

4 REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA STAVOVA STANOVNIŠTVA O TURISTIČKOJ PONUDI KVARNERA I NJEGOVIH DESTINACIJA

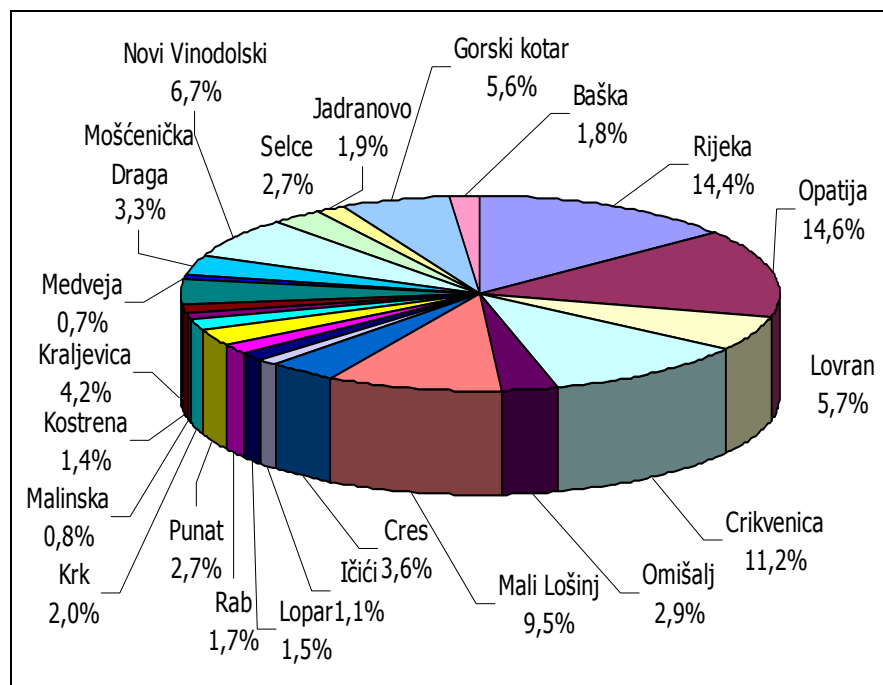
4.1 KARAKTERISTIKE UZORKA

Anketiranje stanovništva izvršeno je u sljedećim destinacijama: Crikvenica 119, Jadranovo 20, Novi Vinodolski 71, Selce 29, Ičići 12, Lovran 61, Medveja 7, Mošćenička Draga 35, Opatija 156, Baška 19, Krk 21, Malinska 9, Omišalj 31, Punat 29, Cres 38, Mali Lošinj 101, Lopar 16, Rab 18, Kostrena 15, Kraljevica 45, Rijeka 153 i Gorski kotar 60. Ukupno je anketirano 1065 stanovnika, što je 315 stanovnika više nego u istraživanju 2003. godine. Anketa je obuhvatila i nove destinacije: Crikvenica, Jadranovo, Selce, Medveja, Krk, Malinska, Omišalj, Punat, Cres, Mali Lošinj, Kostrena i Kraljevica. Ovakva anketa će potpunije otkriti stavove stanovništva Kvarnera o turističkoj ponudi zbog većeg uzorka i šireg obuhvata užih turističkih destinacija unutar sub-regija. Apsolutna vrijednost i struktura stanovništva po destinacijama prikazana je tablicom i strukturnim krugom.

Tablica 4.1-1: Anketirano stanovništvo – apsolutne i relativne frekvencije

Mjesto ispitivanja	Apsolutne frekvencije	Relativne frekvencije
Crikvenica	119	11,2
Jadranovo	20	1,9
Novi Vinodolski	71	6,7
Selce	29	2,7
Ičići	12	1,1
Lovran	61	5,7
Medveja	7	0,7
Mošćenička Draga	35	3,3
Opatija	156	14,6
Baška	19	1,8
Krk	21	2,0
Malinska	9	0,8
Omišalj	31	2,9
Punat	29	2,7
Cres	38	3,6
Mali Lošinj	101	9,5
Lopar	16	1,5
Rab	18	1,7
Kostrena	15	1,4
Kraljevica	45	4,2
Rijeka	153	14,4
Gorski kotar	60	5,6
Total	1065	100,0

Slika 4.1-1: Anketirano stanovništvo – relativne frekvencije



4.2 SOCIODEMOGRAFSKA OBILJEŽJA STANOVNIŠTVA

U promatranim destinacijama analizirana su sljedeća sociodemografska obilježja stanovništva: starosna dob, spol, zanimanje, obrazovanje. Bitno je anketom obuhvatiti sve segmente stanovništva kako bi rezultati bili što vjerodostojniji.

Starosna dob ima veliku važnost zbog različitog reagiranja i percepcije pojedinog segmenta na različite turističke pojave.

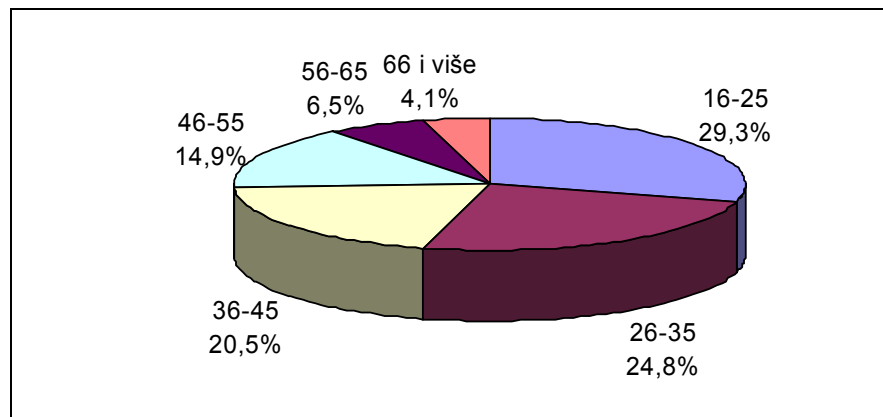
Analizom je utvrđeno da najviše ispitanika ima u starosnoj dobi 16-25 godina (29,3%). Zatim slijedi dob 26-35 godina (24,8%), 36-45 godina (20,5%), 46-55 godina (14,9 %), 56-65 godina (6,5%), i stanovništvo preko 66 godina (4,1%).

Struktura prikazuje da je anketu popunjavalo mlađe stanovništvo (ispod 35 godina ispitano je 54,1% stanovništva) što može iskriviti pravu sliku o

zadovoljstvu stanovništva elementima turističke ponude.

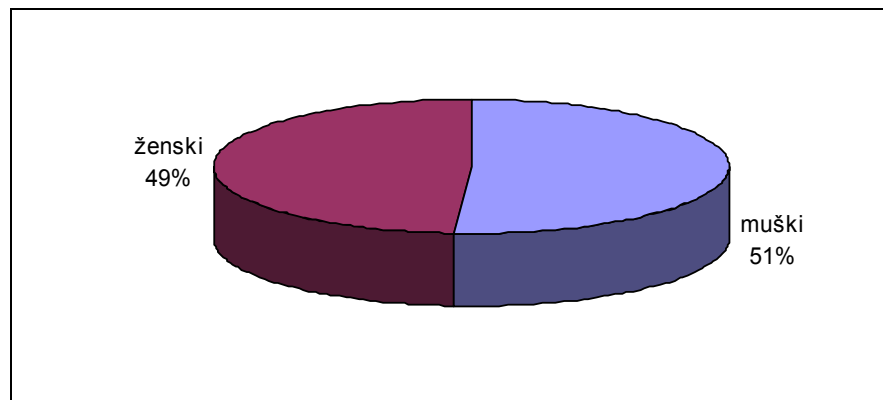
Mlađe stanovništvo preferira različite oblike zabave i doživljaje, dok je starije stanovništvo okrenuto prema mirnijem načinu suživota s turistima.

Slika 4.2-1: Starosna dob stanovništva



Anketu je popunjavao podjednak broj osoba oba **spola** (anketirano je 51,2% muškaraca i 48,6% žena).

Slika 4.2-2: Spol anketiranog stanovništva



Obrazovnu strukturu je potrebno ispitati jer se različiti profili stanovništva na različiti način odnose prema turizmu.

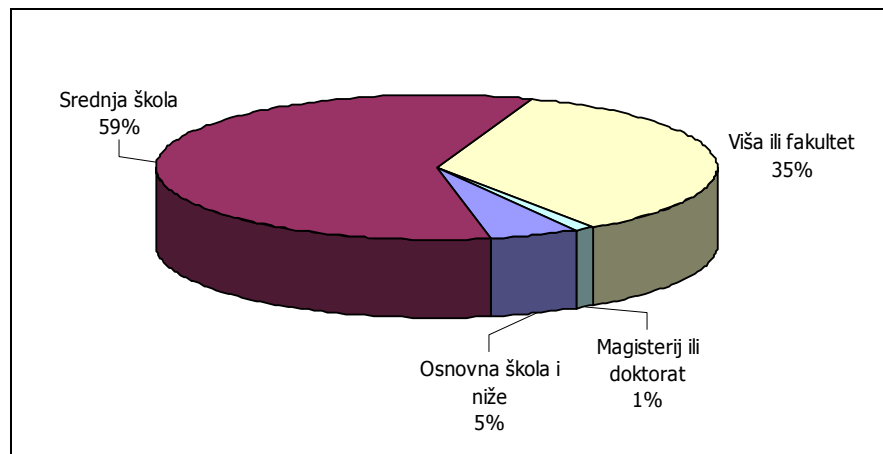
Najveći broj ispitanog stanovništva ima srednju stručnu spremu (58,5%), zatim slijedi VSS i VSS (34,9%). Stanovništvo s osnovnom školom i nižom

spremom sudjeluje s 5,4%, dok visokoobrazovani kadrovi s magisterijem i doktoratom obuhvaćaju 1,2% stanovništva.

Vidljivo je da struktura anketiranog stanovništva bitno ne odstupa od ukupne strukture stanovništva Hrvatske po obrazovanju, odnosno da prevladavaju ljudi sa završenom srednjom školom, pa s fakultetom. Zabrinjava udio s osnovnom školom i nižom (uredba Vlade o obaveznom srednjoškolskom obrazovanju RH), dok se visokoobrazovano stanovništvo, koje mora biti nositelj razvoja, svodi na promile.

Znanje i intelektualni kapital predstavljaju najvažniji resurs u turizmu XXI. stoljeća.

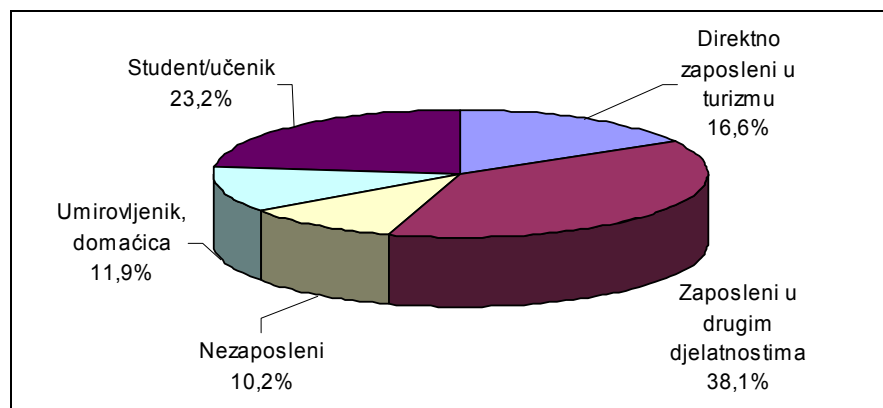
Slika 4.2-3: Obrazovna struktura anketiranog stanovništva



Analiza **zanimanja** je bitna jer ljudi u različitim djelatnostima na različiti način shvaćaju turističke pojave.

Dio stanovništva direktno živi od turističkog poslovanja, dok se stanovništvo s drugim profesijama može s antagonizmom odnositi prema turistima. Analiza je pokazala da 16,6% stanovništva je direktno zaposleno u turizmu, dok je 38,1% zaposleno u drugim djelatnostima. Turizam kao jedna od osnovnih gospodarskih grana ima multiplikativni efekt na ostale gospodarske djelatnosti te otvara potrebe i za takve kadrove. 23,2% anketiranog stanovništva su studenti i učenici. Najporazniji podatak je 10,2% nezaposlenog stanovništva (ispod prosjeka nezaposlenosti u Hrvatskoj – 22,1%). 11,9% stanovništva predstavljaju umirovljenici i domaćice. Iz podataka je vidljivo da samo 54,7% predstavlja radno aktivno stanovništvo, dok 45,3% otpada na studente, nezaposlene i umirovljenike.

Slika 4.2-4: Zanimanje anketiranog stanovništva



4.3 STAVOVI STANOVNIŠTVA PREMA RAZVOJU TURIZMA

Odnos stanovništva prema razvoju turizma se može dvojako analizirati:

- percepcija stanovništva o razvoju turizma;
- uloga domicilnog stanovništva u turističkom prosperitetu.

Percepcija stanovništva je iskazana preko:

- stava prema razvoju turizma,
- zadovoljstva ponudom prilagođenom stanovništvu (kulturni i sportski sadržaji),
- uključenosti autohtonih elemenata u turističku ponudu.

Važnost stanovništva u turističkom razvoju determinirana je razinom:

- informiranosti stanovništva i uključenosti u donošenju odluka u turizmu,
- uključenosti stanovništva u javni rad u funkciji turizma.

Domicilno stanovništvo ima pozitivan stav prema razvoju turizma u destinaciji (66,0%), negativan stav (10,2%), i neutralan stav (23,8%). Najviši stupanj pozitivnog stava prema razvoju turizma su izrazili stanovnici Mošćeničke Drage, Gorkog Kotara i Crikvenice, dok stav stanovnika Malinske, Kostrene i Omišlja u odnosu na turizam visoko kritičan. Rezultati pokazuju da različiti segmenti stanovništva različito reagiraju na turizam (različiti oblici ponašanja: euforija, apatija, smetanje, antagonizam). Upitan je veliki udio stanovništva koji nema mišljenje prema razvoju turizma

(neutralan stav). Vidljiv je pozitivan pomak u percepciji stanovništva prema razvoju turizma u odnosu na provedenu anketu 2003. godine gdje je samo 51,9% ispitanika imalo pozitivan stav.

Tablica 4.3-1: Stav prema razvoju turizma u destinaciji

MJESTO ISPITIVANJA	POZITIVAN	NEGATIVAN	NEUTR ALAN	TOTAL
CRIKVENICA	82,9	6,0	11,1	100,0
JADRANOVO	71,4	0,0	28,6	100,0
NOVI VINODOLSKI	63,4	18,3	18,3	100,0
SELCE	60,0	10,0	30,0	100,0
IČIĆI	50,0	16,7	33,3	100,0
LOVRAN	68,9	9,8	21,3	100,0
MEDVEJA	71,4	28,6	0,0	100,0
M. DRAGA	86,7	3,3	10,0	100,0
OPATIJA	65,4	11,1	23,5	100,0
BAŠKA	84,2	5,3	10,5	100,0
KRK	52,4	9,5	38,3	100,0
MALINSKA	11,1	22,2	66,7	100,0
OMIŠALJ	48,4	19,4	32,3	100,0
PUNAT	72,4	6,9	20,7	100,0
CRES	71,1	13,2	15,8	100,0
MALI LOŠINJ	71,3	11,9	16,8	100,0
LOPAR	75,0	6,3	18,8	100,0
RAB	61,1	11,1	27,8	100,0
KOSTRENA	46,7	20,0	33,3	100,0
KRALJEVICA	71,4	0,0	28,6	100,0
RIJEKA	58,8	7,8	33,3	100,0
GORSKI KOTAR	84,2	5,3	10,5	100,0
PGŽ/PROSJEK	66,0	10,2	23,8	100,0

Stanovništvo ocjenjuje turističku ponudu koju i sami koriste (šetnice, biciklističke staze, sportski objekti), kao i kvalitetu kulturnih sadržaja (da li su se kulturni sadržaji unaprijedili zahvaljujući turizmu). Cilj turističke ponude mora biti stvaranje jedinstvenog doživljaja za turiste, ali i stvaranje sadržaja za domicilno stanovništvo. Turizam, osim što mora zadovoljiti potrebe turista, paralelno mora zadovoljiti i sve složenije potrebe domicilnog stanovništva i pozitivno utjecati na kvalitetu njegovog života. Pola anketiranog stanovništva ima pozitivan, a pola negativan stav prema ponudi sportskih sadržaja. Rezultati ankete pokazuju pozitivan pomak u odnosu na 2003. godinu kada je samo 20,9% anketiranog stanovništva bilo zadovoljno turističkom ponudom za domicilno stanovništvo.

