

PRIMJENA REZULTATA ANKETE POSJETITELJA U JAVNOJ USTANOVI NACIONALNI PARK KRKA

Brajković, Ines

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of
Sibenik / Veleučilište u Šibeniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:512491>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Bez
prerada 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**

Repository / Repozitorij:

[VUS REPOSITORY - Repozitorij završnih radova
Veleučilišta u Šibeniku](#)



VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽAMENT
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
MENADŽMENT

INES BRAJKOVIĆ

PRIMJENA REZULTATA ANKETE
POSJETITELJA U JAVNOJ USTANOVI
„NACIONALNI PARK KRKA“

Završni rad

Šibenik, 2016.

**VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽMENT
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ
MENADŽMENT**

**PRIMJENA REZULTATA ANKETE
POSJETITELJA U JAVNOJ USTANOVI
„NACIONALNI PARK KRKA“**

Završni rad

Kolegij: Menadžment zaštićenih područja

Mentor: dr. sc. Drago Marguš

Student/ica: Ines Brajković

Matični broj studenta: 0067332713

Šibenik, lipanj 2016.

Veleučilište u Šibeniku

Završni rad

Odjel Menadžmenta

Specijalistički diplomski stručni studij Menadžment

Primjena rezultata ankete posjetitelja u Javnoj ustanovi „Nacionalni park „Krka“

Ines Brajković

ines.brajkovic@npk.hr

Sažetak

Javna ustanova „Nacionalni park Krka“ provodi anketna istraživanja među posjetiteljima s ciljem segmentacije tržišta na sociodemografska obilježja posjetitelja, obilježja njihova dolaska i obilježja boravka u samom Parku.

Svrha istraživanja je dobivanje relevantnih podataka na kojima bi se temeljila buduća strategija ukupnog poslovanja, s ciljem razvoja suradnje s lokalnim stanovništvom, unapređenja zadovoljstva posjetitelja, edukacije zaposlenih i posjetitelja, kao i smjer budućih ulaganja.

Odgovarajuća infrastruktura, kao što su centri za posjetitelje, uz educirane zaposlenike te dobro osmišljene sadržaje i programe, idealna su kombinacija za zadovoljstvo posjetitelja. U radu su prikazani rezultati provedenih anketa u Javnoj ustanovi „Nacionalni park Krka“, važnost provođenja ankete i njen utjecaj na određivanje strategije Parka.

Ključne riječi: anketa, istraživanje, strategija, edukacija

(47 stranica / 37 slika / 2 tablice / 42 literaturna navoda / jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u: Knjižnici Veleučilišta u Šibeniku

Mentor: dr. Drago Marguš

Rad je prihvaćen za obranu:

Polytechnic of Šibenik

Final paper

Department of Management

Professional graduate Studies of Management

**The implementation of survey results of visitors in the Public Institution
“National Park Krka”**

Ines Brajković

ines.brajkovic@npk.hr

Abstract

Public Institution "National Park Krka" carries out surveys among visitors with the aim of market segmentation on demographic characteristics of visitors, the characteristics of their arrival and stay in the Park.

The purpose of the research is to obtain relevant information on which to base future strategy of the overall business, with the aim of developing cooperation with the local population, improving visitor satisfaction, education of employees and visitors, as well as the direction of future investments.

Adequate infrastructure, such as visitor centers, with educated staff and well-designed facilities and programs, are an ideal combination for the pleasure of visitors. The paper presents the results of surveys of the Public Institution "National Park Krka", the importance of the survey and its impact on the determination of the strategy of the park.

Key words: survey, research, strategy, education.

(47 pages / 37 figures / 2 tables/ 42 references / original in Croatian language)

Paper deposited in: Library of Polytechnic of Šibenik

Supervisor: dr. sc. Drago Marguš

Paper accepted:

SADRŽAJ:

| | |
|---|--|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 2. SADRŽAJ, PROCES I VRSTE ISTRAŽIVANJA U JAVNOJ USTANOVI „NACIONALNI PARK KRKA“ POGREŠKA! KNJIŽNA OZNAKA NIJE DEFINIRANA. | |
| 2.1. Definiranje problema istraživanja..... | 2 |
| 2.2. Svrha istraživanja..... | 2 |
| 2.3. Proces istraživanja..... | 3 |
| 2.3.1. Definiranje problema i ciljeva istraživanja | 4 |
| 2.3.2. Određivanje izvora podataka i vrste istraživanja | 5 |
| 2.3.3. Metode i upitnik za prikupljanje podataka..... | 5 |
| 2.3.4. Određivanje vrste istraživanja | 6 |
| 2.3.5. Određivanje uzorka i prikupljanje podataka | 7 |
| 2.3.6. Analiza podataka i interpretacija rezultata..... | 7 |
| 3. ANALIZA REZULTATA ANKETE U JAVNOJ USTANOVI „NACIONALNI PARK KRKA“ | POGREŠKA! KNJIŽNA OZNAKA NIJE DEFINIRANA. |
| 3.1. Analiza ankete provedene na Skradinskom buku..... | 8 |
| 3.2. Analiza ankete provedene na Roškom slapu | 22 |
| 4. ODREĐIVANJE STRATEGIJE NA OSNOVU REZULTATA ANKETA POSJETITELJA JAVNE USTANOVE „NACIONALNI PARK KRKA“ | 30 |
| 4.1. Ulaganje u infrastrukturu | 30 |
| 4.1.1. Centri za posjetitelje | 31 |
| 4.1.2. Edukativne staze i vidikovci | 35 |
| 4.2. Edukacija zaposlenika..... | 36 |
| 4.3. Edukacija posjetitelja..... | 37 |
| 4.4. Suradnja s lokalnim stanovništvom | 40 |
| 5. ZAKLJUČAK..... | 42 |
| 6. LITERATURA | POGREŠKA! KNJIŽNA OZNAKA NIJE DEFINIRANA. |
| 7. POPIS SLIKA..... | 44 |
| 8. POPIS TABLICA..... | 46 |

1. UVOD

Nacionalni parka „Krka“ iz godine u godinu privlači sve veći broj posjetitelja. Osim prirodnih vrijednosti i bogata kulturno-povijesna baština, koja se nalazi na području Nacionalnog parka „Krka“ i okolici, dodatno povećava turističku privlačnost.

Za razliku od gospodarskih subjekta na tržištu, koji u idealnoj situaciji nastoje oblikovati svoj proizvod ili uslugu u skladu s očekivanjima i zahtjima tržišta kako bi osigurali plasman i time ostvarili uspješno poslovanje, zadaća Uprave Javne ustanove „ Nacionalni park Krka“ je podizanje ekološke svijesti i uključivanje zajednice u borbu za kvalitetniji okoliš i život u njemu.

Slijedom toga, polazne su pozicije tržišnog subjekta potrebe i želje konzumenata i njihovo zadovoljavanje, dok su polazne pozicije NP „Krka“ očuvanje prirodne, kulturne i povijesne baštine te edukativna funkcija.

Kontinuirano dobivanje relevantnih podataka preduvjet je svakom strateškom odlučivanju i planiranju, stoga je osiguravanje podataka o obilježjima i stavovima posjetitelja nužno za određivanje strategije i aktivnosti u Parku.

Rad se sastoji od tri poglavlja. U prvom poglavlju definirani su sadržaj, proces i vrste istraživanja u Nacionalnom parku Krka. U drugom poglavlju prikazani su rezultati ankete provedene u Nacionalnom parku „Krka“ na području Skradinskog buka i Roškog slapa, dok su u trećem prikazana strategija poslovanja i smjernice daljnjeg razvoja na koje su rezultati ankete imali utjecaj.

2. SADRŽAJ, PROCES I VRSTE ISTRAŽIVANJA U JAVNOJ USTANOVI „NACIONALNI PARK KRKA“

„Istraživanje tržišta je marketinška aktivnost koja predstavlja središte poslovnog upravljanja u suvremenim ekonomijama gdje vladaju tržišne informacije.

Kontinuirano i sustavno praćenje tržišnih kretanja, projekti istraživanja tržišta, informacijski sustav i baze podataka nužne su za opstanak u kompleksnom okruženju današnjeg tržišta.

Istraživanje tržišta sastoji se od prikupljanja podatka i analize informacija o proizvodima i uslugama na relaciji proizvođač-potrošač, od uvođenja novih proizvoda ili usluga, upravljanja brendom ili komuniciranja s ciljnom skupinom.

Osiguravanje tržišnih informacija, analitičkih alata i integriranih marketinških rješenja pomažu klijentima u razumijevanju samog tržišta, potrošača i njihovih navika.

Dobivene informacije olakšavaju donošenje ključnih poslovnih odluka (planova) vezanih za održavanje i/ili jačanje te unose strukturu u strategiju. Kratkoročno i dugoročno korištenje istraživanja povećava uspješnost poslovanja.

U posljednjih nekoliko godina funkcija istraživanja tržišta u Hrvatskoj brzo se razvija što dokazuje sve veći broj istraživačkih agencija i širina njihovih aktivnosti.¹

2.1. Definiranje problema istraživanja

Javna ustanova „Nacionalni park Krka“ provodi anketna istraživanja kako bi napravila segmentaciju tržišta s obzirom na sociodemografska obilježja posjetitelja, obilježja njihovog dolaska i obilježja boravka u samom parku. Rezultati istraživanja također omogućuju i utvrđivanje glavnih prednosti i slabosti postojeće turističke ponude i praćenje tržišnih promjena i trendova, a koja bi olakšali buduću strategiju parka.

2.2. Svrha istraživanja

Svrha istraživanja tržišta je dobivanje informacija na temelju kojih se odlučuje o daljnjem poslovanju. Informacije se dobivaju iz prikupljenih i analiziranih podataka.²

¹ www.jatrgovac.com

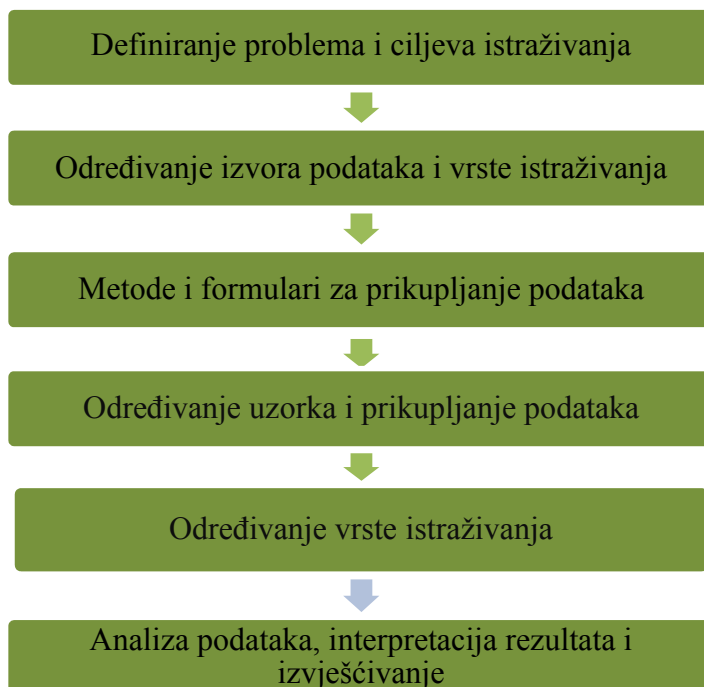
Svrha istraživanja u Parku je dobivanje relevantnih podataka na kojima bi se temeljila buduća strategija ukupnog poslovanja, s ciljem razvoja suradnje s lokalnim stanovništvom, izrade Plana upravljanja, unapređenja zadovoljstva posjetitelja, edukacije zaposlenih i posjetitelja kao i smjer budućih ulaganja.

2.3. Proces istraživanja

Proces istraživanja tržišta sastoji se od logičnog redoslijeda postupaka što ih treba provesti da bi se došlo do pouzdanih i valjanih informacija koje pomažu prilikom odlučivanja u tržišnom poslovanju.

Budući da istraživanje tržišta služi kao pomoć u planiranju aktivnosti, rješavanje konkretnih problema i kontroli poslovanja, rijetke su mogućnosti da dva poduzeća provedu istraživanje tržišta s potpuno istom svrhom. Svaki istraživački proces specifičan je za pojedini slučaj i prilagođen konkretnim potrebama.

Slika 1. Proces istraživanja



Izvor: Marušić, M., Prebežac, D., Istraživanje turističkih tržišta, Adeco, Zagreb, 2004., str. 65.

² [www. file:///E:/vrste%20istra%C5%BEivanja%20-%20teoretaki%20dio%20predavanje.pdf](http://www.file:///E:/vrste%20istra%C5%BEivanja%20-%20teoretaki%20dio%20predavanje.pdf)

2.3.1. Definiranje problema i ciljeva istraživanja

Definiranje problema i postavljanje ciljeva istraživanja jedna je od osnovnih zadaća istraživačkog procesa, a istraživač mora znati što je svrha, a što cilj istraživanja. Ukoliko se ne zna svrha i cilj istraživanja, dobiveni rezultati su potpuno beskorisni.

Istraživač mora imati odgovor na pitanja:

- što je svrha ovog postupka?
i
- koji su ciljevi istraživanja?

Ako nemamo jasan odgovor na ta pitanja, dogoditi će se da prikupljamo podatke koji će služiti nekim drugim, nedovoljno definiranim ciljevima, a rezultat će biti nevaljane i nepouzdanе informacije. Točni odgovori na pogrešna pitanja, nisu samo potpuno beskorisni, već i štetni. Definiranje problema sastoji se u navođenju specifičnog područja odlučivanja u marketingu koje će istraživanjem biti bolje objašnjeno.

Zadaća je istraživanja tržišta da postavi hipoteze istraživanja, tj. moguće razloge koji su izazvali problem, a zatim činjenice (varijable) koji na njega djeluju. Hipoteza istraživanja je nedokazana tvrdnja koja objašnjava neke činjenice ili pojave. To je pretpostavka koja se empirijski može provjeriti. Nakon postavljanja hipoteze, ciljevi istraživanja mogu se jasnije postaviti.³ Hipoteza istraživanja u Nacionalnom parku „Krka“ jest nedovoljna posjećenost pojedinih lokaliteta i sadržaja, uz istovremeno preopterećenje Skradinskog buka, sezonalnost posjećivanja, nesnalaženje posjetitelja u prostoru parka.

