



STAVOVI I POTROŠNJA TURISTA U GRADU OMIŠU U 2023. GODINI
TOMAS Omiš 2023.

Zagreb, prosinac 2023. godine

STAVOVI I POTROŠNJA TURISTA U GRADU OMIŠU U 2023. GODINI
TOMAS Omiš 2023.

Naručitelj:
Turistička zajednica Grada Omiša

Voditelj:
Zrinka Marušić, mag.math., univ.spec.oec.

Autori:
Zrinka Marušić, mag.math., univ.spec.oec.
Dr. sc. Ivan Sever
Dr. sc. Ivo Beroš

Zagreb, prosinac 2023. godine

SADRŽAJ

SAŽETAK	4
EXECUTIVE SUMMARY	6
1. UVOD.....	8
2. METODE ISTRAŽIVANJA	9
3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	14
3.1. Sociodemografski profil turista.....	14
3.2. Motivacija za dolazak.....	16
3.3. Obilježja putovanja	20
3.4. Boravak u destinaciji	21
3.5. Zadovoljstvo ponudom	24
3.6. Izdaci turista.....	28
4. LITERATURA I IZVORI PODATAKA.....	30
PRILOG/ APPENDIX	32
PRILOG A/ APPENDIX A: Obilježja turističke potražnje i potrošnje u Gradu Omišu prema zemlji porijekla/ <i>Characteristics of tourism demand and expenditures in the City of Omiš by the country of origin</i>	33
PRILOG B/ APPENDIX B: Obilježja turističke potražnje i potrošnje u Gradu Omišu prema sezoni/ <i>Characteristics of tourism demand and expenditures in the City of Omiš by season</i>	48
PRILOG C/ APPENDIX C: Obilježja turističke potražnje i potrošnje u Gradu Omišu prema vrsti smještajnog objekta/ <i>Characteristics of tourism demand and expenditures in the City of Omiš by the type of accommodation facility</i>	63

SAŽETAK

TOMAS Omiš 2023.	- Istraživanje stavova i potrošnje turista u Gradu Omišu u 2023. godini. - Temeljeno na metodološkom okviru istraživanja TOMAS, jedinog longitudinalnog (kontinuiranog) istraživanja obilježja putovanja i boravka turista u Hrvatskoj koje Institut za turizam provodi od 1987. godine. - Primarno, kvantitativno istraživanje u kojem se podaci prikupljaju osobnim intervjuom s turistima uz korištenje strukturiranog upitnika. - Provedeno na uzorku od 550 ispitanika u hotelima, kampovima i obiteljskom smještaju. - Obuhvaćeni gosti s najvažnijih emitivnih tržišta, rezultati se prikazuju za goste iz Poljske, Njemačke, Češke, Mađarske, Slovačke, Ujedinjenog Kraljevstva, ostalih EU zemalja te ostalih zemalja. - Rezultati istraživanja reprezentativni su za turističku potražnju u Omišu na razini vrste smještaja i zemlje porijekla turista; reprezentativnost je postignuta utežavanjem rezultata istraživanja podacima sustava eVisitor.
Socio-demografski profil turista	40 godine je prosječna starost turista. 49% turista je u dobi od 30 do 49 godina, 30% mlađe je od 30, a 21% starije od 50 godina. 57% gostiju je fakultetski obrazovano. 33% gostiju ima mjesečna primanja kućanstva viša od 3.000 eura.
Motivacija	More (88%) i priroda (56%) su najvažniji motivi dolaska u Omiš, slijede <i>touring</i>/razgledavanje (30%), gastronomija (14%), kultura i umjetnost (14%), sela/ruralno područje (13%) te zabava i festivali (12%).
Lojalnost gostiju i izvori informacija	59% gostiju je bilo prvi puta u Omišu. 46% inozemnih gostiju Omiša već je posjetilo Hrvatsku tri ili više puta. 59% gostiju prikuplja informacije putem interneta; slijede preporuke rodbine i prijatelja (36%) i prijašnji boravak (20%).
Obilježja putovanja	47% gostiju u Omiš dolazi u krugu obitelji, 28% u pratnji partnera, 19% s prijateljima, a 5% bez pratnje. 71% gostiju dolazi automobilom, 21% zrakoplovom i 7% autobusom.
Boravak u Omišu	7,7 noćenja gosti u prosjeku ostvaruju u Omišu. - Glavne aktivnosti su plivanje/kupanje, odlazak u restorane, razgledavanje, posjet povijesnim građevinama, odlazak na organizirane izlete brodom, rafting, pješačenje i kupovina. - Od atrakcija na području Grada Omiša i okolice, gosti u najvećoj mjeri posjećuju kanjon Cetine/Radmanove Mlinice, tvrđave Mirabela i Fortica te crkvu sv. Mihovila.
Zadovoljstvo ponudom	- Ljepota prirode i krajolika, osobna sigurnost, smještajni objekt i ljepota mjesta najbolje su ocijenjeni elementi turističke ponude Omiša. - Vrlo je visoko i zadovoljstvo ukupnim boravkom, a vrlo visok stupanj zadovoljstva je iskazan za dodatnih osam elemenata ponude, dok je za 10 elemenata iskazan visok stupanj zadovoljstva. Gosti su iskazali srednji stupanj zadovoljstva mogućnostima kvalitetnog kretanja pješice u Omišu, mogućnostima za kupnju i prometnom dostupnošću destinacije. - Gosti su izrazito nezadovoljni prometom u Omišu i lokalnim javnim prijevozom, a u nešto manjoj mjeri nezadovoljni su i prilagođenošću Omiša osobama s posebnim potrebama te zabavom/noćnim životom.

	• Većinu turista zasmatala je gužva u prometu, a veliki problem predstavlja i gužva na javnim površinama te na kupališnom prostoru. Turisti su u velikoj mjeri zasmetani i neprimjereno odloženim smećem, nemogućnošću razdvajanja otpada i bukom.
Prosječni dnevni izdaci u Omišu	• 95 eura po osobi i noćenju iznosi prosječna dnevna potrošnja turista u Omišu. • 63% izdataka odnosi se na uslugu smještaja, 17% na uslugu hrane i pića izvan smještajnog objekta, a 20% na sve ostale usluge.

EXECUTIVE SUMMARY

TOMAS Omiš 2023	• Survey on attitudes and expenditures of tourists in the City of Omiš in 2023. • Based on the methodological framework of TOMAS survey, the only longitudinal (continuous) survey on tourists' trip characteristics and consumption pattern in Croatia that had been conducted by the Institute for Tourism from 1987. • Personal interview with tourists as a data collection method; structured questionnaire used as a research instrument. • Quantitative survey on a sample of 550 respondents in hotels, camp sites and family accommodation (rooms, apartments, houses). • Tourists from the main generating markets; results are given for the following countries of origin: Poland, Germany, Czech Republic, Hungary, Slovakia, United Kingdom, other EU countries, other countries. • Survey results are representative for the City of Omiš tourism demand according to type of accommodation, and country of origin; survey results are weighted by data on tourists' overnights (eVisitor data base).
Socio-demographic profile	• The average age of tourists is 40. • 49% between 30-49 years of age, 30% are younger than 30, and 21% are older than 50. • 57% of tourists have a university degree. • 33% of tourist's households with monthly income greater than 3,000 euro.
Travel motivation	• Sea (88%) and nature (56%) are the most important motives for visiting Omiš, followed by touring/sightseeing (30%), gastronomy (14%), culture and art (14%), rural areas (13%) and entertainment and festivals (12%).
Previous visits and sources of information	• 59% of tourists visited the City of Omiš for the first time. • 46% of foreign tourists in Omiš already visited Croatia for three or more times. • 59% use internet for information search, followed by recommendations of friends or relatives (36%) and previous visits (20%).
Travel characteristics	• 47% of tourists in Omiš are accompanied by family members, 28% by partner, 19% by friends, and 5% are without travel party. • 71% of tourists arrived to Omiš by car, 21% by plane, 7% by bus.
Stay in the City of Omiš	• 7.7 overnights on average were realized in the City of Omiš. • The most preferred activities in the City of Omiš are swimming/bathing, visits to restaurants, sightseeing, visiting historical buildings, going on organized boat trips, rafting, hiking and shopping. • The most visited attractions in the city of Omiš and its surroundings are the Cetina/Radmanove Mlinice canyon, the Mirabela and Fortica fortresses, and the church of St. Michaelmas.
Attitudes	• Scenic and natural beauty, personal safety, the accommodation establishment and the beauty of the destination are the best rated elements of tourism offer in Omiš.

	• Tourists are also highly satisfied with the overall stay and additional eight elements of the offer, while a slightly lower but still high level of satisfaction was expressed for 10 elements. Guests expressed a medium level of satisfaction with the possibilities of quality movement on foot in the destination, shopping opportunities, and traffic accessibility of the City of Omiš. • Guests are extremely dissatisfied with the traffic and local public transport in the City of Omiš; to a lesser extent they are also dissatisfied with the Omiš's suitability for people with special needs, and entertainment/night life. • The majority of tourists were disturbed by congestion in traffic, crowdedness at beaches and/or in public places. Tourists were also disturbed to a large extent by improperly disposed garbage, no opportunities of separating waste, and/or noise.
Tourism consumption in the City of Omiš	• 95 Euro per person is the average daily expenditure of tourists in the City of Omiš. • 63% accounts for the expenditures for accommodation, 17% for restaurants and bars, and 20% for all other services in destination.

1. UVOD

Istraživanja pod nazivom „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“ ili, kraće, TOMAS, su longitudinalna istraživanja obilježja, stavova i potrošnje turista u Hrvatskoj čiji je metodološki okvir postavio Institut za turizam 1987. godine. Istraživanje ljetne turističke potražnje u primorskim destinacijama (TOMAS Ljeto) provedeno je od 1987. do 2017. godine deset puta. Od 2019. godine provodi se nacionalno istraživanje obilježja turističke potražnje u Hrvatskoj pod nazivom TOMAS Hrvatska koje obuhvaća turističku potražnju na cijelom području Hrvatske i tijekom cijele godine. Posljednje u nizu istraživanje TOMAS Hrvatska provedeno je od lipnja 2022. do lipnja 2023. godine, a rezultati na razini primorskih županija te četiri kontinentalne regije su tiskani u istoimenoj knjizi u izdanju Instituta za turizam (<https://iztztg.hr/hr/projekti/tomas-istrazivanja/>).

Turistička zajednica Grada Omiša već dugi niz godina (od 2014.) samostalno provodi istraživanja zadovoljstva posjetitelja u Gradu Omišu (<https://www.visitomis.hr/istrazivanja>). U cilju harmonizacije rezultata istraživanja na području grada i usporedbe rezultata istraživanja s drugim destinacijama, Turistička zajednica Grada Omiša potaknula je u 2023. godini provođenje istraživanja prema metodološkom okviru istraživanja TOMAS. Tako je u suradnji s Institutom za turizam provedeno istraživanje **Stavovi i potrošnja turista u Gradu Omišu – TOMAS Omiš 2023.**

U ovom su izvještaju prikazani rezultati istraživanja. Nakon opisa metoda istraživanja prikazuju se glavni rezultati istraživanja na razini grada. U prilogu se, u tri poglavlja, u tablicama na hrvatskom i engleskom jeziku, prikazuju cjeloviti rezultati istraživanja TOMAS Omiš 2023. prema zemlji porijekla turista, sezoni i vrsti smještaja.

2. METODE ISTRAŽIVANJA

Osnovni cilj istraživanja TOMAS Omiš 2023. je osigurati relevantnu, reprezentativnu i pouzdanu informacijsku osnovicu za razvoj turizma i upravljanje turizmom Grada Omiša na načelima održivosti.

Specifični ciljevi istraživanja TOMAS Omiš 2023. su:

- utvrđivanje obilježja turističke potražnje i potrošnje u 2023. godini prema glavnim segmentima potražnje,
- utvrđivanje glavnih prednosti i slabosti turističke ponude Omiša u 2023. godini prema glavnim segmentima potražnje te
- utvrđivanje početnih vrijednosti za nastavak praćenja održivosti turističke aktivnosti u Gradu Omišu sa stajališta turista.

Jedan od ciljeva je bio i osiguranje što je moguće većeg stupnja usporedivosti s prethodno provedenim istraživanjima o zadovoljstvu turista na području Grada Omiša.

Istraživanje TOMAS Omiš 2023., kao jedno iz 'obitelji' istraživanja TOMAS, je kvantitativno primarno istraživanje obilježja turističke potražnje Grada Omiša u kojem se podaci prikupljaju izravno od turista koji borave na području Grada Omiša. Metodološki okvir istraživanja TOMAS Omiš 2023. slijedi metodološki okvir istraživanja TOMAS¹, a glavne odrednice istraživanja prikazane su u tablici 2.1.

Tablica 2.1.

METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA TOMAS Omiš 2023.

Sadržaj istraživanja	Osnovni sadržaj istraživanja slijedi sadržaj istraživanja TOMAS Hrvatska, uz prilagodbu segmentima turističke potražnje i obilježjima turističkih proizvoda na području Grada Omiša. Sadržaj istraživanja obuhvaća sljedeća obilježja: Profil turista: spol, dob, školska sprema, zemlja stalnog boravka i mjesečni prihodi kućanstva. Obilježja putovanja: pratnja na putovanju, glavni razlog putovanja, dodatni motivi putovanja, izvori informacija o destinaciji, učestalost posjeta Hrvatskoj (za inozemne turiste) i Omišu, glavno korišteno prijevozno sredstvo za dolazak u Omiš, način rezervacije smještaja. Obilježja boravka u Omišu: duljina boravka na putovanju u Hrvatskoj i u Omišu (broj noćenja), usluge u okviru smještaja, aktivnosti u destinaciji (35 ponuđenih aktivnosti), poznavanje i posjećenost atrakcija (15 ponuđenih atrakcija u Omišu i okolici). Izdaci za vrijeme boravka u Omišu: izdaci za usluge paket aranžmana (ukoliko je putovanje bilo organizirano kao paket aranžman), izdaci za uslugu smještaja s povezanom uslugom hrane, izdaci za hranu i piće izvan smještaja, izdaci za kupnju, izdaci za kulturu i zabavu, izdaci za sport i rekreaciju, izdaci za lokalni prijevoz, izdaci za izlete te svi ostali izdaci, najčešći način plaćanja u Hrvatskoj (gotovina ili kartica). Stavovi o ponudi/zadovoljstvo ponudom: ocjena ukupnog zadovoljstva, na skali od 1-jako loše do 7-odlično i u odnosu na očekivanja, ocjena 29 pojedinačnih elemenata
----------------------	---

¹ Naziv TOMAS potječe od istraživanja izvorno provedenog u Švicarskoj pod nazivom "TOuristisches Marktforschungssystem Schweiz" (Turistički marketinško-informacijski sustav Švicarske). Na početku provođenja u Hrvatskoj (1987.), instrument istraživanja TOMAS bio je temeljen na švicarskom istraživanju, ali su vremenom instrument i cjelokupna metodologija istraživanja unaprjeđivani i prilagođavani obilježjima hrvatske turističke potražnje i potrebama hrvatskog turizma. Naziv TOMAS zadržan je kao istraživački brend.

	ponude (na skali od 1-jako loše do 7-odlično), smetnje koje su negativno utjecale na boravak u Omišu, namjera preporuke te glavni razlozi za preporuku, odnosno glavni razlozi zašto gosti Omiš ne bi preporučili drugima.
Instrument istraživanja	Strukturirani upitnik, dostupan na hrvatskom, engleskom, njemačkom, talijanskom, francuskom, slovenskom, češkom, slovačkom, mađarskom i poljskom jeziku.
Metoda, organizacija i razdoblje prikupljanja podataka	Osobni intervju s turistima. Prikupljanje podataka (anketiranje turista) bilo je u potpunosti u nadležnosti Turističke zajednice Grada Omiša. Institut za turizam bio je odgovoran za pripremu terenskog istraživanja, uključujući pripremu upitnika, izradu uputa za anketare te online instruktazu djelatnika TZ-a. Razdoblje prikupljanja podataka: lipanj – rujan 2023. godine.
Ciljna populacija	Domaći i inozemni turisti (posjetitelji s barem jednim ostvarenim noćenjem) u komercijalnim smještajnim objektima (hotelima, kampovima i sobama/apartmanima odnosno obiteljskom smještaju) na području Grada Omiša, u razdoblju od lipnja do rujna 2023. godine.
Ispitanik	Osoba/turist u dobi od 18 ili više godina koja ostvaruje noćenje u komercijalnom smještajnom objektu u navedenom razdoblju i pred krajem je svog boravka u destinaciji.
Dizajn uzorka	Stratificirani slučajni uzorak/stratificirani kvotni uzorak. Stratumi: • Mjeseci: lipanj do rujan 2023. godine; • Vrste smještaja: hoteli prema kategoriji (hoteli s 4* i 3*), kampovi, obiteljski smještaj prema geografskom položaju (obiteljski smještaj u priobalnim naseljima i obiteljski smještaj u zaleđu); • Zemlje porijekla turista: Hrvatska, Poljska, Njemačka, Češka, Slovačka, Mađarska, Francuska i zemlje Beneluksa, Austrija, Slovenija, Ujedinjeno Kraljevstvo (UK) i Irska, ostale EU zemlje, ostale zemlje. Uzorak je u najvećoj mogućoj mjeri bio proporcionalan turističkom prometu prema stratumima, osiguravajući pri tome minimalni broj ispitanika u pojedinom stratumu.
Okvir za izbor uzorka	Dolasci turista i noćenja od lipnja do rujna 2022. godine prema stratumima (izvor: sustav eVisitor).
Veličina uzorka	550 ispitanika - turista (10% više od planirane veličine uzorka koja je iznosila 500 ispitanika). Struktura uzorka prema stratumima prikazana je u tablicama 2.2. do 2.5.
Alokacija uzorka	Alokacija uzorka prema mjestima na području Grada Omiša je proporcionalna turističkom prometu naselja. Podaci su se prikupljali od turista u ukupno 15 naselja na području Grada Omiša. Alokacija uzorka na smještajne objekte temeljila se na slučajnom izboru objekata, uzimajući u obzir njihov promet ostvaren u prethodnom razdoblju (izvor: eVisitor).
Utežavanje (ponderiranje) rezultata	Utežavanje (ponderiranje) rezultata istraživanja podacima ostvarenog turističkog prometa u Gradu Omišu u razdoblju provođenja istraživanja (izvor: sustav eVisitor) osigurava reprezentativnost rezultata istraživanja TOMAS Omiš za 2023. godinu, prema stratumima. Težinski koeficijent definiran je kao omjer ostvarenog turističkog prometa u promatranom razdoblju i ostvarenog uzorka.

Veličina i struktura ostvarenog uzorka istraživanja TOMAS Omiš 2023. prema stratumima

Tablica 2.2.

VELIČINA I STRUKTURA OSTVARENOG UZORKA PREMA NASELJIMA

Naselje	Broj ispitanika	
	N	%
Ukupno	550	100,0
Borak	9	1,6
Gata	3	0,5
Lokva Rogoznica	108	19,6
Marušići (Omiš)	21	3,8
Mimice	55	10,0
Naklice	9	1,6
Omiš	227	41,3
Ostrvica (Omiš)	6	1,1
Pisak	34	6,2
Slime	4	0,7
Stanići (Omiš)	45	8,2
Čelina	10	1,8
Svinišće	3	0,5
Tugare	9	1,6
Zvečanje	7	1,3

Tablica 2.3.

VELIČINA I STRUKTURA OSTVARENOG UZORKA PREMA VRSTI SMJEŠTAJA

Vrsta smještaja	Broj ispitanika	
	N	%
Ukupno	550	100,0
Hoteli ukupno	118	21,5
Hoteli s 4*	82	14,9
Hoteli s 3*	36	6,5
Kampovi	106	19,3
Obiteljski smještaj ukupno	326	59,3
Obiteljski smještaj u priobalnim naseljima	285	51,8
Obiteljski smještaj u zaleđu	41	7,5

Tablica 2.4.

VELIČINA I STRUKTURA OSTVARENOG UZORKA PREMA MJESECIMA

Sezona	Broj ispitanika	
	N	%
Ukupno	550	100,0
Lipanj	74	13,5
Srpanj	178	32,4
Kolovoz	186	33,8
Rujan	112	20,4

Tablica 2.5.

VELIČINA I STRUKTURA OSTVARENOG UZORKA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA TURISTA

Zemlja porijekla turista	Broj ispitanika	
	N	%
Ukupno	550	100,0
Poljska	129	23,5
Njemačka	120	21,8
Češka	69	12,6
Mađarska	28	5,1
Ujedinjeno Kraljevstvo	27	4,9
Slovačka	26	4,7
Ostale EU zemlje	118	21,5
Slovenija	23	4,2
Austrija	22	4,0
Hrvatska	18	3,3
Italija	16	2,9
Nizozemska	15	2,7
Francuska	13	2,4
Španjolska	4	0,7
Švedska	4	0,7
Danska	1	0,2
Irska	1	0,2
Litva	1	0,2
Ostale zemlje	33	6,0
Bosna i Hercegovina	6	1,1
Kanada	6	1,1
SAD	6	1,1
Švicarska	6	1,1
Ukrajina	6	1,1
Taiwan	1	0,2
Island	2	0,4

Metode obrade podataka i napomene za interpretaciju rezultata

Računsko-logička kontrola podataka, koja je obuhvatila kontrolu dozvoljenih vrijednosti te logičku kontrolu podataka, kao i cjelokupna obrada i analiza podataka obavljena je uz pomoć programskog paketa SAS® System. U tablicama su prikazane relativne frekvencije kategorija za svako kvalitativno obilježje. Za kvantitativna obilježja, kao što su podaci o dobi, duljini boravka ili turističkim izdacima, izračunate su i prikazane aritmetičke sredine.

Metodološke napomene vezane uz obradu turističke potrošnje

Svi pokazatelji vezani uz izdatke tijekom boravka u Omišu odnose se na razdoblje od lipnja do rujna 2023. godine. Ispitanici, turisti, su iskazivali svoje izdatke u eurima. Osim svojih izdataka ispitanici su navodili i podatak o broju osoba na koje se iskazani izdaci odnose te cijenu paket aranžmana ukoliko je putovanje bilo organizirano kao paket aranžman. Izdatke je pravilno iskazalo 345 ispitanika (63% od ukupnog broja ispitanika).

Prosječna dnevna potrošnja turista u Omišu ne uključuje izdatke za prijevoz od/do mjesta stanovanja i izračunata je kao omjer ukupnih izdataka boravka po osobi i broja noćenja. Turistička potrošnja uključuje sljedeće izdatke:

- izdatke za uslugu smještaja, uključujući i hranu vezanu uz uslugu smještaja („all inclusive“, puni pansion, polupansion ili noćenje s doručkom),
- izdatke za uslugu hrane i pića u restoranima i barovima (izvan usluge smještaja),
- izdatke za kupnju hrane i pića, odjeće i obuće te svega ostalog,
- izdatke za kulturu i zabavu,
- izdatke za sport i rekreaciju,
- izdatke za lokalni prijevoz tijekom boravka na području Grada Omiša (gorivo, cestarine, karte za bus/brod, rent-a-car, rent-a-boat, taxi i slično),
- izdatke za izlete u organizaciji turističke agencije, te
- izdatke za sve ostale usluge (servisne, zdravstvene, pravne i slično).

Metodološke napomene vezane uz obradu stupnja zadovoljstva turista

Stupanj zadovoljstva turista u istraživanju TOMAS Omiš 2023. temeljen je na ocjeni ukupnog boravka te ocjenama 29 pojedinačnih elemenata turističke ponude Grada Omiša. Ispitanici su ocjenjivali stupanj svoga zadovoljstva svakim od elemenata ocjenama od 1 (vrlo loše) do 7 (odlično). Rang pojedinih elemenata ponude definiran je prema zbroju ocjena 6 i 7. Prema tako dobivenim pokazateljima načinjeno je pet vrijednosnih skupina, kako bi se na što ilustrativniji način ukazalo na elemente kojima su gosti najzadovoljniji i koji se mogu smatrati prednostima, odnosno na elemente koji su najlošije ocijenjeni i koji se mogu smatrati nedostacima turističke ponude Omiša i okolice. Elementi su prema zbroju ocjena 6 i 7 podijeljeni u sljedeće vrijednosne skupine:

- prvu skupinu elementa čine elementi čiji je zbroj ocjena 6 i 7 veći ili jednak 80% tj. tim elementima se pridružuje ocjena VRLO VISOK stupanj zadovoljstva,
- drugu skupinu čine elementi čiji je zbroj ocjena 6 i 7 od 70 do 79,9%, tj. pridružuje im se ocjena VISOK stupanj zadovoljstva,
- treću skupinu čine elementi čiji je zbroj ocjena 6 i 7 od 60 do 69,9%, tj. pridružuje im se ocjena SREDNJI stupanj zadovoljstva,
- četvrtu skupinu čine elementi čiji je zbroj ocjena 6 i 7 od 50% do 59,9%, tj. pridružuje im se ocjena NIZAK stupanj zadovoljstva i
- petu, posljednju skupinu čine oni elementi turističke ponude mjesta čiji je zbroj ocjena 6 i 7 manji od 50%, tj. pridružuje im se ocjena VRLO NIZAK stupanj zadovoljstva.

Dodatno je prikazana i aritmetička sredina ocjena za svaki od ocjenjivanih elemenata ponude.

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U ovome poglavlju prikazuju se rezultati istraživanja obilježja potražnje i potrošnje turista u Gradu Omišu. Rezultati se prikazuju u tablicama i grafičkim prikazima, a u popratnom tekstu ističu se glavni nalazi za promatrana obilježja i, ponegdje, važnija odstupanja s obzirom na zemlju porijekla turista, vrstu smještaja i/ili sezonu. Svi rezultati istraživanja prema navedenim obilježjima prikazani su u tablicama u prilogu, na hrvatskom i engleskom jeziku:

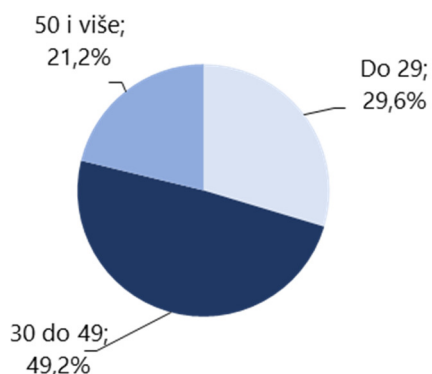
- Prilog A. Obilježja turističke potražnje i potrošnje prema zemlji porijekla - rezultati se prikazuju za šest inozemnih tržišta (Poljska, Njemačka, Češka, Mađarska, Slovačka i Ujedinjeno Kraljevstvo), ostala EU tržišta te ostala tržišta izvan EU;
- Prilog B. Obilježja turističke potražnje i potrošnje prema sezoni - rezultati se prikazuju za razdoblje visoke sezone (srpanj i kolovoz), te izvansezonsko razdoblje (lipanj i rujan);
- Prilog C. Obilježja turističke potražnje i potrošnje prema vrsti smještajnog objekta - hoteli prema kategoriji (tri i četiri zvjezdice), kampovi i obiteljski smještaj prema geografskom smještaju (mjesto u priobalju i mjesto u zaleđu).

3.1. Sociodemografski profil turista

Istraživanjem TOMAS Omiš 2023. obuhvaćena su uobičajena osnovna sociodemografska obilježja važna za segmentaciju tržišta, odabir ciljnog tržišta te uspješno tržišno pozicioniranje u turizmu. To su: dob i spol ispitanika, stupanj obrazovanja te mjesečna primanja kućanstva.

3.1.1.