Tablica 4.3-2: Zadovoljstvo stanovništva ponudom sportskih sadržaja za domicilno stanovništvo

MJESTO ISPITIVANJA	IZRAZITO NISKO ZADOV.	NISKO ZADOV.	SREDNJE NIŽE ZADOV.	SREDNJE ZADOV.	SREDNJE VIŠE ZADOV.	VISOKO ZADOV.	IZRAZITO VISOKO ZADOV.	TOTAL
CRIKVENICA	1,6	7,8	12,0	26,5	33,3	16,2	3,4	100,0
JADRANOVO	20,0	20,0	20,0	25,0	10,0	5,0	0,0	100,0
NOVI VINODOLSKI	9,9	23,9	29,6	18,3	2,8	8,5	7,0	100,0
SELCE	6,9	6,9	34,5	27,6	20,7	3,4	0,0	100,0
IČIĆI	0,0	0,0	27,3	27,3	18,2	18,2	9,1	100,0
LOVRAN	16,4	23,0	37,7	9,8	8,2	3,3	1,6	100,0
MEDVEJA	10,0	6,7	20,0	33,3	20,0	10,0		100,0
M. DRAGA	10,0	6,7	20,0	33,3	20,0	10,0	0,0	100,0
OPATIJA	5,9	14,4	30,1	39,2	8,5	1,3	0,7	100,0
BAŠKA	0,0	50,0	22,3	22,3	5,6	0,0	0,0	100,0
KRK	14,3	14,3	14,3	14,3	14,3	19,0	9,5	100,0
MALINSKA	22,2	0,0	11,1	44,4	11,1	0,0	11,1	100,0
OMIŠALJ	3,2	16,1	22,6	38,7	16,1	3,2	0,0	100,0
PUNAT	3,4	24,1	27,6	10,3	13,8	10,3	10,3	100,0
CRES	15,8	18,4	23,7	15,8	15,8	5,3	5,3	100,0
MALI LOŠINJ	5,9	11,9	31,7	32,7	15,8	2,0	0,0	100,0
LOPAR	0,0	0,0	12,5	18,8	37,5	25,0	6,3	100,0
RAB	0,0	0,0	5,6	5,6	22,2	61,1	5,6	100,0
KOSTRENA	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	53,3	13,3	100,0
KRALJEVICA	24,4	17,8	15,6	24,4	17,8	0,0	0,0	100,0
RIJEKA	2,0	6,5	26,1	36,9	20,3	4,6	0,7	100,0
GORSKI KOTAR	3,3	6,7	16,7	26,7	31,7	13,3	1,7	100,0
PGŽ/PROSJEK	0,00	52,1	47,9	0,00	0,0	0,0	0,0	100,0

Kulturni sadržaji moraju zadovoljiti kulturološke potrebe i domicilnog stanovništva i turista. Najveći postotak stanovništva ima indiferentan stav (24,1%) prema tvrdnji da su se kulturni sadržaji unaprijedili zahvaljujući turizmu. Približno podjednak postotak se slaže s postavljenom tezom (42,8%), odnosno ne slaže (33,0%). U potpunosti se slaže samo 8,5% anketiranog stanovništva.

Tablica 4.3-3: Ocjena teze: kulturni sadržaji su se unaprijedili zahvaljujući turizmu

MJESTO ISPITIVANJA	U POTPUNO STI SE SLAŽEM	VEĆIN OM SE NE SLAŽE M	UGLAVNO M SE NE SLAŽEM	NITI SE SLAŽEM NITI SE NE SLAŽEM	UGLAVN OM SE SLAŽEM	VEĆINO M SE SLAŽEM	U POTPUNO STI SE SLAŽEM	TOTAL
CRIKVENICA	2,5	7,6	34,5	27,7	17,6	5,9	2,5	100,0
JADRANOVO	5,0	10,0	20,0	35,0	20,0	10,0	0,0	100,0
NOVI VINODOLSKI	2,8	7,0	32,4	21,1	16,9	9,9	9,9	100,0
SELCE	3,4	0,0	20,7	34,5	34,5	6,9	0,0	100,0
IČIĆI	8,3	8,3	16,7	0,0	8,3	25,0	33,3	100,0
LOVRAN	4,9	9,8	23,0	24,6	9,8	18,0	8,2	100,0
MEDVEJA	0,0	14,3	57,1	0,0	0,0	28,6	0,0	100,0
M. DRAGA	0,0	20,0	11,4	22,9	25,7	5,7	14,3	100,0
OPATIJA	2,6	10,3	14,2	32,9	14,2	17,4	7,7	100,0
BAŠKA	0,0	15,8	5,3	15,8	47,4	15,8	0,0	100,0
KRK	9,5	14,3	14,3	33,3	19,0	4,8	4,8	100,0
MALINSKA	11,1	11,1	44,4	0,0	22,1	11,1	0,0	100,0
OMIŠALJ	6,5	6,5	29,0	29,0	25,8	0,0	3,2	100,0
PUNAT	3,4	3,4	6,9	10,3	24,1	20,7	31,0	100,0
CRES	18,4	10,5	13,2	23,7	21,1	10,5	2,6	100,0
MALI LOŠINJ	7,9	13,9	27,7	37,6	10,9	0,0	2,0	100,0
LOPAR	0,0	12,5	18,8	31,3	37,5	0,0	0,0	100,0
RAB	0,0	11,1	5,6	0,0	16,7	0,0	66,7	100,0
KOSTRENA	6,7	0,0	6,7	0,0	33,3	46,7	6,7	100,0
KRALJEVICA	4,4	6,7	6,7	17,8	0,0	31,1	33,3	100,0
RJEKA	2,0	11,8	33,3	27,5	17,6	3,9	3,9	100,0
GORSKI KOTAR	11,7	25,0	26,7	18,3	10,0	6,7	1,7	100,0
PGŽ/PROSJEK	0,00	52,1	47,9	0,00	0,0	0,0	0,0	100,0

Hrvatski turizam osim globalizacijskih trendova nužno mora naglasiti autohtone elemente, odnosno dati vlastiti pečat ponudi. Autohtonim, domaćim elementima se treba diversificirati od stereotipne ponude i ostvariti prednost pred konkurencijom. Stanovništvo smatra da je nedovoljna implementacija autohtonih proizvoda (69,7%), dok je taj segment ponude pozitivno ocijenilo samo 30,3% stanovništva. Uključenost autohtone ponude je najbolje ocijenilo stanovništvo Lopara, Malinske i Raba dok je najlošije ocijenilo stanovništvo Medveje, Kraljevice i Baške. Rezultati su slični rezultatima ankete prije dvije godine kada je 27,5% stanovništva pozitivno ocijenilo uključenost autohtone ponude. To znači da nisu napravljene značajniji pomaci odnosno da se dovoljno ne profiliraju autohtoni elementi u globaliziranoj ponudi kao oruđe u procesu diversificiranja u odnosu na konkurenciju. Primjer nedovoljne implementacije autohtonih proizvoda je problematična ponuda originalnih suvenirna.

Tablica 4.3-4: Uključenost autohtone ponude u turističku ponudu destinacije

MJESTO ISPITIVANJA	DA	NE	TOTAL
CRIKVENICA	45,3	54,7	100,0
JADRANOVO	20,0	80,0	100,0
NOVI VINODOLSKI	32,4	67,6	100,0
SELCE	27,6	72,4	100,0
IČIĆI	16,7	83,3	100,0
LOVRAN	21,7	78,3	100,0
MEDVEJA	0,0	100,0	100,0
M. DRAGA	23,3	76,7	100,0
OPATIJA	29,2	70,8	100,0
BAŠKA	5,3	94,7	100,0
KRK	19,0	81,0	100,0
MALINSKA	55,6	44,4	100,0
OMIŠALJ	14,8	85,2	100,0
PUNAT	41,4	57,6	100,0
CRES	31,6	68,4	100,0
MALI LOŠINJ	23,8	76,2	100,0
LOPAR	68,8	31,3	100,0
RAB	55,6	44,4	100,0
KOSTRENA	26,7	73,3	100,0
KRALJEVICA	4,4	95,6	100,0
RIJEKA	43,1	56,9	100,0
GORSKI KOTAR	11,7	88,3	100,0
PGŽ/PROSJEK	52,1	47,9	100,0

Stanovništvo nije zadovoljno informiranošću i uključenjem u donošenje odluka u turizmu. Budući da predstavljaju važan faktor u turističkom poslovanju, moraju biti nezaobilazni činitelj i u odlučivanju. Razvoj destinacije se mora temeljiti na sinergiji turističke destinacije, svih nosioca ponude i domicilnog stanovništva. Čak 87,8% stanovništva smatra da treba biti informirano i uključeno u donošenje odluka, dok samo 12,2% smatra suprotno. Nužnost informiranja je najizraženija kod stanovništva Malinske, Medveje i Opatije, dok je najmanje izražena kod stanovništva Rijeke, Crikvenice i Kostrene. Taj omjer je bio značajno izraženiji 2003. godine kada je 94,1% stanovništva smatralo da treba biti informirano i uključeno u donošenje odluka.

Tablica 4.3-5: Informiranost lokalnog stanovništva i uključenost u donošenje odluka u turizmu

MJESTO ISPITIVANJA	DA	NE	TOTAL
CRIKVENICA	76,5	23,5	100,0
JADRANOVO	84,2	15,8	100,0
NOVI VINODOLSKI	95,8	4,2	100,0
SELCE	85,7	14,3	100,0
IČIĆI	91,7	8,3	100,0
LOVRAN	91,8	8,2	100,0
MEDVEJA	100,0	0,0	100,0
M. DRAGA	90,0	10,0	100,0
OPATIJA	98,0	2,0	100,0
BAŠKA	91,2	8,8	100,0
KRK	95,2	4,8	100,0
MALINSKA	100,0	0,0	100,0
OMIŠALJ	96,8	3,2	100,0
PUNAT	89,7	10,3	100,0
CRES	73,0	27,0	100,0
MALI LOŠINJ	96,0	4,0	100,0
LOPAR	100,0	0,0	100,0
RAB	100,0	0,0	100,0
KOSTRENA	80,0	20,0	100,0
KRALJEVICA	95,6	4,4	100,0
RIJEKA	67,8	32,2	100,0
GORSKI KOTAR	100,0	0,0	100,0
PGŽ/PROSJEK	87,8	12,2	100,0

Sve je veća važnost javnog rada u turističkom razvoju. 33,3% ispitanog stanovništva je uključeno u javni rad u funkciji turizma, dok ih 67,% nije uključeno. Najviše je uključeno stanovništvo Medveje, Omišlja i Ičića, dok je najmanje uključeno stanovništvo Lopara, Opatije i Rijeke. Rezultati pokazuju da se smanjio udio uključenosti stanovništva u javni rad u funkciji turizma koji je 2003. godine iznosi 40,4% ispitanih stanovnika. Stanovništvo mora postati svjesno važnosti turizma, ali i vlastite uloge u profiliranju turističke ponude i multipliciranju rezultata turističkog poslovanja.

Tablica 4.3-6: Uključenost stanovništva u javni rad u funkciji turizma

MJESTO ISPITIVANJA	DA	NE	TOTAL
CRIKVENICA	50,4	49,6	100,0
JADRANOVO	35,0	65,0	100,0
NOVI VINODOLSKI	60,6	39,4	100,0
SELCE	31,0	69,9	100,0
IČIĆI	66,7	33,3	100,0
LOVRAN	38,3	61,7	100,0
MEDVEJA	71,4	28,6	100,0
M. DRAGA	44,8	55,2	100,0
OPATIJA	17,5	82,5	100,0
BAŠKA	42,1	57,9	100,0
KRK	23,8	76,2	100,0
MALINSKA	44,4	55,6	100,0
OMIŠALJ	71,0	29,0	100,0
PUNAT	58,6	41,4	100,0
CRES	63,2	36,8	100,0
MALI LOŠINJ	19,2	80,8	100,0
LOPAR	12,5	87,5	100,0
RAB	16,7	83,3	100,0
KOSTRENA	26,7	73,3	100,0
KRALJEVICA	31,1	68,9	100,0
RIJEKA	15,7	84,3	100,0
GORSKI KOTAR	11,7	88,3	100,0
PGŽ/PROSJEK	33,0	67,0	100,0

4.4 ODNOS STANOVNIŠTVA PREMA ODRŽIVOM RAZVOJU

Kvarner u budućem turističkom razvoju mora održati ekološku i prostornu očuvanost. Prirodnim ambijentom se izdiže od konkurentnih mediteranskih destinacija. Prirodne ljepote još uvijek predstavljaju važan magnet za potencijalne turiste. Ekologija i održivi razvoj predstavljaju obvezu prema budućim generacijama. Nažalost, profit diktira tržište pa se javljaju negativne pojave, zagađivanje i upitni projekti. U priobalju eskalira apartmanizacija i betonizacija obale gdje beton guta prirodni ambijent. Istaknut je problem neplanske i nedozvoljene gradnje gdje masovni apartmani i betonska zdanja narušavaju prirodni sklad i izgled destinacije. Analizirana je i težnja stanovništva za aktivnim uključenjem u zaštitu prirodnog bogatstva. Anketirano stanovništvo ocjenjuje:

- ugroženost turizma industrijskim razvojem;
- ugroženost destinacije nekontroliranom izgradnjom apartmana;
- premašivanje prihvatnog potencijala.

Novi turistički trendovi i razvoj turističkih preferencija uvjetuje povratak prirodi i naglašava eko-pristup u turističkom razvoju (green-tourism). Turisti traže odmak od stresnog života i industrijske preizgrađenosti te teže boravku u prirodi. Očuvane prirodne ljepote potiču turistička putovanja. Nužno je očuvati ekološku održivost, odnosno ekologija predstavlja gornju granicu turističke i industrijske izgradnje. 52,1% anketiranog stanovništva smatra da je razvoj turizma ugrožen industrijskim razvojem, dok 47,9% smatra suprotno. Negativne implikacije industrije na razvoj turizma su najviše izražene kod stanovnika Kraljevice, Kostrene i Omišlja (blizina industrijskih postrojenja), a najmanje su izražene kod stanovništva Lopara, Raba i Baške. Rezultati ankete 2003. godine su otkrili da je čak 70,7% anketiranog stanovništva smatralo da je razvoj turizma ugrožen industrijskim razvojem. Nova anketa prikazuje puno umjereniji odnos prema industriji kao prijetnji razvoju turizma i onečišćivaču prirode. Očuvana priroda predstavlja konkurentnu prednost Kvarnera i hrvatskog turizma i treba ju po svaku cijenu sačuvati.