Cilj istraživanja je utvrditi koji faktori utječu na navedene probleme i koje stavove posjetitelji imaju na postojeće sadržaje unutar Parka.

Anketa je ujedno poslužila i u svrhu utvrđivanja tržišnog profila tipičnih posjetitelja i njihovih stavova o turističkoj ponudi NP „Krka“.

Glavni cilj istraživanja bio je dobivanje detaljnih kvantitativnih, ali i kvalitativnih informacija o posjetiteljima, kako bi se ponuda mogla što brže i uspješnije prilagoditi zahtjevima tržišta.

³ [www. file:///E:/vrste%20istra%C5%BEivanja%20-%20teoretaki%20dio%20predavanje.pdf](http://www.file:///E:/vrste%20istra%C5%BEivanja%20-%20teoretaki%20dio%20predavanje.pdf)

2.3.2. Određivanje izvora podataka i vrste istraživanja

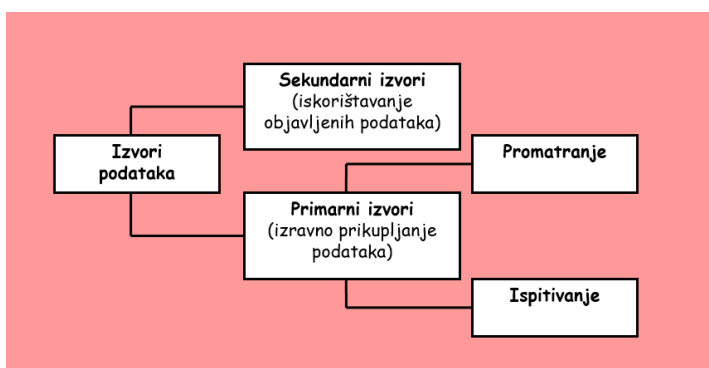
U određivanju izvora podataka su na raspolaganju dvije mogućnosti:

- a) podaci iz sekundarnih izvora ili sekundarni podaci
- b) podaci iz primarnih izvora ili primarni podaci.⁴

Sekundarni podaci su prikupljeni i zabilježeni prije, u nekom drugom istraživanju i za neku drugu svrhu. To su povijesni podaci i za sadašnjeg istraživača ne zahtijevaju kontakt s ispitanicima ili subjektima istraživanja. Pod ovu vrstu istraživanja spadaju razne interne statistike (broj posjetitelja na pojedinim lokalitetima, nacionalnost i dob posjetitelja temeljem broja prodanih ulaznica, vrijeme posjećivanja pojedinih lokaliteta i sadržaja u Parku.

Primarni podaci su rezultat izravnog istraživanja na terenu, uz pomoć metoda promatranja i ispitivanja. Primarni podaci su izvorna opažanja koja se prikupljaju za potrebe rješavanja konkretnog tržišnog problema različitim kvalitativnim ili kvantitativnim tehnikama istraživanja tržišta.

Slika 2. Istraživanje turističkih tržišta



Marušić, M., Prebežac, D., Istraživanje turističkih tržišta, Adeco, Zagreb, 2004., str. 24.

2.3.3. Metode i upitnik za prikupljanje podataka

Razlikujemo dvije metode prikupljanja podataka:

- a) anketiranje i
- b) promatranje.

⁴ Marušić, M., Prebežac, D., Istraživanje turističkih tržišta, Adeco, Zagreb, 2004., str. 24.

Anketa⁵ označava postupak u toku kojeg se odabranim ispitanicima postavljaju usmeno ili pismeno određena pitanja, na koja oni također usmeno ili pismeno odgovaraju. Nakon toga se odgovori podvrgavaju raznim analizama.

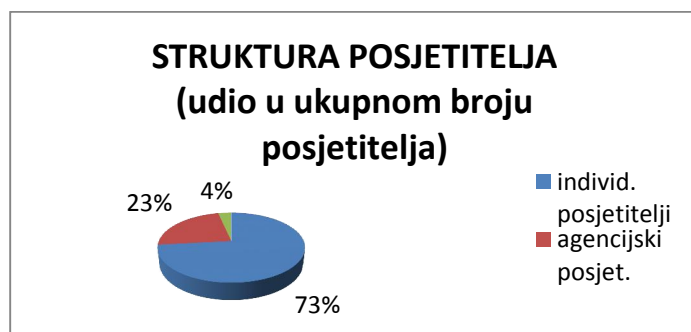
Anketa je posebna metoda za prikupljanje podataka i informacija o stavovima i mišljenjima ispitanika. U širem smislu anketa je svako prikupljanje podataka i informacija uz pomoć postavljenih pitanja. Potrebno je naglasiti da u znanstvenom istraživanju, anketa nije samo postavljanje pitanja i na njih traženje odgovora, već je anketa, prije svega, postavljanje određenih pitanja određenoj i odabranoj vrsti i broju ljudi, na točno isplaniran način sa svrhom i ciljem gdje je cilj dobiti što više istinitih odgovora, odnosno podataka i informacija o predmetu istraživanja. Pitanja se mogu postavljati na različite načine i o različitim temama. Promatranje/opservacija je metoda koja se koristi za prikupljanje podataka koji su lako uočljivi (npr. prostor u Parku namijenjen posjetiteljima je slabo posjećen-galerija u centru za posjetitelje u Skradinu).

2.3.4. Određivanje vrste istraživanja

Vrste istraživanja:

- Kvalitativno istraživanje znači da je riječ o podacima koji se daju izraziti brojačno, kao što je npr. broj turista koji su posjetili neku zemlju, njihova potrošnja izražena u novčanim jedinicama i sl., a kvalitativno upućuje na podatke koji se ne daju izraziti brojačno nego opisno. Ovo istraživanje se provodi na kraju poslovne godine kroz godišnja izvješća o radu izradom raznih statističkih tablica službe koja se bavi prihvatom posjetitelja.

Slika 3. Kvantitativna metoda istraživanja u Nacionalnom parku Krka



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

⁵ www.infoz.ffzg.hr

- Kvalitativno istraživanje upućuje na podatke koji se ne daju izraziti brojačno nego opisno. Primjer kvalitativnih podataka su: motivi dolaska gostiju, njihova zadovoljstva ili stavovi prema nekom proizvodu, usluzi ili postupku, mišljenju ispitanika i sl. Upravo takva anketa je provedena u parku na svim lokalitetima otvorenim za posjetitelje.

2.3.5. Određivanje uzorka i prikupljanje podataka

Anketiranje je provedeno slučajnim odabirom, individualiziranim pristupom uz pomoć anketara, (osim u zimskom razdoblju), što je doprinijelo visokoj razini točnosti odgovora jer su se posjetitelji mogli savjetovati s anketarom ako nisu dobro razumjeli pitanja, naročito ona vezana za nazive pojedinih lokaliteta.⁶

Ukupno je prikupljeno 3 486 anketnih listića, tiskanih obostrano na A4 formatu. Posjetitelji su anketu ispunjavali na hrvatskom ili jednom od deset stranih jezika: engleskom, njemačkom, francuskom, talijanskom, slovenskom, slovačkom, češkom, poljskom, mađarskom i ruskom. Ovisno o jeziku, listići su bili različite boje: na hrvatskom bijeli, engleskom žuti, njemačkom zeleni, francuskom plavi, talijanskom ružičasti, slovenskom i poljskom zagasito žuti, slovačkom i češkom narančasti, ruskom zagasito narančasti, a mađarskom crveni.

Anketa se sastojala od dvadeset devet pitanja. Dvadeset pitanja bilo je poluotvorenog tipa, što znači da su posjetitelji mogli birati između ponuđenih odgovora, ali su također mogli napisati odgovor koji nije bio naveden ili ocijeniti sadržaj i kvalitetu. Osam pitanja bilo je zatvorenog tipa gdje su posjetitelji trebali odabrati jedan ili više ponuđenih odgovora. Kod posljednjeg pitanja anketirani posjetitelji mogli su napisati svoje primjedbe i prijedloge.

2.3.6. Analiza podataka i interpretacija rezultata

Analiza ankete predstavlja objektivnu i sažetu presliku baze podataka i služi kao interni radni dokument namijenjen Upravi Parka. Tako stvorena baza podataka predstavlja polaznu točku iz koje se u svakom trenutku mogu izvoditi transverzalne i detaljne analize svih segmenata ovisno o upitu.

⁶ www.nprka.hr

3. ANALIZA REZULTATA ANKETE U JAVNOJ USTANOVI „NACIONALNI PARK KRKA“

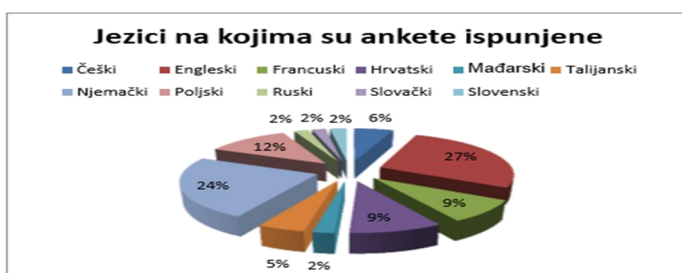
Skradinski buk najpoznatiji je i najposjećeniji slap na rijeci Krki. Ukupno ga je posjetilo 773 175 posjetitelja u 2013. godini, što je 98 % od ukupnog broja posjetitelja Nacionalnog parka „Krka“, kojeg je u 2013. posjetilo 786.635 posjetitelja. Samo 2% posjetitelja obišlo je druge lokalitete u Nacionalnom parku „Krka“ bez da su posjetili i Skradinski buk. Obzirom na opterećenost Skradinskog buka Uprava Np „Krka“ nastoji unaprijediti i poboljšati usluge i uvjete na uzvodnim lokalitetima u cilju povećanja broja posjetitelja na njima. Anketiranje posjetitelja provedeno je s ciljem da se utvrdi struktura posjetitelja i stupanj njihova zadovoljstva ponuđenim sadržajima te da se otkriju nedostaci u ponudi Parka.

3.1. Analiza ankete provedene na Skradinskom buku

Javna ustanova „Nacionalni park Krka“ u razdoblju od 20. rujna 2012. do 20. rujna 2013. provela je anketno ispitivanje posjetitelja NP „Krka“ na Skradinskom buku, kao prvo dugoročno ispitivanje, u trajanju od godinu dana. Anketno istraživanje dio je upravljačke strategije Javne ustanove „Nacionalni park Krka“ u vidu dugoročnog uspostavljanja smjernica razvoja s posebnim naglaskom na potrebe i ponašanje posjetitelja u zaštićenom području.

954 anketiranih posjetitelja ispunilo je upitnik na engleskom jeziku (27 %), 829 na njemačkom (24 %), 414 na poljskom (12 %), 325 na hrvatskom (9 %), 299 na francuskom (9 %), 197 na češkom (6 %), 165 na talijanskom (5 %), 86 na slovenskom (2 %), 75 na mađarskom (2 %), 72 na ruskom (2 %) i 70 na slovačkom jeziku (2 %).⁷

Slika 4. Jezici na kojima su ankete ispunjene

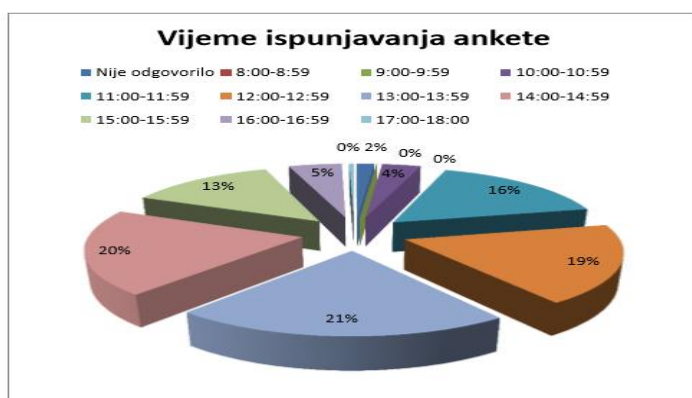


Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

⁷ www.np-krka.hr

Najveći intenzitet ispunjavanja anketa bio je između 12:00 i 14:59, nešto manje u vremenskom razdoblju od 11:00 do 11:59. Ovi rezultati dobar su pokazatelj o vremenu i o gustoći posjetitelja u pojedinim vremenskim intervalima. Slika 5 prikazuje da je najveći broj ispitanih posjetitelja anketu ispunjavao prilikom odmora (12:00-12:59) ili prilikom napuštanja Parka (13:00-14:59). Pritom posjetiteljima nije smetala ni vrućina ni gužva koje su u to vrijeme u Parku najizraženije.⁸

Slika 5. Vrijeme ispunjavanja ankete



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Zanimljivi podaci dobiveni su ispitivanjem države porijekla anketiranih posjetitelja. Ne iznenađuje da je najviše posjetitelja iz europskih zemalja: Njemačke, Poljske, Češke i Francuske. Prema općoj statistici ulaza, najbrojniji posjetitelji NP „Krka“ su iz Njemačke (24 %), slijede Poljska (17 %), Hrvatska (11 %), Francuska (8 %), Velika Britanija (6 %), Italija (5 %), Češka (4 %), Mađarska (3 %) i ostale države (22 %). Zabilježeni su i posjetitelji iz udaljenih zemalja poput Argentine, Brazila, Čilea, Ekvadora, Gane, Hong Konga, Indije, Indonezije, Japana, Južne Koreje, Južnoafričke Republike, Kine, Madagascara, Malezije, Maroka, Novog Zelanda, Palestine, Portorika, Reuniona, Singapura, Ujedinjenih Arapskih Emirata, Tajvana i dr.⁹

Države porijekla anketiranih posjetitelja su: Australija (39), Austrija (162), Belgija (81), Češka (224), Francuska (283), Hrvatska (252), Italija (177), Mađarska (89), Nizozemska (132), Njemačka (638), Poljska (455), Rusija (43), SAD (98), Slovačka (96), Slovenija (103), Švedska (81), Švicarska (50), Velika Britanija (138) i nije odgovorilo (114). Najbrojniji od prethodno navedenih posjetitelja su Nijemci (18 %). Slijede Poljaci (13 %), Francuzi (8 %),

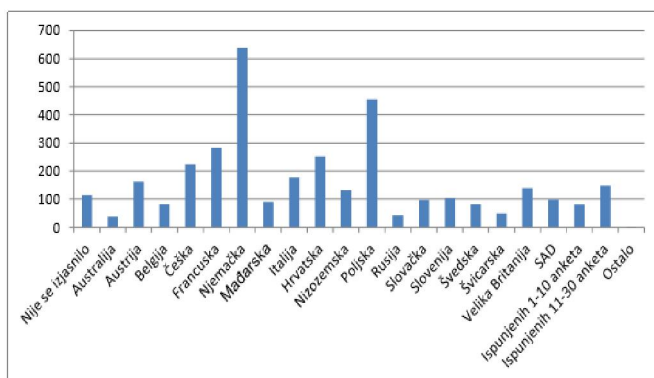
⁸ www.np-krka.hr

⁹ www.np-krka.hr

Hrvati (7 %), Česi (6 %), Talijani (5 %), Nizozemci (4 %) i Britanci (4 %) dok su ostale navedene države zastupljene u postocima ispod 4 %.¹⁰

Usporedimo li navedene rezultate s anketom provedenom u 2001. uočava se povećanje dolazaka iz svih europskih zemalja, najviše posjetitelji iz Poljske i Francuske, što je rezultat povećanih promotivnih aktivnosti na spomenutim tržištima, od Parka ili turističkih asocijacija.