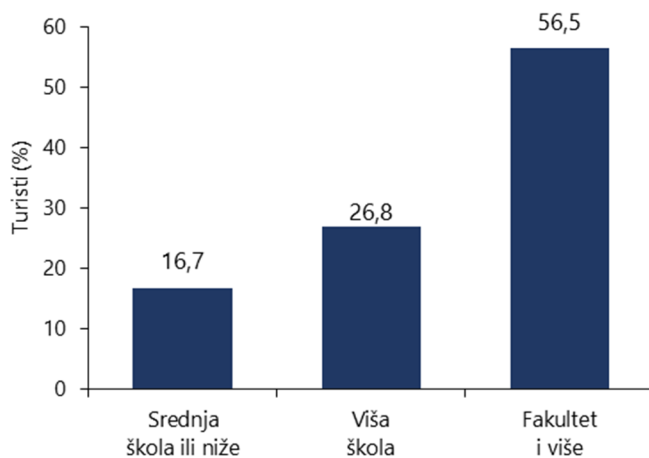
DOB TURISTA (GODINE)



Prosječna starost turista koji su u razdoblju od lipnja do rujna 2023. godine boravili u Omišu iznosila je 40 godina. Gotovo svaki drugi turist srednje je životne dobi (30 do 49 godina), 30% je mlađe od 30, a 21% ima 50 ili više godina. Udio najstarije dobne skupine veći je u hotelima (31%) i kampovima (34%) u odnosu na obiteljski smještaj (18%), u kojemu je znatno veći udio onih najmlađih, do 30 godina starosti (32% prema 24% u hotelima i 18% u kampovima). Gosti u dobi do 30 godina najzastupljeniji su među gostima koji dolaze iz skupine ostalih EU država (44%) i Mađarske (38%). Najviše gostiju starijih od 50 godina je među gostima iz UK (40%). Očekivano, na području Grada Omiša u vrhu sezone (srpanj i kolovoz) borave prosječno mlađi gosti (39 godina) u odnosu na one koji borave tijekom lipnja i rujna (42 godine).

3.1.2.

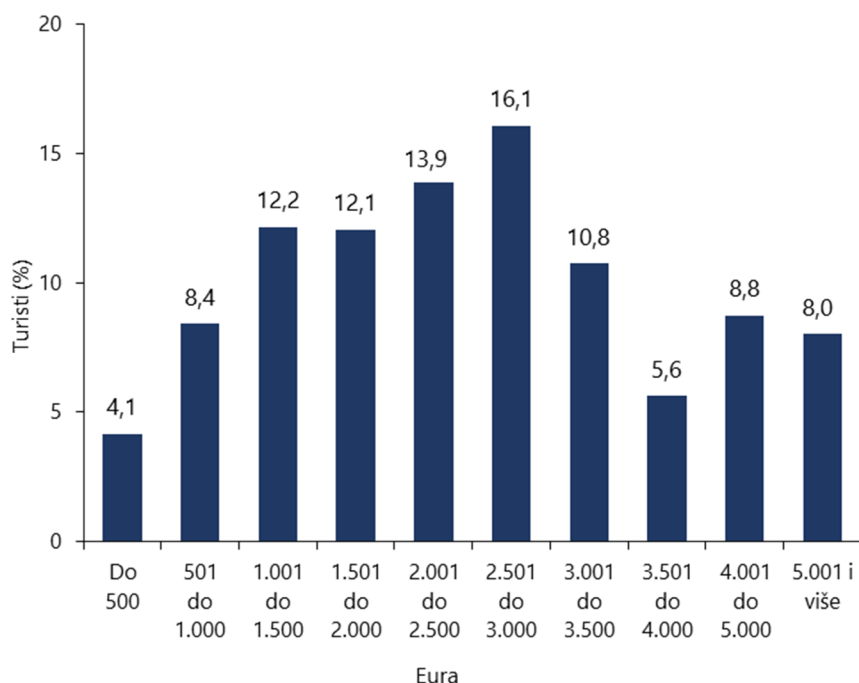
STUPANJ OBRAZOVANJA



Fakultetsko obrazovanje ima 57% turista koji su boravili u Omišu, a udio fakultetski obrazovanih najveći je među gostima iz Slovačke (81%), UK (80%) i Mađarske (71%). Gosti sa završenom najviše srednjom školom zastupljeniji su među gostima obiteljskog smještaja (19%) i kampova (14%) u odnosu na hotele (8%). U hotelima s 4* najveći je udio fakultetski obrazovanih gostiju (77%).

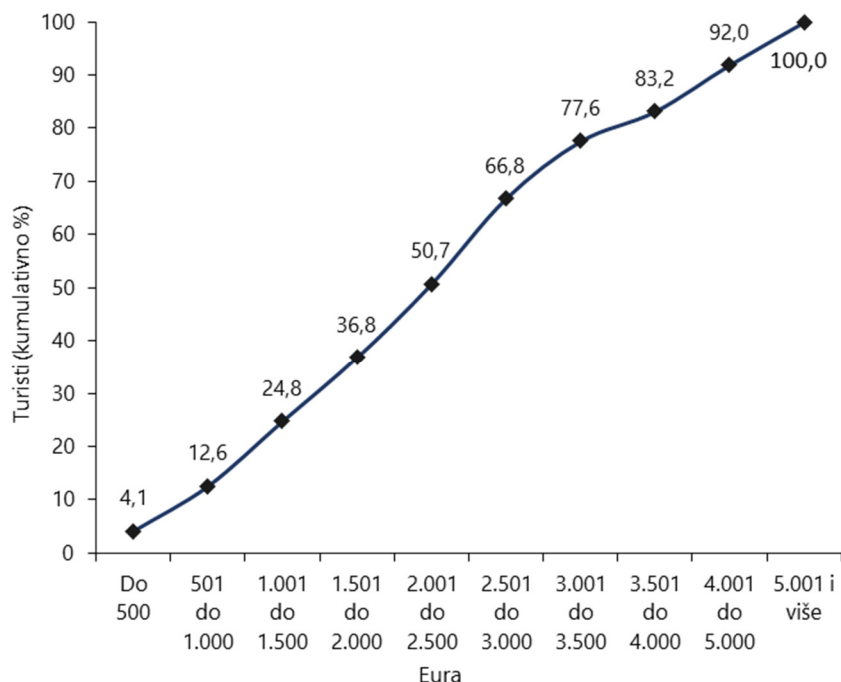
3.1.3.

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA



3.1.4.

MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA (KUMULATIV)



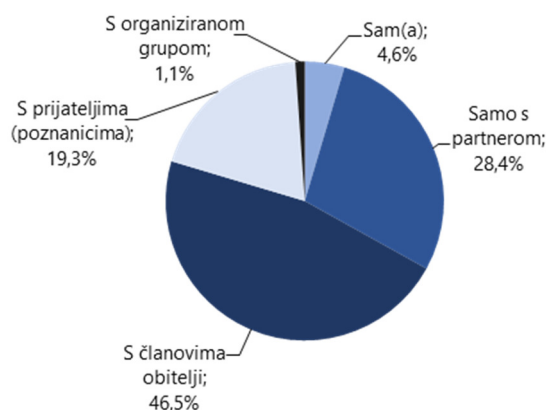
Trećina gostiju (33%) ostvaruje mjesečna primanja kućanstva veća od 3.000 eura. Gosti s prosječno najvišim primanjima kućanstva dolaze iz UK, Njemačke i Češke (61%, 52% i 45% turista, redom, s navedenih tržišta ima mjesečna primanja kućanstva veća od 3.000 eura).

3.2. Motivacija za dolazak

U ovome se dijelu analiziraju sva obilježja potražnje koja su vezana za planiranje i pripremu turističkog putovanja. To su: motivi za dolazak, pratnja na putovanju, korišteni izvori informacija koji su u najvećoj mjeri utjecali na posjet Omišu te učestalost dolaska odnosno lojalnost gostiju Hrvatskoj i Omišu.

3.2.1.

PRATNJA NA PUTOVANJU



Dominira dolazak u pratnji obitelji (47%), a slijedi dolazak samo s partnerom (28%) te s prijateljima/poznancima (19%). Češće od prosjeka s članovima obitelji dolaze Poljaci (61%), Česi (57%), ali i gosti iz UK (54%). Kod gostiju iz Mađarske iznadprosječan je udio dolazaka s prijateljima/poznancima (29%). Dolazak isključivo u pratnji partnera znatno je zastupljeniji u hotelima (43%) i kampovima (45%) nego u obiteljskom smještaju (24%), u kojeg svaki drugi gost dolazi u pratnji članova obitelji (u odnosu na 30% gostiju u hotelima i 40% u kampovima). Obiteljski smještaj u zaleđu ističe se iznadprosječnim udjelom dolazaka s prijateljima/poznancima (32%).

3.2.2.

MOTIVI DOLASKA U OMIŠ

Rang	Motivi	%
1.	More	88,0
2.	Priroda	56,0
3.	Touring/razgledavanje	30,4
4.	Kultura i umjetnost	14,0
5.	Gastronomija (uživanje u jelu i piću)	13,9
6.	Sela/ruralno područje	12,9
7.	Zabava i festivali	11,8
8.	Sport i rekreacija	7,0
9.	Posjet rodbini i prijateljima	5,7
10.	Manifestacije i događanja	3,2
11.	Posao	1,5
12.	Zdravstveni razlozi	1,0

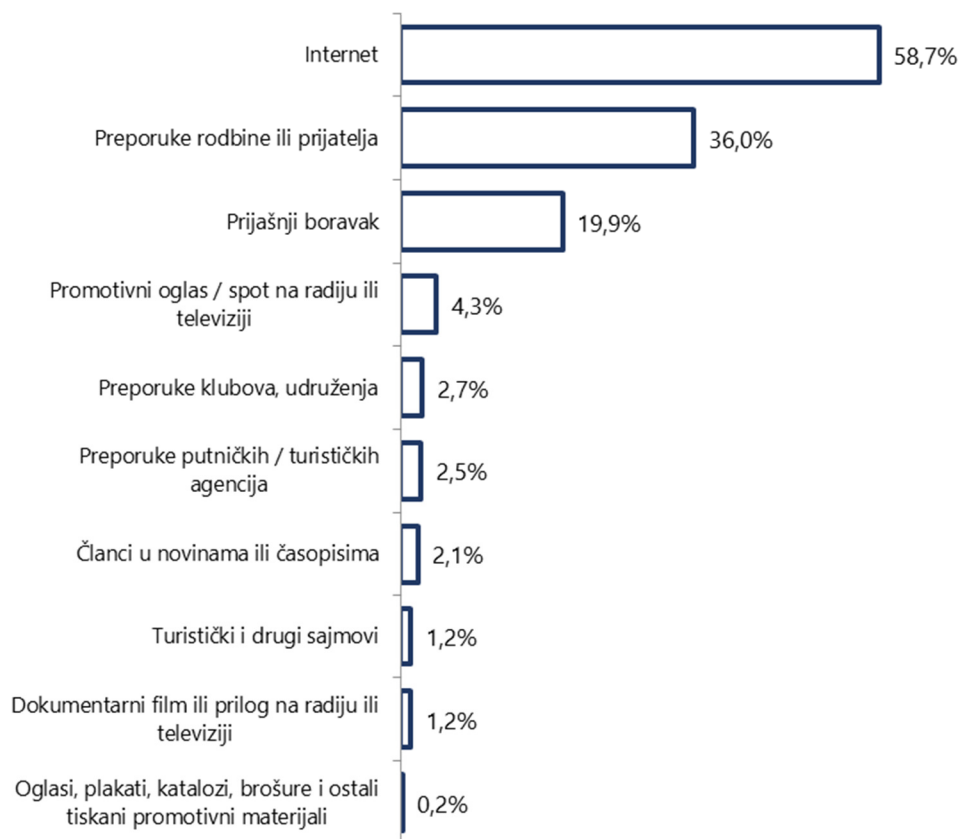
Napomena: Mogućnost više odgovora.

Motivi posjeta destinaciji ukazuje i na turističku ponudu destinacije, a odražavaju se izravno u aktivnostima gostiju u destinaciji. U istraživanju TOMAS Omiš 2023. ispitanicima je ponuđeno 12 motiva dolaska među kojima su trebali odabrati glavni motiv te još najviše dva dodatna motiva. Glavni motiv dolaska za većinu turista je more (73%), a slijedi priroda (12%) i touring/razgledavanje (6%). To su ujedno tri najvažnija motiva dolaska u Omiš kada se uz glavni motiv u obzir uzmu i dodatni motivi dolaska, pri čemu je većina turista motivirana morem (88%) i prirodom (56%). Touringom/razgledavanjem u većoj mjeri od ostalih turista motivirani su Mađari (60%) i gosti iz UK (58%), dok je gastronomija iznadprosječno motivirala, ponovno, goste iz UK (29%) i goste iz Češke (23%). Turisti iz Slovačke ističu se najvećim udjelom onih koji su motivirani kulturom i umjetnošću (31%) te zabavom i festivalima (21%). Zabavom i festivalima su iznadprosječno motivirani i gosti iz UK (20%) te gosti iz ostalih EU zemalja (21%).

More i priroda nešto su zastupljeniji motivi u lipnju i rujnu (93% more i 65% priroda) u odnosu na srpanj i kolovoz (86% more i 53% priroda). Kultura i umjetnost su motivirali dvostruko više turista u vrhu sezone (16% prema 8% u lipnju i rujnu).

3.2.3.

IZVORI INFORMACIJA



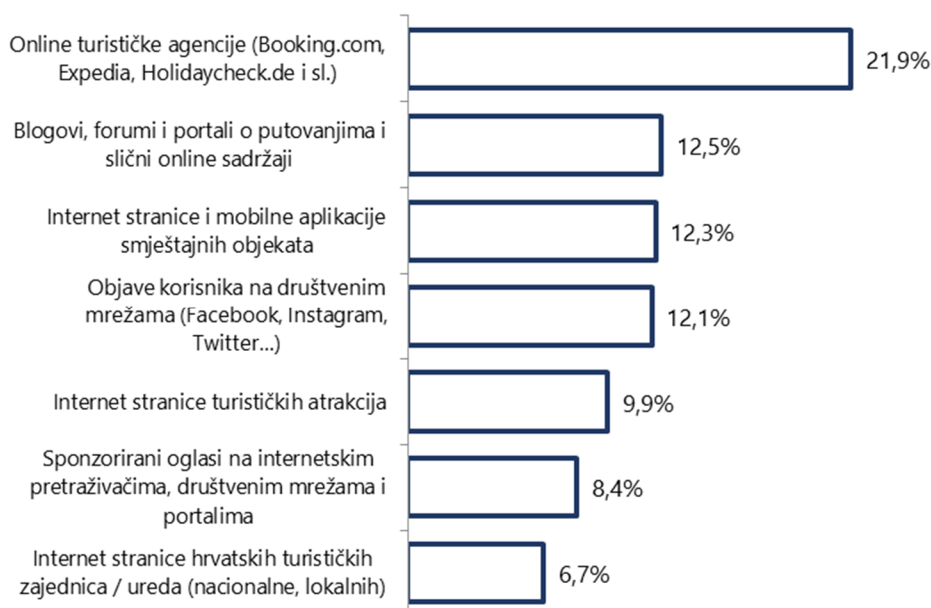
Napomena: Mogućnost više odgovora.

Glavni izvor informacija turistima koji borave u Omišu je internet na kojeg se oslanja 59% gostiju. Slijede preporuke rodbine i prijatelja na koje se oslanja 36% turista te prijašnji boravak kojega navodi svaki peti turist. Među zemljama porijekla kao najveći korisnici interneta za prikupljanje informacija ističu se Mađari (93%), dok se gosti iz UK (59%) i Nijemci (50%) ističu udjelom onih koji se oslanjaju na preporuke rodbine i prijatelja. Gosti iz Češke iznadprosječno se oslanjaju na prijašnji boravak (39%). Gosti koji borave u Omišu tijekom srpnja i kolovoza u većoj se mjeri oslanjaju na preporuke rodbine i prijatelja (39% prema 29% za goste u lipnju i rujnu), a u manjoj mjeri na prijašnji boravak (17% prema 27% za goste u lipnju i rujnu).

Od internetskih izvora gosti su se najčešće oslanjali na mrežne stranice *online* turističkih agencija (22%), i to prije svega hotelski gosti (25%) i gosti u obiteljskom smještaju (24%), dok gosti kampova ovaj izvor koriste u znatno manjoj mjeri (6%). Gosti hotela u većoj mjeri od ostalih gostiju informacije prikupljaju i na mrežnim stranicama i/ili mobilnim aplikacijama smještajnih objekata (21%) te mrežnim stranicama hrvatskih turističkih zajednica (18%, prema 7% gostiju u kampovima i 5% gostiju u obiteljskom smještaju). Na informacije na mrežnim stranicama hrvatskih turističkih zajednica češće se oslanjaju gosti u lipnju i rujnu (12%) u odnosu na one koji u Omišu i okolici borave u dva vršna ljetna mjeseca (5%).

3.2.4.

INTERNET KAO IZVOR INFORMACIJA



Napomena: Mogućnost više odgovora.

3.2.5.

UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU I OMIŠ

Broj posjeta	Učestalost dolaska u Hrvatsku (%)	Učestalost dolaska u Omiš (%)
Prvi posjet	33,4	59,2
Drugi posjet	20,2	21,2
3 do 6 posjeta	27,4	10,7
7 i više posjeta	18,9	8,9
UKUPNO	100,0	100,0

Napomena: Učestalost dolaska u Hrvatsku se odnosi samo na inozemne turiste.

Većini turista (59%) boravak u Omišu u ljeto 2023. godine bio je ujedno i prvi posjet Omišu, a svaki peti posjetio je Omiš tri ili više puta. U hotelima je nešto više 'novih' gostiju Omiša (68%) u usporedbi s kampovima (59%) i obiteljskim smještajem (58%). U usporedbi s rezultatima na razini cijele Jadranske Hrvatske, Omiš ima znatno veći udio onih koji ga posjećuju po prvi put (29% gostiju na razini Hrvatske u prvom je posjetu turističkom mjestu)². Mađari i Česi ističu se lojalnošću Omišu – njih 42% odnosno 30% već je tri ili više puta boravilo u Omišu. Lojalnost Omišu znatno je veća kod gostiju koji odsjedaju u kampovima (23%) ili obiteljskom smještaju (22%) u odnosu na hotelske goste (5%).

Svakom trećem inozemnom turistu posjet Omišu bio je ujedno i prvi posjet Hrvatskoj, a 46% ostvarilo je tri ili više posjeta Hrvatskoj. Najviše inozemnih gostiju Omiša koji su po prvi put i u Hrvatskoj je među gostima iz UK (65%).

² Institut za turizam (2023). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Hrvatska 2022./2023.

Udio ponovljenih posjeta destinaciji tijekom zadnjih pet godina (veličina koja predstavlja jedan od ETIS³ pokazatelja održivosti turizma u destinaciji) iznosi 84%, podjednako kao i na razini cijele Jadranske Hrvatske (83%).

3.3. Obilježja putovanja

Obilježja putovanja promatrana u istraživanju TOMAS Omiš 2023. uključuju glavno prijevozno sredstvo kojim su gosti doputovali u destinaciju te način rezervacije usluge smještaja.

3.3.1.

PRIJEVOZNO SREDSTVO

Prijevozno sredstvo	%
Automobil/kamper	70,7
Autobus	7,5
Motocikl	0,8
Zrakoplov	20,6
Nešto drugo	0,4
UKUPNO	100,0

S obzirom na blizinu glavnih emitivnih tržišta, automobilski je prijevoz dominantan način dolaska turista u Omiš (71% turista dolazi automobilom, uključujući i kamper). Slijedi zračni prijevoz kojim dolazi svaki peti turist (21%). Gosti hotela i obiteljskog smještaja u zaleđu ističu se iznadprosječnim korištenjem zrakoplova u dolasku u destinaciju (39% i 36%, redom).

3.3.2.

REZERVACIJA SMJEŠTAJA U OMIŠU

Rezervacija smještaja	%
Posredstvom turističke/putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom	7,3
Posredstvom turističke/putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući i Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl.	49,2
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom	22,1
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)	14,3
Na neki drugi način	0,7
Nije unaprijed rezerviran	6,6
UKUPNO	100,0

Većina gostiju (93%) unaprijed je rezervirala uslugu smještaja, najčešće posredstvom turističke agencije (56%). Pri tome je 49% gostiju koristilo uslugu *online booking-a*, a 7% osobni kontakt s agencijom. Izravno sa smještajnim objektom uslugu smještaja je rezerviralo 36% gostiju – 22% osobnim kontaktom, a 14% koristeći uslugu *online booking-a*. Najviše gostiju koji nisu unaprijed rezervirali smještaj je u kampovima (14%), koji se izdvajaju iznadprosječnim udjelom rezervacije osobnim kontaktom izravno sa smještajnim objektom (35%).

U okviru smještaja gosti su najčešće koristili samo uslugu noćenja (85%), a zatim noćenje s doručkom (9%). Velike su razlike s obzirom na vrstu smještaja (samo noćenje koristi 7% gostiju u hotelima, 98%

³ ETIS - European Tourism Indicators System for sustainable destination management, https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en

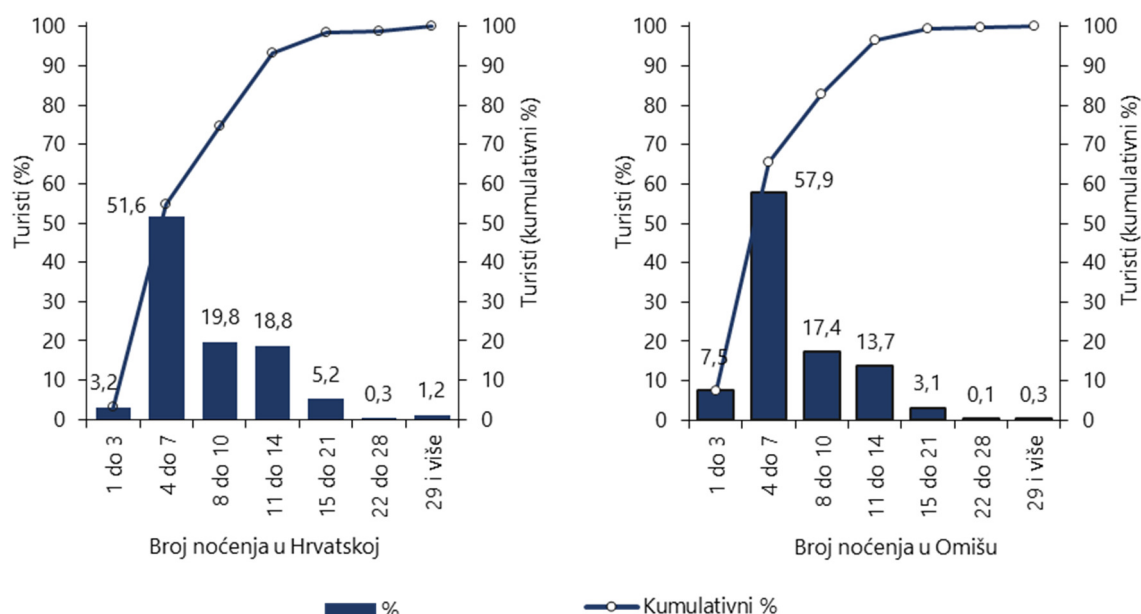
u kampovima i 95% u obiteljskom smještaju). „All-inclusive“ ponudu koristili su samo gosti hotela (24%), i to gotovo isključivo oni u hotelima s tri zvjezdice (34%).

3.4. Boravak u destinaciji

Obilježja koja opisuju boravak gostiju u Omišu su sljedeća: duljina boravka gostiju mjerena brojem ostvarenih noćenja u Hrvatskoj i Omišu, učestalost bavljenja različitim aktivnostima za vrijeme boravka u Omišu i upoznatost s glavnim turističkim atrakcijama na području Omiša i okolice te osobno iskustvo/posjećivanje tih atrakcija.

3.4.1.

DULJINA BORAVKA U HRVATSKOJ I OMIŠU



Tri četvrtine gostiju Omiša na putovanju u Hrvatskoj ostvaruje do 10 noćenja (75%). Najčešći su boravci na kojima se ostvaruje od 4 do 7 noćenja (52%), a slijede oni s ostvarenih 8 do 14 noćenja (39%). Boravci u Omišu nešto su kraći – 83% su boravci do 10 noćenja, a gosti najčešće ostvaruju od 4 do 7 noćenja (58%). Gosti su u prosjeku ostvarili 7,7 noćenja u Omišu, a na cijelom putovanju u Hrvatskoj 9,0 noćenja. Udjelom kraćih boravaka u Omišu ističu se Mađari, koji u prosjeku ostvaruju 5,8 noćenja u Omišu. Prosječno najdulje u Omišu borave gosti smješteni u obiteljskom smještaju (8,0 noćenja), a najkraće hotelski gosti (6,1 noćenje). Gosti u lipnju i rujnu borave u prosjeku nešto duže u Omišu (8,1 noćenje prema 7,6 noćenja gostiju koji borave u dva vršna ljetna mjeseca).

3.4.2.

AKTIVNOSTI ZA VRIJEME BORAVKA U OMIŠU I OKOLICI

Rang	Aktivnosti	%
1.	Plivanje/kupanje	95,0
2.	Odlazak u restorane	67,9
3.	Razgledavanje ('sightseeing')	57,9
4.	Posjet povijesnim građevinama	38,8
5.	Odlazak na organizirane izlete brodom	30,7
6.	Rafting	30,1
7.	Pješačenje	27,1
8.	Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)	25,4
9.	Posjet muzejima, galerijama i izložbama	19,0
10.	Posjet zaštićenim prirodnim područjima	17,9
11.	Zipline	16,9
12.	Odlazak u klubove/ples/noćni život	11,3
13.	Obilazak vinskih cesta/ vinarija	9,6
14.	Odlazak na izlete unajmljenim čamcem/brodom	8,4
15.	Planinarenje	8,1
16.	Jogging/trčanje	7,9
17.	Kayaking	7,1
18.	Ribolov	7,0
19.	Vožnja biciklom	6,6
20.	Ronjenje	6,4
21.	Ostali sportovi na vodi	6,3
22.	Posjet tradicionalnim događanjima	6,3
23.	Obilazak tematskih cesta	5,8
24.	Canyoning	4,9
25.	Posjet zabavnim događanjima	4,9
26.	Jedrenje	3,8
27.	Slobodno penjanje	3,5
28.	Quad Safari	2,9
29.	Posjet seoskim domaćinstvima	2,9
30.	Posjet kulturnim događanjima	2,8
31.	Tenis	1,7
32.	Sudjelovanje na radionicama	1,6
33.	Korištenje wellness/spa/zdravstvenih usluga	1,1
34.	Posjet sportskim događanjima	0,9
35.	Paragliding	0,9

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Najomiljenija aktivnost turista za vrijeme boravka u Omišu je plivanje/kupanje. Slijedi odlazak u restorane, razgledavanje i posjet povijesnim građevinama. Odlazak na organizirane izlete brodom, rafting i pješačenje također su pri vrhu omiljenih aktivnosti gostiju Omiša. Među najaktivnijim gostima za vrijeme boravka u Omišu su gosti iz Slovačke, s iznimkom odlaska u klubove/'noćnog života' u kojem gotovo da i ne sudjeluju, a u kojem prednjače Mađari. Restorane najčešće posjećuju Nijemci (80%) i gosti u obiteljskom smještaju u zaleđu (91%).

3.4.3.