Tablica 4.4-1: Ugroženost turizma industrijskim razvojem

MJESTO ISPITIVANJA	DA	NE	TOTAL
CRIKVENICA	42,7	57,3	100,0
JADRANOVO	40,0	60,0	100,0
NOVI VINODOLSKI	56,3	43,7	100,0
SELCE	37,9	62,1	100,0
IČIĆI	75,0	25,0	100,0
LOVRAN	72,1	27,9	100,0
MEDVEJA	71,4	28,6	100,0
M. DRAGA	40,0	60,0	100,0
OPATIJA	58,2	41,8	100,0
BAŠKA	26,3	73,7	100,0
KRK	61,9	38,1	100,0
MALINSKA	88,9	11,1	100,0
OMIŠALJ	90,3	9,7	100,0
PUNAT	62,1	37,9	100,0
CRES	44,7	55,3	100,0
MALI LOŠINJ	58,4	41,6	100,0
LOPAR	6,3	93,8	100,0
RAB	5,6	94,4	100,0
KOSTRENA	93,3	6,7	100,0
KRALJEVICA	91,1	8,9	100,0
RIJEKA	38,6	61,4	100,0
GORSKI KOTAR	30,0	70,0	100,0
PGŽ/PROSEK	52,1	47,9	100,0

Jedan od ključnih problema je i saturacija prostora, odnosno apartmanizacija obale, te prostorni planovi destinacije (veliki dio općina i

gradova nema izrađen GUP). 47,3% stanovništva smatra da je destinacija ugrožena izgradnjom apartmana i stanova što odudara od opće slike i percepcije tog problema u javnosti. Taj problem je prema ocjeni stanovništva najizraženiji u Baški, Rabu i Loparu, a najmanje je izražen u Gorskom Kotaru, Kostreni i Malom Lošinj. Rezultati ankete 2003. godine su otkrili da je veći udio stanovništva (53,6%) pojavu izgradnje apartmana stigmatiziralo kao značajnu prijetnju razvoja destinacija.

Tablica 4.4-2: Ugroženost destinacije nekontroliranom izgradnjom apartmana i stanova za tržište

MJESTO ISPITIVANJA	DA	NE	TOTAL
CRIKVENICA	74,4	25,6	100,0
JADRANOVO	75,0	25,0	100,0
NOVI VINODOLSKI	77,5	22,5	100,0
SELCE	34,5	65,5	100,0
IČIĆI	75,0	25,0	100,0
LOVRAN	65,6	34,4	100,0
MEDVEJA	57,1	42,9	100,0
M. DRAGA	30,0	70,0	100,0
OPATIJA	69,5	30,5	100,0
BAŠKA	100,0	0,0	100,0
KRK	61,9	38,1	100,0
MALINSKA	33,3	66,7	100,0
OMIŠALJ	45,2	54,8	100,0
PUNAT	71,4	28,6	100,0
CRES	26,3	73,7	100,0
MALI LOŠINJ	14,9	85,1	100,0
LOPAR	81,3	18,8	100,0
RAB	83,3	16,7	100,0
KOSTRENA	13,3	86,7	100,0
KRALJEVICA	15,6	84,4	100,0
RIJEKA	17,6	82,4	100,0
GORSKI KOTAR	8,3	91,7	100,0
PGŽ/PROSJEK	47,3	52,7	100,0

59,2% ispitanog stanovništva smatra da njegova destinacija nije premašila prihvatni potencijal, dok 40,8% stanovništva misli suprotno. To znači da su destinacije gotovo dostigle kritički postotak saturacije, odnosno da su prenatrpene turistima za vrijeme ljetne špice što utječe na kvalitetu njihovog boravka. Taj problem je prema stanovništvu najviše naglašen u Baški, Selcima i Crikvenici, a najmanje je potenciran u Medveji, Kostreni i Gorskom kotaru. 2003. godine 74,7% ispitanog stanovništva smatralo je da destinacija nije premašila prihvatni potencijal što znači da je danas, dvije

godine kasnije, problem značajno eskalirao. Osnovni problem hrvatskog turizma je kako produžiti turističku sezonu na cjelogodišnje poslovanje.

Tablica 4.4-3: Premašivanje prihvatnog potencijala

MJESTO ISPITIVANJA	DA	NE	TOTAL
CRIKVENICA	65,8	34,2	100,0
JADRANOVO	40,0	60,0	100,0
NOVI VINODOLSKI	45,1	54,9	100,0
SELCE	72,4	27,6	100,0
IČIĆI	50,0	50,0	100,0
LOVRAN	60,0	40,0	100,0
MEDVEJA	0,0	100,0	100,0
M. DRAGA	36,7	63,3	100,0
OPATIJA	48,1	51,9	100,0
BAŠKA	94,7	5,3	100,0
KRK	23,8	76,2	100,0
MALINSKA	55,6	44,4	100,0
OMIŠALJ	45,2	54,8	100,0
PUNAT	51,7	48,3	100,0
CRES	21,1	78,9	100,0
MALI LOŠINJ	16,8	83,2	100,0
LOPAR	37,5	62,5	100,0
RAB	50,0	50,0	100,0
KOSTRENA	6,7	93,3	100,0
KRALJEVICA	15,6	84,4	100,0
RIJEKA	32,7	67,3	100,0
GORSKI KOTAR	16,7	83,3	100,0
PGŽ/PROSJEK	41,8	59,2	100,0

4.5 RAZVOJ MENADŽMENTA TURISTIČKIH DESTINACIJA KVARNERA

Za uspješan razvoj turizma neophodni su kvalitativni trendovi u upravljanju turizmom. Nova generacija menadžmenta mora pokrenuti kvalitativne promjene u turizmu u cilju optimalnog zadovoljavanja novih i budućih turističkih preferencija. Nužan je sinergijski efekt upravljanja svih razina nosioca u razvojnoj koncepciji turizma. Anketirano stanovništvo definiralo je:

- odgovornost turističkog menadžmenta u destinaciji
- ocijenilo rad turističke zajednice u destinaciji kao i

- suradnju lokalnih proizvođača i ugostitelja, na način da su se od svakog pojedinog segmenta traži maksimalna uključenost u zadovoljavanje turističkih potreba turista.

Stanovništvo smatra da je za kvalitetu turističkog menadžmenta u destinaciji najzaslužnija turistička zajednica (62,2% ispitanika). Potom slijede: državna uprava (21,8%), komercijalni menadžment (14,5%) i ostalo (1,1%). Takav trend prate sve destinacije. Važnost turističke zajednice je najviše izražena kod stanovnika Lopara, Selca i Opatije. Najveći postotak važnosti komercijalni menadžment je ostvario u Baškoj, Medveji i Gorskom Kotaru, a državna uprava u Kostreni, Jadranovu i Crikvenici. Podaci su slični kao i rezultati ankete 2003. godine (TZ – 58,8% ispitanika, državna uprava 17,5%, komercijalni menadžment – 16,1%, ostalo – 7,6%). Rezultati pokazuju relativno malenu važnost komercijalnog menadžmenta koji bi trebao biti glavni generator promjena i pokretač razvoja destinacije.

Tablica 4.5-1: Odgovornost za turistički menadžment u destinaciji

MJESTO ISPITIVANJA	DRŽAVNA UPRAVA	KOMERCIJALNI MENADŽMENT	TZ	OSTALO	TOTAL
CRIKVENICA	29,9	7,7	61,5	0,9	100,0
JADRANOVO	30,0	10,0	45,0	15,0	100,0
NOVI VINODOLSKI	7,1	22,9	68,6	0,0	100,0
SELCE	6,9	10,3	75,9	6,9	100,0
IČIĆI	25,0	8,3	58,3	8,3	100,0
LOVRAN	42,6	16,4	41,0	0,0	100,0
MEDVEJA	14,3	28,6	57,1	0,0	100,0
M. DRAGA	20,0	20,0	60,0	0,0	100,0
OPATIJA	20,1	14,3	64,3	1,3	100,0
BAŠKA	16,7	50,0	27,8	5,6	100,0
KRK	19,0	14,3	66,7	0,0	100,0
MALINSKA	11,1	11,1	77,8	0,0	100,0
OMIŠALJ	16,7	3,3	80,0	0,0	100,0
PUNAT	10,3	6,9	79,3	3,4	100,0
CRES	13,2	15,8	68,4	2,6	100,0
MALI LOŠINJ	21,8	5,9	72,3	0,0	100,0
LOPAR	6,2	0,0	93,8	0,0	100,0
RAB	22,2	5,6	72,2	0,0	100,0
KOSTRENA	40,0	13,3	46,7	0,0	100,0
KRALJEVICA	37,8	13,3	48,9	0,0	100,0
RIJEKA	18,4	18,4	63,2	0,0	100,0
GORSKI KOTAR	25,4	27,1	42,4	5,1	100,0
PGŽ/PROSJEK	21,8	14,5	62,2	1,1	100,0

Budući da je stanovništvo detektiralo turističku zajednicu kao najodgovorniju za razvoj destinacije, potrebno je analizirati njihov stav o radu TZ-e. 38,8% stanovništva ga pozitivno ocjenjuje, 44,5% nedostavno, a 16,7% nezadovoljavajuće.

Stanovništvo Lopara, Baške i Crikvenice je zadovoljno djelovanjem TZ-e, dok stanovništvo Medveje, Punta i Jadranova je u odnosu na njen rad veoma kritično. Vidljivi su pozitivni pomaci u odnosu na rezultate ankete 2003. godine kada je samo 26,8% stanovništva pozitivno ocijenilo rad TZ-e u destinaciji. Negativne ocijene upućuju na dva zaključka; nedovoljno kvalitetan rad djelatnika TZ-e ili neupućenost stanovništva u djelokrug poslovanja i mogućnosti TZ-e.

Tablica 4.5-2: Ocjena rada turističke zajednice u destinaciji

MJESTO ISPITIVANJA	POZITIVNO	NEGATIVNO	NEZADOVOLJAVAJUĆE	TOTAL
CRIKVENICA	52,6	41,4	6,0	100,0
JADRANOVO	25,0	55,0	20,0	100,0
NOVI VINODOLSKI	39,4	36,6	24,0	100,0
SELCE	37,9	37,9	24,2	100,0
IČIĆI	50,0	41,7	8,3	100,0
LOVRAN	25,0	48,3	26,7	100,0
MEDVEJA	14,3	71,4	14,3	100,0
M. DRAGA	48,3	51,7	0,0	100,0
OPATIJA	46,8	39,6	13,6	100,0
BAŠKA	68,4	31,6	0,0	100,0
KRK	42,9	38,1	19,0	100,0
MALINSKA	11,1	77,8	11,1	100,0
OMIŠALJ	30,0	50,0	20,0	100,0
PUNAT	34,5	58,6	6,9	100,0
CRES	39,5	34,2	26,3	100,0
MALI LOŠINJ	28,7	39,6	31,7	100,0
LOPAR	81,3	18,7	0,0	100,0
RAB	44,4	50,0	5,6	100,0
KOSTRENA	46,7	40,0	13,3	100,0
KRALJEVICA	31,1	62,2	6,7	100,0
RIJEKA	35,9	48,4	15,7	100,0
GORSKI KOTAR	19,3	52,6	28,1	100,0
PGŽ/PROSJEK	38,8	44,6	16,6	100,0

Za razvoj destinacije bitna je interakcija lokalnih proizvođača i ugostitelja u kreiranju kompleksne ponude za turiste. Rak ranu hrvatskog turizma predstavlja uvoz potrebnih sirovina. Stanovništvo tu suradnju ocjenjuje zadovoljavajuće (54,7%), vrlo dobro (13,7%), a nezadovoljavajuće (31,6%). Najbolju ocjenu suradnje dalo je stanovništvo Novog Vinodolskog, Kostrene i Krka, a najlošiju ocjenu stanovništvo Medveje, Gorskog Kotara, Lovrana. 2003. godine je bio veći postotak stanovništva koji je suradnju ocjenjivao nezadovoljavajuće (43,9%), ali je bio i manji postotak koji je

pozitivno ocjenjivao (49,3%). Na razini Kvarnera rezultati su zabrinjavajući te je potrebno naći modalitete njihove produktivnije suradnje.

Tablica 4.5-3: Suradnja lokalnih proizvođača i ugostitelja

MJESTO ISPITIVANJA	VRLO DOBRA	ZADOVOLJAVAJU ĆA	NEZADOVOLJAVAJU ĆA	TOTAL
CRIKVENICA	27,4	50,4	22,2	100,0
JADRANOVO	5,0	55,0	40,0	100,0
NOVI VINODOLSKI	26,8	52,1	21,1	100,0
SELCE	10,7	57,1	32,2	100,0
IČIĆI	8,3	66,7	25,0	100,0
LOVRAN	8,2	47,5	44,3	100,0
MEDVEJA	14,3	28,6	57,1	100,0
M. DRAGA	10,0	70,0	20,0	100,0
OPATIJA	5,9	50,7	43,4	100,0
BAŠKA	0,0	68,4	31,6	100,0
KRK	23,8	42,9	33,3	100,0
MALINSKA	12,5	87,5	0,0	100,0
OMIŠALJ	0,0	63,3	36,7	100,0
PUNAT	13,8	44,8	41,4	100,0
CRES	15,8	52,6	31,6	100,0
MALI LOŠINJ	14,9	60,4	24,8	100,0
LOPAR	25,0	56,3	18,8	100,0
RAB	16,7	50,0	33,3	100,0
KOSTRENA	26,7	53,3	20,0	100,0
KRALJEVICA	6,7	60,0	33,3	100,0
RIJEKA	13,1	62,7	24,2	100,0
GORSKI KOTAR	8,3	40,0	51,7	100,0
PGŽ/PROSJEK	13,7	54,7	31,6	100,0

4.6 ZADOVOLJSTVO STANOVNIŠTVA TURISTIČKOM PONUDOM KVARNERA

Turistička ponuda mora zadovoljiti sve zahtjevnije i dinamičnije preferencije turista, ali i potrebe domicilnog stanovništva. Stanovništvo koje živi cijelu godinu u promatranim destinacijama može najobjektivnije ocijeniti kvalitetu svih segmenata turističke ponude. Te ocjene moraju biti polazište inovirane koncepcije razvoja turizma promatranih destinacija.

Stanovništvo je ocjenjivalo zadovoljstvo turista, turističkom ponudom Kvarnera kroz 37 elemenata ponude, koji su kao i za druge ciljne skupine bili grupirani u pet skupina i to:

- **Prostor, resursi, okoliš:** klima, ljepota krajolika, očuvanost okoliša, čistoća mora;
- **Sadržaji:** događaji, kulturno-povijesna baština, sadržaji za djecu, objekti za smještaj, ugostiteljski objekti, kulturni sadržaji, zabavni sadržaji, sportski sadržaji, skupovi i kongresi, sadržaji za zdravstveni turizam, nautička ponuda, ponuda izleta, lokalna gastronomija, odnos cijene i kvalitete;
- **Organiziranost destinacije:** prometna dostupnost, lokalni promet, parkiralište, uređenost mjesta, urbana skladnost, šetnice, parkovi i zelene površine, uređenost i čistoća plaže, gužve na plažama, radno vrijeme uslužnih djelatnosti, radno vrijeme ugostiteljskih djelatnosti, trgovine;
- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost:** turističke informacije prije dolaska u destinaciju, turistička signalizacija u destinaciji, suveniri, osjećaj sigurnosti i zaštite;
- **Stanovništvo, zaposleni:** ljubaznost stanovništva, ljubaznost zaposlenih u turizmu, znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu.