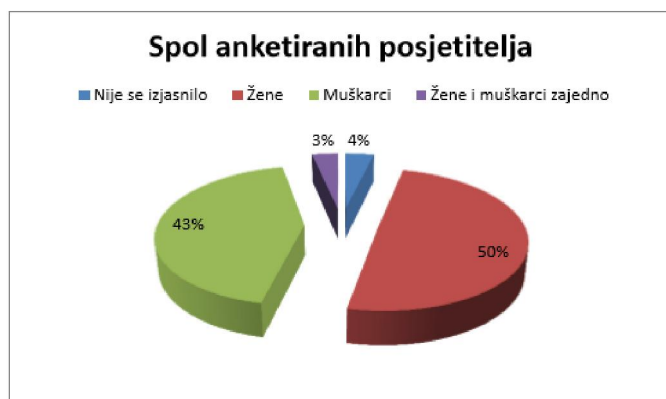
Slika 6. Država porijekla anketiranih posjetitelja na Skradinskom buku



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015

Od ukupnog broja anketiranih posjetitelja 50 % (1 731) je žena i 43 % (1 507) muškaraca. Upitnike koje su ispunjavali žene i muškarci zajedno je 4 % (117), a o spolu se nije izjasnilo 3 % (131) posjetitelja. Interes za ispunjavanje anketa gotovo podjednako pokazali pripadnici oba spola.¹¹

Slika 7. Spol anketiranih posjetitelja na Skradinskom buku



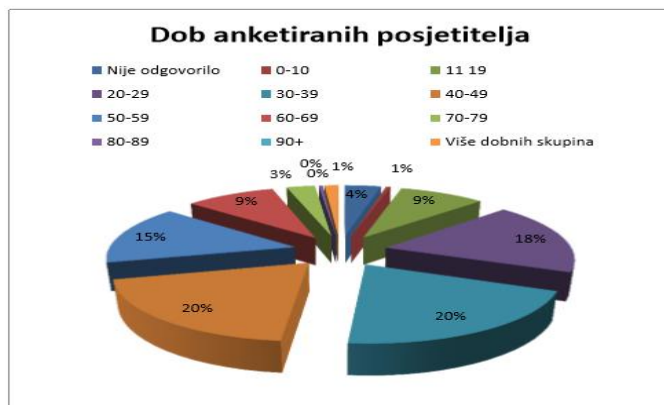
Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

¹⁰ www.np-krka.hr

¹¹ www.np-krka.hr

Slika 8 prikazuje dobne kategorije posjetitelja koji su se odazvali ispunjavanju ankete. Vidljivo je da postoje dominantne kategorije, međutim valja naglasiti da su sve dobne skupine ispunjavale anketne upitnike.¹²

Slika 8. Dob anketiranih posjetitelja na Skradinskom buku



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Najbrojniji posjetitelji koji su ispunili ankete su u dobi između 30 i 49 godina (40 %), a nešto manje su zastupljene dobne skupine 20-29 godina (18 %) i 50-59 godina (15 %), te ostali.¹³

Ovi rezultati gotovo su jednaki s rezultatima anketnog istraživanja iz 2001., kada je udio posjetitelja koji su ispunili anketu bili u dobi između 30 i 49 godina iznosio 44 %, a također ta dobna skupina odgovara i obiteljskoj kategoriji posjetitelja koja je najbrojnija među posjetiteljima NP „Krka“.

1 756 ispitanih posjetitelja izjasnilo se da je visoko obrazovano (50 %). Srednjoškolsko obrazovanje ima 1 013 posjetitelja (29 %), osnovnu školu 178 (5 %), 206 nije odgovorilo (6 %), a 267 posjetitelja navelo je ostalo (8 %) poput strukovnih i specijalističkih studija. U više kategorija nema posebnog obrasca, već su anketirani zaokruživali sve stupnjeve od najnižeg do najvišeg završenog.¹⁴

Veliki porast broja visokoobrazovanih posjetitelja koji je u provedenoj anketi 2001. iznosio 38,2 %, dovodi do zaključka da postoji veća zainteresiranost visokoobrazovanih građana za

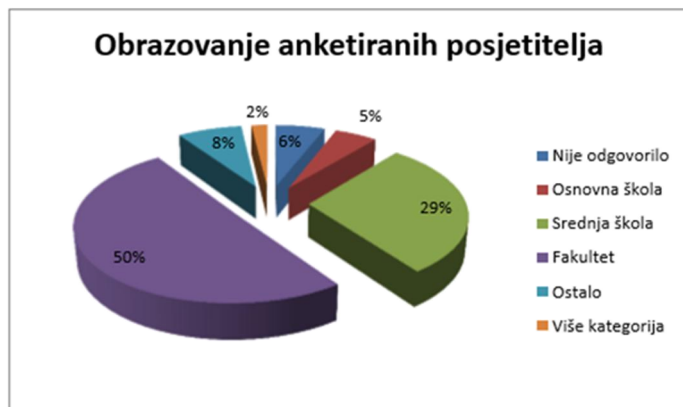
¹² www.np-krka.hr

¹³ www.np-krka.hr

¹⁴ www.np-krka.hr

upoznavanjem kulturne i prirodne baštine, što podrazumijeva i razgledavanje ljepota prirode nacionalnih parkova, kao najtipičnijih predstavnika očuvane prirodne baštine neke zemlje.

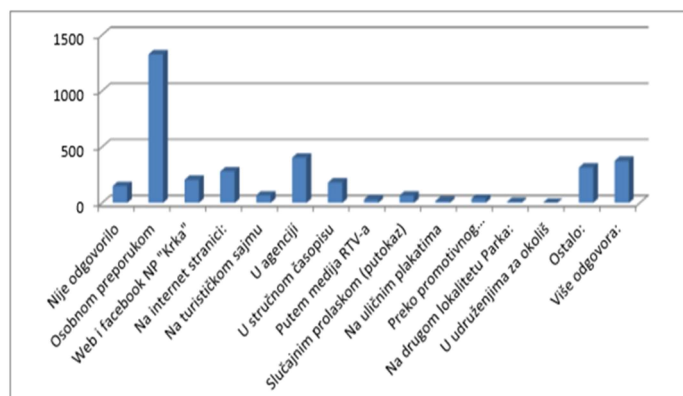
Slika 9. Obrazovanje anketiranih posjetitelja na Skradinskom buku



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Slika 10 prikazuje način na koji su anketirani posjetitelji dobili informacije o NP „Krka“

Slika 10. Informacije o NP „Krka“ anketirani su dobili



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015

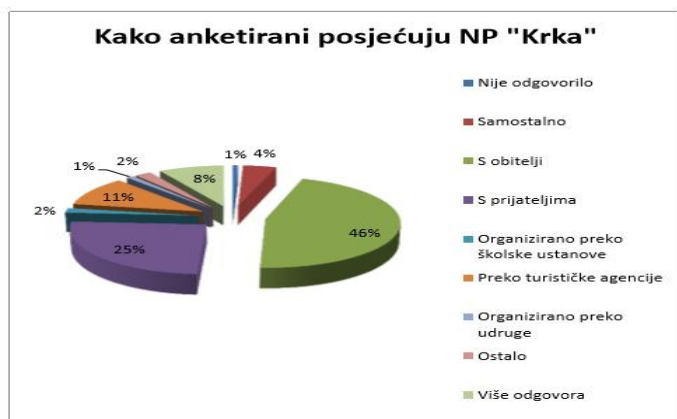
Najviše anketiranih posjetitelja odgovorilo je da je informacije o Nacionalnom parku „Krka“ dobilo osobnom preporukom (1 329), zatim na webu/facebooku „NP Krka“ (207), na internet stranici (282), na turističkom sajmu (69), u agenciji (404), u stručnom časopisu (183), putem medija RTV-a (30), slučajnim prolaskom (putokaz) (68), na uličnim plakatima (19), preko promotivnog tiskanog materijala NP „Krka“ (38), na drugom lokalitetu Parka (11), u udruženjima za okoliš (2) i ostalo (316). Nije odgovorilo 152 anketiranih.¹⁵

¹⁵ www.np-krka.hr

Kao i u anketama iz 2001. najveći broj posjetitelja informacije o „NP Krka“ dobilo je osobnom preporukom, dok se najveći rast dobivanja informacija odnosi na informacije putem Interneta i službene facebook stranice Javne ustanove „Nacionalni park Krka“. Obzirom na najveću zastupljenost visokoobrazovanih posjetitelja dobiveni rezultati ne iznenađuju. Međutim i činjenica da preko 65 000 korisnika facebooka prati aktivnosti na službenoj facebook stranici uvjerljivo prednjači u usporedbi sa ostalim nacionalnim parkovima u Hrvatskoj. Društvene mreže postaju *qonditio sine qua non* svih marketinških aktivnosti ali ujedno i savršen alat za ispitivanje stavova i mišljenja posjetitelja. Osobito se to pokazalo kod uvođenja novih proizvoda i usluga. Tako je primjerice, uvođenje dječjih radionica, raznih interaktivnih manifestacija i događanja rezultiralo povećanjem broja pratitelja službenih stranica ali i ponekad konstruktivnih kritika i promišljanja od pratitelja stranice.

Rezultate dobnog profila posjetitelja NP „Krka“ iz Slike 8. potvrđuje i Slika 11.

Slika 11. Kako anketirani posjećuju NP „Krka“



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Najveći broj anketiranih, točnije njih 1 597, posjećuje Park s obitelji (46 %), 878 s prijateljima (25 %), 368 preko turističke agencije (11 %), 152 samostalno (4 %), 59 organizirano preko školske ustanove (2 %) i 34 organizirano preko udruge (1 %), 77 anketiranih (2%) odabralo je kategoriju ostalo, a 24 (1%) anketiranih posjetitelja nije odgovorilo na pitanje.¹⁶

¹⁶ www.np-krka.hr

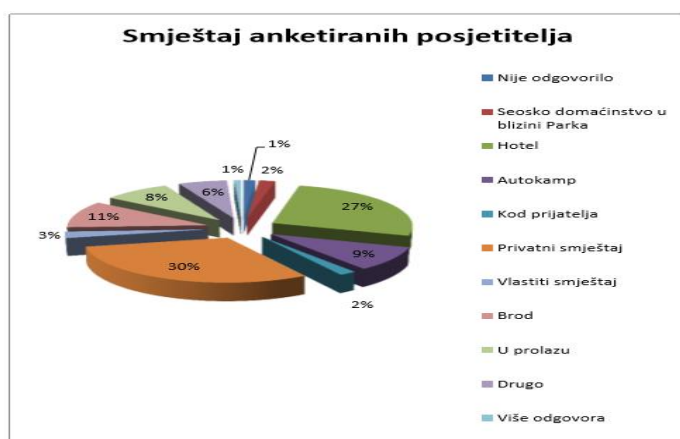
Posjećivanje parka u krugu obitelji podatak je koji usmjerava na potrebu uvođenja obiteljskih ulaznica, mogućnost proširenja ponude na sadržaje usmjerene na djecu (radionice, igraonice, edukativni labirinti i sl.).

1 056 (30 %) anketiranih posjetitelja bilo je smješteno u privatnom smještaju, 925 (27 %) u hotelu, 369 (11 %) na brodu, 332 (9 %) u autokampu, 293 (8 %) je u prolazu, 88 (3 %) u vlastitom smještaju, 70 (2 %) u seoskom domaćinstvu u blizini Parka i 64 (2 %) kod prijatelja. 208 (6 %) ih je odabralo drugo, 30 (1 %) je ponudilo više odgovora, a 51 (1 %) posjetitelj nije odgovorio.¹⁷

Rezultati anketiranja pokazuju slično korištenje smještaja posjetitelja kao i u 2001., osim korištenja usluga smještaja seoskih domaćinstava od samo 2% što otkriva segment za razvoj na razini lokalnog gospodarstva.