POZNATE TURISTIČKE ATRAKCIJE U OMIŠU I OKOLICI

Rang	Atrakcija	%
1.	Kanjon Cetine/Radmanove Mlinice	66,5
2.	Mirabela	58,8
3.	Fortica	51,8
4.	Crkva sv. Mihovila	34,1
5.	Gusarska bitka	31,3
6.	Crkva sv. Petra	26,0
7.	Spomenik/vidikovac Mile Gojsalić	24,6
8.	Poljički soparnik	23,4
9.	Festival dalmatinskih klapa	21,9
10.	Kuća sretnog čovjeka	19,5
11.	Imber, vrh Omiške Dinare	16,9
12.	Slapovi Velika i Mala Gubavica	14,8
13.	Svetište Leopolda Mandića	14,4
14.	Stup srama	13,8
15.	Crkva sv. Jure u Gatima	8,1
16.	Nešto drugo	1,3

Napomena: Mogućnost više odgovora.

Najpoznatije atrakcije na području Omiša i okolice gostima su kanjon rijeke Cetine/Radmanove Mlinice te tvrđave Mirabela i Fortica, s kojima je upoznata većina turista. Hotelski gosti nešto su bolje upoznati s atrakcijama na području Omiša i okolice u usporedbi s gostima koji borave u kampovima ili obiteljskom smještaju.

3.4.4.

POSJEĆENE/KUŠANE TURISTIČKE ATRAKCIJE U OMIŠU I OKOLICI

Rang	Atrakcija	%
1.	Kanjon Cetine/Radmanove Mlinice	53,6
2.	Mirabela	38,7
3.	Fortica	32,4
4.	Crkva sv. Mihovila	27,1
5.	Crkva sv. Petra	17,6
6.	Spomenik/vidikovac Mile Gojsalić	16,0
7.	Poljički soparnik	15,3
8.	Kuća sretnog čovjeka	13,7
9.	Gusarska bitka	13,4
10.	Stup srama	10,2
11.	Svetište Leopolda Mandića	8,2
12.	Festival dalmatinskih klapa	7,1
13.	Slapovi Velika i Mala Gubavica	6,4
14.	Imber, vrh Omiške Dinare	5,9
15.	Crkva sv. Jure u Gatima	3,2
16.	Nešto drugo	0,2

Napomena: Mogućnost više odgovora.

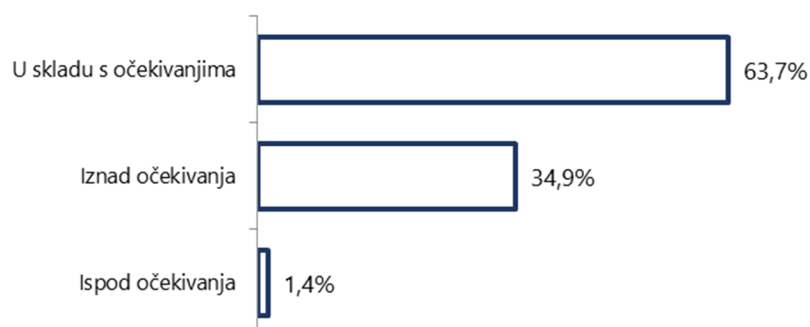
Većina turista posjetila je kanjon rijeke Cetine/Radmanove Mlinice, a u velikoj mjeri posjećuju se i tvrđave Mirabela i Fortica te crkva sv. Mihovila.

3.5. Zadovoljstvo ponudom

Zadovoljstvo turista ispitivalo se u okviru istraživanja TOMAS Omiš 2023. na četiri načina. Ispitanici – turisti prvo su ocjenjivali svoje cjelokupno iskustvo boravka u Omišu u odnosu na očekivanja, a zatim svoje zadovoljstvo s 29 elementa turističke ponude destinacije te zadovoljstvo ukupnim boravkom u destinaciji. Svaki element i ukupno zadovoljstvo ocjenjivalo se na ljestvici sa sedam stupnjeva, od 1 (vrlo loše) do 7 (odlično). Svi su odgovori, prema zbroju ocjena 6 i 7, svrstani u tzv. ‘rangove zadovoljstva’, od vrlo niskog do vrlo visokog stupnja zadovoljstva (vidi poglavlje 2. Metode istraživanja). Ocjena zadovoljstva gostiju uključuje i dodatno pitanje o eventualnim negativnim utjecajima na doživljaj boravka gostiju u Omišu. Turisti su odgovarali na pitanja jesu li tijekom boravka u Omišu doživjeli/osjetili gužvu, buku, neprimjereno odlaganje otpada ili nešto drugo te kako je to utjecalo na njihov boravak. Svaka od navedenih smetnji ocjenjivana je na ljestvici: 1. Nisam doživio/la, 2. Doživio/la sam, ali nije negativno utjecalo, 3. Donekle negativan utjecaj i 4. Jako negativan utjecaj. U rezultatima je prikazan udio turista koji su utjecaj pojedine smetnje ocijenili negativnim (donekle ili jako). Konačno, zbog izrazite povezanosti između zadovoljstva boravkom u destinaciji i namjere preporuke destinacije, jedan od posrednih, neizravnih načina ispitivanja zadovoljstva je i ispitivanje namjere preporuke koja se u ovom istraživanju iskazivala na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

3.5.1.

OCJENA CJELOKUPNOG ISKUSTVA BORAVKA U OMIŠU U ODNOSU NA OČEKIVANJA



Turisti su općenito bili zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u Omišu – za većinu turista (64%) boravak je bio u skladu s očekivanjima, a za njih 35% iznad očekivanja. Boravak u Omišu nije ispunio očekivanja za 1,4% gostiju. Hoteli se ističu udjelom gostiju čija očekivanja su premašena (52%) u usporedbi s kampovima (30%) i obiteljskim smještajem (33%).

Turisti su izrazili izrazito zadovoljstvo ukupnim boravkom – 90% turista ocijenilo je svoj ukupan boravak ocjenama 6 ili 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično). Uz ukupni boravak, još je 12 elemenata ocijenjeno najboljom ocjenom (vrlo visok stupanj zadovoljstva), a na prvom mjestu su ljepota prirode i krajolika, osobna sigurnost, smještajni objekt i ljepota mjesta (više od 90% gostiju je ocijenilo ove elemente ocjenama 6 ili 7). Samo nešto malo manje gostiju bilo je izrazito zadovoljno i gostoljubivošću lokalnih stanovnika, atmosferom/ugodajem u Omišu, ponudom izleta, gastronomskom ponudom, ponudom kulture, umjetnosti i sporta, čistoćom plaža i prilagođenošću destinacije djeci (više od 80% gostiju je ocijenilo ove elemente ocjenama 6 ili 7).

Visoko je ocijenjeno još deset elemenata (od biciklističkih i pješačkih staza, označavanja znamenitosti do događanja i manifestacija), a za tri elementa – mogućnost kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji, mogućnost za kupnju i prometna dostupnost destinacije – gosti su iskazali srednji stupanj zadovoljstva.

Gosti su nezadovoljni zabavom/noćnim životom i prilagođenošću destinacije osobama s posebnim potrebama, za koje su iskazali nizak stupanj zadovoljstva. Prometom u mjestu i lokalnim javnim prijevozom bili su izrazito nezadovoljni te su za ove elemente iskazali vrlo nizak stupanj zadovoljstva.

3.5.2.

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE OMIŠA I OKOLICE

Rang*	Elementi ponude	%
1.	Ljepota prirode i krajolika	96,2
2.	Osobna sigurnost	91,0
3.	Ukupni boravak	90,3
4.	Smještajni objekt	90,2
5.	Ljepota mjesta	90,2
6.	Gostoljubivost lokalnog stanovništva	88,5
7.	Atmosfera, ugođaj	87,4
8.	Ponuda organiziranih izleta u okolicu	86,8
9.	Gastronomska ponuda u mjestu	84,3
10.	Čistoća plaža	83,8
11.	Kultura i umjetnost	82,5
12.	Sportski sadržaji	81,2
13.	Prilagođenost destinacije djeci	80,9
14.	Označavanje znamenitosti	79,5
15.	Biciklističke rute i staze	79,1
16.	Pješačke/tematske staze	78,6
17.	Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	74,8
18.	Opremljenost/uređenost plaža	74,4
19.	Uređenost mjesta	73,8
20.	Informacije u destinaciji	73,3
21.	Besplatni internet u destinaciji	71,9
22.	Ekološka očuvanost prostora	71,0
23.	Događanja i manifestacije	70,5
24.	Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	69,3
25.	Mogućnost za kupnju	66,2
26.	Prometna dostupnost destinacije	60,3
27.	Zabava/noćni život	59,6
28.	Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama	53,7
29.	Lokalni javni prijevoz	49,9
30.	Promet u mjestu	37,0

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično).

Stupanj zadovoljstva: Vrlo visok  Visok  Srednji  Nizak  Vrlo nizak 

Slovaci su iznadprosječno zadovoljni svim elementima turističke ponude mjesta, dok su ispodprosječnu razinu zadovoljstva elementima turističke ponude u najvećoj mjeri izrazili gosti iz UK koji su sve elemente ponude ocijenili ispodprosječno, a ukupan boravak najvišim je ocjenama ocijenilo 79% gostiju. Gosti hotela iznadprosječno su zadovoljni većinom elemenata turističke ponude, dok se gosti kampova ističu nezadovoljstvom prometom u mjestu (tek 17% ocijenilo je ovaj element ocjenom 6 ili 7).

3.5.3.

NEGATIVAN UTJECAJ NA DOŽIVLJAJ BORAVKA U OMIŠU I OKOLICI

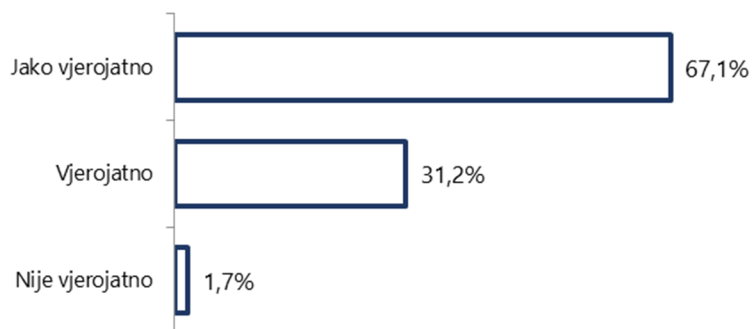
Smetnje tijekom boravka u Omišu i okolici	%
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl.	37,3
Gužva na kupališnom prostoru (preveliki broj kupaca)	24,1
Gužva u prometu u destinaciji	55,7
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)	12,2
Neprimjereno odloženo smeće	21,2
Nemogućnost razdvajanja otpada	15,6
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)	9,8
Zagađenje mora/rijeka	7,6

Napomena: Prikazan je postotak ispitanika koji su zasmjetani (donekle ili jako) pojedinim elementom.

Većinu turista zasmjetala je gužva u prometu, a veliki problem predstavlja i gužva na javnim površinama te na kupališnom prostoru. Turisti su u velikoj mjeri zasmjetani i neprimjereno odloženim smećem, nemogućnošću razdvajanja otpada i bukom. Gosti Omiša znatno su više zasmjetani svim ponuđenim elementima boravka u odnosu na agregatnu razinu iskazanih smetnji na razini Jadranske Hrvatske (između 4% i 5% turista je tijekom boravka u destinaciji zasmjetala gužva na kupališnom prostoru i/ili na javnim površinama, neprimjereno odloženo smeće, nemogućnost razdvajanja otpada ili neugodni mirisi iz kontejnera)⁴. Gotovo svim navedenim elementima iznadprosječno su bili zasmjetani gosti iz UK, gužvom su iznadprosječno zasmjetani Nijemci, a Mađari bukom i neprimjereno odloženim smećem. S obzirom na vrstu smještaja, nešto kritičniji su u svojim ocjenama gužve u destinaciji i gužve u prometu te zagađenošću mora su bili gosti kampova. Gužva (u prometu, na javnim površinama u destinaciji i na kupališnom prostoru) je, očekivano, u manjoj mjeri zasmjetala gostima u lipnju i rujnu nego li u srpnju i kolovozu. Kod ocjene neprimjereno odloženog smeća i nemogućnosti razdvajanja otpada nije zamijećena razlika s obzirom na sezonu.

3.5.4.

VJEROJATNOST PREPORUKE MJESTA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA



Napomene:

Jako vjerojatno: Zbroj postotaka za ocjene 9 i 10 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

Vjerojatno: Zbroj postotaka za ocjene od 6 do 8 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

Nije vjerojatno: Zbroj postotaka za ocjene od 0 do 5 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno).

Gotovo sigurnu namjeru preporuke (razinu 9 ili 10 na skali od 0 do 10) Omiša iskazalo je dvije trećine turista. Namjera preporuke najviša je među gostima iz Češke (78%) te hotelskim gostima (79%). Među gostima iz UK tek je 51% izrazilo sigurnu namjeru preporuke. Među gostima u obiteljskom smještaju u

⁴ Institut za turizam (2023). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Hrvatska 2022./2023.

zaleđu njih 83% izrazilo je sigurnu namjeru preporuke. Vjerojatnost preporuke nešto je izraženija kod gostiju koji su boravili u lipnju i rujnu, u odnosu na one koji su bili u Omišu tijekom najviše sezone.

Turisti su imali mogućnost i dodatno obrazložiti svoju namjeru preporuke, navođenjem glavnih razloga (putem otvorenih odgovora) zbog kojih bi Omiš kao destinaciju preporučili drugima, odnosno zbog kojih Omiš ne bi preporučili drugima.

Obilježja turističke ponude Omiša zbog kojih bi turisti preporučili Omiš drugima su:

Priroda, more, stijene, okoliš, pejzaž, plaže

Kad je riječ o obilježjima Omiša i okolice, turisti su opčinjeni prirodnim ljepotama. Bistra morska voda, prekrasne plaže, planine i impresivan pejzaž ostavljaju trajne pozitivne dojmove i izrazito pozitivno utječu na cjelokupno iskustvo boravka gostiju u Omišu. „*More je predivno čisto, a priroda i okoliš ostavljaju posjetitelja bez daha!*“, komentira jedan posjetitelj. Najveći udio pozitivnih komentara vezan je upravo uz ovu skupinu.

Gastronomija, hrana

Jedan od ključnih aduta Omiša koji se često izdvaja u recenzijama turista je gastronomska ponuda. Posjetitelji ističu bogatstvo okusa i kvalitetu hrane kao neizostavni dio njihovog iskustva tijekom boravka u Omišu. Turisti su posebno oduševljeni tradicionalnom dalmatinskom kuhinjom koja dominira jelovnicima lokalnih restorana, domaćim specijalitetima poput morskih plodova i autohtonih dalmatinskih delicija, a izražavaju zadovoljstvo ne samo kvalitetom hrane već i pristupačnim cijenama. Dobra hrana i cijela gastronomska ponuda Omiša ne samo da zadovoljavaju nepce posjetitelja već pridonose i cjelokupnom dojmu destinacije, čineći je izrazito privlačnom za ljubitelje dobre hrane.

Gostoljubivost i sigurnost

Turisti često ističu sigurnost te gostoljubivost lokalnih stanovnika kao ključne faktore za njihove pozitivne dojmove cijele destinacije. „*Čisto more, lijepe plaže, odlični domaćini*“, kaže jedan posjetitelj, dok drugi dodaje „*Ljudi su ovdje jako ljubazni!*“

Raznovrsnost aktivnosti (na otvorenom) i zabava

Omiš privlači raznolikošću svoje ponude aktivnosti, od vodenih sportova do razgledavanja prirodnih ljepota, ali nudi i mir i idealno je mjesto za odmor. Aktivnosti poput planinarenja, raftinga na rijeci Cetini privlače ljubitelje avanture. „*Prekrasno prirodno okruženje za planinarenje, rafting...*“, komentira jedan turist. Drugi pak ističu „*mirno mjesto, idealno za odmor*“.

Zaključno, recenzije turista svjedoče o bogatstvu iskustava koja Omiš i okolicu čine jedinstvenim odredištem. Bilo da turisti traže opuštajući odmor na plaži ili aktivnosti ispunjene avanturom, Omiš se nameće kao destinacija koja zadovoljava različite interese i pruža nezaboravna iskustva. Važno je spomenuti da komentari turista najčešće nisu bili fokusirani na samo jedno od obilježja turističke ponude Omiša već su turisti najčešće naglašavali više aduta cijele destinacije. Primjerice, „*prekrasno mjesto, puno atrakcija, dragi ljudi, izvrsno vrijeme*“, „*krajolik, hrana, vino*“ ili „*mir, lijepa priroda, simpatičan mentalitet lokalnog stanovništva, prekrasno more*“.

Negativnih aspekata turističke ponude znatno je manje u odnosu na one pozitivne, a uključuju sljedeće:

Promet

Gosti Omiša, osim što su dali negativne ocjene svim elementima vezanim uz promet na području grada te naveli prometne probleme kao najveću smetnju tijekom boravka u Omišu, i u svojim

otvorenim odgovorima izražavaju nezadovoljstvo prometom u Omišu. Navode gužve na cestama koje izazivaju frustraciju zbog usporenog kretanja i dugotrajnog putovanja unutar grada. Nedostatak odgovarajućih parkirališta također je jedan od čestih izazova s kojima se posjetitelji suočavaju tijekom boravka u Omišu. Gosti su navodili i nedovoljnu razinu sigurnosti u prometu, bilo zbog nepoštivanja prometnih pravila, neuređenosti prometnica ili nedostatka nogostupa i pješačkih staza. Naglašena je i potreba za uređenjem odgovarajućih biciklističkih staza, posebno na mostu. Gosti ukazuju na važnost sigurnih i odvojenih staza za bicikliste kako bi se povećala sigurnost i potaknula održiva mobilnost. Navode i nedostatne informacije o dužini i težini staza za pješčenje. Gosti zamjeraju Omišu što grad nije prilagođen za kretanje osoba s posebnim potrebama. Neki su gosti, posebno oni koji nisu došli vlastitim automobilom, naglasili i nedovoljne i neodgovarajuće usluge javnog prijevoza pa i nedovoljne informacije o dostupnosti takvih usluga.

Visoke cijene

Nakon prometnih izazova, prema učestalosti navođenja pojavljuju se visoke cijene/skupoća kao razlog zašto gosti ne bi preporučili Omiš svojim prijateljima/poznanicima. Neki gosti su istaknuli visoke cijene, kako smještaja tako i hrane, a posebno su istaknuli visoke cijene u trgovinama. Komentari najčešće glase „skupo“, „preskupo“.

Nedostatak zabave

Neki gosti smatraju da Omiš ne nudi dovoljno raznolikih aktivnosti, posebno za večernju zabavu („manjak klubova“).

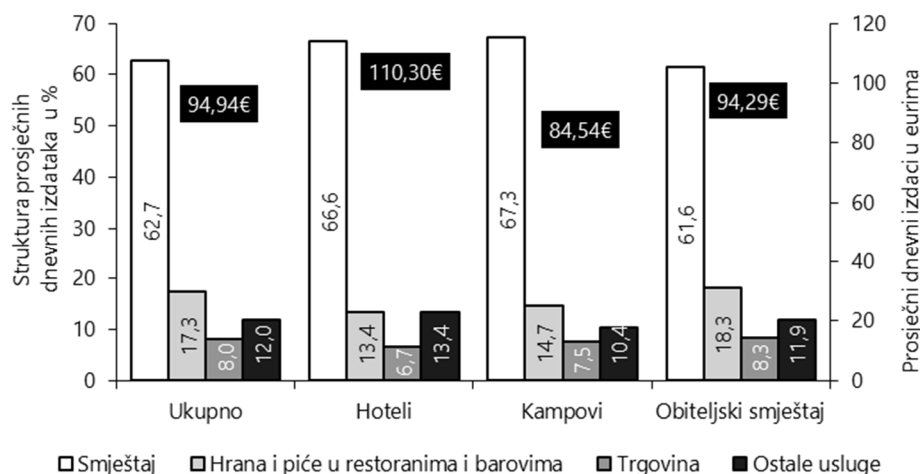
Zaključno, ponovno valja naglasiti da dobre strane turističke ponude Omiša znatno nadmašuju prepoznate nedostatke i izazove. Međutim, važno je, temeljeći se na informacijama dobivenim od samih korisnika – turista, ukazati na moguća područja unapređenja cjelokupne ponude Omiša te planirati aktivnosti na poboljšanju ponude kako bi se dodatno obogatilo iskustvo posjetitelja.

3.6. Izdaci turista

Analiza izdataka obuhvaća prosječne dnevne izdatke odnosno prosječnu dnevnu potrošnju turista tijekom boravka u Omišu, po osobi, u eurima, bez troškova prijevoza u dolasku i odlasku iz destinacije. Dnevni izdaci tijekom boravka u destinaciji po osobi prikazuju se za sve turiste te prema vrsti smještaja (hoteli, kampovi i obiteljski smještaj). Prikazani su ukupni izdaci i njihova struktura prema vrsti usluga, i to usluge smještaja s povezanom hranom u okviru smještaja, usluge hrane i pića izvan smještajnog objekta, usluge trgovine te ostale usluge (kultura, zabava, sport i rekreacija, izleti, lokalni prijevoz i ostale usluge). Metodologija izračuna potrošnje detaljno je opisana u poglavlju 2. Metode istraživanja.

3.6.1.

IZNOS I STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA TURISTA U OMIŠU PREMA VRSTI SMJEŠTAJA, U EURIMA I %



Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, all-inclusive).

Prosječna dnevna potrošnja turista u Omišu iznosila je 95 eura. U strukturi prosječnih dnevnih izdataka 63% se odnosilo na uslugu smještaja s povezanom hranom, 17% na uslugu hrane i pića izvan usluge smještaja, a 20% na sve ostale usluge.

Prosječni dnevni izdaci prema zemlji porijekla gostiju kreću se u rasponu od 62 eura koliko prosječno dnevno izdvajaju gosti iz Češke do 118 eura za goste iz UK. Razlike u prosječnim izdacima odraz su korištene vrste smještaja, ali i izdataka na različite destinacijske usluge.

Najveće izdatke ostvaruju hotelski gosti (110 eura na dan), a potom gosti u obiteljskom smještaju (94 eura) i kampovima (85 eura). Udio izdataka za usluge ugostiteljstva, odnosno usluge smještaja te hrane i pića u okviru smještaja i izvan smještaja, u strukturi dnevnih izdataka turista koji su boravili u hotelima iznosi 80%, 82% u kampovima i 80% u obiteljskom smještaju.

Nešto više od polovice turista tijekom boravka u Omišu najčešće plaća u gotovini (54%). Debitnom i/ili kreditnom karticom češće je prosjeka plaćaju gosti iz UK (67%) i Njemačke (54%).

4. LITERATURA I IZVORI PODATAKA

- Deming, W. E. (1966). Some Theory of Sampling. New York: Dover Publications.
- Euromonitor International (2022). Top 10 Global Consumer Trends 2022, preuzeto 1.6.2023. sa stranice <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2022-Top-10-Global-Consumer-Trends.html>
- Euromonitor International (2019). Top 10 Global Consumer Trends 2019, preuzeto 2.12.2019. sa stranice <http://go.euromonitor.com/white-paper-2017-megatrend-analysis.html>
- European Commission (2021). Attitudes of Europeans towards tourism, Flash Eurobarometer 499, preuzeto 1.6.2023. sa stranice <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2283>
- European Commission (2019). Tourism trips of Europeans, preuzeto 2.3.2020. sa stranice https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_trips_of_Europeans
- European Commission (2016). The European Tourism Indicator System - ETIS toolkit for sustainable destination management, preuzeto 16.1.2017. sa stranice <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/21749>
- Eurostat (2012). Methodological manual for tourism statistics, Version 1.2. Methodologies and Working Papers, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) (2017). ReiseAnalyse 2017. Kiel: The author.
- Frechtling, D.C. (2006). An Assessment of Visitor Expenditure Methods and Models. Journal of Travel Research, 45 (1):26-35.
- Hansen, M.H., Hurwitz, W.H., Madow W.G.: Sample Survey Methods and Theory, Vol.1 Methods and applications (1953). John Wiley & Sons, New York.
- Horak, S., Marušić, Z., Radnić, A. (1999). Potrošnja inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu u 1998. godini. Zagreb: Hrvatska narodna banka.
- Hrvatska turistička zajednica (2023). Sustav eVisitor.
- Institut za turizam (1987). Stavovi i potrošnja inozemnih turista – TOMAS'87.
- Institut za turizam (1989). Stavovi i potrošnja inozemnih turista u Hrvatskoj – TOMAS'89.
- Institut za turizam (1994). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS '94.
- Institut za turizam (1997). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS '97.
- Institut za turizam (2002). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2001.
- Institut za turizam (2005). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2004.
- Institut za turizam (2008). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2007.
- Institut za turizam (2009). TOMAS trendovi - Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj 1987-2008. Urednici Čorak S. i Marušić, Z. Znanstvena edicija, Institut za turizam, Zagreb.
- Institut za turizam (2011). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2010.
- Institut za turizam (2015). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2014.
- Institut za turizam (2018). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Ljeto 2017.
- Institut za turizam (2020). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Hrvatska 2019.
- Institut za turizam (2023). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS Hrvatska 2022./2023.
- Ivandić, N., Telišman-Košuta, N., Čorak, S., Krešić D. (2006). Ljetni odmorišni turizam. U: S. Čorak, i V. Mikačić (ur.), Hrvatski turizam – plavo, bijelo, zeleno. Zagreb: Institut za turizam.

- Kish, L. (2003). Selected papers. Wiley Series in Survey Methodology. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kish, L. (1995). Questions/Answers from the Survey Statistician 1978-1994. Libourne: International Association of Survey Statisticians.
- Malgarini, M. (2005). Efficient sample design and weighting methodologies: Analysis of Key Issues and Recommendations. Joint European Commission - OECD Workshop on International Development of Business and Consumer Tendency Surveys. Brussels, 14–15 November, Task Force on Harmonisation of Survey Operation and Technical Design
- Marušić, Zrinka; Sever, Ivan; Čorak, Sanda (2017). Identifying trends in tourism demand using longitudinal survey. U Evolution of Destination Planning and Strategy The Rise of Tourism in Croatia, Dwyer, Larry, Tomljenović, Renata, Čorak, Sanda (ur.). New York - London: Palgrave Macmillan, 221-243.
- Nordin S. (2005). Tourism of Tomorrow - Travel Trends and Forces of Change. ETOUR - European Tourism Research Institute. Ostersund.
- Sainaghi, R. (2012). Tourist expenditures: the state of the art. Anatolia, 23 (2):217-233.
- SAS/STAT Software Enhancements, Version 8.2 (2007), SAS Institute Inc.
- 2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA: RMF 2008). United Nations Statistics Division (UNSD), Statistical Office of the European Communities (EUROSTAT), Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), World Tourism Organization (UNWTO), 2008.
- United Nations & World Tourism Organization (2008), International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008).
- UNWTO (2002). Basic questionnaire proposed by WTO to estimate visitor expenditure associated to inbound tourism, preuzeto 4.2.2019. sa stranice <http://www.oicstatcom.org/imgs/news/Image/Basic%20questionnaire.visitor%20expenditure.pdf>
- Uredba (EU) br. 692/2011 Europskog parlamenta i vijeća od 6. srpnja 2011. o europskim statistikama o turizmu i o stavljaju izvan snage Direktive Vijeća 95/57/EZ, Službeni list Europske unije, 06.07.2011.
- Uredba (EU) br. 1681/2019 Europskog parlamenta i vijeća od 1. kolovoza 2019. o dodatku Uredbi (EU) br. 692/2011, Službeni list Europske unije, 09.10.2019.
- Yansaneh, I. S. (2003). Construction and use of sample weights. United Nations Secretariat, Statistics Division, ESA/STAT/AC.93/5.

