

ISTRAŽIVANJE OBILJEŽJA SUDIONIKA

izv. prof. dr. sc. Ivana Pavlić
doc. dr. sc. Barbara Puh
Sveučilište u Dubrovniku
Dubrovnik, 2019.

SADRŽAJ

Predmet istraživanja

Ciljevi i metodologija istraživanja

Rezultati istraživanja

Preporuke i sugestije

Zaključak



PREDMET ISTRAŽIVANJA



PREDMET ISTRAŽIVANJA

DU MOTION - OSOBNA ISKAZNICA

Godina osnutka: **2015.**

Broj utrka: **4**

Broj trkača: **10 500**

Broj država: **63**

Broj pretrčanih kilometara: **99 750**

Broj posjetitelja: **15 000**

Broj ostvarenih noćenja: **39 680**

Donirana sredstva: **280 000 kn**



CILJEVI I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA



CILJEVI ISTRAŽIVANJA

- Utvrditi profil sudionika Du Motiona
- Ispitati aktivnosti sudionika tijekom boravka u destinaciji
- Analizirati stavove o utrci i turističkoj destinaciji
- Utvrditi elemente lojalnosti
- Definirati razinu potrošnje



HIPOTEZA

Sudionici Du Motiona predstavljaju
specifičan tržišni segment koji zahtijeva
poseban pristup u planiranju turističkog
razvoja destinacije s obzirom na pozitivne
socio-ekonomske i okolišne učinke na
turističku destinaciju.



METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

- Empirijsko istraživanje provedeno je primjenom visokostrukturiranog anketnog upitnika prilagođenog kategoriji ispitanika
- Za analizu dobivenih podataka korištena je deskriptivna i inferencijalna statistika
 - Analiza frekvencija
 - Krostabulacija
 - Faktorska i regresijska analiza



METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

- Istraživanje je provedeno metodom ispitivanja uz pomoć online anketnog upitnika
- Podaci su prikupljeni u razdoblju od travnja do lipnja 2019. (po završetku utrke)
- Ukupno je ispitano 173 sudionika
- Od navedenog broja valjanih upitnika je bilo 168
- Korišten je uzorak poznavatelja koji je s obzirom na broj sudionika reprezentativan