Podaci o vrsti smještaja važni su za „NP Krka“ kako bi intenzivirali marketinške aktivnosti u onim vrstama smještaja iz kojih dolaze posjetitelji. Od 2014. godine na lokalitetima s manjim brojem posjeta (Visovac, Roški slap, Burnum) u ponudi je povoljnija ulaznica na lokalitet u odnosu na preopterećen Skradinski buk, s ciljem usmjeravanja posjetitelja na spomenute lokalitete. Otvaranje novih staza na tom dijelu parka rezultiralo je razvojem turističkih sadržaja u okolnim naseljima, ali i razvoj poljoprivrede i zaustavljanje depopulacije tih naselja.

Slika 12. Smještaj anketiranih posjetitelja



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Pitanje koliko su puta posjetili Nacionalni park „Krka“ imalo je za cilj utvrditi koliko se često posjetitelji koji su jednom posjetili Park vraćaju u ponovni posjet.

¹⁷ www.np-krka.hr

Slika 13. Koliko su puta anketirani posjetili NP „Krka“



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

80 % (2 798) anketiranih posjetitelja posjetilo je „NP Krka“ prvi put. Drugi put posjetilo ga je 12 % (401), dok su ostale kategorije manje zastupljene: 103 (3 %) posjetitelja posjetili su Park tri puta, 40 (1 %) četiri puta, 101 (3 %) pet i više puta, a 43 (1 %) ih nije odgovorilo na pitanje.¹⁸

Odgovori otkrivaju da je Nacionalni park „Krka“ za 80% posjetitelja lokacija koja se posjećuje jednom u životu. Prednost NP „Krka“, u ovom slučaju Skradinskog buka, njegov je geografski smještaj, nedaleko gradova Šibenika i Skradina, a na putu između većih dalmatinskih gradova. Skradinski buk uređen je na način da se može posjetiti u nekoliko sati što je velikom broju posjetitelja dovoljno kako bi uživali u zaštićenoj prirodi te još uvijek imali vremena za obilazak drugih lokaliteta duž obale ili u zaleđu.

Premda se prema rezultatima Tomas istraživanja¹⁹ u Hrvatsku turisti rado vraćaju, ti isti rijetko se odlučuju na ponovni posjet „NP Krka“. Vjerovatno ne osjećaju potrebu za ponovnim posjećivanjem nakon što ga jednom obiđu, na što djelomično utječe nedovoljno poznavanje mogućih lokaliteta posjećivanja ili ih više zanima vidjeti nešto novo što još nisu vidjeli u zemlji koju posjećuju. Jedan od razloga zbog kojih se rijetko vraćaju jest i vrijeme koje posjetitelji utroše za dolazak u Park i povratak u mjesto boravka. Naime, Park je destinacija relativno udaljena od turističkih destinacija (osobito uzvodni lokaliteti) pa posjetitelj dolaskom utroši cijeli jedan dan za posjet.

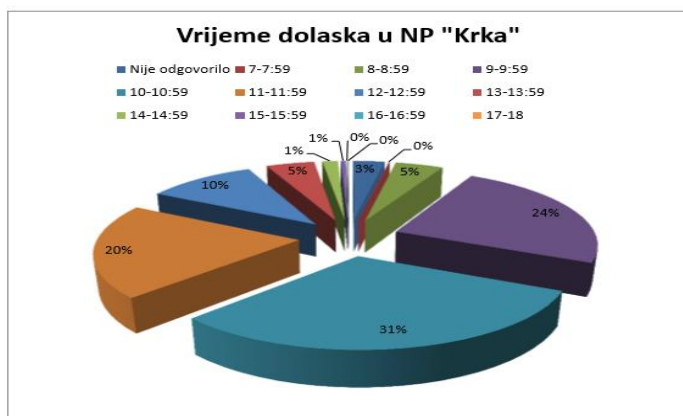
Najveći broj posjetitelja (75 %) u NP „Krka“ došlo je u vremenu od 9:00 do 11:59, s izraženim intenzitetom ulaza između 10:00 i 10:59 kada je u Park ušlo 1 075 anketiranih

¹⁸ www.np-krka.hr

¹⁹ Prema rezultatima Tomas istraživanja udjel stranih gostiju koji posjećuju Hrvatsku iznosi visokih 81%, u istu turističku destinaciju dolazi 59% turista, a u isti smještajni objekt dolazi 45% turista

posjetitelja. Posjetitelji počinju u Park dolaziti nešto prije 8:00 (3), zatim između 8:00-8:59 (159), 9-9:59 (841), 10-10:59 (1.075), 11-11:59 (706), 12-12:59 (361), 13-13:59 (160), 14-14:59 (52), 15-15:59 (18), 16-16:59 (4) i 17-18 sati (2). 105 posjetitelja nije navelo vrijeme dolaska u NP „Krka“.²⁰

Slika 14. Vrijeme dolaska u NP „Krka“



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Zanimljivo je utvrditi da spomenutih 75% posjetitelja u NP „Krka“ dolazi u jutarnjim satima, a čak četvrtina od ukupnog broja između 9:00 i 9:59 sati kako bi izbjegli gužvu. Međutim, ovaj model posjećivanja Parka također otkriva da je izlet u NP „Krka“ unaprijed planiran te predstavlja prvu jutarnju aktivnost tog dana.

Manji postotak posjetitelja dolazi u Park u poslijepodnevnom satima, možda iz razloga što su htjeli izbjeći gužvu ili što su tek tada u proputovanju stigli do NP „Krka“ pa su slučajnim prolaskom ili unaprijed planiranim izletom odlučili posjetiti Park.

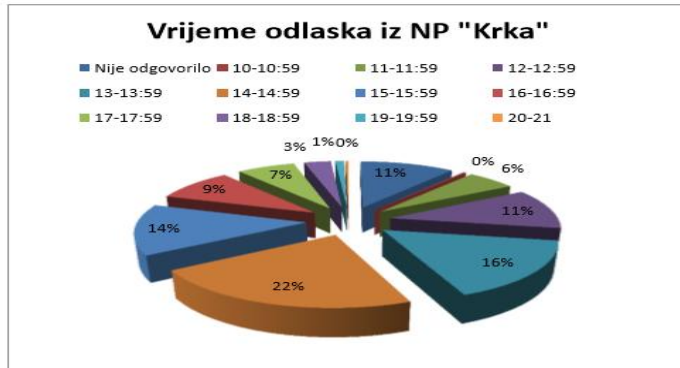
Cjenovna politika parka bi se trebala usmjeriti na poticanje posjetitelja na dolazak u park u ranijim jutarnjim satima i kasnijim poslijepodnevnom satima te na taj način rasteretiti period najvećeg opterećenja. Dobar primjer cjenovne politike uveden je 2014. godine kada se uvela prostorna diverzifikacija cijena na način da je cijena na manje posjećenim lokalitetima bila povoljnija i za 50% u odnosu na najposjećeniji lokalitet Skradinski buk.

Prvi posjetitelji napuštaju NP „Krka“ u vremenu od 10-10:59 (11), zatim od 11-11:59 (194), 12-12:59 (390), 13-13:59 (561), 14-14:59 (776), 15-15:59 (487), 16-16:59 (313), 17-17:59 (229), 18-18:59 (106), 19-19:59 (34) i između 20-21 (12). Nije odgovorilo 373 posjetitelja. Za razliku od vremena dolaska kada je 75% ulazaka u Park između 9:00 i 11:59, izlasci su

²⁰ www.np-krka.hr

ravnomjernije raspoređeni u vremenu od 12 do 17 sati (72 %). Najveći odlazak posjetitelja bilježi se od 14-14:59 sati, i nešto slabiji sat ranije i sat poslije.²¹

Slika 15. Vrijeme odlaska iz NP „Krka“



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

2 505 (72 %) posjetitelja koji su ispunili upitnik nije kupilo višednevne ulaznice iz određenih razloga: na jednodnevnom su izletu (285), odlaze kući (151), u prolazu su (116), jedan dan je dovoljan (107), nemaju vremena (98), na proputovanju su (61), dio su organiziranog izleta. (58), nisu znali za tu mogućnost, prevelika je gužva, ne zanima ih, žele posjetiti druga mjesta, preskupo je, imaju druge planove, vratit će se sljedeće godine, imaju malu djecu ili se nema što za vidjeti. 247 (7%) ih je kupilo dvodnevne ulaznice, 18 (1%) trodnevne, 5 (0%) četverodnevne i 8 (0%) peterodnevne ulaznice. 703 (20%) anketiranih nije odgovorilo na pitanje.

Uprava parka uvela je višednevne ulaznice nedugo prije provođenja ankete s ciljem upućivanja turista prema sjevernom toku rijeke Krke i na početku prodaje nisu zabilježeni zavidni rezultati prodaje, ali prodaja višednevnih ulaznica je u stalnom porastu. Ključni ulogu u prodaji višednevnih ulaznica mogla bi imati lokalna samouprava, seoska domaćinstva koja u sklopu svoje ponude (bilo da se radi o ponudi smještaja, tradicionalnih sadržaja ili rekreativnih sadržaja) može ponuditi i takve sadržaje.

²¹ www.np-krka.hr

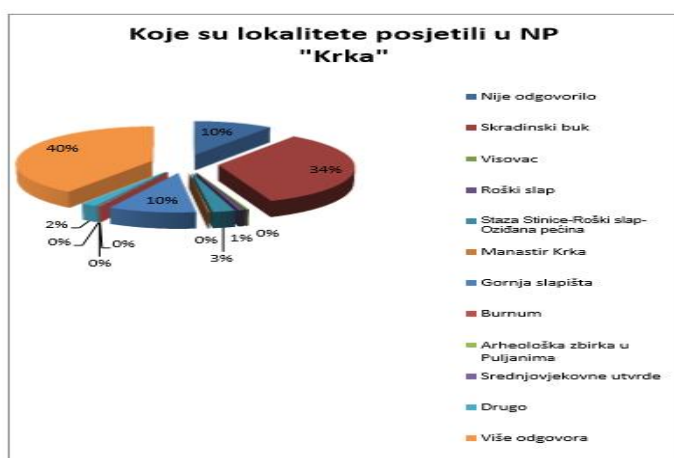
Slika 16. Višednevne ulaznice



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Rezultati ankete pokazuju brojniju posjećenost Skradinskog buka 1 192 (34 %) od drugih lokaliteta: Visovca 12 (0 %), Roškoga slapa 25 (1 %), staze Stinice – Roški slap – Ozidana pećina 88 (3 %), manastira Krka 7 (0 %), Burnuma 0 (0 %), arheološke zbirke u Puljanima 3 (0 %), srednjovjekovnih utvrda 5 (0 %) i gornjih slapišta 342 (10 %).

Slika 17. Posjećeni lokaliteti u NP „Krka“



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Upravo su kategorije gornjih slapišta i staze Stinice – Roški slap – Ozidana pećina stvorile najviše zabune jer se može zaključiti da posjetitelji nisu znali gdje su te lokacije ili su mislili da se gornja slapišta i staza Stinice – Roški slap – Ozidana pećina odnose na slapove i pješačku stazu na Skradinskom buku.

U kategoriji drugo 63 (2 %) treba istaknuti 19 posjetitelja koji su označili sve od navedenog, dok neki navode sladoled, kupanje ili ne znaju nazive pojedinih lokaliteta. Kategorija više odgovora 1 401 (40 %) uglavnom objedinjuje posjete Skradinskom buku i Visovcu (66),

Skradinskom buku, Visovcu i Roškom slapu (159), Skradinskom buku i Roškom slapu (69), Skradinskom buku i gornjim slapištima (215), stazi i gornjim slapištima (108). 10 % posjetitelja (348) nije odgovorilo na ovo pitanje.²²

Anketa je također pokazala da posjetitelji uglavnom ne znaju nazive lokaliteta jer su, iako se njihov posjet Parku sveo na svega nekoliko sati obilaska Skradinskog buka, anketirani navodili da su posjetili brojne uzvodne lokalitete, što je nemoguće izvesti u tako kratkom vremenu. Može se zaključiti da za veliku većinu posjetitelja NP „Krka“ znači „slapove Krke“, odnosno Skradinski buk. Osim što je važno promicati posjećivanje uzvodnih lokaliteta, potrebno je upoznati posjetitelje s točnim nazivima različitih lokacija. Primjerice, posjetitelji su često navodili da su u nekoliko sati obišli Skradinski buk i stazu Stinice – Roški slap – Oziđana pećina misleći pritom na obilazak kružne poučno-pješačke staze na Skradinskom buku. Stoga je potrebno umjesto orijentacijskih karta izraditi više 3D karata. 3D karta postoji samo na dva mjesta u Skradinu i na Skradinskom buku (namijenjena slijepim i slabovidnim osobama).

Najviše informacija o posjećenim mjestima 690 (20 %) posjetitelja dobilo je iz prospekata, 476 (14 %) putem informativnih (interpretacijskih) ploča na terenu, 356 (10 %) od djelatnika NP „Krka“, 134 (4 %) putem prezentacija uživo, 113 (3 %) preko www.nprka.hr i 43 (1 %) kroz multimedijalne prezentacije.

U kategoriji više odgovora 1 332 (38%) posjetitelji navode više izvora informacija o mjestima koja su posjetili. Njih 414 zadovoljavajuće informacije pronašlo je u prospektima i na informativnim pločama. Prema rezultatima ankete, većina posjetitelja dobila je informacije o lokalitetima prilikom dolaska u Park, odnosno od djelatnika NP „Krka“, prospekata i informativnih ploča.

Slika 18. Izvori informacija o posjećenim mjestima u NP „Krka“



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

²² www.np-krka.hr

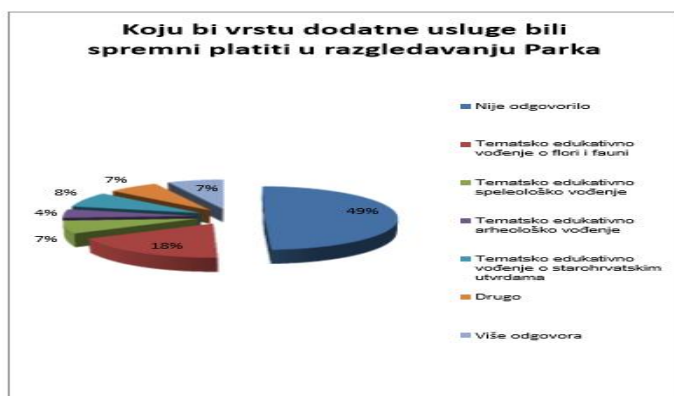
89 anketiranih posjetitelja je u kategoriji više odgovora navelo web stranicu NP „Krka“ kao izvor potrebnih informacija i kada se taj broj pribroji kategoriji weba NP „Krka“ možemo zaključiti da je upravo web NP „Krka“ vrlo važan medij u pružanju informacija o mjestima koja se mogu posjetiti u Parku.