Tablica 4.6-1: Prosječna ocjena zadovoljstva stanovništva turističkom ponudom Kvarnera

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima		5,05	1,501	3	2
19	Ljepota krajolika		5,27	1,448	1	1
20	Očuvanost okoliša		4,68	1,381	9	4
21	Čistoća mora		4,84	1,531	5	3
	SADRŽAJI					
10	Događaji		3,96	1,475	27	8
16	Kulturno-povijesna baština		4,67	1,347	10	1
22	Sadržaji za djecu		3,74	1,375	33	11
27	Objekti za smještaj		4,66	1,186	11	2
28	Ugostiteljski objekti		4,56	1,243	15	3
29	Kulturni sadržaji		4,19	1,343	23	6
30	Zabavni sadržaji		3,84	1,459	31	10
31	Sportski sadržaji		3,59	1,422	35	13
32	Skupovi i kongresi		3,22	1,457	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam		3,65	1,510	34	12
34	Nautička ponuda		3,92	1,436	28	9
35	Ponuda izleta		4,24	1,346	22	5
36	Lokalna gastronomija		4,34	1,368	19	4
37	Odnos cijene i kvalitete		4,05	1,283	26	7
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost		4,28	1,367	21	9
6	Lokalni promet		3,84	1,405	31	12
7	Parkirališta		3,49	1,599	36	13
12	Uređenost mjesta		4,60	1,306	12	4
13	Urbana skladnost		5,26	0,571	2	1
14	Šetnice		4,77	1,363	6	3
15	Parkovi i zelene površine		4,87	1,370	4	2
17	Uređenost i čistoća plaža		4,32	1,402	20	8
18	Gužve na plažama		3,86	1,510	30	11

24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)		4,44	1,431	18	7
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata		4,52	1,468	16	6
26	Trgovine		4,58	1,273	13	5
	PREPOZNAVANJE, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju		4,12	1,263	24	2
9	Turistička signalizacija		4,11	1,360	25	3
11	Suvenirni		3,92	1,432	28	4
3	Osjećaj sigurnosti i zaštite		4,58	1,365	13	1
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva		4,74	1,266	7	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu		4,72	1,993	8	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu		4,51	1,316	17	3

Stanovništvo svaki kriterij zadovoljstva ocjenjuje sa skalom ocjena od 1 do 7 (1 - izrazito nisko zadovoljstvo, 2 – nisko zadovoljstvo, 3 – srednje i niže zadovoljstvo, 4 – srednje zadovoljstvo, 5 – srednje i više zadovoljstvo, 6 – visoko zadovoljstvo, 7 – izrazito visoko zadovoljstvo). Ocjene zadovoljstva domicilnog stanovništva elementima ponude se mogu najbolje prikazati pomoću statističkih pokazatelja: aritmetička sredina (prosječna ocjena svih anketiranih stanovnika), medijan (zaokružena prosječna ocjena anketiranog stanovništva), mod (ocjena koja se najčešće ponavlja kao rezultat anketiranja), standardna devijacija (raspon odstupanja od aritmetičke sredine).

4.6.1 Prostor, resursi, okoliš

Prirodni preduvjeti i resursi predstavljaju najbolje ocjenjene elemente ponude Kvarnera. Stanovništvo je najbolje ocijenilo ljepotu krajolika i klimu dok je nešto slabije ocijenilo čistoću mora i očuvanost okoliša zbog devastiranja prirodno resursne osnove. U daljnjem razvoju nužna je orijentacija prema održivom turizmu i "green" ponudi uz permanentno kvalitativno poboljšavanje izvedenih elemenata ponude.

Tablica 4.6-2: Usporedni pregled stavova stanovništva o PROSTORU, RESURSIMA I OKOLIŠU, kao elementima turističke ponude Kvarner (2003 - 2006)

R.br.	Elementi turističke ponude	2003. (ocjena 1 - 5)			2005/06. (ocjena 1 - 7)		
		ocjena	rang	%	ocjena	rang	%
19.	Ljepota krajolika	4,27	1	27,95	5,27	1	26,56
1.	Klima	4,01	2	26,24	5,05	3	25,45
20.	Očuvanost okoliša	3,54	3	23,17	4,84	5	24,40
21.	Čistoća mora	3,46	5	22,64	4,68	9	23,59
	Prosječno/ukupno	3,82	(1)	100%	4,96	(1)	100%

Usporedni pregled stavova stanovništva o PROSTORU, RESURSIMA I OKOLIŠU, je otežan različitom skalom ocjenjivanja (2003.g. ocjena 1-5; 2005/06. ocjena 1-7) i različitim brojem promatranih elemenata ponude (2003. g. stanovništvo je ocjenjivalo 46 elemenata, 2005/06. 37 elemenata). Prirodno – resursna

osnova je u oba istraživanja najbolje ocijenjena od svih elemenata turističke ponude Kvarnera. Analizom ranga vidljivo je da su elementi klima, očuvanost okoliša i čistoća mora lošije rangirani 2006. nego 2003. godine. Ljepota krajolika je zauzela u oba istraživanja rang 1. Usporedna analiza dovodi do zaključka da očuvanost okoliša (apartmanizacija i betonizacija) i čistoća mora (industrijska izgradnja) izrastaju u problem u ekološkom usmjerenju koncepcije razvoja turizma Kvarnera i održivom razvoju.

4.6.2 Sadržaji

Stanovništvo je najlošije ocijenilo sadržaje u destinaciji Kvarner. Osobito se to odnosi na elemente selektivne ponude (kongresni, sportski, zdravstveni, nautički turizam, sadržaji za djecu). Puno bolje su ocijenjeni kulturno-povijesna baština, objekti za smještaj (transformacija i renoviranje smještajnih objekata u cilju repositioniranja Kvarnera kao destinacije hotela s četiri i pet zvjezdica). Takve ocjene postavljaju imperativ obogaćivanja i poboljšavanja selektivnih sadržaja u cilju privlačenja zahtjevnijih turista i smanjivanja jaza između limitiranosti trenutne ponude i suvremenih turističkih trendova.

Tablica 4.6-3: Usporedni pregled stavova stanovništva o elementima SADRŽAJA u turističkoj ponudi Kvarnera (2003 - 2006)

R.br.	Elementi turističke ponude	2003. (ocjena 1 - 5)			2005/06. (ocjena 1 - 7)		
		ocjena	rang	%	ocjena	rang	%
10.	Događaji	3,59	8	9,08	3,96	27	6,99
35.	Ponuda izleta	3,46	5	8,76	4,24	22	7,49
21.	Objekti za smještaj	3,22	10	8,15	4,66	11	8,23
28.	Ugostiteljski objekti	3,22	10	8,15	4,56	15	8,05
16.	Kulturno-povijesna baština	3,05	18	7,72	4,67	10	8,25
34.	Nautička ponuda	2,79	31	7,06	3,92	28	6,92
32.	Skupovi i kongresi	2,69	32	6,81	3,22	37	5,69
29.	Kulturni sadržaji	2,66	34	6,73	4,19	23	7,40
36.	Lokalna gastronomija	2,59	35	6,55	4,34	19	7,66
37.	Odnos cijene i kvalitete	2,56	36	6,48	4,05	26	7,15
22.	Sadržaji za djecu	2,49	39	6,30	3,74	33	6,60
31.	Sportski sadržaji	2,46	41	6,22	3,59	35	6,34
30.	Zabavni sadržaji	2,42	42	6,12	3,84	31	6,78
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,32	46	5,87	3,65	34	6,45
	Ukupno	2,82	(5)	100%	4,05	(5)	100%

Usporedni pregled stavova stanovništva o elementima SADRŽAJA u turističkoj ponudi Kvarnera (2003. – 2006.) dovodi do zaključka da selektivni sadržaji primjereni suvremenim turistima 21. stoljeća predstavljaju ključni problem ponude Kvarnera (u oba istraživanja SADRŽAJI su najgore rangirani skupni element ponude) i da u promatranom razdoblju nije došlo do značajnijih kvalitativnih primjena. Analiza pojedinih elemenata sadržaja otkriva da je došlo do promjena ranga tako da su 2006. godine najbolje rangirani kulturno – povijesna baština (rang 10), objekti za smještaj (rang 11) i ugostiteljski objekti (rang 15). 2003. godine najbolje su bili ocjenjeni ponuda izleta (rang 5) i događaji (rang 8) koji su u recentnom istraživanju znatnije lošije rangirani. Neovisno o broju ocjenjivanih elemenata ponude (2003. 46 elemenata, 2005./06. 37 elemenata) najgore su u oba istraživanja su rangirani sportski, zabavni sadržaji, sadržaji za zdravstveni turizam. Takvi rezultati istraživanja dodatno potenciraju raniji zaključak o nužnosti kvalitativnog inoviranja i permanentnog poboljšavanju selektivnih sadržaja u cilju afirmacije turizma kao moderne industrije zabave, događaja i aktivnog odmora.

4.6.3 Organiziranost destinacije

Stanovništvo različito percipira i ocjenjuje pojedine elemente organiziranosti destinacije. Visoko su rangirani sljedeći elementi: urbana skladnost, parkovi i šetnice što otkriva veliku brigu o uređenosti destinacije. Nažalost, stanovništvo je puno lošije ocijenilo elemente dostupnosti destinacije (lokalni promet, parkiralište) što nalaže nužne promjene i nova prometna rješenja. Također su negativno ocjenjene gužve na plažama, dok su ostali elementi prosječno rangirani.

Tablica 4.6-4: Usporedni pregled stavova stanovništva o elementima ORGANIZIRANOSTI DESTINACIJE u turističkoj ponudi Kvarnera (2003 - 2006)

R.br.	Elementi turističke ponude	2003. (ocjena 1 - 5)			2005/06. (ocjena 1 - 7)		
		ocjena	rang	%	ocjena	rang	%
15.	Parkovi i zelene površine	3,56	3	10,35	4,84	4	9,17
26.	Trgovine	3,19	12	9,27	4,58	13	8,67
14.	Šetnice	3,16	15	9,19	4,77	6	9,03
25.	Radno vrijeme ugost. objekata	3,03	20	8,81	4,52	16	8,56
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti	3,03	20	8,81	4,44	18	8,41
12.	Uređenost mjesta	2,99	22	8,69	4,60	12	8,71
13.	Urbana skladnost	2,99	22	8,69	5,26	2	9,96
5.	Prometna dostupnost	2,90	27	8,43	4,28	21	8,10
18.	Gužve na plažama	2,47	40	7,18	3,86	30	7,31
17.	Uređenost i čistoća plaža	2,47	40	7,18	4,32	20	8,18
6.	Lokalni promet	2,42	42	7,03	3,84	31	7,27
7.	Parkirališta	2,19	47	6,37	3,49	36	6,61
	Prosječno/ukupno	2,87	(4)	100%	4,4	(3)	100%

Usporedna analiza stavova stanovništva o elementima ORGANIZIRANOSTI DESTINACIJE u turističkoj ponudi Kvarnera dovodi do zaključka da su ti elementi bolje ocjenjeni i rangirani u recentnom istraživanju (2005/06. rang 3) nego u prijašnjem istraživanju (2003. rang 4). Urbana skladnost je u istraživanju 2005/06. prerasla u značajnu konkurentsku prednost (rang 2) uz parkove i zelene površine i šetnice. U ovom istraživanju promet je izražen kao značajan nedostatak te je najlošije rangiran. Kao problemi u ovom istraživanju su istaknute gužve na plažama i uređenost i čistoća plaže. Upravo ti segmenti su područja u kojima destinacija Kvarner može napraviti kvalitativni iskorak u području organiziranosti destinacije.

4.6.4 Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost

Stanovništvo je visoko rangiralo osjećaj sigurnosti u destinaciji (rang 11) koji postaje bitan atraktivni faktor u eskalaciji terorizma. Značajno lošije je stanovništvo percipiralo informiranost u destinaciji koja utječe na nezadovoljstvo i povećava gužve u destinaciji. Ponuda suvenira je i dalje veliki nedostatak ponude Kvarnera jer nedostaju autohtona i originalna rješenja koja bi doprinijela prepoznatljivosti destinacije.

Tablica 4.6-5: Usporedni pregled stavova stanovništva o elementima PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST I INFORMIRANOST u turističkoj ponudi Kvarnera (2003 - 2006)

R.br.	Elementi turističke ponude	2003. (ocjena 1 - 5)			2005/06. (ocjena 1 - 7)		
		ocjena	rang	%	ocjena	rang	%
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	3,43	7	28,51	4,58	13	27,38
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	2,91	26	24,19	4,12	24	24,63
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	2,85	28	23,69	4,11	25	24,57
11.	Suveniri	2,84	29	23,61	3,92	28	23,43
	Prosječno / ukupno	3,01	(3)	100 %	4,18	(4)	100 %

Usporedna analiza stavova stanovništva o elementima PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST I INFORMIRANOST u turističkoj ponudi Kvarnera rezultira zaključkom da su ti elementi ponude lošije rangirani u recentnom istraživanju (2005/06. rang 4) nego u prijašnjem istraživanju 2003. godine (rang 3). osjećaj sigurnosti i zaštite je značajno lošije rangiran 2005/2006. nego u istraživanju 2003. godine uslijed pojedinačnih i sporadičnih ekscesa u destinacijama Kvarnera. Ostali elementi ponude (informacije, signalizacija, suveniri) su slično rangirani u oba istraživanja.

4.6.5 Stanovništvo, zaposleni

Stanovništvo je kao značajnu prednost destinacije Kvarnera detektiralo vlastitu ljubaznost (rang 7) kao i ljubaznost zaposlenih u turizmu (rang 8). Kvaliteta odnosa i ophođenja prema turistima značajno potencira njihovo zadovoljstvo i osjećaj dobrodošlice. Turisti moraju biti tretirani kao dio obitelji i dio zajednice. Nešto slabije je ocijenilo znanje stranih jezika zaposlenih koje omogućava lakšu interakciju s turistima u cilju što potpunijeg zadovoljavanja njihovih potreba.

Tablica 4.6-6: Usporedni pregled stavova stanovništva o elementima STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI u turističkoj ponudi Kvarnera (2003 - 2006)

R.br.	Elementi turističke ponude	2003. (ocjena 1 - 5)			2005/06. (ocjena 1 - 7)		
		ocjena	rang	%	ocjena	rang	%
2.	Ljubaznost stanovništva	3,28	8	34,52	4,99	7	35,10
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,17	13	33,37	4,72	8	33,20
4.	Znanje stranih jezika u turizmu	3,05	18	32,11	4,51	17	31,72
	Prosječno / ukupno	3,17	(2)	100 %	4,74	(2)	100 %

Usporedna analiza stavova stanovništva o elementima STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI u turističkoj ponudi Kvarnera navodi na zaključak da su ti elementi u oba istraživanja najbolje ocjenjeni iza prirodno resursne osnove. Svi elementi (ljubaznost stanovništva, ljubaznost zaposlenih u turizmu i znanje stranih jezika u turizmu) su slično ocjenjeni i rangirani u oba istraživanja. Čovjek predstavlja ključ uspjeha u turizmu te o kvaliteti i interakciji zaposlenih, stanovništva i turista ovisi kvaliteta boravka turista u destinaciji Kvarner.

4.6.6 Top +/-10 elemenata ponude

Domicilno stanovništvo najbolje ocjenjuje sljedeće segmente ponude: ljepota krajolika (5,27), urbana skladnost (5,26), klima (5,05), parkovi i zelene površine (4,87), čistoća mora (4,84), zadovoljstvo šetnicama (4,77), ljubaznost stanovništva (4,74), ljubaznost zaposlenih u turizmu (4,72).

Domicilno stanovništvo najslabije ocjenjuje sljedeće segmente ponude: skupovi i kongresi (3,22), parkirališta (3,49), sadržaji za zdravstveni turizam (3,65), sportski sadržaji (3,79), sadržaji za djecu (3,74), zabavni sadržaji (3,84), lokalni promet (3,00) gužve na plažama (3,86).