REZULTATI ISTRAŽIVANJA



REZULTATI ISTRAŽIVANJA

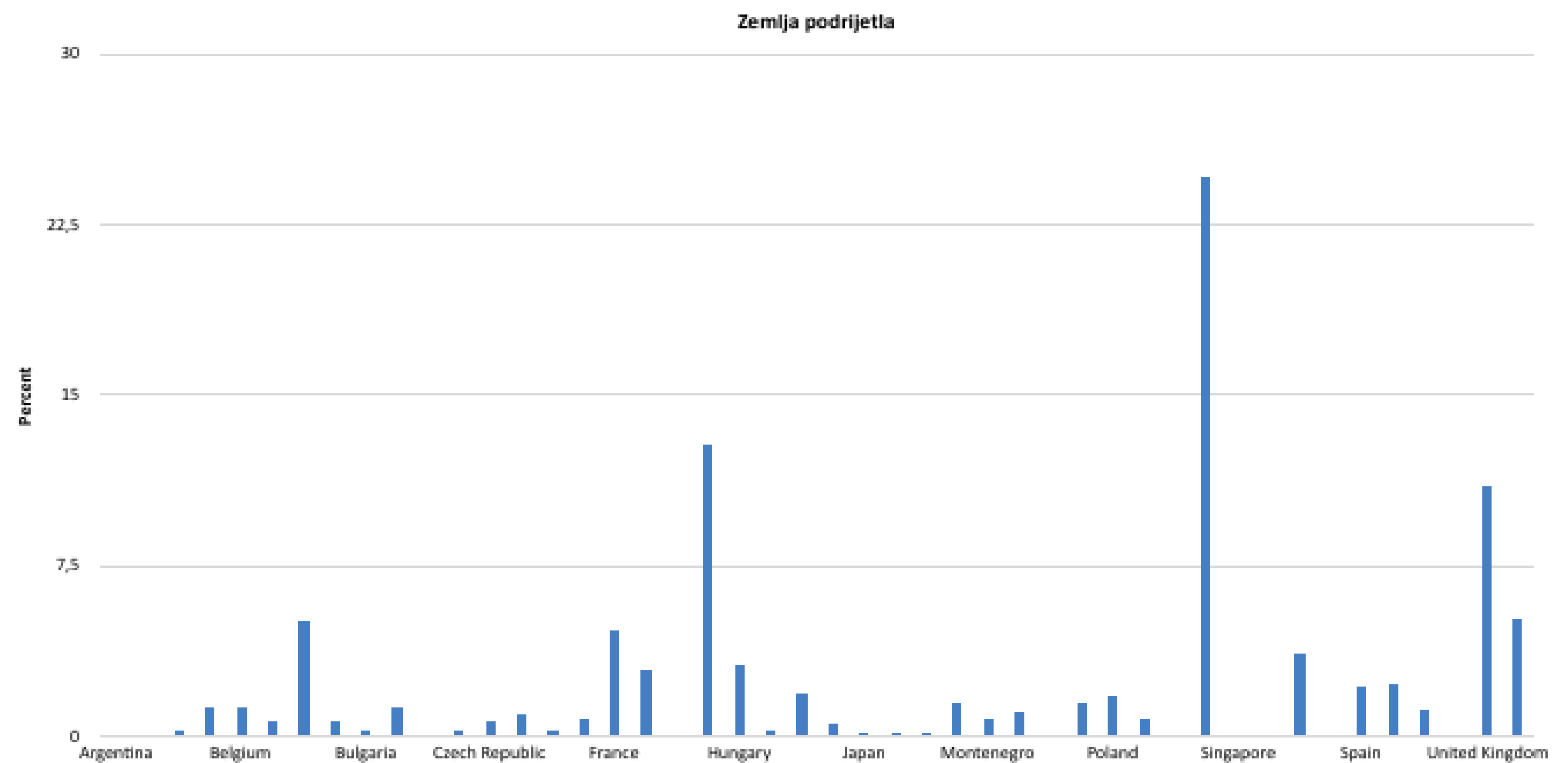
Tablica 1. Profil ispitanika

OBILJEŽJA	POSTOTAK
SPOL	
Muškarci	52
Žene	48
DOB	
18-25	14,9
26-35	31,5
36-45	35,7
46-55	15,5
56+	2,4
OBRAZOVANJE	
Srednja škola	22,6
Viša škola ili fakultet	76,2
Doktorat	1,2
OSOBNI MJESEČNI PRIHOD	
Do 3.000,00 kn	9,5
3.000,00 - 5.000,00 kn	23,2
5.001,00 - 7.000,00 kn	23,2
7.001,00 - 9.000,00 kn	15,1
Više od 9.001,00 kn	28,3



REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Podrijetlo ispitanika





TKO JE SUDIONI DU MOTIONA?

- Osoba od 36 do 45 godina
- Visoke razine obrazovanja s mjesečnim prihodom većim od 9.001 kn
- Boravi 4 dana u prosjeku
- Motiviran je zdravim životom, sportskim aktivnostima i brigom za zdravlje
- Dnevno troši 188 eura
- Dolazi s partnerom
- Obilazi kulturne atrakcije
- Preporučio bi destinaciju prijateljima i rodbini
- Vratit će se s obitelji na 7 dana ili dulje