U razgledavanju Parka, 630 (18 %) anketiranih posjetitelja spremno je dodatno platiti tematsko edukativno vođenje o flori i fauni, 270 (8 %) tematsko edukativno vođenje na starohrvatske utvrdame, 229 (7 %) tematsko edukativno speleološko vođenje i 153 (4 %) tematsko edukativno arheološko vođenje.

Prilikom razgledavanja Parka posjetitelji bi platili dodatne usluge koje su naveli u kategoriji drugo 231(7%), a neke od njih su: audio vodiči, besplatni vodiči za djecu, bolje informativne ploče, dodatno razgledavanje ostalih dijelova Parka, geologija, let iznad Parka, ormarići s ključevima, oznake na francuskom jeziku i radionice za djecu. 80 ih je odgovorilo da ne bi platili dodatne usluge.

U kategoriji više odgovora 251 (7 %) posjetitelji su dali kombinacije usluga koje su spremni platiti u razgledavanju Parka među kojima se ističu tematsko edukativno vođenje o flori i fauni i starohrvatskim utvrdama (35) te tematsko edukativno arheološko vođenje i vođenje o starohrvatskim utvrdama (34). Gotovo polovica anketiranih posjetitelja nije odgovorila na pitanje 1 722 (49%).²³

Slika 19. Mogućnost dodatne usluge u NP „Krka“



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Ponuda i prezentacija svih sadržaja u Nacionalnom parku „Krka“ su često osmišljeni na način da se posjetitelji potaknu na razmišljanje o njihovom utjecaju na okoliš i/ili dosadašnjim

²³ www.np-krka.hr

utjecajima čovjeka na određeni lokalitet ili čitav Park. Najnoviji primjer je izložba „Industrijska arhitektura na rijeci Krki“ na Skradinskom buku-povijesni pregled izgradnje hidrocentrale ali i suvremeni sukob zaštite prirode i razvoja industrijalizacije.

Odgovori na pitanje planirate li ponovno posjetiti NP „Krka“ mogu se povezati s višednevnim ulaznicama kako bi se bolje razumjela motivacija dolaska u NP „Krka“ gdje većina posjetitelja navodi da je odabralo jednodnevni izlet, ili su na proputovanju ili dolaze iz udaljenih mjesta i država.

Neodlučno je bilo 1 825 (52 %) posjetitelja, dok se 1 087 (31 %) posjetitelja odlučilo vratiti. 432 (13 %) posjetitelja negativno je odgovorilo na pitanje o ponovnom posjetu Parku iz razloga što su već bili nekoliko puta, neki žive u udaljenim krajevima pa im je predaleko, namjeravaju posjetiti druga mjesta i parkove (21), neki su na proputovanju, a nekima je jedanput dovoljno (30). Sljedeći razlozi zašto se neće vraćati u Hrvatsku su: nemaju vremena, odlaze kući (18), nekima je preskupo, nedovoljno zabavno ili smatraju da nemaju što za vidjeti i prevelika je gužva (26). Više odgovora dalo je 7 (0 %) posjetitelja, dok ih 135 (4 %) nije odgovorilo na pitanje.²⁴

Slika 20. Planiraju li ponovno posjetiti NP „Krka“



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Više od polovice neodlučnih posjetitelja svakako su veliki izazov za upravu NP „Krka“ u nastojanju da posjetitelji više puta posjete Park. Kontinuirani razvoj novih sadržaja, interaktivnih sadržaja i suradnja s lokalnim stanovništvom idealna su kombinacija za privlačenje posjetitelja da ponovno posjete park. Osobito je ponudu potrebno obogatiti na manje posjećenim lokalitetima sadržajima koji će posjetelje motivirati da ponovno dođu u Park .

²⁴ www.np-krka.hr

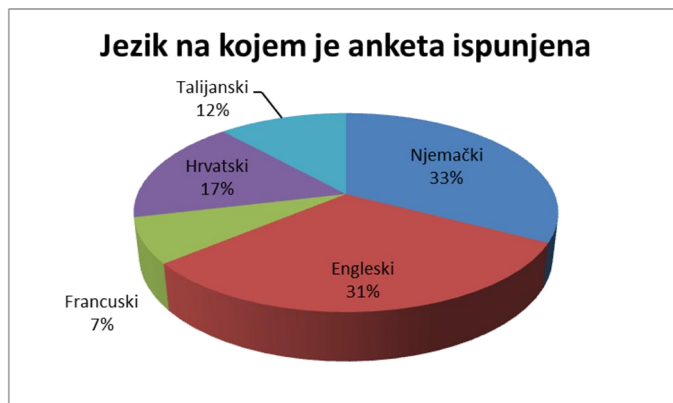
3.2. Analiza ankete provedene na Roškom slapu

Javna ustanova „Nacionalni park Krka“ provela je anketno ispitivanje među posjetiteljima na Roškom slapu u razdoblju od 10. kolovoza do 8. listopada 2012.

Ukupno je 1 435 posjetitelja ispunilo anketne listiće. Anketni listić, tiskan dvostrano na A4 formatu, sastavljen je na hrvatskom i preveden na četiri strana jezika: engleski, njemački, francuski i talijanski.

469 anketiranih posjetitelja ispunilo je upitnik na njemačkom jeziku (33 %), 449 engleskom (31%), 244 hrvatskom (17 %), 168 na talijanskom (12 %) i 105 francuskom (7 %).

Slika 21. Jezik na kojem je anketa ispunjena



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015

Anketa na Roškom slapu provedena je na samo pet jezika, za razliku od ankete na Skradinskom buku gdje je anketa provedena na dvanaest jezika.

Prilikom sljedećeg anketiranja trebalo bi provoditi ankete na istom broju jezika na svim lokacijama.

Najbrojniji posjetitelji koji su ispunili ankete su u dobi između 20 i 59 godina, s naglaskom na dobnu skupinu od 30-39 godina.

Tablica 1. Dob anketiranih posjetitelja na Roškom slapu

| Dob | 0-13 | 14-19 | 20-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60-69 | 70-79 | 80+ | Obitelj/Par | 0 |
|--------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|-------------|----|
| Posjetitelji | 9 | 40 | 280 | 318 | 275 | 241 | 118 | 26 | 7 | 95 | 26 |

Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Taj rezultat ukazuje da je dobna skupina posjetitelja od 30-39 godina najzastupljenija na svim lokalitetima u Parku. Podatak je važan za unaprjeđenje postojećih ali i razvoj novih proizvoda i usluga jer postoji cijela jedna skupina potencijalnih posjetitelja koji nisu u toj mjeri zastupljeni u anketama ali ih je u strategiji razvoja potrebno predvidjeti (umirovljenici, djeca, studenti i sl.).

848 (61 %) ispitanih posjetitelja izjasnilo se da ima visoko obrazovanje, 332 (24 %) ih je završilo srednju školu, 55 (4 %) osnovnu školu, 46 se nije izjasnilo (3 %), 106 (8 %) ih je navelo ostalo poput više škole, specijalističkih smjerova ili doktorata, a 48 (0 %) je ponudilo više odgovora, uglavnom nabrajajući sve završene stupnjeve.²⁵

Slika 22. Obrazovanje anketiranih posjetitelja na Roškom slapu



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Analizirajući ankete provedene na oba lokaliteta uočava se znatno veći udio visokoobrazovanih na Roškom slapu, što potvrđuje veću zainteresiranost visokoobrazovanih građana za upoznavanjem kulturne i prirodne baštine.

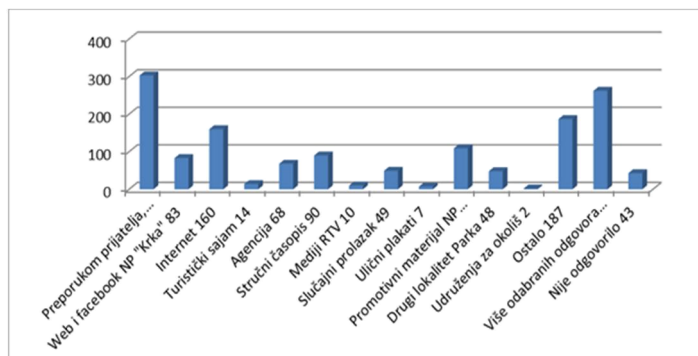
Najveći broj posjetitelja 21 % (303) informacije o Roškom slapu dobilo je preporukom prijatelja i rodbine, zatim putem Interneta 11 % (160), promotivnog materijala NP „Krka“ 8 % (109), iz stručnih časopisa 6 % (90), putem weba i facebooka NP „Krka“ 6 % (83), agencije 5 % (68), slučajnim prolaskom 3 % (49), na drugom lokalitetu Parka 3 % (48), na turističkim sajmovima 1 % (14), putem medija RTV-a 1 % (10), uličnih plakata 1 % (7) i u udruženjima za okoliš 0 % (2). 43 (3 %) nije odgovorilo, 187 (13 %) je odabralo drugo, a 262 (18 %) anketirana posjetitelja se odlučilo za više odgovora, od toga najčešće preporukom

²⁵ Arhiva Np „Krka“

prijatelja i rodbine, putem weba i facebooka NP „Krka“, putem Interneta i knjiga vodiča o Hrvatskoj.²⁶

Analiza anketa pokazuje da su izvori informacija o Parku isti kod posjetitelja na Skradinskom buku i Roškom slapu.

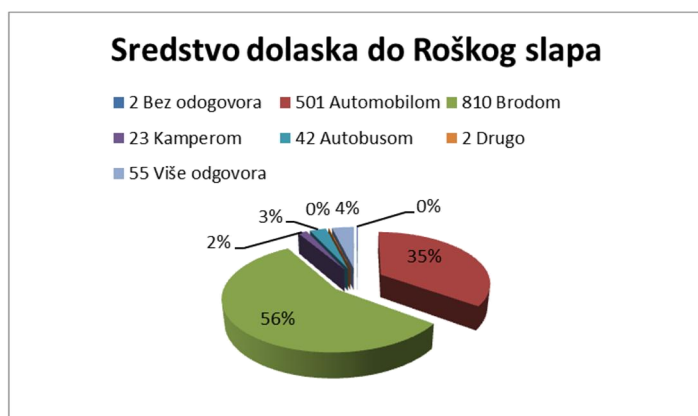
Slika 23. Izvor informacija o Roškom slapu



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Više od polovice ispitanih posjetitelja, njih 56 % (810) na Roški slap došlo je brodom sa Skradinskog buka. Dakle Roški slap im nije bila primarna destinacija dolaska u NP, te su se na izlet odlučili jer su o toj mogućnosti, najčešće, dobili informaciju na licu mjesta.

Slika 24. Sredstvo dolaska na Roški slap



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Ohrabrujuća činjenica jest da je ipak 40% anketiranih posjetitelja došlo na Roški slap automobilom, autobusom ili kamperom, dakle kopnenim putem, a među njima se nalaze i oni koji su u Park došli po prvi put.²⁷

²⁶ Arhiva Np „Krka“

²⁷ Arhiva Np „Krka“

Posjetitelji koji su se odlučili za više ponuđenih odgovora uglavnom su izdvojili automobil ili motor i brod, drugim riječima do Lozovca su stigli automobilom ili motorom, te su se na Skradinskom buku odlučili za izlet brodom prema Roškom slapu.

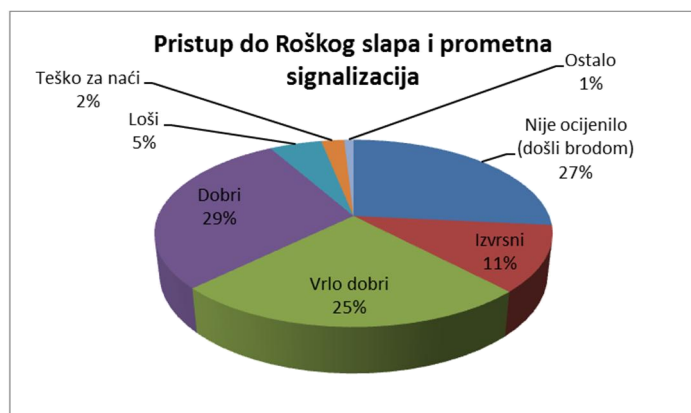
U ocjenjivanju pristupa do Roškog slapa i prometne signalizacije sudjelovalo je prethodnih 40% posjetitelja koji su došli automobilom, autobusom, kamperom i motorom. 27% anketiranih nije moglo odgovoriti na pitanje jer su došli brodom.

Tek nešto više od polovice anketiranih posjetitelja ocijenilo je pristup do Roškog slapa i prometnu signalizaciju vrlo dobrim (25% - 356) i dobrim (29% - 417) što ostavlja prostor za nezadovoljstvo posjetitelja, nesigurnost i gubitak vremena.

Tek 11 % (163) ispitanih ocijenilo je pristup i prometnu signalizaciju izvrsnim, a 5 % (73) lošim i 2 % (32) teško za naći.²⁸

Upravo zbog loših ocjena na pitanje o signalizaciji, NP „Krka“ je krajem 2012. godine krenula u izradu novog elaborata kojem je cilj bio osigurati optimalnu pokrivenost turističkom signalizacijom.