Tablica 4.6-7: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Kvarnera

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Ljepota krajolika	5,27	1.	Skupovi i kongresi	3,22
2.	Urbana skladnost	5,26	2.	Parkirališta	3,49
3.	Klima	5,05	3.	Sportski sadržaji	3,59
4.	Parkovi i zelene površine	4,87	4.	Sadržaj za zdravstveni turizam	3,65
5.	Čistoća mora	4,84	5.	Sadržaj za djecu	3,74
6.	Šetnice	4,77	6.	Lokalni promet	3,84
7.	Ljubaznost stanovništva	4,74	7.	Gužve na plažama	3,86
8.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,72	8.	Nautička ponuda	3,92
9.	Očuvanost okoliša	4,67	9.	Suveniri	3,92
10.	Kulturno povijesna baština	4,67	10.	Događaj	3,96

U cilju komparativne i usporedne analize deset najbolje i najlošije ocjenjenih elemenata ponude destinacije Kvarner potrebno se prisjetiti rezultata istraživanja 2003. godine.

Anketa stanovništva 2003. godine je istakla da je bila najbolje ocjenjena prirodno-resursna osnova (ljepota krajolika – aritmetička srednja ocjena 4,27, zdrava klima 4,01, kvaliteta mora 3,46). Kao prednosti bili su naglašeni ekologija i održivi razvoj – uređenost parkova (3,56), očuvanost okoliša (3,54), osobna sigurnost i zaštita (3,43) i ljubaznost domicilnog stanovništva (3,28).

2003. godine najlošije su bili ocjenjeni elementi dostupnosti destinacije (organizacija i sadržaji zračne luke (2,17), dostupni parkirališni prostor (2,19) i organizacija lokalnog prometa (2,49)). Nisko su bili ocjenjeni svi selektivni oblici ponude – ponuda zdravstvenog turizma (2,32), ponuda zabavnog sadržaja (2,42), ponuda sportskog sadržaja (2,46), sadržaji za djecu (2,49). Osim nedostatka tih sadržaja upitna je bila i njihova kvaliteta (kvaliteta zabavnog sadržaja (2,37) i kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma (2,42)).

Tablica 4.6-8: Usporedni pregled stavova stanovništva o 10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti u turističkoj destinaciji Kvarner najviše i najmanje zadovoljni (2003 - 2006)

Top (10 +) 2003 - 2005/06				Top (10 -) 2003 - 2005/6			
Rbr.	Elementi turističke ponude (ocjene)	2003. (1 - 5)	2005 /06 (1 - 7)	Rbr.	Elementi turističke ponude (ocjene)	2003. (1 - 5)	2005 /06 (1 - 7)
24.	Ljepota krajolika	4,27 12,04		6.	Organizacija i sadržaji zračne luke	2,17 9,14	
19.	Ljepota krajolika		5,27 10,79	32.	Skupovi i kongresi		3,22 8,66

1.	Klima	4,01 11,31		8.	Dostupni parkirališni prostor	2,19 9,23	
13.	Urbana skladnost		5,26 10,79	7.	Parkirališta		3,49 9,38
19.	Uređenost parkova	3,56 10,04		37.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	2,32 9,78	
1.	Klima		5,05 10,34	31.	Sportski sadržaji		3,59 9,65
25.	Očuvanost okoliša	3,54 9,98		34.	Kvaliteta zabavnih sadržaja	2,37 9,99	
15.	Parkovi i zelene površine		4,87 9,97	33.	Sadržaj za zdravstveni turizam		3,65 9,81
47.	Mogućnost izleta u okolinu	3,46 9,76		7.	Organizacija lokalnog prometa	2,42 10,2	
21.	Čistoća mora		4,84 9,91	22.	Sadržaj za djecu		3,74 10,06
26.	Kvaliteta mora	3,46 9,76		38.	Kvaliteta sadržaja zdravst. turizma	2,42 10,2	
14.	Šetnice		4,77 9,62	6.	Lokalni promet		3,84 10,33
28.	Osobna sigurnost i zaštita	3,43 9,67		33.	Ponuda zabavnog sadržaja	2,42 10,2	
2.	Ljubaznost stanovništva		4,74 9,70	18.	Gužve na plažama		3,86 10,38
2.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	3,28 9,25		35.	Ponuda sportskog sadržaja	2,46 10,4	
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu		4,72 9,66	34.	Nautička ponuda		3,92 10,54
18.	Održavanje javne rasvjete	3,23 9,11		23.	Brojnost kupaca na plažama	2,47 10,4	
20.	Očuvanost okoliša		4,67 9,56	11.	Suvenirni		3,92 10,54
43.	Kvaliteta smještajnog objekta	3,22 9,08		27.	Sadržaji za djecu	2,49 10,5	
10.	Kulturno povijesna baština		4,67 9,56	10.	Događaji		3,96 10,65
	Prosječno	3,55	4,89		Prosječno	2,37	3,72
	Ukupno	100%	100%		Ukupno	100%	100%

Komparacija rezultata ankete 2003. i 2005/06. godine otkriva da nije došlo do značajnijih kvalitativnih promjena segmenata ponude (slično rangirani elementi ponude). Najbolje su ocjenjeni elementi prirodno resursne osnove, zaposleni i stanovništvo, a najlošije su ocjenjeni prometni elementi i izvedena ponuda. Prosječne ocjene elemenata ponude su nešto više u istraživanju 2005/06. godine zbog različite skale ocjenjivanja (1-7). Prepreka istraživanju je i različiti broj ocjenjivanih elemenata ponude.

Tako su u istraživanju 2003. godine među najbolje ocjenjenim elementima ponude uređenost parkova, mogućnost izleta u okolinu, održavanje javne rasvjete, a među najgore ocjenjenim elementima ponude organizacija i

sadržaji zračne luke koji nisu ocjenjivani u istraživanju 2005./06. Kvalitativni pomak 2005./06. je najviše izražen u urbanoj skladnosti, šetnicama i kulturno povijesnoj baštini, dok se kao najlošije ocijenjen element iskristalizirao kongresni turizam. Negativno je što su se događaji kao značajan atraktivni faktor pojavili u deset najlošije ocijenjenih elemenata ponude 2005./06. godine

Anketa domicilnog stanovništva otkriva pravu sliku postignutog nivoa razvoja turizma u promatranim destinacijama. Najbolje su ocijenjeni prirodno-resursni preduvjeti razvoja turizma (ljepota prirode, čistoća mora, klima), te gostoljubivost zaposleni i domicilnog stanovništva. Najlošije su ocijenjeni svi oblici selektivne turističke ponude, kao i sadržaji animacije, događaja, aktivnog odmora i industrije zabave.

Turizam XXI. stoljeća se ne može više temeljiti samo na prirodnim ljepotama, već turisti traže bogatu izvanpansionsku ponudu, nove sadržaje, autohtone i originalne elemente, aktivan odmor, profiliranje događaja i doživljaja i prilagođavanje ponude svakom turistu pojedinačno. Rezultat takvog stanja su nedovoljno ostvareni prihodi i profiti, postojeća struktura turista (manje zahtjevni turisti, starija populacija, niža financijska moć), sezonalnost turizma, percepcija Hrvatske kao zemlje masovnog turizma.

Rezultati pokazuju da se mora promijeniti svijest menadžmenta destinacije o nužnosti upravljanja promjenama i transformacije ponude temeljene na prirodnim ljepotama u konkurentnu ponudu temeljenu na visoko-kvalitetnim diferenciranim turističkim sadržajima prilagođenim suvremenim turističkim potrebama i preferencijama turista XXI. stoljeća.

Domicilno stanovništvo različito ocjenjuje zadovoljstvo turističkom ponudom po turističkim destinacijama Kvarnera. Analiza pruža mogućnost dijagnosticiranja koji su elementi ponude najbolje i najlošije ocijenjeni po destinacijama, odnosno koje su destinacije polučile najbolje i najlošije ocjene po različitim kriterijima turističke ponude. Razina zadovoljstva stanovništva elementima turističke ponude destinacije omogućava:

- Analizu sadašnjeg stanja zadovoljstva ponudom kao ishodište rekonceptije razvoja turističkih destinacija;
- Detektiranje ključnih snaga i slabosti destinacija Kvarnera;
- Definiranje ključnih točaka diferenciranje ponude pojedinih destinacija Kvarnera.

Ocjena postojećeg stanja destinacija Kvarnera traži nužne kvalitativne pomake u poboljšavanju ponude uz profiliranje inoviranih sadržaja i novi odnos prema turistima u cilju repozicioniranja na tržištu i privlačenju zahtjevnijih turista.

Tablica 4.6.9: Prosječna ocjena zadovoljstva stanovništva turističkom ponudom po destinacijama

Kriterij ocjenjivanja po turističkim destinacijama	CVR – Crikveničko–vinodolska rivijera				Opatijska rivijera				Otoki							Rijeka i prsten				Ukupno		
	Crikvenica	Jadransko	Novi Vinodolski	Selce	Ičići	Lovran	Medveja	Opatija	Otok Krk					Otok Cres	Otok Mali Lošinj	Otok Rab		Kostrena	Kraljevica		Rijeka	Gorski kotar
									Baška	Krk	Malinska	Omišalj	Punat			Lopar	Rab					
Aritmetička sredina dobivenih odgovora (skala ocjenjivanja 1 – 7) i to za:																						
1. Klima	5,84	3,74	4,30	3,69	4,58	5,07	6,4	4,9	5,84	5,00	4,78	4,87	5,00	6,00	5,91	5,63	6,44	5,33	5,89	4,08	4,00	5,05
2. Ljubaznost stanovništva	5,06	3,70	4,51	3,69	3,92	4,27	5,57	4,85	4,74	4,65	3,89	4,23	4,28	4,92	5,26	5,63	5,94	5,60	5,82	4,27	4,23	4,74
3. Ljubaznost zaposlenih u turizmu	5,11	3,80	4,36	3,74	4,17	4,20	5,14	4,59	4,53	4,81	3,75	4,16	4,48	4,63	5,09	5,37	6,11	6,07	5,89	4,67	4,14	4,72
4. Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,86	3,26	3,86	3,48	4,17	4,25	5,00	4,53	4,74	4,29	4,75	4,19	3,72	4,59	5,02	5,50	6,28	5,50	5,49	4,36	3,62	4,51
5. Prometna dostupnost	4,59	3,05	4,03	4,14	3,73	3,31	4,57	4,03	4,53	4,74	3,22	3,58	4,24	4,08	4,48	3,50	4,72	5,80	5,87	4,28	4,48	4,28
6. Lokalni promet	4,15	3,45	3,69	3,83	3,00	3,02	3,29	3,32	3,72	3,71	3,32	3,43	3,21	4,26	4,49	3,56	3,67	5,93	4,91	4,00	3,72	3,84
7. Parkirališta	3,89	3,15	3,35	2,69	3,00	2,15	3,00	2,61	2,79	3,10	3,11	3,45	3,07	3,55	4,10	3,75	4,24	6,13	5,62	3,57	3,76	3,49
8. Turističke informacije prije dolaska u dest.	4,27	3,80	3,92	3,48	3,92	3,72	4,29	3,96	5,16	4,29	3,44	3,48	3,79	4,19	4,51	4,50	5,39	4,47	5,00	4,06	3,58	4,12
9. Turistička signalizacija u destinaciji	4,10	3,70	3,92	3,90	3,58	3,39	4,00	3,91	5,58	4,24	3,44	4,30	4,07	3,53	4,23	5,44	5,78	5,73	5,42	3,97	3,70	4,11
10. Događaji	4,23	3,35	3,58	3,45	2,50	2,97	2,86	3,72	4,42	4,33	3,22	3,74	4,41	3,37	4,00	5,37	6,17	4,67	5,78	4,11	3,57	3,96
11. Suvenirni	4,57	3,20	3,76	3,10	3,08	3,44	3,71	3,66	4,00	3,90	4,63	4,03	4,72	3,87	3,94	4,88	6,00	3,47	3,18	3,96	3,73	3,92
12. Uređenost mjesta	5,09	3,05	4,08	4,28	4,25	4,08	4,43	4,83	5,00	4,86	3,78	4,71	5,00	5,00	4,43	5,62	6,28	4,80	5,22	4,27	4,12	4,60
13. Urbana skladnost	4,61	3,35	3,77	4,24	3,58	3,84	4,43	4,36	3,58	4,38	4,13	2,83	4,07	4,50	4,55	5,19	4,94	4,40	5,67	4,22	4,05	5,26
14. Šetnice	5,05	3,35	4,46	4,38	5,42	5,07	4,43	4,80	6,21	4,90	4,13	4,81	5,24	5,16	4,63	5,13	5,78	6,33	4,71	4,23	4,40	4,77
15. Parkovi i zelene povr.	5,08	3,60	4,66	4,59	5,67	5,44	4,14	5,47	5,16	5,05	4,63	4,23	5,21	5,32	4,49	5,50	6,33	4,67	4,67	4,16	4,83	4,87
16. Povijesno–kulturna baština	4,53	3,65	4,83	4,28	4,33	4,74	4,29	4,59	5,22	4,81	4,89	3,59	5,55	5,37	4,44	6,37	6,39	4,93	6,11	4,36	3,92	4,67
17. Uređenost i čistoća plaža	5,09	3,60	4,01	4,17	4,08	3,34	4,57	3,73	4,53	4,00	4,00	4,23	4,66	5,13	4,51	5,56	5,72	4,50	4,33	4,12	4,19	4,32

Tourism and Hospitality Management, Vol. 13, No.1, pp. 1-400, 2007
 Ocjena turističke ponude Kvarnera // Assessing the Kvarner Tourism Offering