Britanac sudionici Du Motiona predsezona

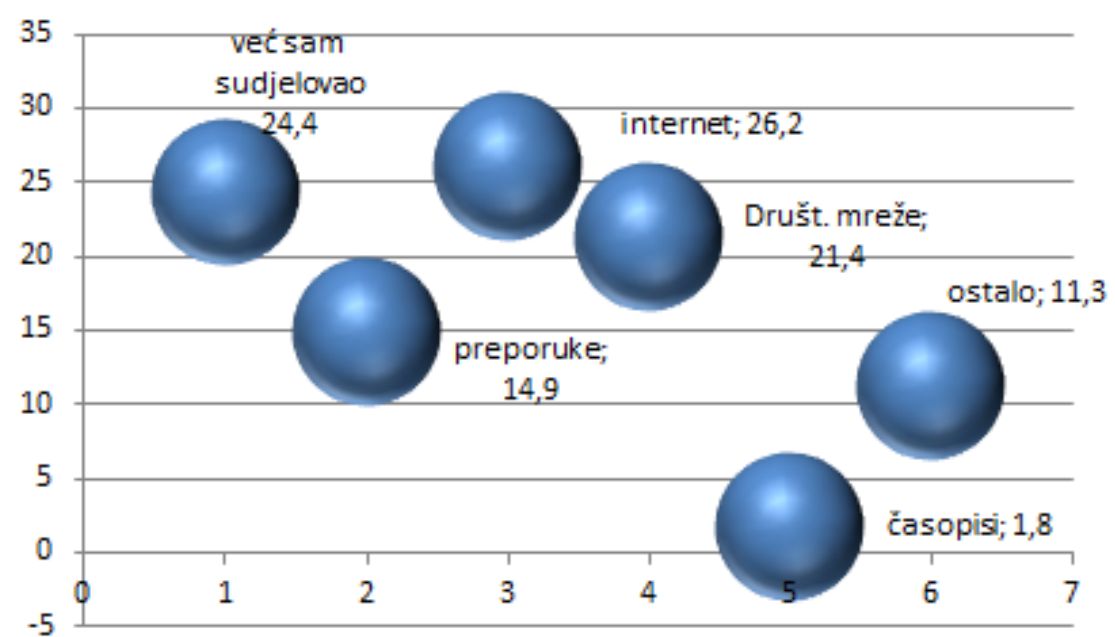
- 26-35 godina
- Generacija Y
- Visokoobrazovan
- Dobrostojeći
- Putuje s partnerom/icom
- Boravi 5 dana
- Dnevno troši 195€
- Motiviran zdravljem i sportskim aktivnostima

Turist iz V. Britanije TOMAS, 2018 sezona

- preko 55 godina
- Generacija X
- Visokoobrazovan
- Dobrostojeći
- Putuje s partnerom/icom
- Boravi 3-4 dana
- Dnevno troši 167€
- Motiviran pasivnim odmorom i opuštanjem