Slika 25. Pristup do Roškog slapa i prometna signalizacija



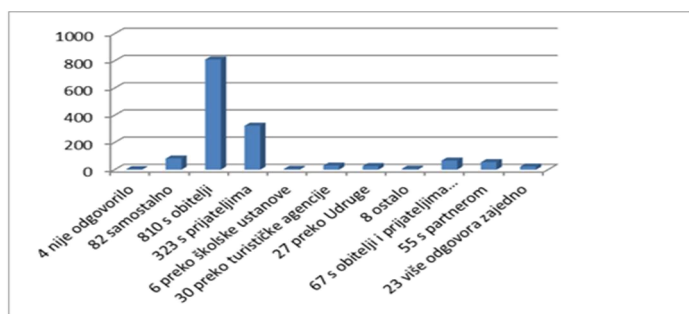
Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Više od polovice anketiranih, 56% Park posjećuje s obitelji, 22% s prijateljima, 6% posjetitelja dolazi samostalno, 5% s obitelji i prijateljima zajedno, 4% s partnerom, ostali preko turističke agencije, udruge, školske ustanove i ostalo.²⁹

²⁸ Arhiva NP „Krka“

²⁹ Arhiva NP „Krka“

Slika 26. Kako posjetitelji posjećuju Np „Krka“



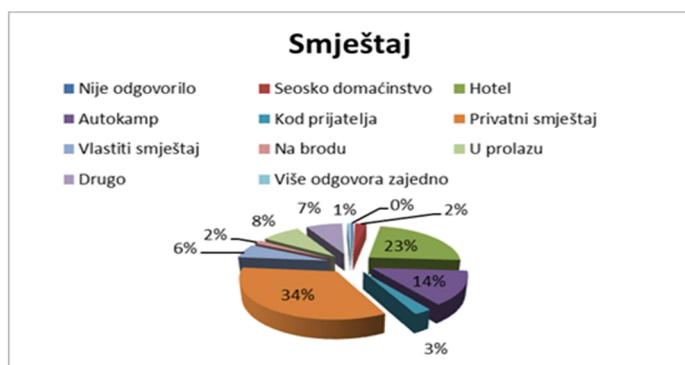
Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Analiza potvrđuje najveću zastupljenost obiteljskog posjećivanja parka kao i na Skradinskom buku.

487 (34 %) anketiranih posjetitelja smješteno je u privatnom smještaju, 333 (23 %) u hotelu, 200 (14 %) u autokampu, 115 (8 %) u prolazu, 83 (6 %) u vlastitom smještaju, 37 (3 %) kod prijatelja, 34 (2 %) u seoskom domaćinstvu i 23 (2 %) na brodu. 107 (7 %) ih je odabralo drugo, 9 je ponudilo više odgovora od kojih najčešće hotel i auto kamp, dok ih 7 nije odgovorilo.³⁰

Analizom ankete utvrđuje se ista zastupljenost korištenja vrste smještaja, što ne čudi obzirom da je većina posjetitelja na Roški slap došla brodom sa Skradinskog buka. Povećanjem dolazaka posjetitelja kopnenim putem stvorili bi se uvjeti za korištenjem smještaja u seoskim domaćinstvima.

Slika 27. Vrsta smještaja u koju su smješteni posjetitelji

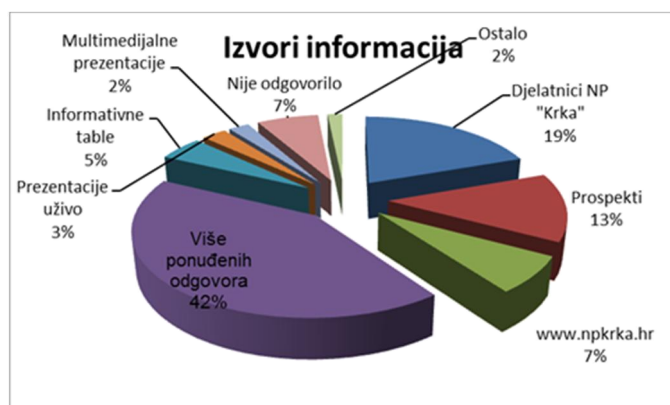


Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

³⁰ Arhiva Np „Krka“

281 (19 %) posjetitelja najviše je informacija dobilo od djelatnika NP „Krka“, 190 (13 %) iz prospekata, 101 (7 %) preko www.nprka.hr, 69 (5 %) putem informativnih (interpretacijskih) tabli na terenu, 38 (3 %) putem prezentacija uživo i 32 (2 %) kroz multimedijalne prezentacije. 96 (7 %) anketiranih nije odgovorilo na pitanje, 23 (2 %) odabralo je ostalo dok je najveći broj anketiranih, 605 (42 %) odabralo više odgovora, od kojih najčešće izdvajaju djelatnike NP „Krka“, prospekte, informativne table i www.nprka.hr.³¹

Slika 28. Izvori informacija o NP „Krka“



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Određene aktivnosti koje su već s određenim uspjehom realizirane pripadaju području unapređenja prodaje, to jest u kontekstu NP „Krka“ pospješenju posjećenosti.

Poseban je zadatak pri kreaciji ključnih poruka voditi računa o mogućnostima i zahtjevima aplikativnosti na različite kanale, posebice digitalne (facebook, twitter, instagram i sl) s obzirom na dobne skupine koji su najzastupljeniji posjetitelji Parka.

Aplikacijom kreativnih promidžbenih poruka (bilo kampanja, projektnih ili kontinuiranih aktivnosti) na pripadajuća oglasna i komunikacijska sredstva, s obzirom na njihovu brojnost i raznorodnost, potrebna je njihova detaljna razrada i strategija u cilju boljeg informiranja potencijalnih posjetitelja.

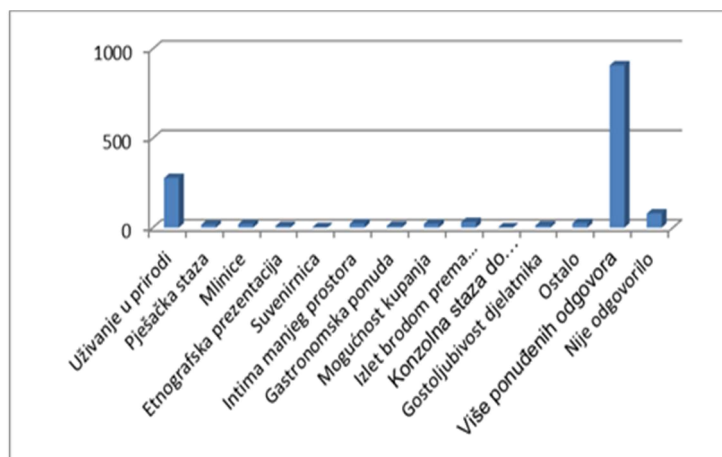
Na pitanje što vam se svidjelo na Roškom slapu, uživanje u prirodi je odgovor koji je samostalno dobio najveći broj glasova, 277 (19 %), što predstavlja vrlo dobar rezultat i potvrđuje rad Uprave Parka u zaštiti prirode. Taj odgovor također je gotovo uvijek izabran u kategoriji više ponuđenih odgovora za koju se odlučilo 908 (63 %) posjetitelja. Osim uživanja u prirodi anketirani su izdvojili: pješačku stazu, mlinice i etnografsku prezentaciju, intimu

³¹ Arhiva NP „Krka“

manjeg prostora, mogućnost kupanja, izlet brodom prema manastiru Krka i gostoljubivost djelatnika. 79 (6 %) anketiranih nije odgovorilo na pitanje.³²

Nadalje, anketirani ističu da im se sviđa manji broj turista, mir, neki bi htjeli malo veći prostor za kupanje, drugi ističu ljepotu kanjona Među gredama, nekima je sve lijepo i kažu da su na Roškom slapu ljudi „normalni“, sviđa im se domaća hrana i odmor.

Slika 29. Zadovoljstvo posjetitelja pojedinim sadržajima na Roškom slapu



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Najčešće pritužbe odnose se na prekratko vrijeme obilaska od 1 sat, nedovoljnu informiranost o tome što se može u tako kratkom vremenu obići, nedovoljno pojašnjene poučno-pješačke i konzolne staze koje vode „nigdje“ (očekuju vidjeti Roški slap, neki ga „još uvijek nisu pronašli“), nedostatak informacija na stranim jezicima i sve im je dezorganizirano.

Upravo pritužbe posjetitelja koje se odnose na prekratko vrijeme obilaska, rezultirale su produženjem izleta na dva sata i dodatno su postavljene informacijske table sa signalizacijom.

Gotovo dvije trećine anketiranih ocijenilo je gostoljubivost djelatnika NP „Krka“ izvrsnom 391 (27 %) i vrlo dobrom 573 (40 %) ocjenom, dobar 333 (23%), zatim dovoljan 51 (4 %), nedovoljan 18 (1 %), više odabranih odgovora 14 (1 %) i nije ocijenilo 55 (4 %).³³

³² Arhiva NP „Krka“

³³ Arhiva NP „Krka“

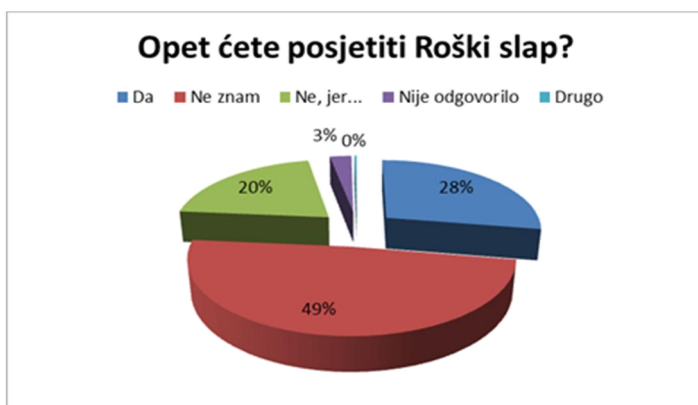
Slika 30. Zadovoljstvo radom djelatnika



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015.

Na pitanje hoće li opet posjetiti Roški slap, 397 (28 %) anketiranih odgovorilo je potvrdno, 700 (49 %) je reklo da ne zna, a 296 (20 %) kategorično je reklo da neće, najčešće iz razloga što dolaze iz dalekih zemalja, što Hrvatsku posjećuju samo jednom ili zato što općenito posjećuju lokalitete samo jednom u životu.

Slika 31. Planiranje ponovnog posjeta Roškom slapu



Izvor: Arhiva NP „Krka“, 2015

4. ODREĐIVANJE STRATEGIJE NA OSNOVU REZULTATA ANKETA POSJETITELJA JAVNE USTANOVE „NACIONALNI PARK KRKA“

Strategija definira poziciju JU NP „Krka“, odnosno gdje se trenutno nalazi, gdje se treba pozicionirati u budućem razdoblju i niz aktivnosti koje se trebaju provesti kako bi se planirani ciljevi realizirali, a u skladu s misijom i vizijom Ustanove, potrebi za uravnoteženim razvojem usklađenoj s potrebom zaštite i očuvanja prirode, ali i razvoja u svim segmentima poslovanja, te nužnosti jačanja percepcije i imidža u javnosti te ukupne potražnje koja je usmjerena na samoodrživost kao jamstva opstojnosti i razvoja.³⁴

Pri određivanju strategije potrebno je voditi računa o dosadašnjim rezultatima i ukupnim resursima Nacionalnog parka „Krka“, ali i primjeni najsuvremenijih tehnika i metoda kako u planiranju, tako i definiranju provedbe, potrebnom ustroju i ulaganju te implementaciji pojedinih aktivnosti na duži vremenski rok.

Dosadašnjim promatranjima i istraživanjima kretanja i zadovoljstva posjetitelja dolazi se do zaključka da se treba rasteretiti srednji tok rijeke Krke i posjetitelje bolje upoznati s mogućnošću posjećivanja gornjeg toka Krke. U postizanju navedenih ciljeva nužno je ulaganje u infrastrukturu i bolje upoznavanje posjetitelja, zaposlenika i lokalnog stanovništva se novim mogućnostima i buđenjem želje posjećivanja.

4.1. Ulaganje u infrastrukturu

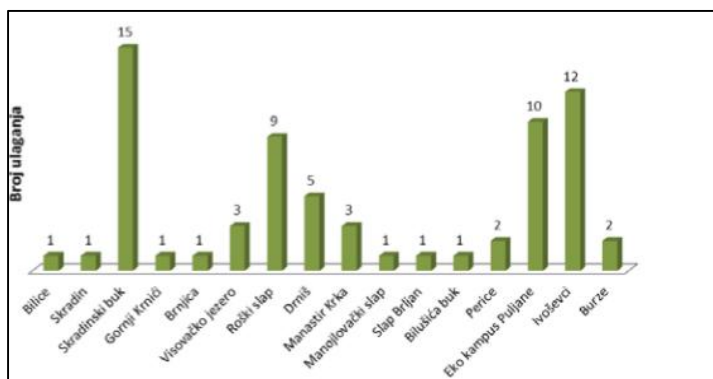
Od samog proglašenja 1985. godine Uprava Nacionalnog parka „Krka“ svjesna je da je uz zaštitu i očuvanje kulturne i povijesne baštine važan cijeli jedan sustav kapitalnih ulaganja u objekte za prihvat posjetitelja i organizirani obilazak Parka uz sadržaje koji će privući one kategorije posjetitelja koji su u provedenim anketama najzastupljeniji ali i osmisliti one sadržaje koji će privući one manje zastupljene kategorije posjetitelja.

Uz tekuće održavanje i uređenje pješačkih staza (zaštitnih drvenih ograda, suhozida, klupa, poučnih tabla...), održavanje nerazvrstanih „bijelih prometnica“ i protupožarnih putova, popravak naplatnih kućica (repcija) i kamenih podzida dovodnih kanala („jaruga“), sanaciju

³⁴ www.np-krka.hr

pristaništa i postavljanje novih plutajućih pontona za plovila na prostoru Nacionalnog parka „Krka“, u razdoblju od 2005. do 2014. završeno je 68 ulaganja/aktivnosti/projekata na 16 lokaliteta, od toga tri izvan granica NP „Krka“: u Bilicama je izgrađen prostor za tehničku službu a u Skradinu i Drnišu ispostave za prihvata i edukaciju posjetitelja.³⁵

Slika 32. Broj kapitalnih ulaganja po lokalitetima u razdoblju od 1985. do 2014.