18.	Gužve na plažama	4,41	3,65	4,13	3,97	3,92	3,15	3,86	3,71	1,63	2,90	3,00	4,33	4,28	3,68	4,04	4,81	4,89	3,07	3,89	3,99	4,24	3,86
19.	Ljepota krajolik	5,10	4,20	5,48	4,90	5,17	5,85	5,43	5,74	6,72	5,71	6,22	3,45	5,79	6,50	5,16	5,63	6,56	3,33	5,02	4,50	5,20	5,27
20.	Očuvanost okoliša	4,88	3,50	4,41	4,07	4,75	4,59	4,71	4,57	5,16	5,14	4,11	3,00	4,72	5,37	4,91	5,44	6,17	3,73	4,96	4,30	5,20	4,68
21.	Čistoća mora	5,35	4,25	5,58	5,00	4,67	4,03	4,57	4,71	6,00	4,90	4,50	2,84	4,45	6,30	5,26	4,81	5,44	3,73	4,39	4,26	4,88	4,84
22.	Sadržaji na djecu	4,54	2,55	3,51	3,31	3,75	3,11	4,00	3,62	3,63	3,52	3,56	3,73	3,86	3,71	4,12	4,88	5,28	2,20	2,58	3,93	3,86	3,74
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	5,03	3,11	4,29	3,72	4,25	4,07	4,00	4,51	4,95	4,67	3,25	5,23	4,86	4,95	4,54	4,31	5,50	4,33	5,87	4,20	4,78	4,58
24.	Radno vrijeme usluž. djelatn. (banke, trgovine i dr.)	4,59	3,15	4,40	4,24	4,00	3,46	3,71	4,62	5,42	4,81	4,11	4,55	4,90	4,29	4,35	5,00	5,72	5,53	5,36	4,28	3,78	4,44
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	4,65	4,60	4,44	4,66	3,08	3,73	3,86	4,14	5,37	5,10	4,25	5,09	5,89	4,61	4,60	5,37	5,37	5,87	5,49	4,53	4,20	4,52
26.	Trgovine	4,72	3,70	4,63	4,28	4,17	3,67	3,86	4,75	5,37	4,81	4,11	4,93	5,72	4,24	4,38	3,08	5,13	6,20	5,31	4,41	4,20	4,58
27.	Objekti za smještaj	4,63	4,05	4,92	4,61	4,92	4,15	4,43	5,02	4,82	4,71	5,11	4,13	5,94	4,87	4,81	4,17	5,88	4,93	3,40	4,52	4,07	4,56
28.	Ugostiteljski objekti	4,59	4,30	4,49	4,62	4,08	3,95	4,29	4,43	4,68	4,80	4,11	4,24	6,00	4,72	4,67	4,92	5,67	5,80	5,51	4,37	4,17	4,56
29.	Kulturni sadržaji	4,34	3,50	4,10	3,83	3,33	3,52	3,71	4,10	4,00	4,14	3,44	3,65	6,00	3,84	4,17	4,08	5,88	4,87	5,80	4,31	3,44	4,19
30.	Zabavni sadržaji	4,36	3,05	3,21	3,59	2,67	2,74	3,57	3,62	2,95	4,00	3,67	3,61	5,50	3,34	4,67	3,32	5,44	4,93	5,33	5,14	3,85	3,84
31.	Sportski sadržaji	4,45	3,00	3,34	3,59	2,64	2,87	3,71	3,37	2,83	3,95	3,67	3,58	3,79	3,34	3,47	2,67	4,94	5,80	2,93	3,86	4,23	3,69
32.	Skupovi i kongresi	3,87	2,60	2,58	2,97	3,33	3,38	2,57	4,34	1,78	3,05	3,00	3,65	2,66	2,73	2,90	3,56	3,44	1,13	1,38	3,58	3,00	3,22
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	4,38	2,20	2,68	3,28	4,08	3,18	3,00	4,53	3,32	4,00	2,78	1,83	2,86	4,26	4,06	3,12	4,22	2,20	1,93	3,92	3,72	3,65
34.	Nautička ponuda	4,12	3,00	3,45	3,21	4,67	3,51	3,86	4,03	2,68	3,81	4,67	4,23	5,24	4,65	4,01	5,38	5,67	4,00	3,36	4,08	2,62	3,92
35.	Ponuda izleta	4,45	2,80	3,99	3,72	4,42	3,79	4,00	4,06	4,32	4,14	4,44	4,52	5,10	4,21	5,09	5,13	6,11	3,13	2,67	4,16	4,41	4,24
36.	Lokalna gastronomija	4,40	3,15	4,44	3,93	4,50	3,67	4,29	4,23	3,37	4,43	5,22	3,74	5,00	4,74	4,52	5,12	6,06	4,47	4,40	4,25	4,57	4,34
37.	Odnos cijene i kvalitete	4,30	3,00	4,00	3,69	3,83	3,10	4,29	3,90	4,00	4,24	4,00	4,26	4,34	4,29	3,66	5,38	5,72	5,20	4,91	3,88	4,25	4,05

4.7 ZADOVOLJSTVO STANOVNIŠTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE CRIKVENIČKO – VINODOLSKE RIVIJERE

Crikveničko – Vinodolska rivijera je u istraživanju zastupljena sa sljedećim destinacijama: Crikvenica, Jadranovo, Novi Vinodolski i Selce.

4.7.1 Crikvenica

- **Prostor, resursi, okoliš**

Stanovništvo Crikvenice je najbolje ocijenilo prirodno-resursnu osnovu: klima (rang 1), čistoća mora (rang 2), očuvanost okoliša (rang 4). Nešto slabije je ocijenjena očuvanost okoliša (rang 2.1). Crikvenica po ocjenama prati trend Kvarnera, s time da je nešto jače izražen problem očuvanosti okoliša. Nažalost, prirodni preduvjeti nisu više dovoljni motivator dolaska zahtjevnijih turista.

- **Sadržaji**

Elementi selektivnih oblika turizma i kvalitete dopunskih sadržaja su lošije rangirani u odnosu na ostale elemente ponude. Najlošije su ocijenjeni kongresni turizam, događaji te kulturni i zabavni sadržaji, dok su najbolje ocijenjeni nosioci osnovnih usluga: objekti za smještaj i ugostiteljski objekti. Takvo stanje nalaže korjenite promjene u težnji kvalitativnog poboljšanja i profiliranja selektivnih sadržaja u cilju implementiranja ponude industrije zabave i događaja.

Tablica 4.7-1: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Crikvenice

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	117	5,84	1,13	1	1
19	Ljepota krajolika	115	5,10	1,36	4	3
20	Očuvanost okoliša	114	4,88	1,36	11	4
21	Čistoća mora	115	5,35	1,30	2	2
	SADRŽAJI					
10	Događaji	116	4,23	1,34	32	12
16	Kulturno-povijesna baština	116	4,53	1,25	22	4
22	Sadržaji za djecu	116	4,54	1,26	21	3
27	Objekti za smještaj	115	4,63	1,14	15	1
28	Ugostiteljski objekti	115	4,59	1,13	17	2
29	Kulturni sadržaji	116	4,34	1,25	29	10
30	Zabavni sadržaji	117	4,36	1,32	28	9
31	Sportski sadržaji	117	4,45	1,28	23	5
32	Skupovi i kongresi	117	3,87	1,41	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	117	4,38	1,13	27	8
34	Nautička ponuda	116	4,12	1,24	34	13
35	Ponuda izleta	116	4,45	1,21	23	5
36	Lokalna gastronomija	117	4,40	1,27	25	7
37	Odnos cijene i kvalitete	117	4,30	1,18	30	11

ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna dostupnost	111	4,59	1,30	17	8
6	Lokalni promet	112	4,15	1,29	33	11
7	Parkirališta	115	3,89	1,55	36	12
12	Uređenost mjesta	115	5,09	1,03	5	1
13	Urbana skladnost	114	4,61	1,38	16	7
14	Šetnice	116	5,05	1,26	9	4
15	Parkovi i zelene površine	117	5,08	1,23	7	3
17	Uređenost i čistoća plaža	115	5,09	1,17	5	1
18	Gužve na plažama	116	4,41	1,41	25	10
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	116	4,59	1,37	17	8
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	117	4,65	1,20	14	6
26	Trgovine	114	4,72	1,17	13	5
PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	115	4,27	1,33	31	3
9	Turistička signalizacija	116	4,10	1,48	35	4
11	Suveniri	115	4,57	1,32	20	2
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	115	5,03	1,13	10	1
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva	116	5,06	1,11	8	2
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	112	5,11	1,03	3	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	116	4,86	1,09	12	3

- **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo je detektiralo prometne gužve i parkirališta kao krucijalni problem koji narušava kvalitetu života i boravka turista. Suprotno, elementi uređenosti mjesta, uređenosti i čistoće plaža, parkovi, zelene površine i šetnice su pozicionirani neposredno iza prirodno resursne osnove te predstavljaju značajnu konkurentsku prednost Crikvenice. Radno vrijeme uslužnih djelatnosti je prosječno rangirano, ali bi trebalo biti maksimalno podređeno potrebama turista. Crikvenica mora odrediti ciljni segment i proizvod (destinacija koja živi 24 sata za turiste ili odmaralište starijih osoba).

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo je izrazito negativno ocijenilo kvalitativnu razinu turističkih informacija prije dolaska u destinaciju, kao i turističku signalizaciju koja dodatno potencira detektirani problem lokalnog prometa i gužvi na prometnicama. Prednost Crikvenice predstavlja osjećaj sigurnosti i zaštite (rang 10.)

- **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost zaposlenih u turizmu je bolje ocijenjena od ljubaznosti stanovništva i znanja stranih jezika zaposlenih. Ipak svi ti elementi su rangirani u gornjoj polovici elemenata ponude. Nužno je stvoriti svijest o važnosti gostoljubivosti u kreiranju kompleksnog doživljaja za turista.

- **Top +/-10 elemenata ponude**

Stanovništvo je najbolje ocijenilo prirodno-resursnu ponudu, uređenost i hortikulturu destinacije te ljubaznost stanovništva i osjećaj sigurnosti. Suprotno, stanovništvo Crikvenice je kao značajne probleme detektiralo elemente selektivne ponude, promet i odnos cijene i kvalitete. Zaključno, Crikvenica mora valorizirati prirodne preduvjete razvoja uz transformaciju i

kontinuirano poboljšavanje svih izvedenih determinanti ponude kako bi se prilagodila suvremenim turistima.

Tablica 4.7-2: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Crikvenice

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Klima	5,84	1.	Skupovi i kongresi	3,87
2.	Čistoća mora	5,35	2.	Parkirališta	3,89
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	5,11	3.	Turistička signalizacija	4,10
4.	Ljepota krajolika	5,10	4.	Nautička ponuda	4,12
5.	Uređenost mjesta	5,09	5.	Lokalni promet	4,15
6.	Uređenost i čistoća plaža	5,09	6.	Događaji	4,23
7.	Parkovi i zelene površine	5,08	7.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	4,27
8.	Ljubaznost stanovništva	5,06	8.	Odnos cijene i kvalitete	4,30
9.	Šetnice	5,05	9.	Kulturni sadržaji	4,34
10.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	5,03	10.	Zabavni sadržaji	4,36

4.7.2 Jadranovo

Tablica 4.7-3: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Jadranova

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	20	3,75	1,62	8	3
19	Ljepota krajolika	20	4,20	1,32	4	2
20	Očuvanost okoliša	20	3,50	1,43	16	4
21	Čistoća mora	20	4,25	1,65	3	1
	SADRŽAJI					
10	Događaji	20	3,35	1,31	19	5
16	Kulturno-povijesna baština	20	3,65	1,39	12	3
22	Sadržaji za djecu	20	2,55	1,15	36	13
27	Objekti za smještaj	20	4,05	1,36	5	2
28	Ugostiteljski objekti	20	4,30	1,30	2	1
29	Kulturni sadržaji	20	3,50	1,50	16	4
30	Zabavni sadržaji	20	3,05	1,57	28	7
31	Sportski sadržaji	20	3,00	1,49	31	8
32	Skupovi i kongresi	20	2,60	1,57	35	12
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	20	2,20	1,24	37	14
34	Nautička ponuda	19	3,00	1,70	31	8
35	Ponuda izleta	20	2,80	1,06	34	11
36	Lokalna gastronomija	20	3,15	1,39	24	6
37	Odnos cijene i kvalitete	20	3,00	1,17	31	8
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	20	3,05	1,05	28	11
6	Lokalni promet	20	3,45	1,32	18	6
7	Parkirališta	20	3,15	1,35	24	9
12	Uređenost mjesta	20	3,05	1,28	28	11
13	Urbana skladnost	20	3,35	1,46	19	7
14	Šetnice	20	3,35	1,42	19	7
15	Parkovi i zelene površine	20	3,60	1,50	14	4

17	Uređenost i čistoća plaža	20	3,60	1,23	24	4
18	Gužve na plažama	20	3,65	1,50	12	3
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	20	3,15	1,63	24	9
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	20	4,60	1,47	1	1
26	Trgovine	20	3,70	1,42	9	2
PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	20	3,80	1,36	6	1
9	Turistička signalizacija	20	3,70	1,34	9	2
11	Suveniri	20	3,20	1,32	23	3
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	19	3,11	1,10	27	4
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva	20	3,70	1,63	9	2
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	20	3,80	1,44	6	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	19	3,26	1,05	22	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

Stanovništvo Jadranova je lošije ocijenilo prirodno-resursne elemente u odnosu na konkurentne destinacije. Takav trend je vidljiv iz ranga: čistoća mora (rang 3), Ljepota krajolika (rang 4), klima (rang 8) i očuvanost okoliša (rang 16).

- **Sadržaji**

Stanovništvo Jadranova je vrlo visoko pozicioniralo ugostiteljske objekte (rang 2) i objekte za smještaj (rang 5). Nažalost, ostali sadržaji ne prate takav trend te su značajno lošije ocijenjeni. Najlošije od svih elemenata ponude su ocijenjeni sadržaji za zdravstveni turizam, sadržaji za djecu, skupovi i kongresi i ponuda izleta. Upravo ti elementi su vrlo bitni u procesu privlačenja turista i obogaćivanju te diversifikaciji destinacije. Pozitivna strana su kulturno povijesna baština i događaji.

- **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo je detektiralo prometne gužve i parkirališta kao važan problem. Vrlo nisko je ocijenjena uređenost mjesta i uređenost i čistoća plaža (lošije od konkurentnih destinacija). Radno vrijeme ugostiteljskih objekata je najbolje ocijenjen element (rang 1) dok značajno zaostaje ocjena radnog vremena uslužnih djelatnosti (rang 24). Potrebno je koordinirati radno vrijeme svih dionika ponude u cilju potpunijeg zadovoljstva turista.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo Jadranova je puno bolje ocijenilo turističku informiranost (rang 6) i signalizaciju (rang 9) nego u susjednim destinacijama, dok je znatno lošije rangiran element sigurnosti (rang 27). Suveniri su problematični element kao i u ostalim destinacijama (nepostojanje prepoznatljivog, originalnog suvenira).

- **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost zaposlenih (rang 6) u turizmu je bolje ocijenjena od ljubaznosti stanovništva (rang 9) i znanja stranih jezika zaposlenih (rang 22). Strani jezici predstavljaju osnovu uspješnog komuniciranja sa stranim turistima. Zaposleni moraju prepoznati preferencije turista kako bi ih što efikasnije zadovoljili.

• **Top +/-10 elemenata ponude**

Stanovništvo Jadranova je najbolje ocijenilo ugostiteljske objekte, elemente prirodno-resursne osnove, gostoljubivost stanovništva i informiranost i signalizaciju. Najlošije su ocijenjeni, kao i kod susjednih destinacija, elementi selektivne ponude, lokalni promet, ali i odnos cijene i kvalitete i lokalna gastronomija.

Tablica 4.7-4: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Jadranova

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Radno vrijeme ugost. objek.	4,60	1.	Sadržaji za zdravst. turizam	2,20
2.	Ugostiteljski objekti	4,30	2.	Sadržaji za djecu	2,55
3.	Čistoća mora	4,25	3.	Skupovi i kongresi	2,60
4.	Ljepota krajolika	4,20	4.	Ponuda izleta	2,80
5.	Objekti za smještaj	4,05	5.	Sportski sadržaji	3,00
6.	Ljubaznost zaposl. u turizmu	3,80	6.	Odnos cijene i kvalitete	3,00
7.	Turist. inf. prije dol. u dest.	3,80	7.	Uređenost mjesta	3,05
8.	Klima	3,75	8.	Prometna dostupnost	3,05
9.	Ljubaznost stanovništva	3,70	9.	Zabavni sadržaji	3,05
10.	Turistička signalizacija	3,70	10.	Lokalna gastronomija	3,15

4.7.3 Novi Vinodolski

Tablica 4.7-5: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Novog Vinodolskog

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	29	3,69	1,23	27	4
19	Ljepota krajolika	71	5,48	1,49	2	2
20	Očuvanost okoliša	70	4,41	1,67	12	3
21	Čistoća mora	71	5,58	1,32	1	1
	SDRŽAJI					
10	Događaji	71	3,58	1,70	29	7
16	Kulturno-povijesna baština	71	4,83	1,58	4	2
22	Sadržaji za djecu	71	3,51	1,81	30	8
27	Objekti za smještaj	71	4,92	1,13	3	1
28	Ugostiteljski objekti	71	4,49	1,45	8	3
29	Kulturni sadržaji	71	4,10	1,54	17	5
30	Zabavni sadržaji	71	3,21	1,54	33	10
31	Sportski sadržaji	71	3,34	1,66	32	9
32	Skupovi i kongresi	71	2,58	1,44	35	12
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	71	2,68	1,17	34	11
34	Nautička ponuda	71	2,45	1,60	36	13
35	Ponuda izleta	71	3,99	1,38	21	6
36	Lokalna gastronomija	71	4,44	4,00	10	4
37	Odnos cijene i kvalitete	71	1,47	1,37	37	14
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	71	4,03	1,30	19	8
6	Lokalni promet	71	3,69	1,58	27	11
7	Parkirališta	71	3,35	1,76	31	13

12	Uređenost mjesta	71	4,08	1,50	18	7
13	Urbana skladnost	71	3,77	1,54	26	10
14	Šetnice	71	4,46	1,69	8	3
15	Parkovi i zelene površine	70	4,66	1,46	5	1
17	Uređenost i čistoća plaža	71	4,01	1,55	20	9
18	Gužve na plažama	71	4,13	1,73	16	6
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	68	4,40	1,69	13	5
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	71	4,44	1,72	10	4
26	Trgovine	71	4,63	1,42	6	2
	PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	71	3,92	1,68	22	2
9	Turistička signalizacija	71	3,92	1,60	22	2
11	Suveniri	71	3,76	1,74	25	1
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	68	4,29	1,70	15	4
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	71	4,51	1,35	7	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	70	4,36	1,32	14	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	69	3,86	1,35	24	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

Stanovništvo je u ovoj destinaciji kao veoma pozitivno ocijenilo ljepotu krajolika i čistoću mora. Relativno visoku ocjenu zaslužila je i očuvanost okoliša, dok je iznenađujuće loše ocjenjena klima (rang 27).