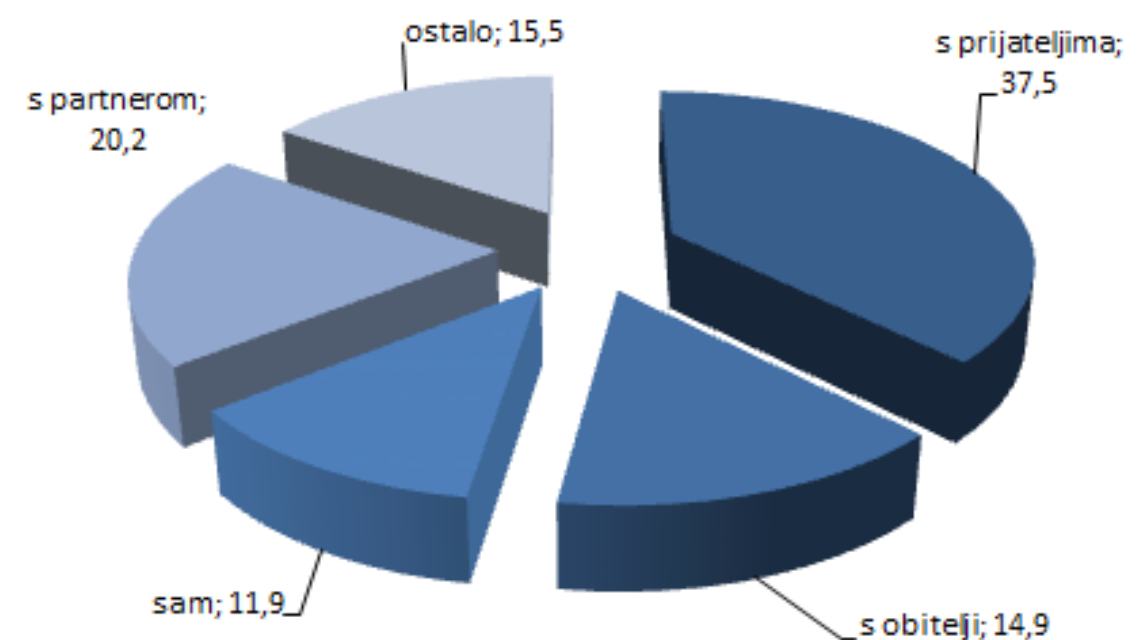


OBILJEŽJA TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI UTRKE



Najčešće korišteni izvori informiranja %

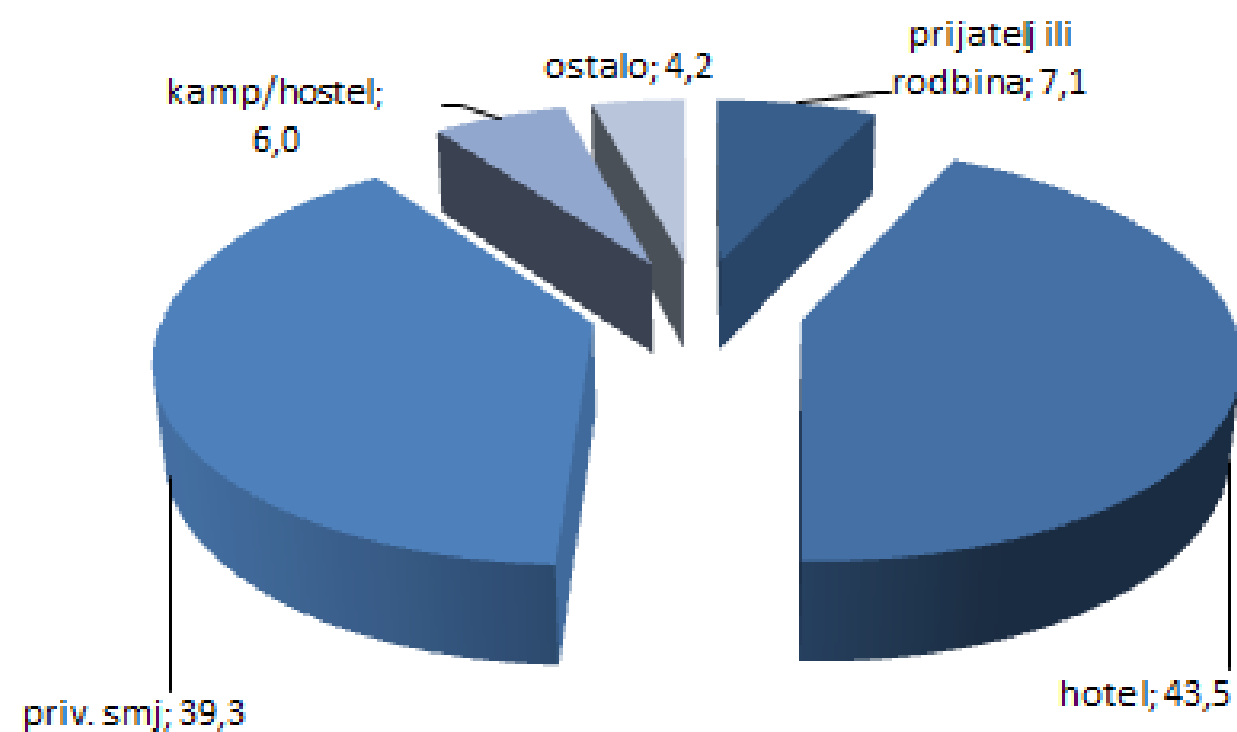
Pratnja na putovanju





OBILJEŽJA TIJEKOM BORAVKA U DESTINACIJI UTRKE

Korišteni smještajni kapaciteti



- Najposjećenije atrakcije su Stari grad, gradske zidine, muzeji i otok Lokrum



STAVOVI O UTRCI

Tablica 3: Zadovoljstvo sudionika elementima utrke

	Srednja vrijednost	Standardna devijacija
trasa utrke	4,57	0,714
volonteri	4,80	0,582
okrijepne stanice	4,78	0,563
WC-i	4,24	0,962
start	4,60	0,798
cilj	4,74	0,621
garderoba	4,36	0,850
osvježenje poslije utrke	4,441	0,774
ceremonija dodjele nagrada	4,32	0,963
zabavni sadržaj na trasi	4,55	0,748



STAVOVI O UTRCI

Tablica 3: Zadovoljstvo sudionika elementima utrke

	Srednja vrijednost	Standardna devijacija
on-line registracija	4,72	0,637
web stranice	4,56	0,756
dizajn majica za manifestaciju	4,46	0,888
expo	4,20	1,010
merch za prodaju	4,09	0,990
mjerjenje vremena i rezultata	4,65	0,657
preuzimanje startnih paketa	4,65	0,743
društvene mreže	4,65	0,676
info publikacije	4,58	0,713
ukupna organizacija	4,70	0,634