PRILOG/ APPENDIX

PRILOG A/ APPENDIX A

Obilježja turističke potražnje i potrošnje u Gradu Omišu prema zemlji porijekla/
Characteristics of tourism demand and expenditures in the City of Omiš by the country of origin

PRILOG B/ APPENDIX B

Obilježja turističke potražnje i potrošnje u Gradu Omišu prema sezoni/
Characteristics of tourism demand and expenditures in the City of Omiš by season

PRILOG C/ APPENDIX C

Obilježja turističke potražnje i potrošnje u Gradu Omišu prema vrsti smještajnog objekta/
Characteristics of tourism demand and expenditures in the City of Omiš by the type of accommodation facility

Popis tablica u prilogima

1.	DOB TURISTA (1)
2.	DOB TURISTA (2)
3.	GENERACIJSKE SKUPINE TURISTA
4.	STUPANJ OBRAZOVANJA
5.	MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA
6.	PRATNJA NA PUTOVANJU
7.	BROJ ČLANOVA U PRATNJI NA PUTOVANJU
8.	GLAVNI MOTIV DOLASKA
9.	MOTIVI DOLASKA
10.	UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU
11.	UČESTALOST DOLASKA U OMIŠ
12.	VIŠESTRUKI POSJET OMIŠU U ZADNJIH 5 GODINA
13.	IZVORI INFORMACIJA
14.	NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA
15.	HRANA U OKVIRU SMJEŠTAJA
16.	KORIŠTENJE USLUGE PAKET ARANŽMANA
17.	PRIJEVOZNO SREDSTVO
18.	DULJINA BORAVKA U HRVATSKOJ
19.	DULJINA BORAVKA U OMIŠU
20.	AKTIVNOSTI ZA VRIJEME BORAVKA U OMIŠU
21.	POZNAVANJE TURISTIČKIH ATRAKCIJA U OMIŠU
22.	POSJEĆENE/KUŠANE TURISTIČKE ATRAKCIJE U OMIŠU
23.	STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE OMIŠA
24.	ARITMETIČKA SREDINA OCJENA ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE OMIŠA
25.	OCJENA UKUPNOG BORAVKA U OMIŠU U ODNOSU NA OČEKIVANJA
26.	SMETNJE TIJEKOM BORAVKA U OMIŠU
27.	PROSJEČNI DNEVNI IZDACI TURISTA U OMIŠU U EURIMA
28.	STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA TURISTA U OMIŠU
29.	VJEROJATNOST PREPORUKE OMIŠA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA
30.	NAJČEŠĆI NAČIN PLAĆANJA U HRVATSKOJ

PRILOG A/ APPENDIX A: OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE I POTROŠNJE U GRADU OMIŠU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/ CHARACTERISTICS OF TOURISM DEMAND AND EXPENDITURES IN THE CITY OF OMIŠ BY THE COUNTRY OF ORIGIN

A1.

DOB TURISTA (1) PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/

AGE OF TOURISTS (1) BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

Dob turista (godine)/ Age of tourists (years)	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Do 29/ Up to 29	29,6	23,8	27,9	25,2	37,7	31,3	22,7	43,9	22,0
30 do 49/ 30 to 49	49,2	61,9	46,4	52,9	35,4	55,6	37,2	39,3	49,0
50 i više/ 50 and over	21,2	14,2	25,7	21,9	26,9	13,2	40,1	16,8	29,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A2.

DOB TURISTA (2) PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/

AGE OF TOURISTS (2) BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

Dob turista (godine)/ Age of tourists (years)	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Do 25/ Up to 25	12,5	4,9	16,4	9,6	30,7	0,0	14,3	19,6	5,8
26 do 35/ 26 to 35	27,0	26,6	25,2	22,1	8,7	40,1	12,6	35,4	40,2
36 do 45/ 36 to 45	29,2	45,3	22,5	37,9	24,1	32,3	26,5	20,1	1,1
46 do 55/ 46 to 55	18,8	15,5	19,0	18,1	34,8	15,9	27,1	14,5	24,9
56 i više/ 56 and over	12,6	7,7	16,9	12,3	1,7	11,7	19,5	10,4	28,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)									
Prosječna starost/ Average age	40,1	40,0	40,8	41,0	38,4	40,7	44,0	36,7	43,8

A3.

**GENERACIJSKE SKUPINE* TURISTA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
GENERATION GROUPS* OF TOURISTS BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Generacijska skupina (prema godini rođenja)/ Generation group (according to year of birth)	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Generacija Z (1996. i kasnije)/ Generation Z (1996 and later)	18,1	9,0	22,0	13,5	32,4	14,3	19,1	27,5	12,8
Generacija Y (1981. - 1995.)/ Generation Y (1981 - 1995)	43,7	59,7	33,1	45,0	30,4	45,4	31,7	43,6	34,4
Generacija X (1961. - 1980.)/ Generation X (1961 - 1980)	32,0	27,6	37,3	34,8	37,3	37,6	35,3	24,5	37,5
Baby boomers (1943. - 1960.)/ Baby boomers (1943 - 1960)	6,2	3,7	7,6	6,7	0,0	2,6	13,8	4,4	15,4
'Golden age' (prije 1943.)/ 'Golden age' (Prior to 1943)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Prema Nordin S. (2005) Tourism of Tomorrow - Travel Trends and Forces of Change. ETOUR - European Tourism Research Institute. Ostersund/ According to Nordin S. (2005) Tourism of Tomorrow - Travel Trends and Forces of Change. ETOUR - European Tourism Research Institute. Ostersund.

A4.

**STUPANJ OBRAZOVANJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
LEVEL OF EDUCATION BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Završena škola/ Level of education	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Srednja škola ili niže/ Secondary school or less	16,7	18,8	11,7	30,5	17,2	0,0	12,5	11,6	26,6
Viša škola/ Two-year college	26,8	35,2	32,0	25,4	11,7	19,3	7,8	28,4	18,2
Fakultet i više/ University or higher	56,5	46,0	56,2	44,1	71,1	80,7	79,6	60,0	55,1
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A5.

**MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
HOUSEHOLD MONTHLY INCOME BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Mjesečna primanja kućanstva/ Household monthly income	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Do 500 eura/ Up to 500 €	4,1	2,5	3,9	6,1	0,0	0,0	11,4	3,1	9,2
501 do 1.000 eura/ 501 to 1,000 €	8,4	5,3	6,0	5,2	21,8	0,0	0,0	10,6	27,2
1.001 do 1.500 eura/ 1,001 to 1,500 €	12,2	18,7	8,9	17,2	0,0	19,2	0,0	13,7	0,0
1.501 do 2.000 eura/ 1,501 to 2,000 €	12,1	4,0	5,4	10,1	50,6	14,1	11,4	18,5	21,9
2.001 do 2.500 eura/ 2,001 to 2,500 €	13,9	15,6	11,5	7,1	24,4	26,8	5,3	18,1	6,4
2.501 do 3.000 eura/ 2,501 to 3,000 €	16,1	31,8	12,6	9,7	0,0	20,8	11,4	9,1	11,5
3.001 do 3.500 eura/ 3,001 to 3,500 €	10,8	12,2	8,6	17,0	0,0	13,4	27,0	8,7	0,0
3.501 do 4.000 eura/ 3,501 to 4,000 €	5,6	1,1	12,5	17,0	3,2	0,0	0,0	1,4	8,3
4.001 do 5.000 eura/ 4,001 to 5,000 €	8,8	2,1	18,4	5,7	0,0	0,0	22,8	8,1	8,8
5.001 euro i više/ 5,001 € and more	8,0	6,8	12,1	4,9	0,0	5,8	10,9	8,7	6,7
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A6.

**PRATNJA NA PUTOVANJU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
TRAVEL PARTY BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Pratnja na putovanju/ Travel party	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Sam(a)/ Alone	4,6	5,5	1,7	0,0	8,0	13,9	6,9	2,7	11,7
Samo s partnerom/ With a partner only	28,4	16,8	32,4	38,2	33,8	37,1	29,5	22,6	46,7
S članovima obitelji/ With family members	46,5	60,5	38,0	56,7	29,7	44,0	54,4	37,2	29,3
S prijateljima (poznanicima)/ With friends or acquaintances	19,3	17,3	27,9	0,0	28,5	4,9	9,2	35,3	12,3
S organiziranom grupom/ With organized group	1,1	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A7.

**BROJ ČLANOVA U PRATNJI NA PUTOVANJU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
NUMBER OF PERSONS IN TRAVEL PARTY BY THE
COUNTRY OF ORIGIN**

(aritmetička sredina broja osoba)/ (arithmetic mean of the number of persons)

Pratnja na putovanju/ Travel party	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Broj članova u pratnji na putovanju/ Number of persons in travel party	4,0	4,2	3,6	4,6	4,3	3,0	3,4	4,2	3,1
Od toga djece do 15 godina/ Of these children under age of 15	0,6	0,8	0,5	1,0	0,5	0,5	0,4	0,5	0,0

A8.

GLAVNI MOTIV DOLASKA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
THE MAIN MOTIVE FOR VISITING DESTINATION BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

Motivi/ Motives	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
More/ The sea	72,9	82,9	73,6	92,7	65,8	84,3	61,7	60,1	35,3
Priroda/ Nature	11,9	12,0	13,5	5,5	9,5	11,9	9,2	15,3	15,1
Touring/sightseeing/ Touring/sightseeing	6,1	0,7	0,6	0,0	17,1	0,0	26,7	9,4	19,3
Zabava i festivali/ Entertainment and festivals	1,9	0,0	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	5,8	5,5
Posjet rodbini i prijateljima/ Visit to family and friends	1,6	2,3	1,8	0,0	0,0	2,1	0,0	2,0	2,6
Sela/ruralno područje/ Villages/rural areas	1,4	0,0	4,5	0,0	7,1	0,0	0,0	1,3	0,0
Kultura i umjetnost/ Culture and art	1,3	0,3	0,8	0,0	0,5	0,0	2,4	1,0	11,0
Posao/ Business	1,0	0,0	0,4	0,0	0,0	1,6	0,0	4,1	0,0
Gastronomija (uživanje u jelu i piću)/ Gastronomy (food and drink)	0,5	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	5,4
Manifestacije i događanja/ Events	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	0,1	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zdravstveni razlozi/ Health reasons	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nešto drugo / Other	1,3	1,6	1,9	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	5,8
UKUPNO / TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A9.

MOTIVI DOLASKA* PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
MOTIVES FOR VISITING DESTINATION* BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

Motivi/ Motives	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
More/ The sea	88,0	91,2	91,7	98,2	82,9	97,9	73,1	80,3	79,6
Priroda/ Nature	56,0	57,9	60,3	54,4	75,4	54,7	42,4	54,6	44,7
Touring/sightseeing/ Touring/sightseeing	30,4	23,8	24,0	18,1	59,9	13,6	58,3	36,4	40,1
Kultura i umjetnost/ Culture and art	14,0	13,2	10,8	9,7	2,6	31,4	20,5	12,7	26,0
Gastronomija (uživanje u jelu i piću)/ Gastronomy (food and drink)	13,9	8,0	15,2	22,7	8,3	0,0	28,5	16,0	7,5
Sela/ruralno područje/ Villages/rural areas	12,9	9,5	25,4	14,7	7,6	8,8	4,4	10,2	14,5
Zabava i festivali/ Entertainment and festivals	11,8	9,5	7,0	1,5	7,6	20,7	20,2	20,9	13,8
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	7,0	8,5	11,5	3,1	15,8	9,9	0,0	5,5	0,0
Posjet rodbini i prijateljima/ Visit to family and friends	5,7	2,3	5,5	6,2	0,0	9,2	9,2	8,3	8,1
Manifestacije i događanja/ Events	3,2	5,3	1,6	0,0	0,0	10,1	0,0	3,5	5,5
Posao/ Business	1,5	0,0	0,4	1,8	0,0	1,6	4,4	4,1	0,0
Zdravstveni razlozi/ Health reasons	1,0	0,7	0,8	2,1	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0
Nešto drugo / Other	3,4	4,0	4,6	1,8	0,0	0,0	8,8	1,2	8,4

* Mogućnost više odgovora/ Multiple response.

A10.

**UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU* PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
FREQUENCY OF VISITING CROATIA* BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Broj posjeta Hrvatskoj/ Number of visits to Croatia	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Prvi posjet/ First visit	33,4	26,5	25,4	22,0	12,4	30,1	64,5	46,5	57,0
Drugi posjet/ Second visit	20,2	28,5	19,4	26,1	16,3	25,7	17,6	8,2	9,7
3 do 6 posjeta/ 3 to 6 visits	27,4	32,9	35,3	27,1	16,1	27,8	8,8	32,5	1,0
7 i više posjeta/ 7 visits and more	18,9	12,1	19,9	24,8	55,2	16,4	9,0	12,8	32,2
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Odnosi se samo na inozemne turiste/ Data refer to foreign tourists only.

A11.

**UČESTALOST DOLASKA U OMIŠ PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
FREQUENCY OF VISITING OMIŠ BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Broj posjeta destinaciji/ Number of visits to destination	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Prvi posjet/ First visit	59,2	47,3	71,7	32,4	37,0	67,0	81,8	68,4	83,0
Drugi posjet/ Second visit	21,2	28,1	14,0	37,5	21,4	27,0	9,1	15,6	7,3
3 do 6 posjeta/ 3 to 6 visits	10,7	16,9	7,5	7,5	29,7	1,7	9,1	7,7	5,9
7 i više posjeta/ 7 visits and more	8,9	7,7	6,9	22,6	11,8	4,3	0,0	8,3	3,9
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A12.

**VIŠESTRUKI POSJET OMIŠU U ZADNJIH 5 GODINA* PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
MULTIPLE VISITS TO OMIŠ OR SURROUNDINGS IN THE LAST 5 YEARS* BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Broj posjeta Omišu ili okolici/ Number of visits to destination	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Da/ Yes	84,0	78,9	85,5	72,2	93,0	86,7	86,6	93,9	84,1
Ne/ No	16,0	21,1	14,5	27,8	7,0	13,3	13,4	6,1	15,9
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Za one koji su već bili u mjestu/ For those who have already visited the destination.

A13.

**IZVORI INFORMACIJA* PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
SOURCES OF INFORMATION* BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Izvori informacija/ Sources of information	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Internet stranice hrvatskih turističkih zajednica ili ureda (nacionalne, lokalnih)/ <i>Croatian Tourism boards' web pages (national, local)</i>	6,7	3,5	3,5	11,2	0,0	9,9	8,8	8,1	15,1
Online turističke agencije (Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl.)/ <i>Online tourist agencies (Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de)</i>	21,9	17,8	19,9	15,9	58,1	23,3	35,8	16,2	27,8
Internet stranice i mobilne aplikacije smještajnih objekata/ <i>Accommodation facilities websites and mobile applications</i>	12,3	13,7	16,9	5,1	2,9	20,7	26,4	6,6	9,6
Internet stranice turističkih atrakcija/ <i>Tourist attractions websites</i>	9,9	4,9	10,7	3,3	7,6	15,3	31,2	9,5	14,1
Objave korisnika na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Twitter...)/ <i>Social media posts</i>	12,1	12,8	7,4	12,0	28,3	17,2	13,4	7,3	18,4
Blogovi, forumi i portali o putovanjima i slični online sadržaji/ <i>Blogs, forums and travel-oriented portals</i>	12,5	8,8	11,2	2,4	37,8	14,1	13,4	14,9	23,2
Sponzorirani oglasi na internetskim pretraživačima, društvenim mrežama i portalima/ <i>Sponsored ads on search engines, social media, and portals</i>	8,4	5,6	9,3	0,0	5,1	13,9	11,0	9,6	26,1
UKUPNO INTERNET/ <i>INTERNET TOTAL</i>	58,7	48,8	62,9	54,8	93,1	65,3	64,6	52,1	75,6
Promotivni oglas ili spot na radiju ili televiziji/ <i>Advertising on TV or radio</i>	4,3	4,9	6,4	3,7	7,1	0,0	0,0	2,8	9,7
Dokumentarni film ili prilog na radiju ili televiziji/ <i>Documentary movies or stories on TV or radio</i>	1,2	1,0	0,6	0,0	0,0	9,9	0,0	1,2	0,0
Članci u novinama ili časopisima/ <i>Articles in the newspapers and magazines</i>	2,1	1,2	1,9	3,8	0,0	9,9	0,0	0,0	6,3
Oglasi, plakati, katalozi, brošure i ostali tiskani promotivni materijali/ <i>Advertisements, posters, catalogues, brochures, and other printed promotional</i>	0,2	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,8
Turistički i drugi sajmovi/ <i>Tourism and other fairs and exhibitions</i>	1,2	1,5	0,4	2,6	0,0	0,0	0,0	0,6	5,5
Preporuke rodbine ili prijatelja/ <i>Recommendations from friends and relatives</i>	36,0	33,8	50,1	21,4	12,3	30,5	58,7	37,9	27,2
Preporuke putničkih ili turističkih agencija/ <i>Recommendations from travel or tourist agencies</i>	2,5	1,3	0,9	5,4	0,4	4,9	9,5	0,9	2,1
Preporuke klubova, udruženja/ <i>Recommendations from travel clubs or travel associations</i>	2,7	4,3	1,7	4,7	0,0	0,0	0,0	3,5	0,0
Prijašnji boravak/ <i>Previous visits</i>	19,9	20,1	19,4	39,0	18,0	10,9	4,4	17,7	14,2
Nisu bile potrebne nikakve informacije/ <i>No need for any information</i>	6,9	10,0	4,8	3,7	3,1	8,1	3,5	8,4	8,1

* Mogućnost više odgovora/ *Multiple response.*

A14.

**NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
ACCOMMODATION BOOKING BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Rezervacija smještaja/ Accommodation booking	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Posredstvom turističke/putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom/ Through travel agency or touroperator - in person, telephone/fax, e-mail	7,3	6,4	11,0	8,1	1,5	18,1	9,1	3,4	3,1
Posredstvom turističke/putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući i Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl./ Through travel agency or touroperator - online booking (not e-mail) including Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de, etc.	49,2	51,0	39,6	49,9	59,8	35,9	63,0	48,3	56,4
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom/ Directly with accommodation facility - in person, telephone/fax, e-mail	22,1	27,7	23,8	36,0	1,6	26,5	9,0	17,0	10,4
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)/ Directly with accommodation facility - online booking (not e-mail)	14,3	12,6	16,5	5,1	9,7	4,5	17,8	22,5	15,9
Na neki drugi način/ Other	0,7	0,0	0,0	0,9	2,1	0,0	0,0	2,3	0,0
Nije unaprijed rezerviran/ No prior booking	6,6	2,3	9,2	0,0	25,3	15,1	1,0	6,5	14,2
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A15.

**HRANA U OKVIRU SMJEŠTAJA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
MEALS INCLUDED IN ACCOMMODATION BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Hrana uključena u smještaj/ Meals included in accommodation	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Samo noćenje/ Room only, no meals	85,0	90,5	83,7	81,6	95,5	93,4	76,3	82,7	76,3
Noćenje s doručkom/ Breakfast only	9,3	5,6	11,8	14,2	0,0	0,0	11,3	9,8	18,8
Polupansion/ Half board	2,1	2,0	1,4	0,0	0,8	0,0	9,3	3,0	0,8
Puni pansion/ Full board	0,8	0,0	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3	0,0
All-inclusive/ All-inclusive	2,7	1,8	1,4	4,1	3,7	6,6	3,2	2,2	4,1
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A16.

**KORIŠTENJE USLUGE PAKET ARANŽMANA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
USING A SERVICE OF 'PACKAGE TOUR' BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Korištenje usluge paket aranžmana/ Using a service of 'Package tour'	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Da/ Yes	13,0	15,7	12,3	17,6	3,0	16,7	8,1	8,8	19,2
Ne/ No	87,0	84,3	87,7	82,4	97,0	83,3	91,9	91,2	80,8
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A17.

PRIJEVOZNO SREDSTVO PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
PRINCIPAL MODE OF TRANSPORT USED BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

Prijevozno sredstvo/ Mode of transport	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Automobil/kamper/ Car/motorhome or motorcaravan	70,7	86,5	75,7	83,1	88,0	70,8	32,3	60,3	30,9
Autobus/ Bus	7,5	7,3	2,6	12,4	8,0	4,2	0,0	11,3	11,3
Motocikl/ Motorcycle	0,8	1,4	0,6	0,0	0,0	4,9	0,0	0,3	0,0
Zrakoplov/ Airplane	20,6	4,2	20,6	4,5	4,0	20,0	67,7	28,1	55,2
Nešto drugo/ Other	0,4	0,5	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,6
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A18.

DULJINA BORAVKA U HRVATSKOJ PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
LENGTH OF STAY IN CROATIA BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

Broj noćenja u Hrvatskoj/ Number of overnights in Croatia	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
1 do 3/ 1 to 3	3,2	1,2	1,5	8,9	0,0	6,6	0,0	5,4	0,0
4 do 7/ 4 to 7	51,6	52,4	47,1	45,4	87,8	44,3	65,1	44,3	56,1
8 do 10/ 8 to 10	19,8	21,2	16,9	19,7	9,2	14,8	13,6	24,3	30,8
11 do 14/ 11 to 14	18,8	22,7	19,4	17,4	0,0	29,1	21,3	19,9	3,6
15 do 21/ 15 to 21	5,2	2,5	12,0	6,5	3,1	5,2	0,0	2,9	9,5
22 do 28/ 22 to 28	0,3	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0
29 i više/ 29 and more	1,2	0,0	2,4	2,0	0,0	0,0	0,0	2,6	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)									
Prosječan broj noćenja u Hrvatskoj/ Average number of overnights in Croatia	9,0	8,7	9,9	9,3	6,8	8,5	8,4	9,6	8,1

A19.

DULJINA BORAVKA U OMIŠU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
LENGTH OF STAY IN OMIŠ BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

Broj noćenja u mjestu/ Number of overnights in destination	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
1 do 3/ 1 to 3	7,5	3,7	7,1	11,0	10,6	8,7	2,4	10,9	8,7
4 do 7/ 4 to 7	57,9	57,9	56,8	52,5	89,4	44,3	65,1	53,4	63,7
8 do 10/ 8 to 10	17,4	19,1	11,9	19,9	0,0	21,6	13,6	23,0	17,9
11 do 14/ 11 to 14	13,7	18,0	14,2	12,5	0,0	20,2	18,8	11,3	3,6
15 do 21/ 15 to 21	3,1	1,3	9,2	2,1	0,0	5,2	0,0	1,2	6,2
22 do 28/ 22 to 28	0,1	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
29 i više/ 29 and more	0,3	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)									
Prosječan broj noćenja u mjestu/ Average number of overnights in destination	7,7	8,1	8,2	8,5	5,8	7,7	7,7	7,3	6,9

A20.

**AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA U OMIŠU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
ACTIVITIES* WHILE STAYING IN OMIŠ BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Rang/ Rank	Aktivnosti/ Activities	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
1.	Plivanje/kupanje/ <i>Swimming/bathing</i>	95,0	94,3	95,7	100,0	91,4	100,0	95,4	90,6	96,4
2.	Odlazak u restorane/ <i>Going to restaurants</i>	67,9	64,0	80,3	56,4	44,8	77,0	77,5	72,0	58,4
3.	Razgledavanje ('sightseeing')/ <i>Sightseeing</i>	57,9	66,3	51,2	51,3	71,0	84,7	58,9	47,4	53,9
4.	Posjet povijesnim građevinama/ <i>Visits to historical buildings</i>	38,8	35,8	42,0	20,3	24,8	50,3	53,1	42,1	56,2
5.	Odlazak na organizirane izlete brodom/ <i>Going on organised boat trips</i>	30,7	26,6	33,5	24,5	27,9	38,5	42,9	32,7	26,2
6.	Rafting/ <i>Rafting</i>	30,1	24,5	37,2	23,0	43,3	36,3	25,5	28,5	42,1
7.	Pješačenje/ <i>Walking</i>	27,1	23,0	35,6	18,6	19,7	22,8	38,7	32,2	17,7
8.	Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)/ <i>Shopping (except everyday items)</i>	25,4	24,9	21,3	13,5	7,4	38,0	38,5	31,0	35,2
9.	Posjet muzejima, galerijama i izložbama/ <i>Visits to museums, galleries and exhibitions</i>	19,0	15,5	9,7	8,9	5,1	28,0	41,0	19,8	55,8
10.	Posjet zaštićenim prirodnim područjima/ <i>Visits to protected nature areas</i>	17,9	17,9	30,1	4,9	17,3	14,3	21,2	12,7	27,7
11.	Zipline/ <i>Zipline</i>	16,9	20,7	12,1	20,9	15,3	19,8	25,6	10,8	13,6
12.	Odlazak u klubove/ples/noćni život/ <i>Going to clubs/dancing/nightlife</i>	11,3	7,7	8,9	10,4	28,5	1,6	4,6	18,5	14,8
13.	Obilazak vinskih cesta/ vinarija/ <i>Touring wine roads /wineries</i>	9,6	3,6	8,2	2,5	6,6	17,4	24,9	14,7	13,1
14.	Odlazak na izlete unajmljenim čamcem/brodom/ <i>Going on boat trips by rented boat</i>	8,4	3,1	7,8	7,9	29,0	18,7	13,4	7,5	2,0
15.	Planinarenje/ <i>Hiking</i>	8,1	6,1	9,3	1,9	2,5	18,6	8,8	13,9	1,0
16.	Jogging/trčanje/ <i>Jogging/running</i>	7,9	6,7	7,9	6,6	1,6	29,8	0,0	10,4	1,8
17.	Kayaking/ <i>Kayaking</i>	7,1	1,8	8,0	9,6	1,3	17,4	16,6	8,4	0,0
18.	Ribolov/ <i>Fishing</i>	7,0	2,4	4,6	8,7	6,1	7,1	17,8	9,4	8,7
19.	Vožnja biciklom/ Mountain biking / <i>Cycling/ mountain biking</i>	6,6	7,3	7,4	3,5	0,0	9,2	8,8	8,7	2,6
20.	Ronjenje / <i>Diving</i>	6,4	7,6	8,0	4,0	0,0	8,7	4,4	7,0	5,5
21.	Ostali sportovi na vodi/ <i>Other water sports</i>	6,3	4,3	8,6	5,2	7,5	4,9	0,0	10,2	5,5
22.	Posjet tradicionalnim događanjima/ <i>Going to traditional events</i>	6,3	6,3	6,2	3,6	0,5	10,1	0,0	6,0	21,7
23.	Obilazak tematskih cesta/ <i>Touring thematic roads</i>	5,8	5,0	4,3	4,3	7,1	12,0	15,9	4,2	1,8
24.	Canyoning/ <i>Canyoning</i>	4,9	0,9	7,0	7,7	10,0	19,0	7,6	1,2	0,0
25.	Posjet zabavnim događanjima/ <i>Going to entertainment events</i>	4,9	4,8	3,2	6,4	1,0	16,9	4,4	4,4	1,0
26.	Jedrenje/ <i>Sailing</i>	3,8	3,0	2,2	0,4	28,5	9,9	0,0	3,1	0,0
27.	Slobodno penjanje/ <i>Free climbing</i>	3,5	4,4	2,8	1,9	0,5	14,4	0,0	3,7	1,0
28.	Quad Safari/ <i>Quad Safari</i>	2,9	6,5	6,1	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
29.	Posjet seoskim domaćinstvima/ <i>Visits to family farms</i>	2,9	3,5	3,8	3,6	0,0	12,0	0,0	0,9	0,0
30.	Posjet kulturnim događanjima/ <i>Going to cultural events</i>	2,8	1,0	4,1	0,7	0,0	8,7	4,4	4,1	1,0
31.	Tenis / <i>Tennis</i>	1,7	1,0	1,1	4,9	0,0	10,1	0,0	0,0	0,0
32.	Sudjelovanje na radionicama/ <i>Participating in workshops</i>	1,6	0,4	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	5,5
33.	Korištenje wellness/spa/zdravstvenih usluga/ <i>Using wellness/spa/healthcare services</i>	1,1	0,2	0,8	0,0	0,0	4,9	2,1	2,6	0,0
34.	Posjet sportskim događanjima/ <i>Going to sports events</i>	0,9	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	8,0
35.	Paragliding/ <i>Paragliding</i>	0,9	1,3	0,0	1,9	0,0	4,9	0,0	0,0	0,0

* Mogućnost više odgovora/ *Multiple response.*

A21.