- **Sadržaji**

Sadržaji predstavljaju najveći nedostatak ponude Novog Vinodolskog. Stanovništvo ih slično ocjenjuje kao i na razini Kvarnera. Nešto su bolje rangirani smještajni i ugostiteljski objekti te lokalna gastronomija. Znatno lošije je ocjenjena kvaliteta i ponuda nautičkog turizma nego na razini Kvarnera. Nautički turizam predstavlja šansu razvoja i potencijal privlačenja bogatijih turista. Bolje od prosjeka su rangirani stanje spomeničke kulture i prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija. Manjkavost i nedovoljna kvalitativna profiliranost sadržaja je vidljiva po tome što je čak osam elemenata sadržaja pozicionirano među deset najlošijih elemenata ponude.

- **Organiziranost destinacije**

Stanovnici Novog Vinodolskog su prioritet dali uređenost parkova i zelenih površina (rang 5), kvalitetu i opskrbljenost trgovačke mreže (rang 6), te uređenost šetnica (rang 8). Ostali elementi organiziranosti destinacije su slično ocjenjeni i rangirani kao i na razini Kvarnera. Bolje je pozicionirana prometna povezanost destinacije (rang 19), dok su najlošije percipirani organizacija lokalnog prometa i urbana skladnost.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo kao prioritetno ocjenjuje osobnu sigurnost i zaštitu (rang 15). Ostali pokazatelji su podjednako rangirani (raspon 22-25). Kao problem je detektirana kvaliteta turističkog obilježavanja i informiranost turista, pogotovo što živimo u vrijeme informacijskih dostignuća. Nužan je i kvalitativni odmak u prezentaciji destinacije (aritmetička ocjena 3,92).

• **Stanovništvo, zaposleni**

Stanovništvo bolje ocjenjuje vlastitu ljubaznost i ophođenje zaposlenih prema turistima u odnosu na prosjek svih analiziranih destinacija. Upitna je ocjena poznavanja stranih jezika zaposlenih (rang 24) što može dovesti u pitanje kvalitetu komunikacije s turistima.

• **Top +/-10 elemenata ponude**

Među deset najbolje ocjenjenih elemenata ponude pozicionirali su se čistoća mora, ljepota krajolika, kvaliteta objekata za smještaj, te opskrbljenost trgovačke mreže i ponuda ugostiteljskih objekata. Među deset najlošijih elemenata (uz selektivne oblike ponude destinacije) istaknuta je i klima što nije slučaj u ostalim destinacijama.

Tablica 4.7-6: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Novog Vinodolskog

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Čistoća mora	5,58	1.	Odnos cijene i kvalitete	1,47
2.	Ljepota krajolika	5,48	2.	Nautička ponuda	2,45
3.	Objekti za smještaj	4,92	3.	Skupovi i kongresi	2,58
4.	Povijesno-kulturna baština	4,83	4.	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,68
5.	Parkovi i zelene površine	4,66	5.	Zabavni sadržaji	3,21
6.	Trgovine	4,63	6.	Sportski sadržaji	3,34
7.	Ljubaznost stanovništva	4,51	7.	Parkirališta	3,35
8.	Ugostiteljski objekti	4,49	8.	Sadržaji za djecu	3,51
9.	Šetnice	4,49	9.	Događaji	3,58
10.	Lokalna gastronomija	4,44	10.	Klima	3,69

4.7.4 Selce

Tablica 4.7-7: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Selca

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Klima	29	3,69	1,23	24	4
19	Ljepota krajolika	29	4,90	1,14	2	2
20	Očuvanost okoliša	29	4,07	1,39	15	3
21	Čistoća mora	29	5,00	1,44	1	1
	SADRŽAJI					
10	Događaji	29	3,45	0,99	31	10
16	Kulturno-povijesna baština	29	4,28	1,22	8	3
22	Sadržaji za djecu	29	3,31	1,17	32	11
27	Objekti za smještaj	28	4,61	1,20	5	2
28	Ugostiteljski objekti	29	4,62	1,21	4	1
29	Kulturni sadržaji	29	3,83	1,31	19	5
30	Zabavni sadržaji	29	3,59	1,48	27	8
31	Sportski sadržaji	29	3,59	1,21	27	8
32	Skupovi i kongresi	29	2,97	1,38	36	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	29	3,28	1,03	33	12
34	Nautička ponuda	29	3,21	1,15	34	13

35	Ponuda izleta	29	3,72	1,16	22	6
36	Lokalna gastronomija	29	3,93	1,13	17	4
37	Odnos cijene i kvalitete	29	3,69	1,11	24	7
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna dostupnost	29	4,14	1,03	14	9
6	Lokalni promet	29	3,83	1,07	19	11
7	Parkirališta	29	2,69	0,97	37	13
12	Uređenost mjesta	29	4,28	0,96	8	4
13	Urbana skladnost	29	4,24	0,87	11	6
14	Šetnice	29	4,38	0,98	7	3
15	Parkovi i zelene površine	29	4,59	1,09	6	2
17	Uređenost i čistoća plaža	29	4,17	1,26	13	8
18	Gužve na plažama	29	3,97	1,12	16	10
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	29	4,24	1,02	11	6
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	29	4,66	1,08	3	1
26	Trgovine	29	4,28	0,88	8	4
PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	29	3,48	1,30	29	3
9	Turistička signalizacija	29	3,90	1,32	18	1
11	Suveniri	29	3,10	0,77	35	4
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	29	3,72	0,88	22	2
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva	29	3,69	1,14	24	2
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	27	3,74	0,90	21	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	29	3,48	0,87	29	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

Stanovništvo Selca ističe čistoću mora (rang 1) i ljepotu krajolika (rang 2) kao najpozitivnije elemente ponude. Relativno dobru ocjenu zaslužila je i očuvanost okoliša, dok je iznenađujuće loše ocjenjena klima (rang 24), baš kao i u Novom Vinodolskom.

- **Sadržaji**

Smještajni i ugostiteljski objekti najbolje su ocjenjeni elementi ove destinacije. Od sadržajnih elemenata ističe se jedino kulturno – povijesna baština. Nedovoljna kvalitativna profiliranost sadržaja je vidljiva po tome što je čak sedam elemenata sadržaja pozicionirano među deset najlošijih elemenata ponude.

- **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo je najpozitivnije ocijenilo radno vrijeme ugostiteljskih i uslužnih djelatnosti te uređenost šetnica i samog mjesta. Ostali elementi organiziranosti destinacije su slično ocjenjeni i rangirani kao i na razini Kvarnera. Lošije nago u svim destinacijama Kvarnera ocjenjena je mogućnost parkiranja (rang 37).

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

U Selcima su nešto izraženije prednosti turistička signalizacija i osjećaj sigurnosti i zaštite u destinaciji. Prosječno je ocjenjena kvaliteta turističkih informacija prije samog dolaska u destinaciju, dok je prepoznatljivost destinacije kroz ponudu autohtonih suvenira izrazito nezadovoljavajuća (rang 37). Stoga je, prije svega, nužan kvalitativni odmak u prezentaciji destinacije.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Svi elementi iz ove skupine ocjenjeni su prosječnom ocjenom (aritmetička sredina 3,48 – 3,69). Ljubaznost zaposlenih u turizmu i ljubaznost stanovništva podjednako su rangirani, dok bi, po mišljenju stanovništva, trebalo unaprijediti poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu.

• **Top +/-10 elemenata ponude**

U prvih deset najbolje rangiranih elemenata turističke ponude ušli su uz čistoću mora i ljepotu krajolika i objekti za smještaj te ugostiteljski objekti i njihovo zadovoljavajuće radno vrijeme. Pozitivno je ocjenjena i uredenost mjesta, uključujući i šetnice te parkove i zelene površine.

Kao najlošiji elementi ocjenjena su parkirališta (rang 37), kao i selektivni oblici ponude (kongresi, sadržaji za zdravstveni turizam, sadržaji za djecu te događaji). Problem predstavlja i dostupnost turističkih informacija kao i znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu.

Tablica 4.7-8: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Selca

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno		10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Čistoća mora	5,00	1. Parkirališta	2,69
2.	Ljepota krajolika	4,90	2. Skupovi i kongresi	2,97
3.	Radno vrijeme ugostiteljskih djelatnosti	4,66	3. Suvenir	3,10
4.	Ugostiteljski objekti	4,62	4. Nautička ponuda	3,21
5.	Objekti za smještaj	4,61	5. Sadržaji za zdrav. turizam	3,28
6.	Parkovi i zelene površine	4,59	6. Sadržaji za djecu	3,31
7.	Šetnice	4,38	7. Događaji	3,45
8.	Uredenost mjesta	4,28	8. Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,48
9.	Trgovine	4,28	9. Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	3,48
10.	Kulturno-povijesna baština	4,28	10. Zabavni sadržaji	3,59

4.8 ZADOVOLJSTVO STANOVNIŠTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE OPATIJSKE RIVIJERE

Opatijska rivijera je u istraživanju zastupljena sa sljedećim destinacijama: Ičići, Lovran. Medveja, Mošćenička Draga i Opatija.

4.8.1 Ičići

Tablica 4.8-1: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Ičića

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Klima	12	4,58	1,16	8	4
19	Ljepota krajolika	12	5,17	1,53	4	2
20	Očuvanost okoliša	16	5,63	1,02	2	1
21	Čistoća mora	12	4,67	1,72	6	3
	SADRŽAJI					
10	Događaji	12	2,50	1,45	37	14
16	Kulturno-povijesna baština	12	4,33	1,61	12	5
22	Sadržaji za djecu	12	3,75	1,89	25	9
27	Objekti za smještaj	12	4,92	1,00	5	1
28	Ugostiteljski objekti	12	4,08	1,93	17	6
29	Kulturni sadržaji	12	3,33	1,37	29	10
30	Zabavni sadržaji	12	2,67	1,50	35	12
31	Sportski sadržaji	11	2,64	1,57	36	13
32	Skupovi i kongresi	12	3,33	1,61	29	10
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	12	4,08	1,56	17	6
34	Nautička ponuda	12	4,67	1,50	6	2
35	Ponuda izleta	12	4,42	1,78	11	4
36	Lokalna gastronomija	12	4,50	1,45	9	3
37	Odnos cijene i kvalitete	12	3,83	1,53	24	8
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	11	3,73	2,05	26	8
6	Lokalni promet	12	3,00	1,35	33	11
7	Parkirališta	11	3,00	1,84	33	11
12	Uređenost mjesta	12	4,25	1,82	13	3
13	Urbana skladnost	12	3,58	1,16	27	9
14	Šetnice	12	5,42	1,62	3	2
15	Parkovi i zelene površine	12	5,67	1,37	1	1
17	Uređenost i čistoća plaža	12	4,08	1,00	17	5
18	Gužve na plažama	12	3,92	1,56	21	7
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	12	4,00	2,17	20	6
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	12	3,08	2,07	31	10
26	Trgovine	12	4,17	1,47	14	4
	PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	12	3,92	1,38	21	2
9	Turistička signalizacija	12	3,58	1,08	27	3
11	Suveniri	12	3,08	1,78	31	4
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	12	4,45	1,86	10	1
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	12	3,92	1,08	21	3
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	12	4,17	1,19	14	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	12	4,17	1,70	14	1

- **Prostor, resursi, okoliš**

Prirodno resursna osnova je visoko ocjenjena kao i u ostalim destinacijama. Ičići se izdvajaju po tome što je stanovništvo vrlo visoko rangiralo očuvanost okoliša (rang 2) što znači da je prepoznata važnost održivog razvoja i svijest o ekologiji.

- **Sadržaji**

Stanovništvo Ičića je najlošije ocijenilo događaje (događaji i manifestacije su jedan od najznačajnijih atraktivnih faktora), sportske i zabavne sadržaje što značajno odudara od potreba suvremenih turista. Ičići se izdvajaju ponudom nautičkog turizma, objektima za smještaj i lokalnom gastronomijom. Selektivni

sadržaji su rangirani u donjoj polovici ocjenjenih elemenata ponude što nalaže nužne promjene u obogaćivanju sadržaja.

- **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo Ičića je najbolje ocijenilo parkove, zelene površine (rang 1) i šetnice (rang 3) od svih elemenata ponude. Kao i u drugim destinacijama izraziti problemi su lokalni promet i parkirališta što uzrokuje nezadovoljstvo i lokalnog stanovništva i turista. Radno vrijeme uslužnih djelatnosti je negativno percipirano (rang 31) dok je bolje ocijenjeno radno vrijeme uslužnih djelatnosti (rang 20).

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Ocjene stanovništva Ičića prate trend ocjena ostalih destinacija. Prednost predstavlja osjećaj sigurnosti, dok su nedostaci informiranost turista, turistička signalizacija i ponuda suvenira.

- **Stanovništvo, zaposleni**

Elementi vezani za stanovništvo i zaposlene su nešto niže rangirani nego u ostalim destinacijama. Tako ljubaznost i znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu imaju istu ocjenu (rang 14), dok je lošije ocijenjena ljubaznost stanovništva (rang 21). Potrebno je poboljšati odnos zaposlenih i stanovništva prema turistima.

- **Top +/-10 elemenata ponude**

Stanovništvo Ičića je najbolje ocijenilo hortikulturalno uređenje, očuvanost i prirodno-resursnu osnovu što otkriva usmjerenje prema ekologiji i održivom razvoju. Visoko je ocijenjena nautička ponuda (ACI marina) što odudara od ostalih destinacija. Najlošije su ocijenjeni elementi izvedene ponude, lokalni promet, suveniri i radno vrijeme ugostiteljskih objekata.

