni posjetitelji (n = 157). Rezultati su prikazani kroz obvezne i specifične pokazatelje održivosti i prihvatnog kapaciteta te dodatne pokazatelje razvoja destinacije.

Sažetak ključnih nalaza

Obvezni i specifični pokazatelji održivosti

Obvezni pokazatelji održivosti za općinu Pakoštane potvrđuju visoko zadovoljstvo i lojalnost turista. Ukupni indeks zadovoljstva iznosi 75,78%, s najboljim rezultatima u zonama Vrana i Vrgada. Najzadovoljniji su turisti u komercijalnom smještaju (77,83%), a neto spremnost na preporuku (NPS) najviša je u istom segmentu (43,68%). Rezultati upućuju na pozitivan doživljaj destinacije i potencijal za daljnje jačanje imidža kroz iskustveni i održivi turizam.

Specifični pokazatelji održivosti za općinu Pakoštane pokazuju stabilnu bazu lojalnih turista i snažnu orijentiranost na individualni dolazak. Više od polovice turista (57,3%) već je ranije posjetilo destinaciju, što ukazuje na dobru razinu privrženosti. Većina turista dolazi osobnim vozilom (oko 79%), dok je udio dolazaka javnim prijevozom nizak (16%). Prosječna dnevna potrošnja turista iznosi 64,81 € u komercijalnom i 39,36 € u nekomercijalnom smještaju.

Pokazatelji prihvatnog kapaciteta

Gužva i buka nisu prepoznate kao ozbiljan problem za većinu turista, iako ih jednodnevni posjetitelji češće navode kao otežavajući čimbenik boravka (gužva 36,13%, buka 42,95%). Prometna protočnost i parkirališni kapaciteti ocijenjeni su kao segmenti s mogućnošću poboljšanja, osobito u središnjoj zoni Pakoštane.

Obavezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta upućuju na dobro vizualno iskustvo, ali i opterećenja u vrhuncu sezone. Najviše smeta gužva i buka jednodnevnim posjetiteljima (gužva 36%, buka 43%), dok je segment turista osjetno manje nezadovoljan.

Turisti su najzadovoljniji ljepotom mjesta i atmosferom boravka, s prosječnim udjelom zadovoljnih od 70,76% u komercijalnom smještaju. Zadovoljstvo kvalitetom smještaja iznosi 58,82%, s najvišim ocjenama u zoni Vrana (83,33%). Uređenost mjesta i atrakcija zabilježila je umjerene ocjene (56,68% zadovoljnih u komercijalnom smještaju). Promet je ocijenjen srednjim zadovoljstvom (turisti u komercijalnom smještaju).

Kvaliteta smještaja je većinom zadovoljavajuća (58,8% ukupno; hoteli 76%, objekti u domaćinstvu 64%, kampovi 49%). Gotovo trećina turista i polovica jednodnevnih posjetitelja smatra da nedostaju sadržaji u mjestu, percepcija neprimjerenih sadržaja je viša kod jednodnevnih posjetitelja. Po zonama, najpovoljnije ocjene često bilježe mirnije Vrana i Vrgada, dok središnje zone (Pakoštane, Drage) češće iskazuju izazove gužve, buke i sadržaja. Kao najčešće nedostajuće sadržaje ispitanici navode kulturna događanja, večernje programe, više zelenila, bolje održavanje plaža i javnih površina te dodatne sadržaje za mlade.

Dodatni pokazatelji razvoja destinacije

Dodatni pokazatelji razvoja destinacije potvrđuju stabilnu razinu zadovoljstva i dobru percepciju kvalitete boravka u općini Pakoštane. Više od polovice turista u komercijalnom smještaju (54%) zadovoljno je omjerom cijene i kvalitete, dok je zadovoljstvo cijenama u ugostiteljstvu i trgovinama umjereno (oko 40–42%). Polovica ispitanika procjenjuje da destinacija pruža dobru vrijednost za novac i kvalitetnu turističku ponudu (oko 50%), uz nešto više ocjene među turistima u komercijalnom smještaju. Glavni izvori informacija su osobno iskustvo i preporuke prijatelja, uz rastuću važnost društvenih mreža i digitalnih platformi. Turisti najviše cijene ljepotu krajolika, sigurnost, gostoljubivost i mogućnosti rekreacije, dok su niže ocjene vezane uz javni prijevoz i održavanje prostora. Rezultati upućuju na uravnotežen razvoj destinacije, s dobrim dojmom kvalitete i prostora za poboljšanja u pristupačnosti, informiranju i infrastrukturnim sadržajima.

Tablica. Ključni pokazatelji zadovoljstva i održivosti

Pokazatelj	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
Indeks zadovoljstva boravkom	77,83%	72,72%	74,50%
Udio ponovljenih turista	57,30%	-	-
Zadovoljstvo kvalitetom smještaja	58,82%	-	-
Zadovoljstvo ljepotom mjesta	70,76%	50,93%	53,50%
Zadovoljstvo uređenjem mjesta	56,68%	46,30%	51,59%
Zadovoljstvo pruženom vrijednosti za novac	49,46%	45,37%	40,76%
Zadovoljstvo gastronomijom	49,00%	44,79%	49,03%
Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama	51,39%	46,88%	53,55%
Udio nezadovoljnih bukom	17,05%	22,64%	42,95%
Udio nezadovoljnih gužvom	24,72%	28,57%	36,13%
Glavni oblik prijevoza	89,51% automobil	50,94% automobil	55,41% automobil
Najčešći izvori informacija	Preporuke, iskustvo, društvene mreže	Google, preporuke, mediji	Preporuke, društvene mreže, iskustvo

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

Strateški uvid i preporuke

- Očuvati visoku razinu zadovoljstva i lojalnosti stalnih turista, osobito u zonama Vrana i Vrgada, kroz programe vjernosti i poosobljene usluge.
- Ulagati u uređenost prostora i prometnu protočnost, posebno u središnjoj zoni Pakoštane gdje su gužva i buka izraženiji problemi.
- Razvijati kulturne i zabavne sadržaje izvan glavne sezone, s naglaskom na manifestacije koje povezuju lokalnu baštinu, gastronomiju i identitet mjesta.
- Jačati komunikaciju prema tržištu kroz digitalne kanale, jer društvene mreže i online recenzije imaju ključnu ulogu u privlačenju novih turista.
- Sustavno pratiti zadovoljstvo bukom, gužvom i cijenama kao pokazatelje kvalitete boravka.

Zaključna poruka

Istraživanje potvrđuje da Pakoštane uživaju visoku razinu zadovoljstva posjetitelja i snažan potencijal za održiv razvoj turizma. Prirodna ljepota, sigurnost i gostoljubivost ostaju temeljne vrijednosti destinacije, dok su glavni izazovi povezani s prometnom infrastrukturom i sezonskom koncentracijom posjetitelja. Rezultati potvrđuju pozitivan imidž destinacije i upućuju na stabilan potencijal za održivi razvoj i jačanje konkurentnosti. Daljnji razvoj treba usmjeriti prema podizanju kvalitete ponude, ravnomjernom prostornom razvoju i većoj raznolikosti sadržaja koji će zadržati autentičnost mjesta i osigurati dugoročnu konkurentnost destinacije.