**POZNAVANJE* TURISTIČKIH ATRAKCIJA U OMIŠU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
KNOWN ATRACTIONS* IN OMIŠ BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Rang/ Rank	Atrakcija/ Attraction	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
1.	Kanjon Cetine/Radmanove Mlinice/ <i>Cetina River canyon /Radmanove Mlinice excursion site</i>	66,5	66,2	63,8	68,0	74,8	67,8	69,7	63,4	70,0
2.	Mirabela/ <i>Mirabela fort</i>	58,8	65,1	48,3	60,0	75,5	47,6	61,6	53,2	71,9
3.	Fortica/ <i>Fortica fortress</i>	51,8	52,0	40,9	57,2	52,5	57,9	51,9	52,2	64,0
4.	Crkva sv. Mihovila/ <i>St. Michael's Church</i>	34,1	30,1	25,7	30,2	26,7	42,9	33,7	41,4	58,5
5.	Gusarska bitka/ <i>Pirates' battle</i>	31,3	34,4	27,6	36,4	16,5	27,7	28,5	30,8	38,9
6.	Crkva sv. Petra/ <i>St. Peter's Church</i>	26,0	22,4	21,4	26,9	36,9	45,1	22,6	24,7	34,2
7.	Spomenik/vidikovac Mile Gojsalić/ <i>Mila Gojsalić monument / vantage point</i>	24,6	25,4	23,4	31,8	41,3	30,6	5,7	23,5	15,9
8.	Poljički soparnik/ <i>Traditional Poljica soparnik dish</i>	23,4	25,2	19,3	22,8	24,5	14,6	18,1	30,4	20,2
9.	Festival dalmatinskih klapa/ <i>Festival of Dalmatian Klapa Groups</i>	21,9	22,7	18,5	21,4	15,4	22,7	5,3	23,9	48,3
10.	Kuća sretnog čovjeka/ <i>House of a Happy Man</i>	19,5	18,8	24,0	12,1	28,4	24,8	12,7	19,5	22,5
11.	Imber, vrh Omiške Dinare/ <i>Imber, Omiška Dinara peak</i>	16,9	17,1	17,3	8,9	24,5	12,5	6,8	23,9	19,9
12.	Slapovi Velika i Mala Gubavica/ <i>Velika and Mala Gubavica Waterfalls</i>	14,8	14,2	16,3	21,0	32,1	3,8	0,0	12,3	21,6
13.	Svetište Leopolda Mandića/ <i>Shrine of St. Leopold Mandić</i>	14,4	12,8	15,8	18,4	17,2	13,4	0,0	14,4	24,0
14.	Stup srama/ <i>Pillar of shame</i>	13,8	17,4	11,2	14,1	20,9	3,8	11,4	12,6	16,5
15.	Crkva sv. Jure u Gatima/ <i>St. George's Church in Gata</i>	8,1	9,3	9,6	10,7	12,7	16,2	0,0	5,2	1,0
16.	Nešto drugo/ <i>Other attractions</i>	1,3	0,9	1,9	1,9	0,0	0,0	0,0	0,6	5,5

* Mogućnost više odgovora/ *Multiple response.*

A22.

**POSJEĆENE/KUŠANE* TURISTIČKE ATRAKCIJE U OMIŠU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
VISITED/TASTED ATRACTIONS* IN OMIŠ BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

Rang/ Rank	Atrakcija/ Attraction	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
1.	Kanjon Cetine/Radmanove Mlinice/ <i>Cetina River canyon /Radmanove Mlinice excursion site</i>	53,6	45,8	55,4	56,1	60,7	57,7	55,3	53,6	61,8
2.	Mirabela/ <i>Mirabela fort</i>	38,7	47,0	39,4	40,9	28,5	32,5	29,5	31,4	46,4
3.	Fortica/ <i>Fortica fortress</i>	32,4	29,7	28,7	33,0	32,1	37,7	29,7	35,2	42,3
4.	Crkva sv. Mihovila/ <i>St. Michael's Church</i>	27,1	26,8	18,4	19,5	19,6	32,8	32,7	34,1	42,9
5.	Crkva sv. Petra/ <i>St. Peter's Church</i>	17,6	16,9	16,9	22,9	15,3	30,0	18,0	11,3	20,4
6.	Spomenik/vidikovac Mile Gojsalić/ <i>Mila Gojsalić monument / vantage point</i>	16,0	17,5	14,2	21,0	31,2	20,6	0,0	13,8	13,3
7.	Poljički soparnik/ <i>Traditional Poljica soparnik dish</i>	15,3	8,3	14,4	18,3	17,9	9,4	18,1	25,3	7,6
8.	Kuća sretnog čovjeka/ <i>House of a Happy Man</i>	13,7	13,1	17,4	5,7	15,2	19,9	12,7	12,2	21,5
9.	Gusarska bitka/ <i>Pirates' battle</i>	13,4	24,3	11,1	17,3	11,9	9,4	1,0	6,9	8,1
10.	Stup srama/ <i>Pillar of shame</i>	10,2	13,7	5,6	8,6	20,4	2,1	11,4	10,2	11,0
11.	Svetište Leopolda Mandića/ <i>Shrine of St. Leopold Mandić</i>	8,2	8,3	11,4	10,9	0,0	11,3	0,0	8,8	3,6
12.	Festival dalmatinskih klapa/ <i>Festival of Dalmatian Klapa Groups</i>	7,1	5,4	6,9	11,2	8,2	8,6	0,0	4,8	20,1
13.	Slapovi Velika i Mala Gubavica/ <i>Velika and Mala Gubavica Waterfalls</i>	6,4	4,4	8,8	10,3	7,6	3,8	0,0	5,1	12,3
14.	Imber, vrh Omiške Dinare/ <i>Imber, Omiška Dinara peak</i>	5,9	6,9	7,6	1,8	17,8	2,1	0,0	7,2	1,0
15.	Crkva sv. Jure u Gatima/ <i>St. George's Church in Gata</i>	3,2	3,2	3,6	5,2	2,5	11,3	0,0	1,0	1,0
16.	Nešto drugo/ <i>Other attractions</i>	0,2	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0

* Mogućnost više odgovora/ *Multiple response.*

A23.

**STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE OMIŠA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
LEVEL OF SATISFACTION WITH ELEMENTS OF OMIŠ TOURISM SUPPLY BY THE COUNTRY OF ORIGIN**

(%)

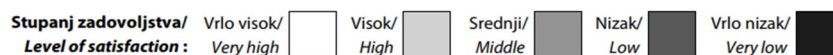
Rang* / Rank*	Elementi ponude/ Elements of tourism supply	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
1.	Ljepota prirode i krajolika/ Beauty of nature and landscape	96,2	95,1	96,9	93,0	99,6	100,0	88,8	98,9	100,0
2.	Osobna sigurnost/ Personal safety	91,0	88,3	91,8	90,0	92,4	95,7	79,6	95,5	97,2
3.	Smještajni objekt/ Accommodation facility	90,2	90,9	88,1	94,7	87,7	94,8	81,0	92,4	86,0
4.	Ljepota mjesta/ Beauty of the destination	90,2	93,7	83,3	90,9	92,5	94,9	84,0	89,1	97,9
5.	Gostoljubivost lokalnog stanovništva/ Hospitality of the local population	88,5	91,9	84,1	84,9	70,6	94,4	81,5	96,0	88,1
6.	Atmosfera, ugođaj/ Atmosphere, mood	87,4	84,2	85,5	84,8	92,2	94,7	81,4	93,1	91,0
7.	Ponuda organiziranih izleta u okolicu/ Offer of organised trips/excursions to surrounding area	86,8	84,5	84,0	85,2	91,4	98,1	79,6	88,1	95,9
8.	Gastronomska ponuda u mjestu/ Gastronomic offer in destination	84,3	74,5	89,6	82,6	91,3	94,4	64,1	94,4	90,1
9.	Čistoća plaža/ Beach cleanliness	83,8	84,0	76,3	90,3	68,9	89,1	73,0	86,3	100,0
10.	Kultura i umjetnost/ Culture and art	82,5	75,5	79,8	86,9	77,1	83,8	77,6	88,5	92,4
11.	Sportski sadržaji/ Sports facilities	81,2	71,1	80,9	83,7	86,9	93,2	64,2	91,0	78,3
12.	Prilagođenost destinacije djeci/ Destination suitable for children	80,9	83,3	78,4	74,0	65,6	88,2	62,7	93,3	85,6
13.	Označavanje znamenitosti/ Marked heritage sites	79,5	82,0	74,0	73,3	92,7	90,5	71,6	80,7	82,1
14.	Biciklističke rute i staze/ Cycling routes and paths	79,1	80,5	60,4	95,0	100,0	92,5	52,9	77,1	93,4
15.	Pješačke/tematske staze/ Walking/thematic paths	78,6	85,6	69,9	84,9	51,9	81,5	59,2	82,6	80,3
16.	Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima/ Information/education in protected nature areas	74,8	69,2	70,8	80,1	81,0	86,9	57,8	83,5	69,0
17.	Opremljenost/uređenost plaža/ Beach equipment/how fixed up	74,4	79,3	70,8	82,1	34,0	78,3	55,3	77,6	91,2
18.	Uređenost mjesta/ Extent to which destination is cared for and maintained	73,8	72,1	67,8	71,0	75,2	76,5	60,9	83,5	86,6
19.	Informacije u destinaciji/ Information available in the destination	73,3	75,3	72,4	73,9	82,2	77,0	55,2	76,1	65,1
20.	Besplatni internet u destinaciji/ Free Internet in destination	71,9	70,9	57,7	81,0	51,2	76,1	64,8	82,4	88,1
21.	Ekološka očuvanost prostora/ Ecological preservation of the place	71,0	66,9	68,2	66,5	72,3	72,9	66,6	75,3	94,2
22.	Događanja i manifestacije/ Events	70,5	75,7	64,1	80,8	78,4	74,8	35,0	66,9	71,5
23.	Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji / Destination is pedestrian friendly	69,3	70,0	58,8	76,2	54,0	85,0	48,6	77,4	78,6
24.	Mogućnost za kupnju/ Shopping options	66,2	69,5	60,5	78,1	68,7	76,5	46,1	65,9	54,9
25.	Prometna dostupnost destinacije/ Traffic accessibility of the destination	60,3	70,3	51,2	68,0	84,0	88,7	21,3	48,2	68,5
26.	Zabava/noćni život/ Entertainment/nightlife	59,6	64,8	47,9	71,8	77,0	81,7	30,9	57,8	43,6
27.	Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama / Destination adapted to people with special needs	53,7	61,9	51,0	62,6	19,3	67,7	25,9	55,4	49,7
28.	Lokalni javni prijevoz/ Local public transport	49,9	53,6	35,6	74,1	33,6	58,1	39,8	43,7	50,5
29.	Promet u mjestu/ Traffic in destination	37,0	44,3	18,0	55,2	16,2	42,6	21,7	40,7	41,9
30.	UKUPNI BORAVAK/ OVERALL STAY	90,3	90,1	92,1	86,1	84,9	94,5	78,8	96,3	91,7

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično)./

Rank according to proportion of marks 6 and 7 on the scale from 1 (very bad) to 7 (excellent).

Stupanj zadovoljstva: Iznad 80% (vrlo visok); 70% do 80% (visok); 60% do 70% (srednji); 50% do 60% (nizak); ispod 50% (vrlo nizak)/

Satisfaction level: Above 80% (very high); 70% to 80% (high); 60% to 70% (average); 50% to 60% (low); under 50% (very low).



A24.

ARITMETIČKA SREDINA OCJENA ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE OMIŠA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/

ARITHMETIC MEAN OF SATISFACTION WITH ELEMENTS OF OMIŠ TOURISM SUPPLY BY THE

COUNTRY OF ORIGIN

(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)

Rang/ Rank	Elementi ponude/ Elements of tourism supply	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
1.	Ljepota prirode i krajolika/ Beauty of nature and landscape	6,8	6,8	6,7	6,6	6,8	6,9	6,5	6,9	7,0
2.	Ljepota mjesta/ Beauty of the destination	6,6	6,7	6,4	6,7	6,5	6,8	6,5	6,7	6,8
3.	Osobna sigurnost/ Personal safety	6,6	6,5	6,5	6,6	6,8	6,7	6,3	6,7	6,7
4.	Smještajni objekt/ Accommodation facility	6,6	6,6	6,5	6,7	6,3	6,8	6,4	6,7	6,3
5.	Gostoljubivost lokalnog stanovništva/ Hospitality of the local population	6,5	6,6	6,4	6,4	6,3	6,9	6,4	6,7	6,5
6.	Ponuda organiziranih izleta u okolicu/ Offer of organised trips/excursions to surrounding area	6,5	6,3	6,4	6,5	6,6	6,9	6,2	6,7	6,7
7.	Atmosfera, ugođaj/ Atmosphere, mood	6,5	6,5	6,4	6,4	6,6	6,8	6,2	6,7	6,5
8.	Kultura i umjetnost/ Culture and art	6,4	6,2	6,3	6,6	6,3	6,4	6,3	6,4	6,5
9.	Gastronomska ponuda u mjestu/ Gastronomic offer in destination	6,3	6,1	6,3	6,5	6,2	6,7	5,9	6,6	6,4
10.	Čistoća plaža/ Beach cleanliness	6,3	6,3	6,1	6,5	5,9	6,3	6,0	6,4	6,7
11.	Prilagođenost destinacije djeci/ Destination suitable for children	6,3	6,4	6,3	6,1	6,0	6,6	5,7	6,7	6,3
12.	Pješačke/tematske staze/ Walking/thematic paths	6,3	6,4	6,1	6,4	5,8	6,3	5,7	6,5	6,5
13.	Sportski sadržaji/ Sports facilities	6,3	6,1	6,3	6,3	6,2	6,6	5,4	6,6	6,2
14.	Označavanje znamenitosti/ Marked heritage sites	6,3	6,4	6,1	6,2	6,3	6,6	6,0	6,3	6,4
15.	Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima/ Information/education in protected nature areas	6,2	6,0	5,9	6,3	6,4	6,5	5,9	6,4	5,9
16.	Biciklističke rute i staze/ Cycling routes and paths	6,2	6,2	5,5	6,7	6,5	6,7	5,0	6,2	6,5
17.	Uređenost mjesta/ Extent to which destination is cared for and maintained	6,1	6,1	6,0	6,1	6,0	6,2	5,8	6,4	6,4
18.	Informacije u destinaciji/ Information available in the destination	6,1	6,2	6,1	6,2	6,6	6,3	5,5	6,3	5,8
19.	Opremljenost/uređenost plaža/ Beach equipment/how fixed up	6,1	6,2	6,0	6,3	4,8	6,0	5,7	6,1	6,7
20.	Događanja i manifestacije/ Events	6,0	6,1	5,8	6,4	6,0	6,2	4,9	6,1	6,1
21.	Ekološka očuvanost prostora/ Ecological preservation of the place	6,0	5,9	5,9	6,0	6,0	6,0	5,9	6,2	6,6
22.	Besplatni internet u destinaciji/ Free Internet in destination	6,0	5,9	5,6	6,4	5,8	6,2	5,9	6,3	6,3
23.	Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji / Destination is pedestrian friendly	6,0	6,0	5,7	6,2	5,8	6,5	5,3	6,2	6,3
24.	Mogućnost za kupnju/ Shopping options	5,9	6,0	5,6	6,3	5,9	6,3	5,4	5,9	5,4
25.	Zabava/noćni život/ Entertainment/nightlife	5,7	5,9	5,3	6,2	5,8	6,4	4,6	5,6	5,1
26.	Prometna dostupnost destinacije/ Traffic accessibility of the destination	5,6	5,8	5,3	6,0	6,2	6,7	4,4	5,1	5,6
27.	Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama / Destination adapted to people with special needs	5,4	5,7	5,1	5,9	3,8	5,9	4,0	5,6	5,2
28.	Lokalni javni prijevoz/ Local public transport	5,0	5,1	4,5	5,9	5,4	5,6	4,2	4,8	4,5
29.	Promet u mjestu/ Traffic in destination	4,4	4,5	3,8	5,4	3,6	4,7	3,7	4,4	4,3
30.	UKUPNI BORAVAK/ OVERALL STAY	6,5	6,5	6,4	6,6	6,4	6,6	6,2	6,7	6,6

* Rang prema aritmetičkoj sredini ocjena na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično)/

Rank according to arithmetic mean of marks on the scale from 1 (very bad) to 7 (excellent).

A25.

Ocjena ukupnog boravka u Omišu u odnosu na očekivanja prema zemlji porijekla/

USER RATING OF THE OVERALL STAY IN OMIŠ IN RELATION TO EXPECTATIONS BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

Boravak u Omišu je/ Stay in Omiš is	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
U skladu s očekivanjima/ In line with your expectations	63,7	76,0	57,5	78,1	69,2	40,7	72,2	55,3	42,9
Iznad očekivanja/ Above your expectations	34,9	24,0	42,5	21,9	30,8	53,3	27,8	41,7	50,8
Ispod očekivanja/ Below your expectations	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	6,1	0,0	3,0	6,3
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

A26.

Smetnje tijekom boravka* u Omišu prema zemlji porijekla/

DISTURBANCES DURING STAY IN OMIŠ* BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

Smetnje/ Disturbances	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl./ Crowded streets, squares, promenades, attractions, etc.	37,3	39,7	47,8	28,2	14,8	41,4	42,5	29,9	48,0
Gužva na kupališnom prostoru (preveliki broj kupača)/ Crowd at beach area (too many people)	24,1	23,4	32,1	11,6	13,2	25,3	42,3	15,2	40,1
Gužva u prometu u destinaciji/ Crowd in traffic in destination	55,7	47,7	58,5	46,3	54,2	61,8	80,8	53,8	66,5
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)/ Noise and disturbance at your accommodation	12,2	8,4	19,5	1,8	29,1	12,7	27,5	4,2	14,8
Neprimjereno odloženo smeće/ Improperly disposed garbage	21,2	26,4	15,3	23,0	36,1	29,8	19,9	14,8	16,6
Nemogućnost razdvajanja otpada/ The impossibility of separating waste	15,6	22,4	13,4	12,2	7,5	20,6	20,7	13,0	7,4
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)/ Uncomfortable odors (from containers and garbage cans)	9,8	8,1	12,3	11,6	8,3	2,0	25,0	6,6	3,2
Zagađenje mora/rijeka/ Sea/river pollution	7,6	5,3	9,1	6,8	7,1	8,2	11,6	8,4	5,8

* Prikazan je postotak ispitanika koji su zasmetani (donekle ili jako) pojedinim elementom/
Proportion of respondents who felt disturbed (somewhat or a lot).

A27.

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI TURISTA U OMIŠU U EURIMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/

AVERAGE DAILY EXPENDITURE OF TOURISTS IN THE CITY OF OMIŠ IN EUROS BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(€)

Prosječni dnevni izdaci/ Average daily expenditures	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Prosječni dnevni izdaci ukupno / Total average daily expenditure	94,94	84,88	95,65	61,98	82,87	103,00	117,58	109,64	124,10
Smještaj/ Accommodation	59,53	55,92	56,29	42,19	43,07	74,85	80,49	65,71	69,19
Hrana u restoranima i barovima/ Food&beverages in bars and restaurants	16,44	14,11	18,55	7,35	17,01	10,16	19,59	22,05	22,04
Usluge trgovine/ Shopping	7,59	7,60	9,19	5,70	8,17	6,57	10,12	6,18	8,82
Kultura i zabava/ Culture and entertainment	2,44	1,59	2,61	2,41	2,98	2,57	1,11	2,50	5,78
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	1,87	1,21	2,12	1,14	2,23	0,98	1,76	3,00	2,31
Lokalni prijevoz/ Local transport	3,35	1,93	2,85	1,94	7,44	3,78	2,82	4,81	5,50
Izleti/ Excursions	3,11	2,17	3,33	1,25	1,97	3,57	1,47	4,23	8,49
Ostalo/ Other	0,62	0,34	0,70	0,00	0,00	0,52	0,21	1,17	1,97

Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, all-inclusive); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku iz destinacije./

Note: Accommodation service includes food within accommodation (bed&breakfast, half-board, full-board, all-inclusive); Local transport includes all transport within Croatia without travel to destination and back.

A28.

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA TURISTA U OMIŠU PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/

STRUCTURE OF AVERAGE DAILY EXPENDITURE OF TOURISTS IN THE CITY OF OMIŠ BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

Prosječni dnevni izdaci/ Average daily expenditures	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Prosječni dnevni izdaci ukupno / Total average daily expenditure	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Smještaj/ Accommodation	62,7	65,9	62,7	65,9	52,0	72,7	59,9	59,9	55,7
Hrana u restoranima i barovima/ Food&beverages in bars and restaurants	17,3	16,6	17,3	16,6	20,5	9,9	20,1	20,1	17,8
Usluge trgovine/ Shopping	8,0	9,0	8,0	9,0	9,9	6,4	5,6	5,6	7,1
Kultura i zabava/ Culture and entertainment	2,6	1,9	2,6	1,9	3,6	2,5	2,3	2,3	4,7
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	2,0	1,4	2,0	1,4	2,7	1,0	2,7	2,7	1,9
Lokalni prijevoz/ Local transport	3,5	2,3	3,5	2,3	9,0	3,7	4,4	4,4	4,4
Izleti/ Excursions	3,3	2,6	3,3	2,6	2,4	3,5	3,9	3,9	6,8
Ostalo/ Other	0,6	0,4	0,6	0,4	0,0	0,5	1,1	1,1	1,6

Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, all-inclusive); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku iz destinacije./

Note: Accommodation service includes food within accommodation (bed&breakfast, half-board, full-board, all-inclusive); Local transport includes all transport within Croatia without travel to destination and back.

A29.

VJEROJATNOST PREPORUKE OMIŠA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
LIKELIHOOD OF RECOMMENDING OMIŠ TO FRIENDS, FAMILY AND COLLEGUES BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

Vjerojatnost preporuke/ Likelihood to recommend	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
Nije vjerojatno da ću preporučiti*/ Not likely to recommend*	0,9	0,0	3,2	0,6	0,0	5,2	0,0	0,0	0,0
Vjerojatno ću preporučiti**/ Likely to recommend**	31,2	37,2	35,5	17,6	45,4	22,1	49,2	24,6	22,5
Jako je vjerojatno da ću preporučiti***/ Very likely to recommend***	67,1	62,8	60,9	77,8	54,6	72,7	50,8	74,8	77,5
UKUPNO/ TOTAL	99,3	100,0	99,6	95,9	100,0	100,0	100,0	99,4	100,0

*/Zbroj postotaka za ocjene od 0 do 5 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno)./

*/The proportion of marks 0 to 5 on the scale from 0 (not likely) to 10 (very likely).

**Zbroj postotaka za ocjene od 6 do 8 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno)./

**The proportion of marks 6 to 8 on the scale from 0 (not likely) to 10 (very likely).

***Zbroj postotaka za ocjene 9 i 10 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno)./

***The proportion of marks 9 and 10 on the scale from 0 (not likely) to 10 (very likely).

A30.

NAJČEŠĆI NAČIN PLAĆANJA U HRVATSKOJ PREMA ZEMLJI PORIJEKLA/
USUAL MODE OF PAYMENT IN CROATIA BY THE COUNTRY OF ORIGIN

(%)

	Ukupno/ Total	Poljska/ Poland	Njemačka/ Germany	Češka/ Czech Republic	Mađarska/ Hungary	Slovačka/ Slovakia	Ujedinjeno Kraljevstvo/ United Kingdom	EU ostalo/ EU other	Ostalo/ Other
U gotovini/ In cash	53,5	55,1	46,0	63,4	63,9	53,0	32,9	56,5	60,5
Debitnom/kreditnom karticom/ By debit/credit cards	46,5	44,9	54,0	36,6	36,1	47,0	67,1	43,5	39,5
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

PRILOG B/ APPENDIX B: OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE I POTROŠNJE U GRADU OMIŠU PREMA SEZONI/ CHARACTERISTICS OF TOURISM DEMAND AND EXPENDITURES IN THE CITY OF OMIŠ BY SEASON

B1.

**DOB TURISTA (1) PREMA SEZONI/
AGE OF TOURISTS (1) BY SEASON**

			(%)
Dob turista (godine)/ Age of tourists (years)	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Do 29/ Up to 29	29,6	31,9	23,6
30 do 49/ 30 to 49	49,2	50,2	46,5
50 i više/ 50 and over	21,2	17,9	29,8
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

B2.

**DOB TURISTA (2) PREMA SEZONI/
AGE OF TOURISTS (2) BY SEASON**

			(%)
Dob turista (godine)/ Age of tourists (years)	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Do 25/ Up to 25	12,5	12,8	11,5
26 do 35/ 26 to 35	27,0	28,8	22,6
36 do 45/ 36 to 45	29,2	29,7	27,8
46 do 55/ 46 to 55	18,8	18,4	19,7
56 i više/ 56 and over	12,6	10,2	18,5
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0
	(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)		
Prosječna starost/ Average age	40,1	39,3	42,2

B3.

**GENERACIJSKE SKUPINE* TURISTA PREMA SEZONI/
GENERATION GROUPS* OF TOURISTS BY SEASON**

(%)

Generacijska skupina (prema godini rođenja)/ Generation group (according to year of birth)	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Generacija Z (1996. i kasnije)/ Generation Z (1996 and later)	18,1	19,6	14,4
Generacija Y (1981. - 1995.)/ Generation Y (1981 - 1995)	43,7	45,4	39,3
Generacija X (1961. - 1980.)/ Generation X (1961 - 1980)	32,0	29,0	39,4
Baby boomers (1943. - 1960.)/ Baby boomers (1943 - 1960)	6,2	6,0	6,9
'Golden age' (prije 1943.)/ 'Golden age' (Prior to 1943)	0,0	0,0	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

* Prema Nordin S. (2005) Tourism of Tomorrow - Travel Trends and Forces of Change. ETOUR - European Tourism Research Institute. Ostersund/
According to Nordin S. (2005) Tourism of Tomorrow - Travel Trends and Forces of Change. ETOUR - European Tourism Research Institute. Ostersund.

B4.

**STUPANJ OBRAZOVANJA PREMA SEZONI/
LEVEL OF EDUCATION BY SEASON**

(%)

Završena škola/ Level of education	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Srednja škola ili niže/ Secondary school or less	16,7	17,7	14,4
Viša škola/ Two-year college	26,8	26,1	28,4
Fakultet i više/ University or higher	56,5	56,2	57,2
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

B5.

**MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA PREMA SEZONI/
HOUSEHOLD MONTHLY INCOME BY SEASON**

(%)

Mjesečna primanja kućanstva/ Household monthly income	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Do 500 eura/ Up to 500 €	4,1	5,2	1,1
501 do 1.000 eura/ 501 to 1,000 €	8,4	8,9	7,2
1.001 do 1.500 eura/ 1,001 to 1,500 €	12,2	11,9	12,9
1.501 do 2.000 eura/ 1,501 to 2,000 €	12,1	9,8	18,9
2.001 do 2.500 eura/ 2,001 to 2,500 €	13,9	15,4	9,3
2.501 do 3.000 eura/ 2,501 to 3,000 €	16,1	18,6	8,6
3.001 do 3.500 eura/ 3,001 to 3,500 €	10,8	10,1	12,8
3.501 do 4.000 eura/ 3,501 to 4,000 €	5,6	3,9	10,7
4.001 do 5.000 eura/ 4,001 to 5,000 €	8,8	8,3	10,0
5.001 euro i više/ 5,001 € and more	8,0	7,9	8,5
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

B6.