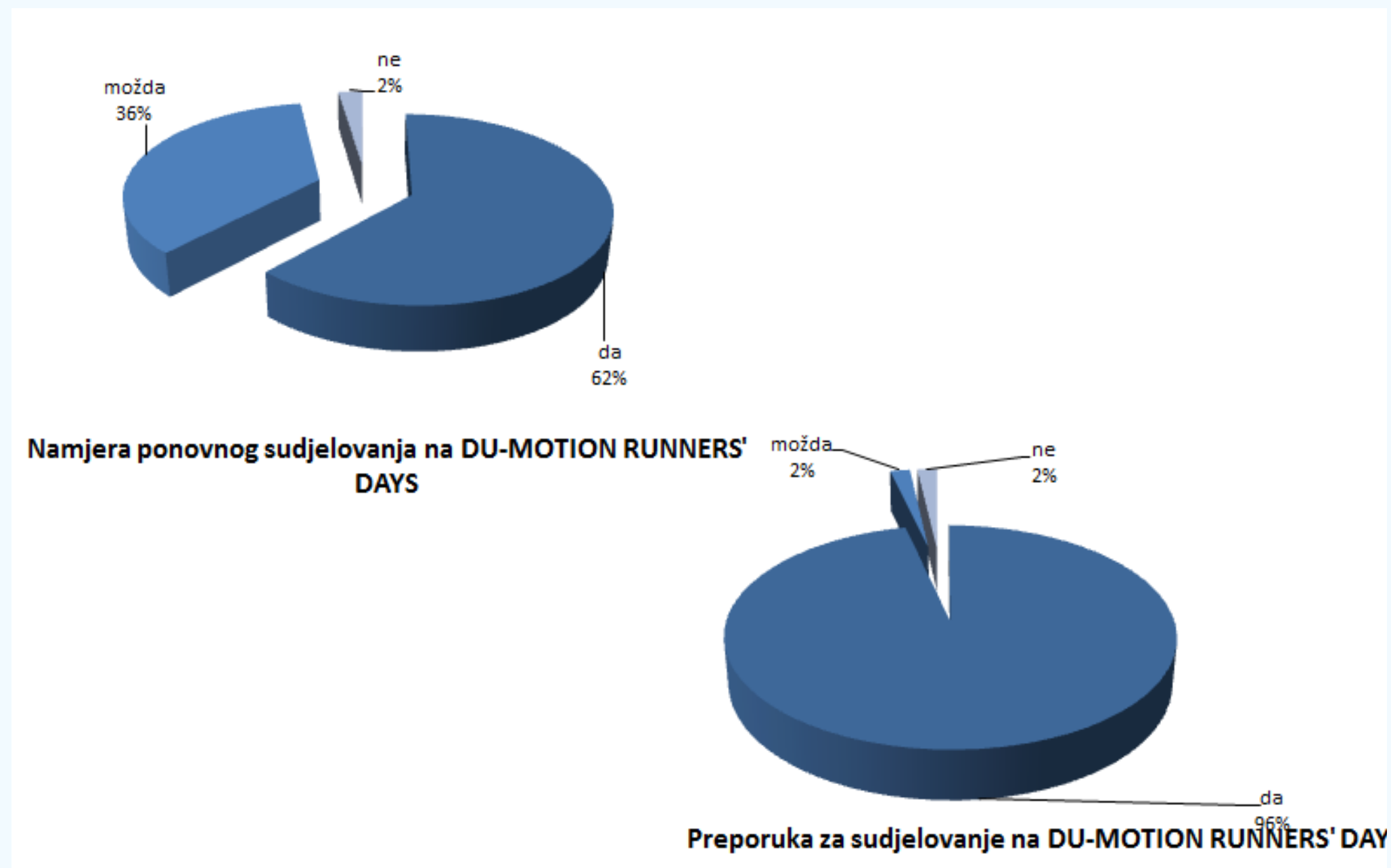
STAVOVI O TURISTIČKOJ DESTINACIJI

Tablica 5: Zadovoljstvo sudionika elementima turističke destinacije

	Srednja vrijednost	Standardna devijacija
čistoća destinacije	4,65	0,702
sigurnost	4,77	0,609
noćni život	4,16	0,887
kupnja	4,81	1,069
smještaj	4,47	0,75
signalizacija	4,49	0,734
vrijednost za novac	4,96	1,029
susretljivost	4,52	0,826