Izvor: časopis „BUK” – Glasnik Javne ustanove „Nacionalni park Krka”, ISSN 1847-6511 Šibenik, Drago Marguš, Kapitalna ulaganja u razdoblju 2004. do 2015.

4.1.1. Centri za posjetitelje

Područje Nacionalnog parka „Krka“ namijenjeno posjećivanju je vrlo kompleksno, a konstantno povećanje novih sadržaja stvara veliku količinu informacija koje, kako je pokazalo istraživanje, nije razumljivo posjetitelju. Važnu ulogu u rješavanju ovog problema imaju centri za posjetitelje koji imaju kapacitet i mogućnosti upravo za izradu raznih interpretacijskih programa koji posjetiteljima pružaju informacije, usmjeravaju ih (na druge-manje posjećene lokalitete), educiraju i pružaju dodatne usluge.

Centri za posjetitelje danas se smatraju vrhuncem parkovnog interpretativnog programa. Riječ je o višenamjenskim objektima na ulaznim punktovima u zaštićeno područje, s prvenstvenom funkcijom početnog informiranja posjetitelja.³⁶

Javna ustanova „Nacionalni park Krka“ trenutno ima dva centra za posjetitelje, jedan u Skradinu kao dio vodenog ulaza prema lokalitetu Skradinski buk i drugi u Drnišu kao jedan od ulaza prema lokalitetu Roški slap.³⁷

³⁵ Časopis „BUK” – Glasnik Javne ustanove „Nacionalni park Krka”, ISSN 1847-6511 Šibenik, Drago Marguš, Kapitalna ulaganja u razdoblju 2004. do 2015.

³⁶ Martinić I., Upravljanje zaštićenim područjem, Zagreb, 2010.

Centar za posjetitelje u Skradinu, smješten je u samom centru Skradina, u blizini brodova kojima se posjetitelji prevoze do Skradinskog buka, otvoren je 2007. godine kao polivalentna zgrada na dvije etaže. U prizemlju se nalazi prihvatni informativni i turistički punkt na kojem se mogu dobiti detaljne informacije o Parku, izletima brodom, mogućnostima razgledavanja lokaliteta, suvenirnica te dizalo za osobe s posebnim potrebama.

Slika 33. Centar za posjetitelje u Skradinu



Izvor: www.npk.hr

Galerijski prostor na katu korištenjem različitih tehnologija (LCD monitora, svjetlećih displeja, touch-screenova, glazbenom podlogom) prezentira bogatstvo biološke raznolikosti parka te bogatu kulturno povijesnu baštinu cijelog područja. Na zanimljiv način i interaktivnim programima posjetitelji imaju mogućnost upoznavanja s cijelim područjem Nacionalnog parka Krka“.

Najveći broj posjetitelja u Nacionalni park „Krka“ bilježi ulaz Lozovac, jedan od dva ulaza koji vodi na Skradinski buk, gdje je neophodna izgradnja centra za posjetitelje.³⁸ Postojeći prihvatni koncept ne udovoljava prihvatnom kapacitetu, i u tijeku je izrada projektne dokumentacije za izgradnju centra za posjetitelje, a početak izgradnje centra planira se tijekom 2017. godine.

Centar za posjetitelje u Drnišu orijentiran je na sjeverne lokalitete Roški slap, manastir Krka, carski vidikovac na Manojlovačkim slapovima, vidikovac na slapu Brljan, arheološko

³⁷ U 2013. g. kroz centar za posjetitelje u Skradinu, prema prodanim ulaznicama, evidentirano je 312 886 posjetitelja.

³⁸ U 2013. g. na ulazu Lozovac evidentirano je, prema prodanim ulaznicama, 460 289 posjetitelja. Izvor: NP „Krka“, 2014.

nalazište Burnum i arheološku zbirku u Puljanima. Protok posjetitelja u tom centru je daleko manja od centra u Skradinu pa uprava Parka sustavno radi na interpretacijskim programima i edukaciji u cilju privlačenja posjetitelja na sjeverniji dio Parka i rasterećenja južnog dijela (Skradinskog buka i Visovca).

Slika 34. Centar za posjetitelje u Drnišu



Izvor: www.npk.hr

U tijeku je realizacija velikog projekta sanacije i opremanja „Eko kampusa Puljane“ u Puljanima u blizini arheološkog nalazišta Burnum, u vrijednosti od 9,2 milijuna kuna, koji je dio većeg projekta, vrijednog 40 milijuna kuna, koji obuhvaća uređenje kampusa u cijelosti, dijela arheološkog nalazišta Burnum i dviju poučno-pješačkih staza između slapa Brljan i Manojlovačkih slapova.

Slika 35. Eko kampus Puljane



Izvor: www.npk.hr

Eko kampus Puljani biti će u funkciji centra za posjetitelje, centar za arheološka istraživanja i edukaciju, a imat će izložbeni prostor za prezentaciju kulturne i prirodne baštine te istraživačke laboratorije.

U tijeku je i uređenje centra za posjetitelje u Kistanjama u okviru projekta „Krka – vrelo života“ koja obuhvaća potpunu uređenje četiriju zgrada u centru Kistanja u suradnji Općine Kistanje i Javne ustanove „Nacionalni park Krka“ te uz financijsku potporu Ministarstva turizma. Jedan od ciljeva tog projekta je dovesti posjetitelje na uzvodne lokalitete kako bi se potaknuo razvoj lokalnog gospodarstva te kako bi Park, kao generator razvoja, uz Eko kampus Puljane, amfiteatra u Burnumu, manastir Krka te Manojlovačkim slapovima i Bilušića boku pružio dodatnu mogućnost razvoja.³⁹

Slika 36: Zgrada budućeg centra za posjetitelje NP“Krka“ u Kistanjama



Izvor: www.npk.hr

U tijeku je i završna faza uređenja centra za posjetitelje u Laškovici koji će biti polazna točka za posjećivanje Roškog slapa i edukaciju i usmjeravanje posjetitelja na uzvodne lokalitete Nacionalnog parka Krka“.

³⁹Arhiva NP „Krka“, 2015.

4.1.2. Edukativne staze i vidikovci

Istraživanje posjetitelja Javne ustanove „Nacionalni park Krka“ pokazalo je da su edukativne ili poučne staze popularan i zanimljiv sadržaj u ponudi Parka koje koristi većina posjetitelja pa su važan element ponude Parka ali i razvojne strategije.

Poučne staze u određenom se smislu mogu shvatiti kao „izložba na otvorenom“ kojima je svrha upoznati posjetitelje s prirodnim i kulturnim vrijednostima. Glavno načelo svake staze je osiguranje razumljivih sadržaja koji predstavljaju. Pritom je najsnažniji instrument razumijevanja tumačenje ili interpretacija.⁴⁰

Staze i vidikovci u Nacionalnom parku „Krka“ opremljeni su edukativnim tablama s detaljnim informacijama o biljnom i životinjskom svijetu Parka te kulturnim i povijesnim zanimljivostima. Za ljubitelje šetnje u prirodi na području parka se trenutno koristi više od 21 km uređenih pješačkih staza s vidikovcima.

Pet je najpoznatijih staza, od čega su tri kružnog oblika:

1. Skradinski buk (1 900 m) – kružna;
2. Roški slap (1 360 m) - kružna;
3. Manastir Krka (2 100 m) – kružna;
4. Od Skradinskog mosta, iz Skradina do Skradinskog buka koja je ujedno i biciklistička a vodi do lokaliteta Skradinski buk u dužini od 3 400 m – linearna;
5. Od glavnog ulaza Lozovac šumskom stazom vodi staza u dužini od 875 m – linearna.

U cilju rasterećivanja srednjeg toka rijeke Krka, odnosno usmjeravanja posjetitelja na lokalitete koji su manje posjećeni uprava Parka već godinama ulaže u uređenje mreže staza na lokalitetima koji su na sjevernijem dijelu Nacionalnog parka „Krka“ pa su trenutno u funkciji sljedeće staze:

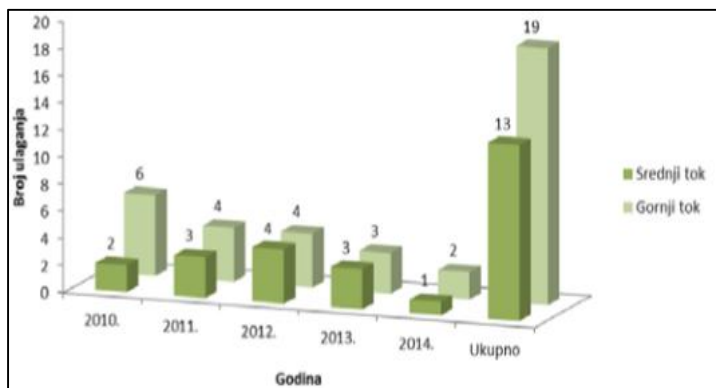
- najkraća staza, duga 300 m, vodi do Bilušića buka,
- najduža staza Stinice – Roški slap – Ozidana pećina, duga je 8,5 km,
- do lokaliteta Manojlovački slap, najvišeg slapa na rijeci Krki, vodi 360 m duga staza s vidikovcem,

⁴⁰ I.Martinić, Upravljanje zaštićenim područjem, 2010.

- utvrdu Ključicu moguće je promatrati sa staze (1 450 m) koja iz Brnjice vodi do korita Čikole,
- staza Ključica u dužini od 1 600 m završava vidikovcem s kojeg se pruža spektakularan pogled.

Staze i vidikovci opremljeni su edukativnim tablama s detaljnim informacijama o biljnom i životinjskom svijetu i kulturno i povijesnim zanimljivostima Parka.⁴¹

Slika 37. Broj kapitalnih ulaganja u razdoblju od 2010. do 2014. godine



Izvor: časopis „BUK” – Glasnik Javne ustanove „Nacionalni park Krka”, ISSN 1847-6511 Šibenik, Kapitalna ulaganja u razdoblju 2004. do 2015. dr.sc Drago Marguš

Brojnost i raspored pješačkih staza na području Nacionalnog parka „Krka“ temelj su daljnjeg održivog razvoja turizma u upravljanju Parkom jer omogućuju disperziju posjetitelja na manje posjećena područja i lokalitete a bogate stazama i vidikovcima.

Analizom kapitalnih ulaganja uočljiv je trend rasta ulaganja na lokalitetima gornjeg toka, što je u skladu s opredjeljenjem Javne ustanove „Nacionalni park Krka” za daljnju valorizaciju uzvodnog područja i rasterećenje posjećivanja Skradinskog buka.

4.2. Edukacija zaposlenika

Anketa provedena u Javnoj ustanovi „Nacionalni park Krka“ pokazala je da su posjetitelji većinu informacija o Parku saznali upravo od zaposlenika i da su upravo oni glasnogovornici NP „Krka“ koji svojom verbalnom i neverbalnom komunikacijom ostavljaju dojam koji će posjetitelji prenijeti svojim rođacima, prijateljima i poznanicima.

⁴¹ www.np-krka.hr

Upravo zbog navedenog uprava Nacionalnog parka Krka“ započela je 2015. godine s provođenjem edukativnih seminara za sve zaposlenike Parka iz područja interpersonalne komunikacije i komunikacijskih vještina na kojem su zaposlenici unaprijedili svoje komuniciranje, te uz pojašnjenje različitih oblika interpersonalnog komuniciranja i njegovih najvažnijih sastavnica dobili savjete i informacije kojima će dodatno unaprijediti svoje umijeće komuniciranja. Edukativni seminari su se nastavili i u 2016. godini, a planiraju se nastaviti i dalje.⁴²

Uz provođenje komunikacijskih edukacija za sve zaposlenike, za obnašanje složenih i raznolikih poslova u Parku neophodna je stalna i sustavna edukacija zaposlenika. Praćenje trendova, primjena novih tehnologija, promjena u zakonodavstvu, novi interesi i preferencije posjetitelja, novosti iz područja zaštite i modeli interpretacija samo su jedan od razloga zbog čega je edukacija zaposlenika parka u današnje vrijeme neophodna.

4.3. Edukacija posjetitelja

Potreba za stalnim razvojem ekološke svijesti nasuprot stalne degradacije i uništavanja prirode, postaje iz dana u dan sve naglašenija. Kako bi se na pravi način djelovalo u skladu s ekološkim principima i prirodnim zakonitostima potrebno je spoznati te principe i zakonitosti te shvatiti njihovu presudnu ulogu. Ekološka edukacija danas je ključna zadaća u upravljanju svakim zaštićenim područjem, a njeno najmoćnije sredstvo u sustavu posjećivanja parkova pokazala se interpretacija. Kroz osmišljenu interpretaciju posjetitelji postaju aktivni sudionici, a ne samo promatrači osobitosti zaštićenih područja, pravo primjenjujući načelo sudjelovanja u edukaciji svim svojim osjetilima.

Posljednjih nekoliko godina, otvaranjem dvaju centara za posjetitelje u Skradinu i Drnišu, na programima edukacije radi se sve intenzivnije. Edukativni programi su organizirani i osmišljeni prema ciljnim skupinama.

Edukacija u Nacionalnom parku „Krka“ može se podijeliti na edukaciju usmjerenu prema odraslima i djeci.

Edukacija za odrasle prvenstveno se odnosi kroz interpretacijske sadržaje u Parku kao što je prezentacija starih zanata, izložba o vodi, izložba Industrijske arhitekture na Krki, interpretacijske ploče, edukativne staze, kao i Burnumske ide i slična događanja.

⁴² www.np-krka.hr

Suradnja s predškolskim ustanovama, školama, sveučilištima i veleučilištima, raznim nevladinim udrugama i asocijacijama, kojima je zajednički cilj zaštita i očuvanje prirode. Javna ustanova „Nacionalni park Krka“ razvila je kvalitetan edukativni program za djecu. Dokaz za to je i povećan interes turističkih agencija za programe koji, uz obilazak NP „Krka“ uključuju i edukativne radionice/predavanja.