**PRATNJA NA PUTOVANJU PREMA SEZONI/
TRAVEL PARTY BY SEASON**

			(%)
Pratnja na putovanju/ Travel party	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Sam(a)/ Alone	4,6	5,4	2,7
Samo s partnerom/ With a partner only	28,4	27,5	30,9
S članovima obitelji/ With family members	46,5	47,5	44,1
S prijateljima (poznanicima)/ With friends or acquaintances	19,3	19,0	20,2
S organiziranom grupom/ With organized group	1,1	0,7	2,1
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

B7.

**BROJ ČLANOVA U PRATNJI NA PUTOVANJU PREMA SEZONI/
NUMBER OF PERSONS IN TRAVEL**
PARTY BY SEASON (aritmetička sredina broja osoba)/ (arithmetic mean of the number of persons)

Pratnja na putovanju/ Travel party	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Broj članova u pratnji na putovanju/ Number of persons in travel party	4,0	3,8	4,4
Od toga djece do 15 godina/ Of these children under age of 15	0,6	0,5	0,7

B8.

GLAVNI MOTIV DOLASKA PREMA SEZONI/
THE MAIN MOTIVE FOR VISITING DESTINATION BY SEASON

(%)

Motivi/ Motives	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
More/ The sea	72,9	74,2	69,3
Priroda/ Nature	11,9	11,7	12,2
Touring/sightseeing/ Touring/sightseeing	6,1	5,8	7,1
Zabava i festivali/ Entertainment and festivals	1,9	2,3	0,7
Posjet rodbini i prijateljima/ Visit to family and friends	1,6	1,6	1,6
Sela/ruralno područje/ Villages/rural areas	1,4	0,9	2,8
Kultura i umjetnost/ Culture and art	1,3	1,2	1,4
Posao/ Business	1,0	1,2	0,3
Gastronomija (uživanje u jelu i piću)/ Gastronomy (food and drink)	0,5	0,2	1,2
Manifestacije i događanja/ Events	0,2	0,1	0,4
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	0,1	0,0	0,4
Zdravstveni razlozi/ Health reasons	0,0	0,0	0,0
Nešto drugo / Other	1,3	0,8	2,6
UKUPNO / TOTAL	100,0	100,0	100,0

B9.

MOTIVI DOLASKA* PREMA SEZONI/
MOTIVES FOR VISITING DESTINATION* BY SEASON

(%)

Motivi/ Motives	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
More/ The sea	88,0	86,1	92,9
Priroda/ Nature	56,0	52,6	64,8
Touring/sightseeing/ Touring/sightseeing	30,4	31,4	27,9
Kultura i umjetnost/ Culture and art	14,0	16,3	8,1
Gastronomija (uživanje u jelu i piću)/ Gastronomy (food and drink)	13,9	13,9	13,9
Sela/ruralno područje/ Villages/rural areas	12,9	11,8	15,8
Zabava i festivali/ Entertainment and festivals	11,8	12,1	11,0
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	7,0	7,7	5,1
Posjet rodbini i prijateljima/ Visit to family and friends	5,7	5,9	5,3
Manifestacije i događanja/ Events	3,2	4,3	0,4
Posao/ Business	1,5	2,0	0,3
Zdravstveni razlozi/ Health reasons	1,0	0,4	2,7
Nešto drugo / Other	3,4	3,1	4,4

* Mogućnost više odgovora/ Multiple response.

B10.

**UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU* PREMA SEZONI/
FREQUENCY OF VISITING CROATIA* BY SEASON**

(%)

Broj posjeta Hrvatskoj/ Number of visits to Croatia	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Prvi posjet/ First visit	33,4	37,1	23,9
Drugi posjet/ Second visit	20,2	17,7	26,7
3 do 6 posjeta/ 3 to 6 visits	27,4	27,3	27,7
7 i više posjeta/ 7 visits and more	18,9	17,9	21,7
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

* Odnosi se samo na inozemne turiste/ Data refer to foreign tourists only.

B11.

**UČESTALOST DOLASKA U OMIŠ PREMA SEZONI/
FREQUENCY OF VISITING OMIŠ BY SEASON**

(%)

Broj posjeta destinaciji/ Number of visits to destination	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Prvi posjet/ First visit	59,2	61,2	54,0
Drugi posjet/ Second visit	21,2	19,7	25,4
3 do 6 posjeta/ 3 to 6 visits	10,7	11,8	7,6
7 i više posjeta/ 7 visits and more	8,9	7,3	13,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

B12.

**VIŠESTRUKI POSJET OMIŠU U ZADNJIH 5 GODINA* PREMA SEZONI/
MULTIPLE VISITS TO OMIŠ OR SURROUNDINGS IN THE LAST 5 YEARS* BY SEASON**

(%)

Broj posjeta Omišu ili okolini/ Number of visits to destination	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Da/ Yes	84,0	85,5	80,9
Ne/ No	16,0	14,5	19,1
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

* Za one koji su već bili u mjestu/ For those who have already visited the destination.

B13.

**IZVORI INFORMACIJA* PREMA SEZONI/
SOURCES OF INFORMATION* BY SEASON**

(%)

Izvori informacija/ Sources of information	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Internet stranice hrvatskih turističkih zajednica ili ureda (nacionalne, lokalnih)/ <i>Croatian Tourism boards' web pages (national, local)</i>	6,7	4,9	11,5
Online turističke agencije (Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl.)/ <i>Online tourist agencies (Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de)</i>	21,9	21,0	24,3
Internet stranice i mobilne aplikacije smještajnih objekata/ <i>Accommodation facilities websites and mobile applications</i>	12,3	13,2	9,7
Internet stranice turističkih atrakcija/ <i>Tourist attractions websites</i>	9,9	9,8	10,2
Objave korisnika na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Twitter...)/ <i>Social media posts</i>	12,1	12,0	12,4
Blogovi, forumi i portali o putovanjima i slični online sadržaji/ <i>Blogs, forums and travel-oriented portals</i>	12,5	10,2	18,6
Sponzorirani oglasi na internetskim pretraživačima, društvenim mrežama i portalima/ <i>Sponsored ads on search engines, social media, and portals</i>	8,4	9,4	5,7
UKUPNO INTERNET/ INTERNET TOTAL	58,7	60,1	55,1
Promotivni oglas ili spot na radiju ili televiziji/ <i>Advertising on TV or radio</i>	4,3	5,2	1,9
Dokumentarni film ili prilog na radiju ili televiziji/ <i>Documentary movies or stories on TV or radio</i>	1,2	1,3	0,9
Članci u novinama ili časopisima/ <i>Articles in the newspapers and magazines</i>	2,1	2,2	1,9
Oglasi, plakati, katalozi, brošure i ostali tiskani promotivni materijali/ <i>Advertisements, posters, catalogues, brochures, and other printed promotional</i>	0,2	0,3	0,0
Turistički i drugi sajmovi/ <i>Tourism and other fairs and exhibitions</i>	1,2	1,6	0,2
Preporuke rodbine ili prijatelja/ <i>Recommendations from friends and relatives</i>	36,0	38,9	28,6
Preporuke putničkih ili turističkih agencija/ <i>Recommendations from travel or tourist agencies</i>	2,5	2,9	1,6
Preporuke klubova, udruženja/ <i>Recommendations from travel clubs or travel associations</i>	2,7	2,4	3,6
Prijašnji boravak/ <i>Previous visits</i>	19,9	17,2	26,8
Nisu bile potrebne nikakve informacije/ <i>No need for any information</i>	6,9	5,5	10,5

* Mogućnost više odgovora/ *Multiple response.*

B14.

**NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA PREMA SEZONI/
ACCOMMODATION BOOKING BY SEASON**

			(%)
Rezervacija smještaja/ Accommodation booking	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujna 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Posredstvom turističke/putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom/ Through travel agency or touroperator - in person, telephone/fax, e-mail	7,3	6,9	8,2
Posredstvom turističke/putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući i Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl./ Through travel agency or touroperator - online booking (not e-mail) including Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de, etc.	49,2	49,7	47,8
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom/ Directly with accommodation facility - in person, telephone/fax, e-mail	22,1	20,5	26,3
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)/ Directly with accommodation facility - online booking (not e-mail)	14,3	15,8	10,2
Na neki drugi način/ Other	0,7	0,4	1,3
Nije unaprijed rezerviran/ No prior booking	6,6	6,8	6,2
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

B15.

**HRANA U OKVIRU SMJEŠTAJA PREMA SEZONI/
MEALS INCLUDED IN ACCOMMODATION BY SEASON**

			(%)
Hrana uključena u smještaj/ Meals included in accommodation	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujna 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Samo noćenje/ Room only, no meals	85,0	86,3	81,8
Noćenje s doručkom/ Breakfast only	9,3	7,4	14,3
Polupansion/ Half board	2,1	2,3	1,5
Puni pansion/ Full board	0,8	0,6	1,2
All-inclusive/ All-inclusive	2,7	3,3	1,2
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

B16.

**KORIŠTENJE USLUGE PAKET ARANŽMANA PREMA SEZONI/
USING A SERVICE OF 'PACKAGE TOUR' BY SEASON**

			(%)
Korištenje usluge paket aranžmana/ Using a service of 'Package tour'	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujna 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Da/ Yes	13,0	12,3	14,8
Ne/ No	87,0	87,7	85,2
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

B17.

**PRIJEVOZNO SREDSTVO PREMA SEZONI/
PRINCIPAL MODE OF TRANSPORT USED BY SEASON**

(%)

Prijevozno sredstvo/ Mode of transport	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Automobil/kamper/ Car/motorhome or motorcaravan	70,7	72,5	66,1
Autobus/ Bus	7,5	6,2	11,0
Motocikl/ Motorcycle	0,8	1,0	0,4
Zrakoplov/ Airplane	20,6	20,2	21,7
Nešto drugo/ Other	0,4	0,2	0,8
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0

B18.

**DULJINA BORAVKA U HRVATSKOJ PREMA SEZONI/
LENGTH OF STAY IN CROATIA BY SEASON**

(%)

Broj noćenja u Hrvatskoj/ Number of overnights in Croatia	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
1 do 3/ 1 to 3	3,2	3,1	3,3
4 do 7/ 4 to 7	51,6	55,4	41,5
8 do 10/ 8 to 10	19,8	20,6	17,7
11 do 14/ 11 to 14	18,8	15,3	28,0
15 do 21/ 15 to 21	5,2	4,5	7,0
22 do 28/ 22 to 28	0,3	0,0	1,0
29 i više/ 29 and more	1,2	1,1	1,5
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0
(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)			
Prosječan broj noćenja u Hrvatskoj/ Average number of overnights in Croatia	9,0	8,7	9,7

B19.

**DULJINA BORAVKA U OMIŠU PREMA SEZONI/
LENGTH OF STAY IN OMIŠ BY SEASON**

(%)

Broj noćenja u mjestu/ Number of overnights in destination	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
1 do 3/ 1 to 3	7,5	8,1	6,0
4 do 7/ 4 to 7	57,9	58,8	55,6
8 do 10/ 8 to 10	17,4	18,9	13,4
11 do 14/ 11 to 14	13,7	10,4	22,4
15 do 21/ 15 to 21	3,1	3,5	2,2
22 do 28/ 22 to 28	0,1	0,0	0,5
29 i više/ 29 and more	0,3	0,3	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0
(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)			
Prosječan broj noćenja u mjestu/ Average number of overnights in destination	7,7	7,6	8,1

B20.

**AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA U OMIŠU PREMA SEZONI/
ACTIVITIES* WHILE STAYING IN OMIŠ BY SEASON**

(%)

Rang/ Rank	Aktivnosti/ Activities	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
1.	Plivanje/kupanje/ <i>Swimming/bathing</i>	95,0	94,7	95,8
2.	Odlazak u restorane/ <i>Going to restaurants</i>	67,9	66,5	71,4
3.	Razgledavanje ('sightseeing')/ <i>Sightseeing</i>	57,9	56,6	61,4
4.	Posjet povijesnim građevinama/ <i>Visits to historical buildings</i>	38,8	37,7	41,6
5.	Odlazak na organizirane izlete brodom/ <i>Going on organised boat trips</i>	30,7	31,2	29,5
6.	Rafting/ <i>Rafting</i>	30,1	34,0	20,1
7.	Pješačenje/ <i>Walking</i>	27,1	24,4	34,3
8.	Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)/ <i>Shopping (except everyday items)</i>	25,4	24,0	29,1
9.	Posjet muzejima, galerijama i izložbama/ <i>Visits to museums, galleries and exhibitions</i>	19,0	20,3	15,5
10.	Posjet zaštićenim prirodnim područjima/ <i>Visits to protected nature areas</i>	17,9	17,6	18,8
11.	Zipline/ <i>Zipline</i>	16,9	19,3	10,7
12.	Odlazak u klubove/ples/noćni život/ <i>Going to clubs/dancing/nightlife</i>	11,3	12,8	7,4
13.	Obilazak vinskih cesta/ vinarija/ <i>Touring wine roads /wineries</i>	9,6	10,1	8,3
14.	Odlazak na izlete unajmljenim čamcem/brodom/ <i>Going on boat trips by rented boat</i>	8,4	9,2	6,2
15.	Planinarenje/ <i>Hiking</i>	8,1	8,4	7,1
16.	Jogging/trčanje/ <i>Jogging/running</i>	7,9	7,0	10,0
17.	Kayaking/ <i>Kayaking</i>	7,1	6,2	9,5
18.	Ribolov/ <i>Fishing</i>	7,0	6,9	7,3
19.	Vožnja biciklom/ <i>Mountain biking / Cycling/ mountain biking</i>	6,6	6,6	6,6
20.	Ronjenje / <i>Diving</i>	6,4	5,7	8,1
21.	Ostali sportovi na vodi/ <i>Other water sports</i>	6,3	6,2	6,6
22.	Posjet tradicionalnim događanjima/ <i>Going to traditional events</i>	6,3	6,7	5,2
23.	Obilazak tematskih cesta/ <i>Touring thematic roads</i>	5,8	6,7	3,3
24.	Canyoning/ <i>Canyoning</i>	4,9	5,2	4,1
25.	Posjet zabavnim događanjima/ <i>Going to entertainment events</i>	4,9	6,1	1,7
26.	Jedrenje/ <i>Sailing</i>	3,8	4,9	1,0
27.	Slobodno penjanje/ <i>Free climbing</i>	3,5	2,8	5,3
28.	Quad Safari/ <i>Quad Safari</i>	2,9	4,1	0,0
29.	Posjet seoskim domaćinstvima/ <i>Visits to family farms</i>	2,9	2,6	3,6
30.	Posjet kulturnim događanjima/ <i>Going to cultural events</i>	2,8	2,2	4,2
31.	Tenis / <i>Tennis</i>	1,7	1,2	3,0
32.	Sudjelovanje na radionicama/ <i>Participating in workshops</i>	1,6	1,4	2,1
33.	Korištenje wellness/spa/zdravstvenih usluga/ <i>Using wellness/spa/healthcare services</i>	1,1	1,2	1,0
34.	Posjet sportskim događanjima/ <i>Going to sports events</i>	0,9	0,7	1,4
35.	Paragliding/ <i>Paragliding</i>	0,9	1,2	0,0

* Mogućnost više odgovora/ *Multiple response.*

B21.

**POZNAVANJE* TURISTIČKIH ATRAKCIJA U OMIŠU PREMA SEZONI/
KNOWN ATRACTIONS* IN OMIŠ BY SEASON**

(%)

Rang/ Rank	Atrakcija/ Attraction	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
1.	Kanjon Cetine/Radmanove Mlinice/ <i>Cetina River canyon /Radmanove Mlinice excursion site</i>	66,5	64,2	72,5
2.	Mirabela/ <i>Mirabela fort</i>	58,8	57,1	63,3
3.	Fortica/ <i>Fortica fortress</i>	51,8	47,9	62,2
4.	Crkva sv. Mihovila/ <i>St. Michael's Church</i>	34,1	33,6	35,4
5.	Gusarska bitka/ <i>Pirates' battle</i>	31,3	32,0	29,5
6.	Crkva sv. Petra/ <i>St. Peter's Church</i>	26,0	25,7	26,8
7.	Spomenik/vidikovac Mile Gojsalić/ <i>Mila Gojsalić monument / vantage point</i>	24,6	21,9	31,5
8.	Poljički soparnik/ <i>Traditional Poljica soparnik dish</i>	23,4	23,2	23,8
9.	Festival dalmatinskih klapa/ <i>Festival of Dalmatian Klapa Groups</i>	21,9	20,1	26,5
10.	Kuća sretnog čovjeka/ <i>House of a Happy Man</i>	19,5	19,8	18,9
11.	Imber, vrh Omiške Dinare/ <i>Imber, Omiška Dinara peak</i>	16,9	16,4	18,3
12.	Slapovi Velika i Mala Gubavica/ <i>Velika and Mala Gubavica Waterfalls</i>	14,8	13,2	19,0
13.	Svetište Leopolda Mandića/ <i>Shrine of St. Leopold Mandić</i>	14,4	14,3	14,6
14.	Stup srama/ <i>Pillar of shame</i>	13,8	13,7	14,1
15.	Crkva sv. Jure u Gatima/ <i>St. George's Church in Gata</i>	8,1	6,9	11,3
16.	Nešto drugo/ <i>Other attractions</i>	1,3	1,3	1,1

* Mogućnost više odgovora/ *Multiple response.*

B22.

**POSJEĆENE/KUŠANE* TURISTIČKE ATRAKCIJE U OMIŠU PREMA SEZONI/
VISITED/TASTED ATRACTIONS* IN OMIŠ BY SEASON**

(%)

Rang/ Rank	Atrakcija/ Attraction	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
1.	Kanjon Cetine/Radmanove Mlinice/ <i>Cetina River canyon /Radmanove Mlinice excursion site</i>	53,6	53,3	54,3
2.	Mirabela/ <i>Mirabela fort</i>	38,7	37,5	41,7
3.	Fortica/ <i>Fortica fortress</i>	32,4	29,5	40,1
4.	Crkva sv. Mihovila/ <i>St. Michael's Church</i>	27,1	26,9	27,8
5.	Crkva sv. Petra/ <i>St. Peter's Church</i>	17,6	16,7	19,7
6.	Spomenik/vidikovac Mile Gojsalić/ <i>Mila Gojsalić monument / vantage point</i>	16,0	15,1	18,3
7.	Poljički soparnik/ <i>Traditional Poljica soparnik dish</i>	15,3	16,2	12,8
8.	Kuća sretnog čovjeka/ <i>House of a Happy Man</i>	13,7	14,2	12,2
9.	Gusarska bitka/ <i>Pirates' battle</i>	13,4	13,4	13,4
10.	Stup srama/ <i>Pillar of shame</i>	10,2	10,2	10,4
11.	Svetište Leopolda Mandića/ <i>Shrine of St. Leopold Mandić</i>	8,2	8,2	8,1
12.	Festival dalmatinskih klapa/ <i>Festival of Dalmatian Klapa Groups</i>	7,1	7,1	7,2
13.	Slapovi Velika i Mala Gubavica/ <i>Velika and Mala Gubavica Waterfalls</i>	6,4	6,0	7,3
14.	Imber, vrh Omiške Dinare/ <i>Imber, Omiška Dinara peak</i>	5,9	4,4	9,7
15.	Crkva sv. Jure u Gatima/ <i>St. George's Church in Gata</i>	3,2	2,7	4,5
16.	Nešto drugo/ <i>Other attractions</i>	0,2	0,1	0,5

* Mogućnost više odgovora/ *Multiple response.*

B23.

**STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE OMIŠA PREMA SEZONI/
LEVEL OF SATISFACTION WITH ELEMENTS OF OMIŠ TOURISM SUPPLY BY SEASON**

Rang* / Rank*	Atrakcija/ Attraction	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)		Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)	
1.	Ljepota prirode i krajolika/ <i>Beauty of nature and landscape</i>	96,2	96,2	96,2	96,2	96,2
2.	Osobna sigurnost/ <i>Personal safety</i>	91,0	90,3	93,0	93,0	93,0
3.	Smještajni objekt/ <i>Accommodation facility</i>	90,2	88,5	94,6	94,6	94,6
4.	Ljepota mjesta/ <i>Beauty of the destination</i>	90,2	92,5	84,2	84,2	84,2
5.	Gostoljubivost lokalnog stanovništva/ <i>Hospitality of the local population</i>	88,5	91,3	81,3	81,3	81,3
6.	Atmosfera, ugođaj/ <i>Atmosphere, mood</i>	87,4	88,6	84,3	84,3	84,3
7.	Ponuda organiziranih izleta u okolicu/ <i>Offer of organised trips/excursions to surrounding area</i>	86,8	87,5	84,9	84,9	84,9
8.	Gastronomska ponuda u mjestu/ <i>Gastronomic offer in destination</i>	84,3	84,7	83,3	83,3	83,3
9.	Čistoća plaža/ <i>Beach cleanliness</i>	83,8	83,9	83,3	83,3	83,3
10.	Kultura i umjetnost/ <i>Culture and art</i>	82,5	82,2	83,3	83,3	83,3
11.	Sportski sadržaji/ <i>Sports facilities</i>	81,2	80,9	81,8	81,8	81,8
12.	Prilagođenost destinacije djeci/ <i>Destination suitable for children</i>	80,9	82,9	74,9	74,9	74,9
13.	Označavanje znamenitosti/ <i>Marked heritage sites</i>	79,5	79,2	80,5	80,5	80,5
14.	Biciklističke rute i staze/ <i>Cycling routes and paths</i>	79,1	79,9	77,0	77,0	77,0
15.	Pješačke/tematske staze/ <i>Walking/thematic paths</i>	78,6	77,1	82,7	82,7	82,7
16.	Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima/ <i>Information/education in protected nature areas</i>	74,8	72,9	79,8	79,8	79,8
17.	Opremljenost/uređenost plaža/ <i>Beach equipment/how fixed up</i>	74,4	75,1	72,7	72,7	72,7
18.	Uređenost mjesta/ <i>Extent to which destination is cared for and maintained</i>	73,8	74,9	70,7	70,7	70,7
19.	Informacije u destinaciji/ <i>Information available in the destination</i>	73,3	71,5	78,0	78,0	78,0
20.	Besplatni internet u destinaciji/ <i>Free Internet in destination</i>	71,9	72,6	70,0	70,0	70,0
21.	Ekološka očuvanost prostora/ <i>Ecological preservation of the place</i>	71,0	71,6	69,4	69,4	69,4
22.	Događanja i manifestacije/ <i>Events</i>	70,5	68,9	75,2	75,2	75,2
23.	Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji / <i>Destination is pedestrian friendly</i>	69,3	67,0	75,0	75,0	75,0
24.	Mogućnost za kupnju/ <i>Shopping options</i>	66,2	66,9	64,3	64,3	64,3
25.	Prometna dostupnost destinacije/ <i>Traffic accessibility of the destination</i>	60,3	61,3	57,5	57,5	57,5
26.	Zabava/noćni život/ <i>Entertainment/nightlife</i>	59,6	59,4	60,2	60,2	60,2
27.	Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama / <i>Destination adapted to people with special needs</i>	53,7	52,9	55,8	55,8	55,8
28.	Lokalni javni prijevoz/ <i>Local public transport</i>	49,9	50,0	49,8	49,8	49,8
29.	Promet u mjestu/ <i>Traffic in destination</i>	37,0	37,2	36,6	36,6	36,6
30.	UKUPNI BORAČAK/ <i>OVERALL STAY</i>	90,3	90,7	89,4	89,4	89,4

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično)./

Rank according to proportion of marks 6 and 7 on the scale from 1 (very bad) to 7 (excellent).

Stupanj zadovoljstva: Iznad 80% (vrlo visok); 70% do 80% (visok); 60% do 70% (srednji); 50% do 60% (nizak); ispod 50% (vrlo nizak)/
Satisfaction level: Above 80% (very high); 70% to 80% (high); 60% to 70% (average); 50% to 60% (low); under 50% (very low).

Stupanj zadovoljstva/ Level of satisfaction : Vrlo visok/ Very high  Visok/ High  Srednji/ Middle  Nizak/ Low  Vrlo nizak/ Very low 

B24.

**ARITMETIČKA SREDINA OCJENA ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE OMIŠA PREMA SEZONI/
ARITHMETIC MEAN OF SATISFACTION WITH ELEMENTS OF OMIŠ**
TOURISM SUPPLY BY SEASON

(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)

Rang* / Rank*	Atrakcija/ Attraction	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
1.	Ljepota prirode i krajolika/ <i>Beauty of nature and landscape</i>	6,8	6,8	6,8
2.	Ljepota mjesta/ <i>Beauty of the destination</i>	6,6	6,7	6,5
3.	Osobna sigurnost/ <i>Personal safety</i>	6,6	6,6	6,6
4.	Smještajni objekt/ <i>Accommodation facility</i>	6,6	6,6	6,6
5.	Gostoljubivost lokalnog stanovništva/ <i>Hospitality of the local population</i>	6,5	6,6	6,4
6.	Ponuda organiziranih izleta u okolicu/ <i>Offer of organised trips/excursions to surrounding area</i>	6,5	6,5	6,5
7.	Atmosfera, ugođaj/ <i>Atmosphere, mood</i>	6,5	6,5	6,4
8.	Kultura i umjetnost/ <i>Culture and art</i>	6,4	6,4	6,4
9.	Gastronomska ponuda u mjestu/ <i>Gastronomic offer in destination</i>	6,3	6,3	6,3
10.	Čistoća plaža/ <i>Beach cleanliness</i>	6,3	6,3	6,3
11.	Prilagođenost destinacije djeci/ <i>Destination suitable for children</i>	6,3	6,3	6,2
12.	Pješačke/tematske staze/ <i>Walking/thematic paths</i>	6,3	6,2	6,5
13.	Sportski sadržaji/ <i>Sports facilities</i>	6,3	6,3	6,2
14.	Označavanje znamenitosti/ <i>Marked heritage sites</i>	6,3	6,2	6,3
15.	Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima/ <i>Information/education in protected nature areas</i>	6,2	6,1	6,2
16.	Biciklističke rute i staze/ <i>Cycling routes and paths</i>	6,2	6,2	6,1
17.	Uređenost mjesta/ <i>Extent to which destination is cared for and maintained</i>	6,1	6,2	6,0
18.	Informacije u destinaciji/ <i>Information available in the destination</i>	6,1	6,1	6,2
19.	Opremljenost/uređenost plaža/ <i>Beach equipment/how fixed up</i>	6,1	6,1	6,0
20.	Događanja i manifestacije/ <i>Events</i>	6,0	6,0	6,2
21.	Ekološka očuvanost prostora/ <i>Ecological preservation of the place</i>	6,0	6,0	6,1
22.	Besplatni internet u destinaciji/ <i>Free Internet in destination</i>	6,0	6,0	6,0
23.	Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji / <i>Destination is pedestrian friendly</i>	6,0	5,9	6,1
24.	Mogućnost za kupnju/ <i>Shopping options</i>	5,9	5,9	5,8
25.	Zabava/noćni život/ <i>Entertainment/nightlife</i>	5,7	5,7	5,7
26.	Prometna dostupnost destinacije/ <i>Traffic accessibility of the destination</i>	5,6	5,5	5,6
27.	Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama / <i>Destination adapted to people with special needs</i>	5,4	5,3	5,6
28.	Lokalni javni prijevoz/ <i>Local public transport</i>	5,0	5,0	5,0
29.	Promet u mjestu/ <i>Traffic in destination</i>	4,4	4,3	4,5
30.	UKUPNI BORAVAK/ <i>OVERALL STAY</i>	6,5	6,5	6,6

* Rang prema aritmetičkoj sredini ocjena na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično)./

Rank according to arithmetic mean of marks on the scale from 1 (very bad) to 7 (excellent).