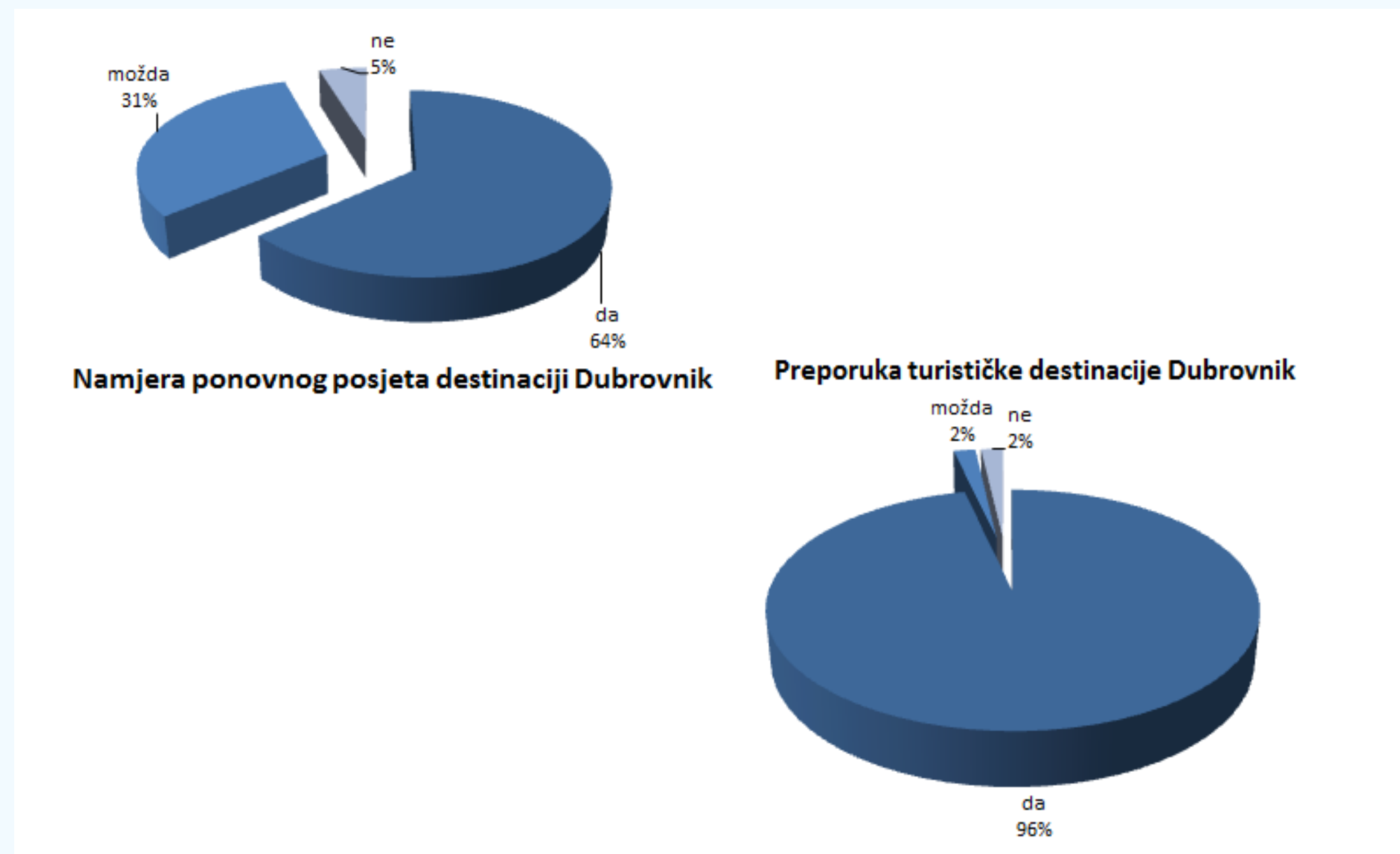


LOJALNOST SUDIONIKA



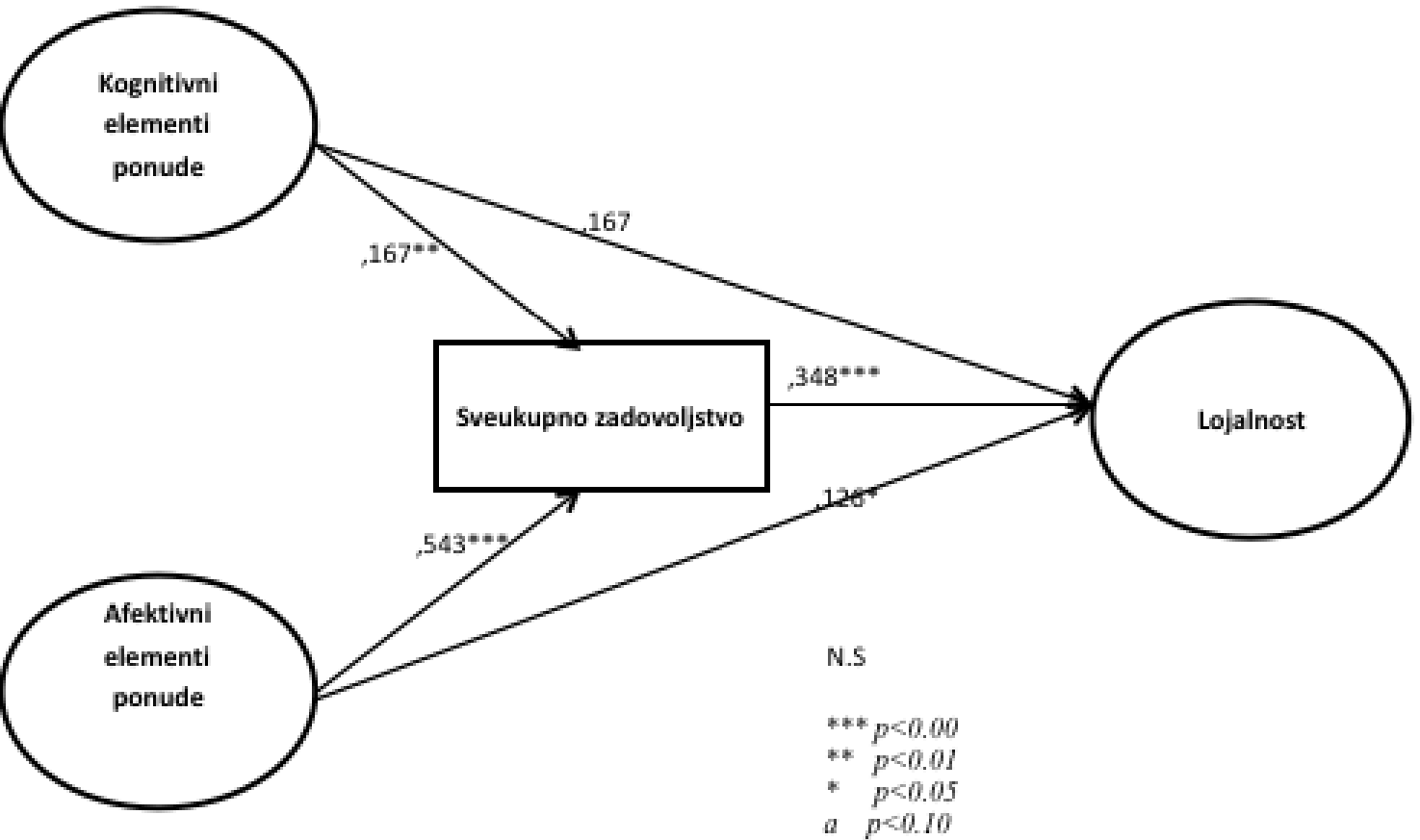


LOJALNOST SUDIONIKA





MODEL LOJALNOSTI





POTROŠNJA SUDIONIKA

Tablica 6: Struktura potrošnje sudionika po pojedinim uslugama u %

Usluge	Potrošnja u %
smještaj (6.179.274,20 kn)	40
hrana i piće (6.028.560,00 kn)	41
prijevoz	6
kultura	5
kupnja	7
ostalo	1



PREPORUKE I SUGESTIJE



KOMENTARI SUDIONIKA

"Samo ovako nastavite! Bravo!"

"Prekrasno! Ne mijenjajte ništa!"

"Odlična manifestacija, vidimo se 2020. godine!"

"Bravo, najbolje organizirana utrka koju preporučujem u svakom trkačkom razgovoru."

"Moji dojmovi o Du Motionu su više nego pozitivni... Sjajno iskustvo što se tiče utrke i cjelokupne organizacije."

"Odlični ste!"



ZAKLJUČAK

UČINCI SPORTSKE MANIFESTACIJE DU MOTION:

- Diverzifikacija postojeće ponude
- Vremenska i prostorna distribucija
- Preusmjeravanje s kvantitete na kvalitetu
- Tržišna diferencijacija
- Dodana vrijednost turističke destinacije
- Multiplikativna funkcija
- Konverzijska funkcija
- Kreiranje modificiranog imidža destinacije
- Aktiviranje resursne osnove izvan sezone

du motion

RUNNERS' DAYS DUBROVNIK

HVALA
NA
PAŽNJI!