Tablica 2. Program predavanja i edukativnih radionica za 2015./2016. godinu

| Predavanje/radionica | Opis programa | Uzrast djece | Predavač |
|---|---|------------------|---|
| VRTIĆI | | | |
| <i>Mini čuvari prirode</i> – edukativna radionica | Priča i slikovni kviz o prirodi, biljkama, životinjama i zaštiti okoliša | 4-7 godina | Silvija Čaleta, Doris Banić Edukatori NP „Krka“ |
| <i>3R</i> (Reduce, Reuse, Recycle) – edukativna radionica | Recikliranje papira, izrada predmeta od recikliranog materijala | 4-7 godina | Silvija Čaleta, Doris Banić Edukatori NP „Krka“ |
| <i>Šišmiši</i> – edukativna radionica | Prezentacija i radionice o životu šišmiša, izrada šišmiš origamija, 3d šišmiša, izrada maske i ogrlica, lov šišmiša | 4-7 godina | Silvija Čaleta, Doris Banić Edukatori NP „Krka“ |
| OSNOVNA ŠKOLA | | | |
| <i>Mini čuvari prirode</i> – edukativna radionica | Priča i slikovni kviz o prirodi, biljkama, životinjama i zaštiti okoliša | 1.-4. razredi OŠ | Silvija Čaleta, Doris Banić Edukatori NP „Krka“ |
| <i>3R</i> (Reduce, Reuse, Recycle) – edukativna radionica | Recikliranje papira, izrada predmeta od recikliranog materijala | 1.-4. razredi OŠ | Silvija Čaleta, Doris Banić Edukatori NP „Krka“ |
| <i>Šišmiši</i> – edukativna radionica | Prezentacija i radionice o životu šišmiša, izrada šišmiš origamija, 3d šišmiša, izrada maske i ogrlica, lov šišmiša | 1.-4. razredi OŠ | Silvija Čaleta, Doris Banić Edukatori NP „Krka“ |
| <i>Mala škola arheologije</i> – terenska nastava | Iskopavanje predmeta u arheološkoj zbirci u Puljanima | 1.-4. razredi OŠ | Nataša Zaninović, |
| <i>Ekologija i tehnologija</i> | Ekološko zbrinjavanje informatičkog otpada i njihov utjecaj na okoliš | 1.-4. razredi OŠ | Kristijan Pralija, |
| <i>Rimljani u našim krajevima</i> – terenska nastava | Predstavljanje života Rimljana na arheološkom lokalitetu Burnum i arh. zbirci u Puljanima | 5.-8. razredi OŠ | Nataša Zaninović |
| <i>Životinjski svijet u NP „Krka“</i> | Predavanje o životinjskim svojstava: šišmiši, ptice, | 5.-8. razredi OŠ | Drago Marguš |

| | | | |
|---|--|------------------|---|
| | gmazovi, ribe i vodozemci | | |
| <i>Voda</i> | Predavanje o vodi i prezentacija kroz pokuse: zagrijavanje vode, otapa se ili ne, toplo/hladno, pluta/tone, dokazivanje vode u namirnicama | 6.-7. razredi OŠ | Silvija Čaleta, Doris Banić Edukatori NP „Krka“ |
| <i>GIS – Geoinformacijski sustav – terenska nastava</i> | Čitanje i unošenje koordinata u GPS (staze, stabla, biljke, mjesta prolaska životinje, i sl.) | 7.-8. razredi OŠ | Mate Bačić, |
| <i>Voda koja gradi slapove</i> | Predavanje o važnosti vode za prirodu, biološkim procesima, zaštiti vode, pročišćaćima, izgradnji sedre i sedrenih barijera | 7.-8. razredi OŠ | Gordana Goreta |
| <i>Upravljanje nacionalnim parkovima</i> | Što znači kada se jedno područje proglašeno nacionalnim parkom? | 7.-8. razredi OŠ | Katia Župan |
| SREDNJA ŠKOLA | | | |
| <i>Rimljani u našim krajevima – terenska nastava</i> | Predstavljanje života Rimljana i latinskog jezika - stručno vođenje arheološkim lokalitetom Burnum i arh. zbirkom u Puljanima | 1.-2. razredi SŠ | Nataša Zaninović, |
| <i>Životinjski svijet u NP „Krka“</i> | Predavanje o životinjskim svojstava: šišmiši, ptice, gmazovi, ribe i vodozemci | 1.-4. razredi SŠ | Drago Marguš |
| <i>Voda koja gradi slapove</i> | Predavanje o važnosti vode za prirodu, biološkim procesima, zaštiti i kemiji vode, pročišćaćima, izgradnji sedre i sedrenih barijera | 1.-4. razredi SŠ | Gordana Goreta |
| <i>GIS – Geoinformacijski sustav – terenska nastava</i> | Čitanje i unošenje koordinata u GPS (staze, stabla, biljke, mjesta prolaska životinje, i sl.) | 1.-4. razredi SŠ | Mate Bačić |
| <i>Prihvat i prijevoz posjetitelja u NP „Krka“</i> | Predstavljanje načina organiziranog prihvaća posjetitelja NP „Krka“, primjena teorije turizma u praksi NP „Krka“ | 1.-4. razredi SŠ | Ivona Cvitan |
| <i>Strateško upravljanje nacionalnim parkom</i> | Upravljanje NP-om kroz praktična pitanja, suradnja sa stanovništvom i jedinicama lokalne samouprave | 1.-4. razredi SŠ | Katia Župan |

Izvor: NP Krka, 2014.

U cilju disperzije posjetitelja na manje posjećene lokalitete projekt informiranja posjetitelja rezultirao je cijelom paletom interpretacijskih i edukativnih sadržaja, od tematskih predavanja i radionica do izgradnje „Eko kampusa Puljane“ – centra za posjetitelje, studente, znanstvenike, volontere u kojem se, uz prirodoslovnu, nalazi i arheološka zbirka. Osim toga, u planu je i uređenje unutarnjeg postava interpretacijskog centra Laboratorij prirode, uređenje volonterskog centra s priručnim laboratorijima (smještajni kapaciteti hostelskog tipa, Internet-centar i blagovaonica) namijenjenih prijemu djece, studenata, znanstvenika, istraživača i volontera, uređenje vanjskog prostora i komunalnih sadržaja Eko kampusa Puljane i uređenje dviju poučno-pješačkih staza između slapa Brljan i Manojlovačkih slapova.⁴³

4.4. Suradnja s lokalnim stanovništvom

NP „Krka“ ima svoju ulogu i zadaću kao svojevrsni generator razvoja za lokalno stanovništvo kao i jedinice lokalne samouprave, a sve s ciljem obogaćivanja ponude (u najširem smislu) za posjetitelje Parka. U svom radu Javna ustanova „Nacionalni park Krka“ veliku važnost daje suradnji s lokalnim stanovništvom, pa tako zahvaljujući velikim kapitalnim ulaganjima u posljednjih nekoliko godina bilježi se znatno povećanje turističkih sadržaja, pogotovo na gornjem toku rijeke Krka (Miljevci).

Iako se na sjevernom toku rijeke Krke bilježi veća turistička aktivnost i rezultati ulaganja Parka, nekako se stječe dojam izostanka rezultata u nekim mjestima, osobito se to odnosi na područje Dubravica i Rupa koji se nalaze između dva turistički frekventna središta, između Skradina i Roškog slapa.

Uz kapitalna ulaganja JU „NP Krka“ provodi uspješne projekte u suradnji s lokalnim stanovništvom, kao što je:

- *Susret tradicijskih poljoprivrednih proizvođača uzvodnog toka rijeke Krke* organizira se u vidu edukacije i podrške kroz interaktivne radionice i predavanja. Cilj događanja je susret i međusobno upoznavanje stanovnika koji proizvode tradicijske poljoprivredne proizvode za vlastite potrebe ili prodaju.

⁴³ Nacionalni park „Krka“, 2014.

- *Krkin zeleni stol*, projekt koji je izložbeno prodajnog karaktera namjenjen proizvođačima autohtonih pljoprivrednih proizvoda i rukotvorina na užem i širem području rijeke Krka, koji je u 2015. godini održan šest puta i koji se nastavio i u 2016. godini.

Važnost ulaganja u suradnju s lokalnim stanovništvom leži u činjenici da je upravo Nacionalni park „Krka“ generator razvoja cijelog kraja koji će imati ključnu ulogu u disperziji posjetitelja ali i proširenju turističke ponude te će pridonijeti poboljšanju kvalitete života lokalnog stanovništva.

5. ZAKLJUČAK

Praćenje i analiza stavova i preferencija posjetitelja te njihovo uvažavanje je ono što Javnu ustanovu NP „Krka“ razlikuje u odnosu na ostale parkove u Hrvatskoj.

Kontinuiran rast posjetitelja, posebno na vrhuncu sezone, na pojedinim ulazima zahtijeva znatne napore u izradi strategije i daljnjem dugoročnom planiranju Uprave Parka. Diverzifikacija ponude prema dobnim skupinama iz provedenih istraživanja, nedostatak pojedinih sadržaja i informacija, u dogledno vrijeme rezultirat će promjenom politike cijena, sadržaja, načina i kanala informiranja.

Unapređenje posjećenosti van sezone, informiranje o „neistraženim“ dijelovima NP „Krka“ te novi proizvodi za koje je razdoblje pred i posezone idealno, nameću se kao jedan od prioriteta uprave Parka.

NP „Krka“ ima svoju ulogu i zadaću kao svojevrsni generator razvoja za lokalno stanovništvo i jedinice lokalne samouprave, a sve s ciljem obogaćivanja ponude (u najširem smislu) za posjetitelje Parka.

U konačnici, navedene aktivnosti i njihovo provođenje imaju za cilj gradnju jednog jakog brenda NP „Krka“, što je proces koji je trajan i nikada ne prestaje.

Strategija Javne ustanove „Nacionalni park Krka“ temelji se na stavljanju zaštićenog područja u funkciju održivog razvoja, koji ne ugrožava temeljne fenomene, ali omogućuje razvoj cijele regije.

6. LITERATURA

1. Analiza ankete provedene u Nacionalnom parku Krka, JU NP „Krka“, Šibenik, 2014.
2. Analiza ankete provedene na Roškom slapu, JU NP „Krka“, 2013.
3. Časopis “BUK” – Glasnik Javne ustanove “Nacionalni park Krka”, ISSN 1847-6511, Šibenik, godište VI, broj 12, listopad 2015
4. Arhiva JU Nacionalni park „Krka“, Šibenik, 2009 – 2015.
5. Plan upravljanja JU „NP Krka“, Šibenik, 2011.
6. Martinić, I. Upravljanje zaštićenim područjem, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2010.
7. Marušić, M., Prebežac, D., Istraživanje turističkih tržišta, Adeco, Zagreb, 2004.
8. Osnove marketing strategije, JU NP „Krka“, Zagreb, travanj 2016.
9. [www. file:///E:/vrste%20istra%C5%BEivanja%20-%20teoretaki%20dio%20predavanje.pdf](file:///E:/vrste%20istra%C5%BEivanja%20-%20teoretaki%20dio%20predavanje.pdf)
10. www.np-krka.hr
11. www.jatrgovac.com

7. POPIS SLIKA

Slika 1. Proces istraživanja

Slika 2. Istraživanje turističkih tržišta

Slika 3. Kvantitativna metoda istraživanja u Nacionalnom parku Krka

Slika 4. Jezici na kojima su ankete ispunjene

Slika 5. Vrijeme ispunjavanje ankete

Slika 6. Država porijekla anketiranih posjetitelja na Skradinskom buku

Slika 7. Spol anketiranih posjetitelja na Skradinskom buku

Slika 8. Dob anketiranih posjetitelja na Skradinskom buku

Slika 9. Obrazovanje anketiranih posjetitelja na Skradinskom buku

Slika 10. Informacije o NP „Krka“ anketirani su dobili

Slika 11. Kako anketirani posjećuju NP „Krka“

Slika 12. Smještaj anketiranih posjetitelja

Slika 13. Koliko su puta anketirani posjetili NP „Krka“

Slika 14. Vrijeme dolaska u NP „Krka“

Slika 15. Vrijeme odlaska iz NP „Krka“

Slika 16. Višednevne ulaznice

Slika 17. Posjećeni lokaliteti u NP „Krka“

Slika 18. Izvori informacija o posjećenim mjestima u NP „Krka“

Slika 19. Mogućnost dodatne usluge u NP „Krka“

Slika 20. Planiraju li ponovno posjetiti NP „Krka“

Slika 21. Jezik na kojem je anketa ispunjena

Slika 22. Obrazovanje anketiranih posjetitelja na Roškom slapu

Slika 23. Izvor informacija o Roškom slapu

Slika 24. Sredstvo dolaska na Roški slap

Slika 25. Pristup do Roškog slapa i prometna signalizacija

Slika 26. Kako posjetitelji posjećuju Np „Krka“

Slika 27. Vrsta smještaja u koju su smješteni posjetitelji

Slika 28. Izvori informacija o NP „Krka“

Slika 29. Zadovoljstvo posjetitelja pojedinim sadržajima na Roškom slapu

Slika 30. Zadovoljstvo radom djelatnika

Slika 31. Planiranje ponovnog posjeta Roškom slapu

Slika 32. Broj kapitalnih ulaganja po lokalitetima u razdoblju od 1985. do 2014.

Slika 33. Centar za posjetitelje u Skradinu

Slika 34. Centar za posjetitelje u Drnišu

Slika 35. Eko kampus Puljane

Slika 36: Zgrada budućeg centra za posjetitelje NP“Krka“ u Kistanjama

Slika 37. Broj kapitalnih ulaganja u razdoblju od 2010. do 2014. godi

8. POPIS TABLICA

Tablica 1. Dob anketiranih posjetitelja na Roškom slapu

Tablica 2. Program predavanja i edukativnih radionica za 2015/2016 godinu