B25.

OČJENA UKUPNOG BORAVKA U OMIŠU U ODNOSU NA OČEKIVANJA PREMA SEZONI/
USER RATING OF THE OVERALL STAY IN OMIŠ IN RELATION TO EXPECTATIONS BY SEASON

(%)

Boravak u Omišu je/ <i>Stay in Omiš is</i>	Ukupno/ <i>Total</i>	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ <i>Season (July and August 2023)</i>	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ <i>Out of season (June and September 2023)</i>
U skladu s očekivanjima/ <i>In line with your expectations</i>	63,7	67,4	54,8
Iznad očekivanja/ <i>Above your expectations</i>	34,9	30,6	45,2
Ispod očekivanja/ <i>Below your expectations</i>	1,4	2,0	0,0
UKUPNO/ <i>TOTAL</i>	100,0	100,0	100,0

B26.

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA* U OMIŠU PREMA SEZONI/
DISTURBANCES DURING STAY IN OMIŠ* BY SEASON

(%)

Smetnje/ <i>Disturbances</i>	Ukupno/ <i>Total</i>	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ <i>Season (July and August 2023)</i>	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ <i>Out of season (June and September 2023)</i>
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl./ <i>Crowded streets, squares, promenades, attractions, etc.</i>	37,3	38,8	33,6
Gužva na kupališnom prostoru (preveliki broj kupaca)/ <i>Crowd at beach area (too many people)</i>	24,1	27,4	16,4
Gužva u prometu u destinaciji/ <i>Crowd in traffic in destination</i>	55,7	58,7	48,4
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)/ <i>Noise and disturbance at your accommodation</i>	12,2	13,1	10,0
Neprimjereno odloženo smeće/ <i>Improperly disposed garbage</i>	21,2	21,2	21,2
Nemogućnost razdvajanja otpada/ <i>The impossibility of separating waste</i>	15,6	14,6	17,9
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)/ <i>Uncomfortable odors (from containers and garbage cans)</i>	9,8	10,7	7,5
Zagađenje mora/rijeka/ <i>Sea/river pollution</i>	7,6	8,8	4,8

* Prikazan je postotak ispitanika koji su zasmetani (donekle ili jako) pojedinim elementom/
Proportion of respondents who felt disturbed (somewhat or a lot).

B27.

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI TURISTA U OMIŠU U EURIMA PREMA SEZONI/
AVERAGE DAILY EXPENDITURE OF TOURISTS IN THE CITY OF OMIŠ IN EUROS BY SEASON

(€)

Prosječni dnevni izdaci/ Average daily expenditures	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Prosječni dnevni izdaci ukupno / Total average daily expenditure	94,94	101,79	77,29
Smještaj/ Accommodation	59,53	64,25	47,42
Hrana u restoranima i barovima/ Food&beverages in bars and restaurants	16,44	18,06	12,22
Usluge trgovine/ Shopping	7,59	7,81	7,03
Kultura i zabava/ Culture and entertainment	2,44	2,59	2,03
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	1,87	2,04	1,40
Lokalni prijevoz/ Local transport	3,35	3,32	3,42
Izleti/ Excursions	3,11	3,12	3,09
Ostalo/ Other	0,62	0,59	0,68

Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, all-inclusive); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku iz destinacije./

Note: Accommodation service includes food within accommodation (bed&breakfast, half-board, full-board, all-inclusive); Local transport includes all transport within Croatia without travel to destination and back.

B28.

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA TURISTA U OMIŠU PREMA SEZONI/
STRUCTURE OF AVERAGE DAILY EXPENDITURE OF TOURISTS IN THE CITY OF OMIŠ BY SEASON

(%)

Prosječni dnevni izdaci/ Average daily expenditures	Ukupno/ Total	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ Season (July and August 2023)	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ Out of season (June and September 2023)
Prosječni dnevni izdaci ukupno / Total average daily expenditure	100,0	100,0	100,0
Smještaj/ Accommodation	62,7	63,1	61,4
Hrana u restoranima i barovima/ Food&beverages in bars and restaurants	17,3	17,7	15,8
Usluge trgovine/ Shopping	8,0	7,7	9,1
Kultura i zabava/ Culture and entertainment	2,6	2,5	2,6
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	2,0	2,0	1,8
Lokalni prijevoz/ Local transport	3,5	3,3	4,4
Izleti/ Excursions	3,3	3,1	4,0
Ostalo/ Other	0,6	0,6	0,9

Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, all-inclusive); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku iz destinacije./

Note: Accommodation service includes food within accommodation (bed&breakfast, half-board, full-board, all-inclusive); Local transport includes all transport within Croatia without travel to destination and back.

B29.

**VJEROJATNOST PREPORUKE OMIŠA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA PREMA SEZONI/
LIKELIHOOD OF RECOMMENDING OMIŠ TO FRIENDS, FAMILY AND COLLEGUES BY SEASON**

(%)

Vjerojatnost preporuke/ <i>Likelihood to recommend</i>	Ukupno/ <i>Total</i>	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ <i>Season (July and August 2023)</i>	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ <i>Out of season (June and September 2023)</i>
Nije vjerojatno da ću preporučiti*/ <i>Not likely to recommend*</i>	0,9	1,1	0,6
Vjerojatno ću preporučiti**/ <i>Likely to recommend**</i>	31,2	31,8	29,6
Jako je vjerojatno da ću preporučiti***/ <i>Very likely to recommend***</i>	67,1	66,2	69,4
UKUPNO/ <i>TOTAL</i>	99,3	99,1	99,6

*Zbroj postotaka za ocjene od 0 do 5 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno)./

*The proportion of marks 0 to 5 on the scale from 0 (not likely) to 10 (very likely).

**Zbroj postotaka za ocjene od 6 do 8 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno)./

**The proportion of marks 6 to 8 on the scale from 0 (not likely) to 10 (very likely).

***Zbroj postotaka za ocjene 9 i 10 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno)./

***The proportion of marks 9 and 10 on the scale from 0 (not likely) to 10 (very likely).

B30.

**NAJČEŠĆI NAČIN PLAĆANJA U HRVATSKOJ PREMA SEZONI/
USUAL MODE OF PAYMENT IN CROATIA BY SEASON**

(%)

	Ukupno/ <i>Total</i>	Sezona (srpanj i kolovoz 2023.)/ <i>Season (July and August 2023)</i>	Izvan sezone (lipanj i rujan 2023.)/ <i>Out of season (June and September 2023)</i>
U gotovini/ <i>In cash</i>	53,5	52,9	55,0
Debitnom/kreditnom karticom/ <i>By debit/credit cards</i>	46,5	47,1	45,0
UKUPNO/ <i>TOTAL</i>	100,0	100,0	100,0

PRILOG C/ APPENDIX C: OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE I POTROŠNJE U GRADU OMIŠU PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/ CHARACTERISTICS OF TOURISM DEMAND AND EXPENDITURES IN THE CITY OF OMIŠ BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

C1.

**DOB TURISTA (1) PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
AGE OF TOURISTS (1) BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Dob turista (godine)/ Age of tourists (years)	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Do 29/ Up to 29	29,6	24,3	19,8	20,1	18,0	32,0	32,0	32,0
30 do 49/ 30 to 49	49,2	44,5	37,6	51,0	48,0	50,0	50,0	49,9
50 i više/ 50 and over	21,2	31,3	42,6	28,9	34,0	18,0	18,0	18,1
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C2.

**DOB TURISTA (2) PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
AGE OF TOURISTS (2) BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Dob turista (godine)/ Age of tourists (years)	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Do 25/ Up to 25	12,5	4,9	2,8	6,2	7,9	14,3	12,9	23,7
26 do 35/ 26 to 35	27,0	31,2	30,0	26,2	26,3	26,4	27,2	21,4
36 do 45/ 36 to 45	29,2	24,4	17,5	29,4	20,5	31,2	30,9	33,3
46 do 55/ 46 to 55	18,8	21,6	25,3	21,7	24,9	17,4	18,6	9,7
56 i više/ 56 and over	12,6	17,9	24,4	16,5	20,5	10,6	10,4	11,9
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)								
Prosječna starost/ Average age	40,1	42,0	45,5	41,7	43,4	39,3	39,5	38,5

C3.

**GENERACIJSKE SKUPINE* TURISTA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
GENERATION GROUPS* OF TOURISTS BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Generacijska skupina (prema godini rođenja)/ Generation group (according to year of birth)	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Generacija Z (1996. i kasnije)/ Generation Z (1996 and later)	18,1	13,5	5,5	9,9	12,3	19,7	19,1	23,7
Generacija Y (1981. - 1995.)/ Generation Y (1981 - 1995)	43,7	37,9	35,6	41,9	39,5	45,2	44,5	50,4
Generacija X (1961. - 1980.)/ Generation X (1961 - 1980)	32,0	41,2	36,6	46,5	42,2	29,0	31,2	14,0
Baby boomers (1943. - 1960.)/ Baby boomers (1943 - 1960)	6,2	7,5	22,2	1,7	6,0	6,1	5,2	11,9
'Golden age' (prije 1943.)/ 'Golden age' (Prior to 1943)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Prema Nordin S. (2005) Tourism of Tomorrow - Travel Trends and Forces of Change. ETOUR - European Tourism Research Institute. Ostersund/ According to Nordin S. (2005) Tourism of Tomorrow - Travel Trends and Forces of Change. ETOUR - European Tourism Research Institute. Ostersund.

C4.

**STUPANJ OBRAZOVANJA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
LEVEL OF EDUCATION BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Završena škola/ Level of education	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Srednja škola ili niže/ Secondary school or less	16,7	7,9	9,5	8,1	14,2	18,5	19,2	13,1
Viša škola/ Two-year college	26,8	29,3	13,1	38,5	26,6	26,4	25,9	30,0
Fakultet i više/ University or higher	56,5	62,8	77,4	53,5	59,2	55,1	54,8	56,9
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C5.

**MJESEČNA PRIMANJA KUĆANSTVA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
HOUSEHOLD MONTHLY INCOME BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Mjesečna primanja kućanstva/ Household monthly income	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Do 500 eura/ Up to 500 €	4,1	0,0	0,0	0,0	3,4	4,9	4,7	6,5
501 do 1.000 eura/ 501 to 1,000 €	8,4	4,9	14,1	3,5	7,7	9,1	8,4	15,5
1.001 do 1.500 eura/ 1,001 to 1,500 €	12,2	5,4	0,0	7,4	3,3	14,5	14,6	13,4
1.501 do 2.000 eura/ 1,501 to 2,000 €	12,1	38,2	51,8	40,6	0,0	9,7	9,5	11,8
2.001 do 2.500 eura/ 2,001 to 2,500 €	13,9	13,8	9,2	16,9	16,7	13,5	14,0	9,1
2.501 do 3.000 eura/ 2,501 to 3,000 €	16,1	9,1	7,5	10,8	30,9	15,1	13,8	26,2
3.001 do 3.500 eura/ 3,001 to 3,500 €	10,8	3,6	4,9	3,8	8,2	12,3	12,7	8,8
3.501 do 4.000 eura/ 3,501 to 4,000 €	5,6	14,3	8,8	2,8	7,2	4,0	3,5	8,8
4.001 do 5.000 eura/ 4,001 to 5,000 €	8,8	6,6	0,0	9,2	9,3	9,0	10,0	0,0
5.001 euro i više/ 5,001 € and more	8,0	4,2	3,6	5,0	13,3	7,9	8,8	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C6.

**PRATNJA NA PUTOVANJU PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
TRAVEL PARTY BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Pratnja na putovanju/ Travel party	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Sam(a)/ Alone	4,6	6,5	12,2	4,6	5,8	4,2	4,7	0,0
Samo s partnerom/ With a partner only	28,4	43,3	41,9	47,4	45,0	24,0	25,4	13,4
S članovima obitelji/ With family members	46,5	29,6	19,0	36,5	40,3	50,0	49,3	55,0
S prijateljima (poznanicima)/ With friends or acquaintances	19,3	19,3	24,1	10,8	6,4	21,0	19,6	31,6
S organiziranom grupom/ With organized group	1,1	1,3	2,8	0,8	2,5	0,9	1,0	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C7.

**BROJ ČLANOVA U PRATNJI NA PUTOVANJU PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
NUMBER OF PERSONS IN TRAVEL PARTY BY THE TYPE
OF ACCOMMODATION FACILITY**

(aritmetička sredina broja osoba)/ (arithmetic mean of the number of persons)

Pratnja na putovanju/ Travel party	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Broj članova u pratnji na putovanju/ Number of persons in travel party	4,0	3,7	3,7	3,7	3,1	4,1	4,0	5,1
Od toga djece do 15 godina/ Of these children under age of 15	0,6	0,4	0,0	0,6	0,7	0,6	0,6	0,6

C8.

GLAVNI MOTIV DOLASKA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/

THE MAIN MOTIVE FOR VISITING DESTINATION BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

(%)

Motivi/ Motives	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
More/ The sea	72,9	74,5	81,0	69,7	78,4	71,9	79,2	17,2
Priroda/ Nature	11,9	5,8	2,2	7,8	11,2	12,9	8,7	44,2
Touring/sightseeing/ Touring/sightseeing	6,1	4,6	0,0	7,0	1,1	7,0	4,0	29,8
Zabava i festivali/ Entertainment and festivals	1,9	4,1	3,0	4,9	0,0	1,8	2,0	0,0
Posjet rodbini i prijateljima/ Visit to family and friends	1,6	1,0	1,5	0,8	4,0	1,3	1,5	0,0
Sela/ruralno područje/ Villages/rural areas	1,4	0,0	0,0	0,0	2,2	1,5	0,5	8,8
Kultura i umjetnost/ Culture and art	1,3	6,2	5,5	7,0	1,0	0,6	0,7	0,0
Posao/ Business	1,0	3,3	6,7	2,0	0,0	0,7	0,8	0,0
Gastronomija (uživanje u jelu i piću)/ Gastronomy (food and drink)	0,5	0,5	0,0	0,8	0,6	0,4	0,5	0,0
Manifestacije i događanja/ Events	0,2	0,0	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0
Zdravstveni razlozi/ Health reasons	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nešto drugo / Other	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	1,9	0,0
UKUPNO / TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C9.

MOTIVI DOLASKA* PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/

MOTIVES FOR VISITING DESTINATION* BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

(%)

Motivi/ Motives	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
More/ The sea	88,0	93,8	92,3	94,0	94,0	86,3	92,6	39,7
Priroda/ Nature	56,0	38,7	37,0	34,5	48,4	59,6	57,2	77,3
Touring/sightseeing/ Touring/sightseeing	30,4	28,0	39,0	25,5	26,6	31,3	26,5	67,4
Kultura i umjetnost/ Culture and art	14,0	33,2	10,8	37,5	18,9	10,5	8,4	25,5
Gastronomija (uživanje u jelu i piću)/ Gastronomy (food and drink)	13,9	18,7	29,1	15,7	9,5	13,7	14,7	6,5
Sela/ruralno područje/ Villages/rural areas	12,9	5,7	1,1	8,1	16,7	13,5	9,3	44,3
Zabava i festivali/ Entertainment and festivals	11,8	15,8	3,0	22,6	10,3	11,4	13,0	0,0
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	7,0	3,8	5,6	3,4	12,0	6,8	7,1	5,3
Posjet rodbini i prijateljima/ Visit to family and friends	5,7	2,5	6,9	0,8	5,8	6,2	7,0	0,0
Manifestacije i događanja/ Events	3,2	1,4	3,0	0,8	3,7	3,4	3,9	0,0
Posao/ Business	1,5	3,3	6,7	2,0	0,0	1,5	1,7	0,0
Zdravstveni razlozi/ Health reasons	1,0	1,8	0,0	2,8	1,8	0,8	0,9	0,0
Nešto drugo / Other	3,4	2,0	0,0	3,1	2,9	3,7	3,6	4,7

* Mogućnost više odgovora/ Multiple response.

C10.

**UČESTALOST DOLASKA U HRVATSKU* PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
FREQUENCY OF VISITING CROATIA* BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Broj posjeta Hrvatskoj/ Number of visits to Croatia	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4* / 4* hotels	Hoteli s 3* / 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Prvi posjet/ First visit	33,4	47,0	54,8	39,6	29,9	31,9	27,5	63,9
Drugi posjet/ Second visit	20,2	29,4	17,3	36,6	19,1	19,0	20,1	11,4
3 do 6 posjeta/ 3 to 6 visits	27,4	14,2	11,6	16,4	29,8	29,0	30,3	20,0
7 i više posjeta/ 7 visits and more	18,9	9,3	16,3	7,4	21,2	20,1	22,2	4,8
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Odnosi se samo na inozemne turiste/ Data refer to foreign tourists only.

C11.

**UČESTALOST DOLASKA U OMIŠ PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
FREQUENCY OF VISITING OMIŠ BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Broj posjeta destinaciji/ Number of visits to destination	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4* / 4* hotels	Hoteli s 3* / 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Prvi posjet/ First visit	59,2	68,2	70,7	64,5	58,9	57,8	53,6	87,1
Drugi posjet/ Second visit	21,2	27,8	29,3	29,4	18,3	20,6	22,2	9,2
3 do 6 posjeta/ 3 to 6 visits	10,7	3,5	0,0	5,3	10,7	11,8	13,4	1,1
7 i više posjeta/ 7 visits and more	8,9	0,5	0,0	0,8	12,1	9,8	10,8	2,6
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C12.

**VIŠESTRUKI POSJET OMIŠU U ZADNJIH 5 GODINA* PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
MULTIPLE VISITS TO OMIŠ OR SURROUNDINGS IN THE LAST 5 YEARS* BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Broj posjeta Omišu ili okolini/ Number of visits to destination	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4* / 4* hotels	Hoteli s 3* / 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Da/ Yes	84,0	68,2	71,4	67,1	89,1	85,4	84,9	91,9
Ne/ No	16,0	31,8	28,6	32,9	10,9	14,6	15,1	8,1
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Za one koji su već bili u mjestu/ For those who have already visited the destination.

C13.

IZVORI INFORMACIJA* PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/

SOURCES OF INFORMATION* BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

(%)

Izvori informacija/ Sources of information	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Internet stranice hrvatskih turističkih zajednica ili ureda (nacionalne, lokalnih)/ Croatian Tourism boards' web pages (national, local)	6,7	18,3	15,4	20,9	7,3	4,9	5,0	3,6
Online turističke agencije (Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl.)/ Online tourist agencies (Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de)	21,9	24,6	24,6	26,5	6,0	23,7	24,4	18,2
Internet stranice i mobilne aplikacije smještajnih objekata/ Accommodation facilities websites and mobile applications	12,3	20,9	24,0	21,2	14,4	10,7	8,7	25,3
Internet stranice turističkih atrakcija/ Tourist attractions websites	9,9	6,1	4,4	7,3	5,4	11,0	11,2	9,7
Objave korisnika na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Twitter...)/ Social media posts	12,1	10,8	12,3	11,0	3,7	13,4	13,5	12,6
Blogovi, forumi i portali o putovanjima i slični online sadržaji/ Blogs, forums and travel-oriented portals	12,5	8,0	4,5	10,2	11,9	13,3	14,1	7,3
Sponzorirani oglasi na internetskim pretraživačima, društvenim mrežama i portalima/ Sponsored ads on search engines, social media, and portals	8,4	6,8	0,0	10,3	13,5	7,9	9,0	0,0
UKUPNO INTERNET/ INTERNET TOTAL	58,7	62,0	49,4	64,4	51,0	59,2	59,3	59,0
Promotivni oglas ili spot na radiju ili televiziji/ Advertising on TV or radio	4,3	5,9	0,0	0,8	2,4	4,4	4,6	2,7
Dokumentarni film ili prilog na radiju ili televiziji/ Documentary movies or stories on TV or radio	1,2	0,9	3,0	0,0	0,0	1,4	1,6	0,0
Članci u novinama ili časopisima/ Articles in the newspapers and magazines	2,1	1,3	4,4	0,0	3,7	2,0	2,2	0,0
Oglasi, plakati, katalozi, brošure i ostali tiskani promotivni materijali/ Advertisements, posters, catalogues, brochures, and other printed promotional	0,2	1,3	4,4	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0
Turistički i drugi sajmovi/ Tourism and other fairs and exhibitions	1,2	1,9	0,0	2,8	1,1	1,1	1,3	0,0
Preporuke rodbine ili prijatelja/ Recommendations from friends and relatives	36,0	34,2	30,5	30,4	20,7	38,3	35,6	58,7
Preporuke putničkih ili turističkih agencija/ Recommendations from travel or tourist agencies	2,5	7,2	11,5	5,9	0,0	2,1	2,4	0,0
Preporuke klubova, udruženja/ Recommendations from travel clubs or travel associations	2,7	7,1	0,0	10,8	0,5	2,3	2,2	2,7
Prijašnji boravak/ Previous visits	19,9	13,7	22,0	11,3	20,2	20,8	22,7	6,3
Nisu bile potrebne nikakve informacije/ No need for any information	6,9	4,1	12,4	0,8	16,0	6,1	6,8	1,1

* Mogućnost više odgovora/ Multiple response.

C14.

**NAČIN REZERVACIJE SMJEŠTAJA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
ACCOMMODATION BOOKING BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Rezervacija smještaja/ Accommodation booking								
Posredstvom turističke/putničke agencije, turoperatora - osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom/ Through travel agency or touroperator - in person, telephone/fax, e-mail	7,3	18,9	23,7	18,3	5,1	5,8	5,4	8,7
Posredstvom turističke/putničke agencije, turoperatora - online booking (ne e-mailom), uključujući i Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl./ Through travel agency or touroperator - online booking (not e-mail) including Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de, etc.	49,2	55,2	44,0	56,5	27,4	51,1	50,6	54,8
Izravno sa smještajnim objektom - osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom/ Directly with accommodation facility - in person, telephone/fax, e-mail	22,1	8,6	5,5	10,8	35,2	22,3	22,4	21,4
Izravno sa smještajnim objektom - online booking (ne e-mailom)/ Directly with accommodation facility - online booking (not e-mail)	14,3	15,5	24,0	12,9	15,1	14,0	13,8	15,1
Na neki drugi način/ Other	0,7	0,5	0,0	0,8	3,5	0,3	0,4	0,0
Nije unaprijed rezerviran/ No prior booking	6,6	1,2	2,8	0,6	13,9	6,4	7,3	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C15.

**HRANA U OKVIRU SMJEŠTAJA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
MEALS INCLUDED IN ACCOMMODATION BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Hrana uključena u smještaj/ Meals included in accommodation								
Samo noćenje/ Room only, no meals	85,0	6,7	0,0	9,8	97,6	94,7	94,0	100,0
Noćenje s doručkom/ Breakfast only	9,3	51,4	45,2	49,9	0,0	4,5	5,1	0,0
Polupansion/ Half board	2,1	12,6	39,4	3,5	0,6	0,8	0,9	0,0
Puni pansion/ Full board	0,8	5,0	12,8	2,5	1,8	0,0	0,0	0,0
All-inclusive/ All-inclusive	2,7	24,2	2,6	34,4	0,0	0,0	0,0	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C16.

**KORIŠTENJE USLUGE PAKET ARANŽMANA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
USING A SERVICE OF 'PACKAGE TOUR' BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Korištenje usluge paket aranžmana/ Using a service of 'Package tour'								
Da/ Yes	13,0	47,6	31,7	53,1	1,1	10,4	11,0	6,1
Ne/ No	87,0	52,4	68,3	46,9	98,9	89,6	89,0	93,9
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C17.

PRIJEVOZNO SREDSTVO PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/

PRINCIPAL MODE OF TRANSPORT USED BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

(%)

Prijevozno sredstvo/ Mode of transport	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Automobil/kamper/ Car/motorhome or motorcaravan	70,7	41,1	37,5	46,0	90,3	72,6	73,8	64,3
Autobus/ Bus	7,5	18,6	9,6	24,1	0,6	6,7	7,6	0,0
Motocikl/ Motorcycle	0,8	0,9	0,0	1,4	0,0	0,9	1,0	0,0
Zrakoplov/ Airplane	20,6	39,3	52,9	28,5	7,6	19,5	17,3	35,7
Nešto drugo/ Other	0,4	0,0	0,0	0,0	1,6	0,3	0,3	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C18.

DULJINA BORAVKA U HRVATSKOJ PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/

LENGTH OF STAY IN CROATIA BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

(%)

Broj noćenja u Hrvatskoj/ Number of overnights in Croatia	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
1 do 3/ 1 to 3	3,2	3,6	0,0	5,4	3,4	3,1	3,5	0,0
4 do 7/ 4 to 7	51,6	60,1	59,7	57,0	41,8	51,6	48,6	72,5
8 do 10/ 8 to 10	19,8	23,5	31,0	22,2	16,9	19,6	21,3	7,9
11 do 14/ 11 to 14	18,8	6,9	9,3	6,4	19,4	20,6	21,3	15,9
15 do 21/ 15 to 21	5,2	6,0	0,0	9,0	12,0	4,1	4,2	3,7
22 do 28/ 22 to 28	0,3	0,0	0,0	0,0	2,5	0,0	0,0	0,0
29 i više/ 29 and more	1,2	0,0	0,0	0,0	4,0	1,0	1,1	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)								
Prosječan broj noćenja u Hrvatskoj/ Average number of overnights in Croatia	9,0	7,4	7,7	7,4	10,9	9,0	9,0	8,8

C19.

DULJINA BORAVKA U OMIŠU PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/

LENGTH OF STAY IN OMIŠ BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

(%)

Broj noćenja u mjestu/ Number of overnights in destination	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
1 do 3/ 1 to 3	7,5	9,4	14,1	8,2	13,8	6,4	7,3	0,0
4 do 7/ 4 to 7	57,9	67,8	60,6	68,2	56,9	56,5	53,9	75,1
8 do 10/ 8 to 10	17,4	21,3	23,9	21,9	9,7	17,8	19,5	5,3
11 do 14/ 11 to 14	13,7	1,5	1,4	1,7	9,5	16,2	16,2	15,9
15 do 21/ 15 to 21	3,1	0,0	0,0	0,0	8,8	2,8	2,7	3,7
22 do 28/ 22 to 28	0,1	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0
29 i više/ 29 and more	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,4	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)								
Prosječan broj noćenja u mjestu/ Average number of overnights in destination	7,7	6,1	6,4	5,9	7,6	8,0	7,9	8,6

C20.

**AKTIVNOSTI* ZA VRIJEME BORAVKA U OMIŠU PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
ACTIVITIES* WHILE STAYING IN OMIŠ BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Rang/ Rank	Aktivnosti/ Activities	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
				Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
1.	Plivanje/kupanje/ <i>Swimming/bathing</i>	95,0	96,1	98,6	94,7	94,4	94,9	97,9	72,5
2.	Odlazak u restorane/ <i>Going to restaurants</i>	67,9	57,9	42,2	61,3	64,9	69,8	67,0	90,5
3.	Razgledavanje ('sightseeing')/ <i>Sightseeing</i>	57,9	60,0	42,0	64,6	46,4	59,1	55,5	86,3
4.	Posjet povijesnim građevinama/ <i>Visits to historical buildings</i>	38,8	38,0	26,6	46,0	50,8	37,4	34,6	58,0
5.	Odlazak na organizirane izlete brodom/ <i>Going on organised boat trips</i>	30,7	23,5	26,4	16,1	26,5	32,4	34,4	17,4
6.	Rafting/ <i>Rafting</i>	30,1	28,2	16,3	27,6	25,5	31,0	30,8	33,1
7.	Pješačenje/ <i>Walking</i>	27,1	24,2	27,3	24,8	29,6	27,3	26,5	32,7
8.	Kupovina (osim svakodnevnih potrepština)/ <i>Shopping (except everyday items)</i>	25,4	26,9	19,9	32,1	25,1	25,3	25,6	22,8
9.	Posjet muzejima, galerijama i izložbama/ <i>Visits to museums, galleries and exhibitions</i>	19,0	30,2	27,1	34,0	21,6	16,9	12,9	46,6
10.	Posjet zaštićenim prirodnim područjima/ <i>Visits to protected nature areas</i>	17,9	10,0	2,8	13,9	24,5	18,2	14,2	48,4
11.	Zipline/ <i>Zipline</i>	16,9	15,4	10,2	18,9	7,7	18,4	20,0	6,2
12.	Odlazak u klubove/ples/noćni život/ <i>Going to clubs/dancing/nightlife</i>	11,3	22,8	11,6	21,5	9,2	9,8	10,8	2,6
13.	Obilazak vinskih cesta/ vinarija/ <i>Touring wine roads /wineries</i>	9,6	12,9	13,9	13,5	1,9	10,1	10,9	3,6
14.	Odlazak na izlete unajmljenim čamcem/brodom/ <i>Going on boat trips by rented boat</i>	8,4	6,0	5,6	6,6	12,3	8,2	8,8	3,6
15.	Planinarenje/ <i>Hiking</i>	8,1	12,6	12,7	13,7	14,5	6,5	7,1	2,6
16.	Jogging/trčanje/ <i>Jogging/running</i>	7,9	10,2	4,4	13,5	6,5	7,7	6,7	15,3
17.	Kayaking/ <i>Kayaking</i>	7,1	10,8	3,5	14,9	15,3	5,5	6,2	0,0
18.	Ribolov/ <i>Fishing</i>	7,0	9,1	12,7	8,3	7,6	6,6	7,5	0,0
19.	Vožnja biciklom/ Mountain biking / <i>Cycling/ mountain biking</i>	6,6	6,3	9,0	5,7	13,3	5,8	5,9	5,3
20.	Ronjenje / <i>Diving</i>	6,4	6,3	9,8	5,3	4,7	6,6	7,0	3,6
21.	Ostali sportovi na vodi/ <i>Other water sports</i>	6,3	5,0	9,5	3,5	7,0	6,4	6,8	3,3
22.	Posjet tradicionalnim događanjima/ <i>Going to traditional events</i>	6,3	8,1	5,6	9,8	11,5	5,3	5,7	2,6
23.	Obilazak tematskih cesta/ <i>Touring thematic roads</i>	5,8	9,1	12,9	8,2	4,6	5,4	6,2	0,0
24.	Canyoning/ <i>Canyoning</i>	4,9	5,7	1,2	8,0	7,6	4,4	5,0	0,0
25.	Posjet zabavnim događanjima/ <i>Going to entertainment events</i>	4,9	8,1	7,5	9,0	2,5	4,7	4,9	3,6
26.	Jedrenje/ <i>Sailing</i>	3,8	2,2	0,0	3,3	2,3	4,3	4,9	0,0
27.	Slobodno penjanje/ <i>Free climbing</i>	3,5	7,7	12,5	6,3	3,1	2,9	2,9	2,6
28.	Quad Safari/ <i>Quad Safari</i>	2,9	7,4	6,0	0,6	0,0	2,7	3,0	0,0
29.	Posjet seoskim domaćinstvima/ <i>Visits to family farms</i>	2,9	3,2	8,8	1,1	1,3	3,1	3,3	1,1
30.	Posjet kulturnim događanjima/ <i>Going to cultural events</i>	2,8	7,6	14,1	5,4	5,5	1,7	1,4	3,6
31.	Tenis / <i>Tennis</i>	1,7	5,6	0,0	8,5	1,9	1,1	1,2	0,0
32.	Sudjelovanje na radionicama/ <i>Participating in workshops</i>	1,6	3,7	0,0	5,6	0,0	1,5	1,7	0,0
33.	Korištenje wellness/spa/zdravstvenih usluga/ <i>Using wellness/spa/healthcare services</i>	1,1	2,7	8,2	0,6	2,9	0,7	0,8	0,0
34.	Posjet sportskim događanjima/ <i>Going to sports events</i>	0,9	0,0	0,0	0,0	1,3	0,9	0,0	7,8
35.	Paragliding/ <i>Paragliding</i>	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	1,2	0,0

* Mogućnost više odgovora/ *Multiple response.*

C21.

**POZNAVANJE* TURISTIČKIH ATRAKCIJA U OMIŠU PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
KNOWN ATRACTIONS* IN OMIŠ BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Rang/ Rank	Atrakcija/ Attraction	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
				Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
1.	Kanjon Cetine/Radmanove Mlinice/ Cetina River canyon /Radmanove Mlinice excursion site	66,5	71,0	69,1	77,5	64,8	66,0	67,2	57,5
2.	Mirabela/ Mirabela fort	58,8	65,7	60,4	73,2	60,2	57,6	62,9	18,2
3.	Fortica/ Fortica fortress	51,8	68,5	60,3	77,6	52,1	49,3	54,0	14,1
4.	Crkva sv. Mihovila/ St. Michael's Church	34,1	42,0	49,6	42,1	43,1	31,7	35,2	5,2
5.	Gusarska bitka/ Pirates' battle	31,3	29,9	23,4	35,1	31,5	31,5	35,6	1,1
6.	Crkva sv. Petra/ St. Peter's Church	26,0	28,6	38,1	26,8	34,2	24,6	26,5	9,9
7.	Spomenik/vidikovac Mile Gojsalić/ Mila Gojsalić monument / vantage point	24,6	32,0	30,2	35,3	28,5	22,9	24,3	12,4
8.	Poljički soparnik/ Traditional Poljica soparnik dish	23,4	20,9	29,5	18,9	19,2	24,3	22,3	38,8
9.	Festival dalmatinskih klapa/ Festival of Dalmatian Klapa Groups	21,9	32,8	30,2	36,6	25,2	19,8	21,6	6,2
10.	Kuća sretnog čovjeka/ House of a Happy Man	19,5	22,1	27,4	21,6	30,7	17,7	19,9	1,1
11.	Imber, vrh Omiške Dinare/ Imber, Omiška Dinara peak	16,9	21,2	14,6	25,8	26,4	15,0	16,3	5,2
12.	Slapovi Velika i Mala Gubavica/ Velika and Mala Gubavica Waterfalls	14,8	20,6	9,0	27,3	15,1	13,9	15,1	4,8
13.	Svetište Leopolda Mandića/ Shrine of St. Leopold Mandić	14,4	13,1	20,5	11,0	11,9	14,9	15,7	9,0
14.	Stup srama/ Pillar of shame	13,8	12,3	19,4	10,2	21,0	13,1	14,9	0,0
15.	Crkva sv. Jure u Gatima/ St. George's Church in Gata	8,1	12,9	15,1	13,0	11,0	7,0	7,8	1,1
16.	Nešto drugo/ Other attractions	1,3	3,1	9,0	0,8	3,1	0,8	0,9	0,0

* Mogućnost više odgovora/ Multiple response.

C22.

**POSJEĆENE/KUŠANE* TURISTIČKE ATRAKCIJE U OMIŠU PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
VISITED/TASTED ATRACTIONS* IN OMIŠ BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY**

(%)

Rang/ Rank	Atrakcija/ Attraction	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
				Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
1.	Kanjon Cetine/Radmanove Mlinice/ Cetina River canyon /Radmanove Mlinice excursion site	53,6	56,5	44,7	66,1	54,9	52,9	53,8	46,3
2.	Mirabela/ Mirabela fort	38,7	43,7	35,5	50,7	51,8	36,2	40,1	6,9
3.	Fortica/ Fortica fortress	32,4	39,8	15,0	53,6	31,2	31,5	34,9	5,8
4.	Crkva sv. Mihovila/ St. Michael's Church	27,1	34,0	37,7	35,1	37,3	24,7	28,1	0,0
5.	Crkva sv. Petra/ St. Peter's Church	17,6	22,6	26,3	22,8	27,0	15,5	17,0	4,7
6.	Spomenik/vidikovac Mile Gojsalić/ Mila Gojsalić monument / vantage point	16,0	21,2	11,5	27,1	22,9	14,3	14,5	12,4
7.	Poljički soparnik/ Traditional Poljica soparnik dish	15,3	12,8	20,5	10,5	12,1	16,1	13,6	34,4
8.	Kuća sretnog čovjeka/ House of a Happy Man	13,7	13,5	18,4	12,4	29,0	11,7	13,2	0,0
9.	Gusarska bitka/ Pirates' battle	13,4	5,9	5,5	6,5	14,0	14,5	16,4	0,0
10.	Stup srama/ Pillar of shame	10,2	5,5	10,4	3,8	14,2	10,4	11,8	0,0
11.	Svetište Leopolda Mandića/ Shrine of St. Leopold Mandić	8,2	6,8	8,8	6,5	9,2	8,2	9,3	0,0
12.	Festival dalmatinskih klapa/ Festival of Dalmatian Klapa Groups	7,1	14,3	8,4	17,9	10,6	5,6	6,3	0,0
13.	Slapovi Velika i Mala Gubavica/ Velika and Mala Gubavica Waterfalls	6,4	7,6	0,0	11,5	7,9	6,0	6,5	2,2
14.	Imber, vrh Omiške Dinare/ Imber, Omiška Dinara peak	5,9	7,9	1,5	11,3	12,2	4,7	5,0	2,6
15.	Crkva sv. Jure u Gatima/ St. George's Church in Gata	3,2	5,6	6,0	5,8	5,0	2,6	2,8	1,1
16.	Nešto drugo/ Other attractions	0,2	0,5	0,0	0,8	1,3	0,0	0,0	0,0

* Mogućnost više odgovora/ Multiple response.

C23.

STUPANJ ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE OMIŠA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/

LEVEL OF SATISFACTION WITH ELEMENTS OF OMIŠ TOURISM SUPPLY BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

(%)

Rang*/ Rank*	Elementi ponude/ Elements of tourism supply	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
				Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
1.	Ljepota prirode i krajolika/ Beauty of nature and landscape	96,2	95,1	83,5	99,2	96,2	96,4	95,9	100,0
2.	Osobna sigurnost/ Personal safety	91,0	96,3	96,6	95,9	86,9	90,7	90,4	93,5
3.	Smještajni objekt/ Accommodation facility	90,2	86,9	77,5	89,3	80,5	92,0	90,9	100,0
4.	Ljepota mjesta/ Beauty of the destination	90,2	90,1	68,0	97,5	91,7	90,0	89,5	93,7
5.	Gostoljubivost lokalnog stanovništva/ Hospitality of the local population	88,5	84,4	89,7	81,0	78,6	90,5	90,1	93,5
6.	Atmosfera, ugođaj/ Atmosphere, mood	87,4	90,9	81,0	93,7	87,0	86,9	85,5	97,4
7.	Ponuda organiziranih izleta u okolicu/ Offer of organised trips/excursions to surrounding area	86,8	88,2	88,8	86,8	86,5	86,6	85,9	93,6
8.	Gastronomska ponuda u mjestu/ Gastronomic offer in destination	84,3	89,5	85,9	89,9	91,9	82,5	81,4	92,8
9.	Čistoća plaža/ Beach cleanliness	83,8	87,8	78,8	90,1	74,9	84,3	84,2	85,1
10.	Kultura i umjetnost/ Culture and art	82,5	89,7	70,0	95,5	88,4	80,3	79,8	86,5
11.	Sportski sadržaji/ Sports facilities	81,2	91,5	86,6	92,8	85,4	79,1	77,2	95,3
12.	Prilagođenost destinacije djeci/ Destination suitable for children	80,9	85,3	80,0	85,8	87,1	79,6	80,2	74,9
13.	Označavanje znamenitosti/ Marked heritage sites	79,5	88,4	84,0	88,9	87,9	76,7	76,5	79,3
14.	Biciklističke rute i staze/ Cycling routes and paths	79,1	93,6	88,8	94,7	63,0	78,3	78,9	71,4
15.	Pješačke/tematske staze/ Walking/thematic paths	78,6	87,6	79,4	89,0	86,4	75,7	74,7	86,0
16.	Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima/ Information/education in protected nature areas	74,8	83,5	74,8	85,5	77,3	72,8	73,1	71,0
17.	Opremljenost/uređenost plaža/ Beach equipment/how fixed up	74,4	87,8	90,5	85,4	62,0	74,0	73,0	85,8
18.	Uređenost mjesta/ Extent to which destination is cared for and maintained	73,8	88,9	81,0	90,7	66,1	72,5	70,3	88,1
19.	Informacije u destinaciji/ Information available in the destination	73,3	78,7	74,5	78,3	81,0	71,3	70,9	75,4
20.	Besplatni internet u destinaciji/ Free Internet in destination	71,9	83,7	95,1	77,9	62,0	71,3	69,3	85,6
21.	Ekološka očuvanost prostora/ Ecological preservation of the place	71,0	82,6	69,2	85,9	74,9	68,8	66,2	86,6
22.	Događanja i manifestacije/ Events	70,5	77,2	66,8	78,4	64,2	70,1	70,3	67,7
23.	Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji / Destination is pedestrian friendly	69,3	89,4	81,1	91,6	67,5	66,5	69,4	46,2
24.	Mogućnost za kupnju/ Shopping options	66,2	69,7	80,6	62,5	60,9	66,2	67,4	58,6
25.	Prometna dostupnost destinacije/ Traffic accessibility of the destination	60,3	59,4	62,3	54,6	52,3	61,5	63,3	49,2
26.	Zabava/noćni život/ Entertainment/nightlife	59,6	65,1	57,7	64,7	49,7	59,7	59,1	70,1
27.	Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama / Destination adapted to people with special needs	53,7	77,6	50,8	87,1	58,7	48,9	52,6	20,7
28.	Lokalni javni prijevoz/ Local public transport	49,9	69,1	68,4	66,0	39,2	48,2	48,5	43,1
29.	Promet u mjestu/ Traffic in destination	37,0	47,7	39,4	46,2	16,8	38,2	35,7	54,7
30.	UKUPNI BORAVAK/ OVERALL STAY	90,3	96,8	98,7	95,9	87,5	89,7	88,2	100,0

* Rang prema zbroju postotaka za ocjene 6 i 7 na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično)/

Rank according to proportion of marks 6 and 7 on the scale from 1 (very bad) to 7 (excellent).

Stupanj zadovoljstva: Iznad 80% (vrlo visok); 70% do 80% (visok); 60% do 70% (srednji); 50% do 60% (nizak); ispod 50% (vrlo nizak)/

Satisfaction level: Above 80% (very high); 70% to 80% (high); 60% to 70% (average); 50% to 60% (low); under 50% (very low).

Stupanj zadovoljstva/ Level of satisfaction: Vrlo visok/ Very high  Visok/ High  Srednji/ Middle  Nizak/ Low  Vrlo nizak/ Very low 

C24.

**ARITMETIČKA SREDINA OCJENA ZADOVOLJSTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE OMIŠA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
ARITHMETIC MEAN OF SATISFACTION WITH ELEMENTS OF OMIŠ TOURISM SUPPLY BY THE TYPE
OF ACCOMMODATION FACILITY**

(aritmetička sredina)/ (arithmetic mean)

Rang*/ Rank*	Elementi ponude/ Elements of tourism supply	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
				Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
1.	Ljepota prirode i krajolika/ Beauty of nature and landscape	6,8	6,8	6,6	6,9	6,8	6,8	6,8	6,8
2.	Ljepota mjesta/ Beauty of the destination	6,6	6,7	6,3	6,8	6,7	6,6	6,6	6,7
3.	Osobna sigurnost/ Personal safety	6,6	6,8	6,8	6,8	6,5	6,6	6,6	6,6
4.	Smještajni objekt/ Accommodation facility	6,6	6,6	6,4	6,6	6,2	6,6	6,6	6,9
5.	Gostoljubivost lokalnog stanovništva/ Hospitality of the local population	6,5	6,5	6,6	6,4	6,3	6,6	6,6	6,8
6.	Ponuda organiziranih izleta u okolicu/ Offer of organised trips/excursions to surrounding area	6,5	6,5	6,5	6,4	6,4	6,5	6,5	6,5
7.	Atmosfera, ugođaj/ Atmosphere, mood	6,5	6,5	6,3	6,6	6,4	6,5	6,4	6,7
8.	Kultura i umjetnost/ Culture and art	6,4	6,7	6,2	6,8	6,4	6,3	6,3	6,2
9.	Gastronomska ponuda u mjestu/ Gastronomic offer in destination	6,3	6,5	6,5	6,4	6,5	6,3	6,3	6,3
10.	Čistoća plaža/ Beach cleanliness	6,3	6,5	6,3	6,5	5,9	6,3	6,3	6,3
11.	Prilagođenost destinacije djeci/ Destination suitable for children	6,3	6,5	6,2	6,6	6,6	6,2	6,3	5,8
12.	Pješačke/tematske staze/ Walking/thematic paths	6,3	6,5	6,4	6,5	6,4	6,2	6,2	6,6
13.	Sportski sadržaji/ Sports facilities	6,3	6,6	6,5	6,6	6,3	6,2	6,2	6,6
14.	Označavanje znamenitosti/ Marked heritage sites	6,3	6,4	6,2	6,4	6,3	6,2	6,2	6,4
15.	Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima/ Information/education in protected nature areas	6,2	6,2	5,9	6,2	6,2	6,1	6,2	5,9
16.	Biciklističke rute i staze/ Cycling routes and paths	6,2	6,5	6,2	6,6	5,5	6,2	6,2	6,3
17.	Uređenost mjesta/ Extent to which destination is cared for and maintained	6,1	6,4	6,1	6,5	5,9	6,1	6,1	6,5
18.	Informacije u destinaciji/ Information available in the destination	6,1	6,3	6,1	6,3	6,3	6,1	6,1	6,0
19.	Opremljenost/uređenost plaža/ Beach equipment/how fixed up	6,1	6,4	6,5	6,4	5,8	6,1	6,0	6,5
20.	Događanja i manifestacije/ Events	6,0	6,4	6,2	6,4	5,9	6,0	6,0	5,9
21.	Ekološka očuvanost prostora/ Ecological preservation of the place	6,0	6,3	5,8	6,4	6,0	6,0	5,9	6,5
22.	Besplatni internet u destinaciji/ Free Internet in destination	6,0	6,4	6,6	6,2	5,7	6,0	6,0	6,2
23.	Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji / Destination is pedestrian friendly	6,0	6,6	6,3	6,6	5,9	5,9	6,0	5,2
24.	Mogućnost za kupnju/ Shopping options	5,9	6,0	6,2	5,8	5,6	5,9	5,9	5,8
25.	Zabava/noćni život/ Entertainment/nightlife	5,7	5,8	5,6	5,8	5,2	5,7	5,7	6,0
26.	Prometna dostupnost destinacije/ Traffic accessibility of the destination	5,6	5,7	5,6	5,7	5,3	5,6	5,6	5,5
27.	Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama/ Destination adapted to people with special needs	5,4	6,3	5,5	6,5	5,5	5,2	5,3	4,5
28.	Lokalni javni prijevoz/ Local public transport	5,0	5,9	6,2	5,7	4,5	4,9	4,9	5,0
29.	Promet u mjestu/ Traffic in destination	4,4	5,0	4,9	4,9	3,6	4,4	4,2	5,2
30.	UKUPNI BORAVAK/ OVERALL STAY	6,5	6,6	6,5	6,7	6,4	6,5	6,5	6,7

* Rang prema aritmetičkoj sredini ocjena na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično)./

Rank according to arithmetic mean of marks on the scale from 1 (very bad) to 7 (excellent).

C25.

OCJENA UKUPNOG BORAVKA U OMIŠU U ODNOSU NA OČEKIVANJA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
USER RATING OF THE OVERALL STAY IN OMIŠ IN RELATION TO EXPECTATIONS BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY (%)

Boravak u Omišu je/ Stay in Omiš is	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
U skladu s očekivanjima/ In line with your expectations	63,7	48,1	50,2	47,5	70,5	64,9	67,0	51,9
Iznad očekivanja/ Above your expectations	34,9	51,9	49,8	52,5	29,5	33,3	30,9	48,1
Ispod očekivanja/ Below your expectations	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	2,1	0,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C26.

SMETNJE TIJEKOM BORAVKA* U OMIŠU PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
DISTURBANCES DURING STAY IN OMIŠ* BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY (%)

Smetnje/ Disturbances	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Gužva na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl./ Crowded streets, squares, promenades, attractions, etc.	37,3	18,8	21,4	19,3	45,7	39,1	44,1	5,2
Gužva na kupališnom prostoru (preveliki broj kupaca)/ Crowd at beach area (too many people)	24,1	15,0	21,3	13,6	25,3	25,5	28,4	6,1
Gužva u prometu u destinaciji/ Crowd in traffic in destination	55,7	52,0	52,3	56,1	66,9	54,7	56,6	41,5
Buka koja remeti komfor vašeg smještaja (odmor, spavanje)/ Noise and disturbance at your accommodation	12,2	11,8	22,0	8,4	13,8	12,0	12,0	12,6
Neprikladno odloženo smeće/ Improperly disposed garbage	21,2	10,6	17,4	8,6	22,9	22,6	26,1	0,0
Nemogućnost razdvajanja otpada/ The impossibility of separating waste	15,6	13,5	32,0	6,8	16,1	15,8	17,9	2,5
Neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće)/ Uncomfortable odors (from containers and garbage cans)	9,8	9,1	15,8	7,0	13,2	9,4	9,4	9,5
Zagađenje mora/rijeka/ Sea/river pollution	7,6	4,8	11,5	2,4	12,7	7,3	6,7	11,9

* Prikazan je postotak ispitanika koji su zasmetani (donekle ili jako) pojedinim elementom/
Proportion of respondents who felt disturbed (somewhat or a lot).

C27.

PROSJEČNI DNEVNI IZDACI TURISTA U OMIŠU U EURIMA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
AVERAGE DAILY EXPENDITURE OF TOURISTS IN THE CITY OF OMIŠ IN EUROS BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

(€)

Prosječni dnevni izdaci/ Average daily expenditures	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4* 4* hotels	Hoteli s 3* 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Prosječni dnevni izdaci ukupno / Total average daily expenditure	94,94	110,30	143,55	95,70	84,54	94,29	95,90	80,59
Smještaj/ Accommodation	59,53	73,43	94,31	63,77	56,92	58,07	58,53	54,20
Hrana u restoranima i barovima/ Food&beverages in bars and restaurants	16,44	14,73	17,04	13,81	12,45	17,22	17,71	13,08
Usluge trgovine/ Shopping	7,59	7,41	13,24	5,08	6,37	7,78	7,63	9,08
Kultura i zabava/ Culture and entertainment	2,44	3,03	3,09	3,01	1,61	2,45	2,61	1,16
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	1,87	1,18	1,06	1,23	1,18	2,06	2,19	0,97
Lokalni prijevoz/ Local transport	3,35	4,45	8,28	2,92	3,16	3,21	3,40	1,56
Izleti/ Excursions	3,11	5,04	3,98	5,46	2,34	2,92	3,25	0,14
Ostalo/ Other	0,62	1,03	2,54	0,43	0,51	0,57	0,59	0,41

Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, all-inclusive); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku iz destinacije./

Note: Accommodation service includes food within accommodation (bed&breakfast, half-board, full-board, all-inclusive); Local transport includes all transport within Croatia without travel to destination and back.

C28.

STRUKTURA PROSJEČNIH DNEVNIH IZDATAKA TURISTA U OMIŠU PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
STRUCTURE OF AVERAGE DAILY EXPENDITURE OF TOURISTS IN THE CITY OF OMIŠ BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

(%)

Prosječni dnevni izdaci/ Average daily expenditures	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4* 4* hotels	Hoteli s 3* 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Prosječni dnevni izdaci ukupno / Total average daily expenditure	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Smještaj/ Accommodation	62,7	66,6	65,7	66,6	67,3	61,6	61,0	67,3
Hrana u restoranima i barovima/ Food&beverages in bars and restaurants	17,3	13,4	11,9	14,4	14,7	18,3	18,5	16,2
Usluge trgovine/ Shopping	8,0	6,7	9,2	5,3	7,5	8,3	8,0	11,3
Kultura i zabava/ Culture and entertainment	2,6	2,7	2,2	3,1	1,9	2,6	2,7	1,4
Sport i rekreacija/ Sport and recreation	2,0	1,1	0,7	1,3	1,4	2,2	2,3	1,2
Lokalni prijevoz/ Local transport	3,5	4,0	5,8	3,0	3,7	3,4	3,5	1,9
Izleti/ Excursions	3,3	4,6	2,8	5,7	2,8	3,1	3,4	0,2
Ostalo/ Other	0,6	0,9	1,8	0,4	0,6	0,6	0,6	0,5

Napomena: Usluga smještaja uključuje i hranu u okviru smještaja (noćenje s doručkom, polupansion, puni pansion, all-inclusive); Lokalni prijevoz uključuje sve troškove prijevoza osim onih u dolasku i odlasku iz destinacije./

Note: Accommodation service includes food within accommodation (bed&breakfast, half-board, full-board, all-inclusive); Local transport includes all transport within Croatia without travel to destination and back.

C29.

VJEROJATNOST PREPORUKE OMIŠA PRIJATELJIMA, RODBINI ILI KOLEGAMA PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
LIKELIHOOD OF RECOMMENDING OMIŠ TO FRIENDS, FAMILY AND COLLEGUES BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

(%)

Vjerojatnost preporuke/ Likelihood to recommend	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
Nije vjerojatno da ću preporučiti*/ Not likely to recommend*	0,9	0,7	2,4	0,0	0,9	1,0	1,1	0,0
Vjerojatno ću preporučiti**/ Likely to recommend**	31,2	19,8	25,6	19,0	40,6	31,7	33,7	17,1
Jako je vjerojatno da ću preporučiti***/ Very likely to recommend***	67,1	78,9	72,0	80,1	56,9	66,6	64,4	82,9
UKUPNO/ TOTAL	99,3	99,4	100,0	99,2	98,4	99,3	99,3	100,0

*Zbroj postotaka za ocjene od 0 do 5 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno)./

*The proportion of marks 0 to 5 on the scale from 0 (not likely) to 10 (very likely).

**Zbroj postotaka za ocjene od 6 do 8 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno)./

**The proportion of marks 6 to 8 on the scale from 0 (not likely) to 10 (very likely).

***Zbroj postotaka za ocjene 9 i 10 na skali od 0 (malo vjerojatno) do 10 (jako vjerojatno)./

***The proportion of marks 9 and 10 on the scale from 0 (not likely) to 10 (very likely).

C30.

NAJČEŠĆI NAČIN PLAĆANJA U HRVATSKOJ PREMA VRSTI SMJEŠTAJNOG OBJEKTA/
USUAL MODE OF PAYMENT IN CROATIA BY THE TYPE OF ACCOMMODATION FACILITY

(%)

	Ukupno/ Total	Hoteli/ Hotels	Hoteli/ Hotels		Kampovi/ Campsites	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	Obiteljski smještaj/ Family accommodation	
			Hoteli s 4*/ 4* hotels	Hoteli s 3*/ 3* hotels			Obala/ Coast	Zaleđe/ Inland
U gotovini/ In cash	53,5	55,6	67,9	55,0	52,3	53,3	58,9	15,0
Debitnom/kreditnom karticom/ By debit/credit cards	46,5	44,4	32,1	45,0	47,7	46,7	41,1	85,0
UKUPNO/ TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0