Tablica 4.8-2: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Ičića

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Parkovi i zelene površine	5,67	1.	Događaji	2,50
2.	Šetnice	5,42	2.	Sportski sadržaji	2,64
3.	Ljepota krajolika	5,17	3.	Zabavni sadržaji	2,67
4.	Objekti za smještaj	4,92	4.	Lokalni promet	3,00
5.	Očuvanost okoliša	4,75	5.	Parkirališta	3,00
6.	Čistoća mora	4,67	6.	Radno vrijeme ug. objekata	3,08
7.	Nautička ponuda	4,67	7.	Suveniri	3,08
8.	Klima	4,58	8.	Kulturni sadržaji	3,33
9.	Lokalna gastronomija	4,50	9.	Skupovi i kongresi	3,33
10.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	4,45	10.	Urbana skladnost	3,58

4.8.2 Lovran

Tablica 4.8-3: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Lovrana

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Klima	61	5,07	1,48	3	2
19	Ljepota krajolika	61	5,85	1,18	1	1
20	Očuvanost okoliša	61	4,59	1,01	6	3
21	Čistoća mora	61	4,03	1,32	13	4
	SADRŽAJI					
10	Događaji	60	2,97	1,48	34	12
16	Kulturno-povijesna baština	61	4,74	1,29	5	1
22	Sadržaji za djecu	61	3,11	1,28	31	10
27	Objekti za smještaj	61	4,15	1,31	10	2
28	Ugostiteljski objekti	61	3,85	1,45	14	3
29	Kulturni sadržaji	61	3,52	1,42	21	6
30	Zabavni sadržaji	61	2,74	1,53	36	14
31	Sportski sadržaji	61	2,87	1,37	35	13
32	Skupovi i kongresi	60	3,38	1,42	26	8
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	61	3,18	1,41	29	9
34	Nautička ponuda	61	3,51	1,21	22	7
35	Ponuda izleta	61	3,79	1,14	16	4
36	Lokalna gastronomija	61	3,67	1,46	19	5
37	Odnos cijene i kvalitete	61	3,10	1,50	32	11
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	59	3,31	1,52	28	9
6	Lokalni promet	61	3,02	1,44	33	11
7	Parkirališta	60	2,15	1,36	37	12
12	Uređenost mjesta	61	4,08	1,49	11	3
13	Urbana skladnost	61	3,84	1,54	15	4
14	Šetnice	61	5,07	1,39	3	2
15	Parkovi i zelene površine	61	5,44	1,22	2	1
17	Uređenost i čistoća plaža	61	3,34	1,47	27	8
18	Gužve na plažama	61	3,15	1,46	30	10
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	61	3,46	1,51	23	7
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	61	3,74	1,84	17	5
26	Trgovine	61	3,67	1,51	19	6
	PREPOZNLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	61	3,72	1,20	18	2
9	Turistička signalizacija	61	3,39	1,23	25	4
11	Suvenirni	61	3,44	1,55	24	3
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	61	4,07	1,33	12	1
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	60	4,27	1,23	7	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	61	4,20	1,35	9	3
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	61	4,25	1,26	8	2

- **Prostor, resursi, okoliš**

Prirодно-resursna osnova je kao i ostalim susjednim destinacijama najbolje ocjenjena: ljepota krajolika (rang 1), klima (rang 3), očuvanost okoliša (rang 6), čistoća mora (rang 13). Stanovništvo je čistoću mora lošije rangiralo nego u konkurentnim destinacijama. Trenutne investicije u infrastrukturu Lovrana doprinijeti će poboljšavanju ocjene tog elementa i većem zadovoljstvu stanovništva i turista.

- **Sadržaji**

Stanovništvo je relativno visoko ocijenilo i rangiralo kulturno-povijesnu baštinu (rang 5), objekte za smještaj (rang 10) i ugostiteljske objekte (rang 14). Nažalost, značajno su lošije percipirani selektivni sadržaji koji su u suvremenom turizmu

presudni za privlačenje potencijalnih turista. Tako je stanovništvo najlošije ocijenilo zabavne, sportske sadržaje i događaje što u potpunosti odudara od koncepta turizma kao industrije zabave i aktivnog odmora. I svi ostali segmenti selektivnog turizma su rangirani u donjoj polovici elemenata ponude. Rezultat toga je sezonalnost poslovanja i sadašnja struktura turista Lovrana.

• **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo je najgore ocijenilo parkirališta od svih elemenata ponude. Vrlo loše je ocijenjen i lokalni promet, prometna dostupnost, kao i obilježja plaža (gužve na plažama i uređenost i čistoća plaža). Parkovi i zelene površine (rang 2) i šetnice (rang 3) su vrlo visoko pozicionirani. Ostali elementi organiziranosti destinacije su prosječno ocijenjeni.

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo Lovrana prati trend ocjenjivanja elemenata prepoznatljivosti, sigurnosti i informiranosti kao i u ostalim destinacijama. U tom segmentu najbolje je ocijenjena sigurnost. Slijede turističke informacije prije dolaska u destinaciju, turistička signalizacija i suveniri koji predstavljaju negativna obilježja većine promatranih destinacija.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Vrlo visoko su ocijenjeni elemente vezani za stanovništvo i zaposlene: ljubaznost i znanje stranih jezika (svi elementi su rangirani između sedmog i devetog mjesta - raspon ocjena 4,20 – 4,27). Bolje je ocijenjena ljubaznost stanovništva od zaposlenih.

• **Top +/-10 elemenata ponude**

Stanovništvo Lovrana je najbolje ocijenilo prirodno-resursnu osnovu, ljubaznost stanovništva i zaposlenih, očuvanost okoliša i objekte za smještaj. Najlošiju ocjenu dobili su selektivni sadržaji, zabava, događaji koji potiču veće zadovoljstvo, ali i veću potrošnju turista. Kao značajni nedostatak detektiran je promet i parkirališta, ali i odnos cijene i kvalitete. Lovran u koncepciji razvoja turizma mora značajno obogatiti i diversificirati selektivne sadržaje u cilju produžavanja sezone i privlačenja zahtjevnijih turista.

Tablica 4.8-4: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Lovrana

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Ljepota krajolika	5,85	1.	Parkirališta	2,15
2.	Parkovi i zelene površine	5,44	2.	Zabavni sadržaji	2,74
3.	Klima	5,07	3.	Kvaliteta sportskog sadržaja	2,87
4.	Šetnice	5,07	4.	Događaji	2,97
5.	Povijesno-kulturna baština	4,74	5.	Lokalni promet	3,02
6.	Očuvanost okoliša	4,59	6.	Odnos cijene i kvalitete	3,10
7.	Ljubaznost stanovništva	4,27	7.	Sadržaji za djecu	3,11
8.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,25	8.	Gužve na plažama	3,15
9.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,20	9.	Sadržaji za zdravstveni turizam	3,18
10.	Objekti za smještaj	4,15	10.	Prometna dostupnost	3,31

4.8.3 Medveja

Tablica 4.8-5: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Medveja

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Klima	7	6,00	0,82	1	1
19	Ljepota krajolika	7	5,43	1,13	3	2
20	Očuvanost okoliša	7	4,71	1,11	6	3
21	Čistoća mora	7	4,57	1,40	7	4
	SADRŽAJI					
10	Događaji	7	2,86	1,35	36	13
16	Kulturno-povijesna baština	7	4,29	1,38	14	2
22	Sadržaji za djecu	7	4,00	1,00	20	6
27	Objekti za smještaj	7	4,43	0,79	10	1
28	Ugostiteljski objekti	7	4,29	0,95	14	2
29	Kulturni sadržaji	7	3,71	1,25	28	9
30	Zabavni sadržaji	7	3,57	1,27	32	11
31	Sportski sadržaji	7	3,71	1,11	28	9
32	Skupovi i kongresi	7	2,57	1,27	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	7	3,00	1,63	34	12
34	Nautička ponuda	7	3,86	0,90	24	8
35	Ponuda izleta	7	4,00	0,82	20	6
36	Lokalna gastronomija	7	4,29	1,38	14	2
37	Odnos cijene i kvalitete	7	4,29	0,76	14	2
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	7	4,57	0,79	7	1
6	Lokalni promet	7	3,29	1,50	33	11
7	Parkirališta	7	3,00	1,41	34	12
12	Uređenost mjesta	7	4,43	0,79	10	3
13	Urbana skladnost	7	4,43	0,79	10	3
14	Setnice	7	4,43	1,51	10	3
15	Parkovi i zelene površine	7	4,14	1,46	19	6
17	Uređenost i čistoća plaža	7	4,57	0,79	7	1
18	Gužve na plažama	7	3,86	0,69	24	7
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	7	3,71	0,95	28	10
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	7	3,86	0,90	24	7
26	Trgovine	7	3,86	1,07	24	7
	PREPOZNALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	7	4,29	1,38	14	1
9	Turistička signalizacija	7	4,00	0,82	20	2
11	Suvenirni	7	3,71	1,25	28	3
23	Osjecaj sigurnosti i zaštite	7	4,00	0,58	20	2
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	7	5,57	0,98	2	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	7	5,14	1,07	4	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	7	5,00	1,15	5	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

Sva četiri elementa su visoko rangirani na ljestvici elemenata ponude, te kao takvi predstavljaju veliku prednost ove destinacije.

- **Sadržaji**

Stanovništvo relativno loše ocjenjuje dopunske sadržaje. Izdvaja se kvaliteta ponude smještajnih i ugostiteljskih objekata kao i lokalna gastronomija. Odnos cijene i kvalitete također se izdvaja kao zadovoljavajući. Sporna je ponuda zdravstvenog, nautičkog i kongresnog turizma kao i ponuda zabavnih i sportskih sadržaja koja je kritična za sve destinacije.

• **Organiziranost destinacije**

Medveja se ističe uređenošću i čistoćom plaža, kao i urbanom skladnosti i uređenosti što je uglavnom nedostatak u ostalim destinacijama. Prometna dostupnost je bolje ocjenjena, dok su kvaliteta parkirališta i lokalni promet daleko lošije ocjenjeni od prosjeka. Izražen je i problem radnog vremena uslužnih djelatnosti.

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

U Medveji stanovništvo je nezadovoljno s implementacijom informatičke tehnologije u promocijskim rješenjima. Ukoliko destinacija nije kvalitetno prezentirana na Internetu, nema veće mogućnosti razvoja na turističkom tržištu Europe. Rezultat je slaba prepoznatljivost i neizražen personality destinacije.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Sva tri elementa su visoko rangirani od strane stanovništva na ljestvici elemenata ponude. Stanovništvo bolje ocjenjuje vlastitu ljubaznost od ophođenja zaposlenika s gostima, naglašava i dobro poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu.

• **Top +/-10 elemenata ponude**

Najpozitivnije su kao i u većini destinacija ocjenjeni zdrava klima, ljepota krajolika i ljubaznost stanovništva. Općenito, kao snažna prednost prepoznate su prije svega prirodne ljepote.

Najlošije su ocjenjeni selektivni oblici turizma, prije svega skupovi i kongresi, sadržaji za zdravstveni turizam, te zabavni, kulturni i sportski sadržaji. Kao ostali problemi prepoznati su lokalni promet i parkirališna mjesta, kao i radno vrijeme uslužnih djelatnosti.

Tablica 4.8-6: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Medveje

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Klima	6,00	1.	Skupovi i kongresi	2,57
2.	Ljubaznost stanovništva	5,57	2.	Događaji	2,86
3.	Radno vrijeme ugostiteljskih djelatnosti	5,49	3.	Parkirališta	3,00
4.	Ljepota krajolika	5,43	4.	Sadržaji za zdravstveni turizam	3,00
5.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	5,14	5.	Lokalni promet	3,29
6.	Očuvanost okoliša	4,71	6.	Zabavni sadržaji	3,57
7.	Čistoća mora	4,57	7.	Kulturni sadržaji	3,71
8.	Prometna dostupnost	4,57	8.	Sportski sadržaji	3,71
9.	Uređenost i čistoća plaža	4,57	9.	Radno vrijeme uslužnih djelat. (banke, trgovine i sl.)	3,71
10.	Objekti za smještaj	4,43	10.	Suvenir	3,71

4.8.4 Mošćenička Draga

Tablica 4.8-7: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Mošćeničke Drage

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	30	6,27	0,87	1	1
19	Ljepota krajolika	30	5,70	0,88	5	2
20	Očuvanost okoliša	30	5,20	1,24	9	4
21	Čistoća mora	30	5,33	1,35	8	3
	SADRŽAJI					
10	Događaji	30	4,83	1,15	18	7
16	Kulturno-povijesna baština	29	3,76	1,35	34	14
22	Sadržaji za djecu	30	3,87	1,33	29	12
27	Objekti za smještaj	30	4,53	1,38	22	8
28	Ugostiteljski objekti	30	4,17	1,44	27	11
29	Kulturni sadržaji	30	3,87	1,33	29	12
30	Zabavni sadržaji	30	4,33	1,03	25	10
31	Sportski sadržaji	30	4,93	1,28	15	6
32	Skupovi i kongresi	30	5,03	1,16	11	3
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	30	5,50	1,11	7	2
34	Nautička ponuda	30	4,97	1,22	12	4
35	Ponuda izleta	30	4,97	1,25	12	4
36	Lokalna gastronomija	30	5,63	1,07	6	1
37	Odnos cijene i kvalitete	30	4,47	1,72	24	9
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	29	6,23	0,77	2	1
6	Lokalni promet	30	5,87	0,78	4	3
7	Parkirališta	30	5,97	0,96	3	2
12	Uređenost mjesta	30	3,10	1,21	36	12
13	Urbana skladnost	30	4,93	1,28	15	6
14	Šetnice	30	4,60	1,16	20	9
15	Parkovi i zelene površine	30	4,63	1,07	19	8
17	Uređenost i čistoća plaža	30	4,97	0,89	12	5
18	Gužve na plažama	30	5,17	0,71	10	4
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	30	4,86	0,69	17	7
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	30	4,03	0,96	28	10
26	Trgovine	30	3,80	1,40	32	11
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	30	3,77	1,41	33	2
9	Turistička signalizacija	30	2,87	1,38	37	4
11	Suveniri	29	3,40	1,38	35	3
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	30	3,83	1,62	31	1
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	30	4,50	1,07	23	2
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	30	4,57	1,17	21	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	39	4,29	0,76	26	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

Stanovništvo Mošćeničke Drage je najbolje rangiralo klimu od svih elemenata ponude. Ostali elementi prirodno resursne osnove su rangirani među prvih

deset elemenata ponude: ljepota krajolika (rang 5), čistoća mora (rang 8) i očuvanost okoliša (rang 9). Zaključno, prirodno resursna osnova predstavlja značajnu prednost ponude Mošćeničke Drage.

- **Sadržaji**

Stanovništvo znatno lošije ocjenjuje dopunske sadržaje od prirodno-resursne osnove (kao i u ostalim destinacijama). Izdvaja lokalnu gastronomiju (rang 6) i sadržaje za zdravstveni turizam (rang 7) na osnovu kojih se može diversificirati od konkurentnih destinacija. Stanovništvo najlošije ocjenjuje u segmentu sadržaja kulturno povijesnu baštinu (rang 34) i kulturne sadržaje (rang 29) što znači da odgovorni u destinaciji nisu prepoznali važnost te ponude. Kongresna ponuda i sportski sadržaji su ocjenjeni bolje od prosjeka dok sadržaji za djecu i zabavni sadržaji zaostaju. Ugostiteljski objekti i objekti za smještaj su znatno lošije rangirani nego u susjednim destinacijama.

- **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo Mošćeničke Drage izrazito visoko ocjenjuje promet za razliku od ostalih destinacija gdje predstavlja jedan od značajnijih problema. Tako su prometna dostupnost, parkirališta i lokalni promet rangirani od 2 do 4 mjesta od ukupnih elemenata ponude. Vrlo loše je ocjenjena uređenost mjesta i trgovine, dok su ostali elementi prosječno ocjenjeni.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo je ovaj segment najlošije ocijenilo. Turistička signalizacija (rang 37), suveniri (rang 35), turističke informacije prije dolaska u destinaciju (rang 33) i osjećaj sigurnosti (rang 31) predstavljaju najveće probleme. Potrebno je pronaći nova rješenja u signalizaciji i promociji (paralelno poboljšati proizvod i promociju u cilju sinergijskog efekta). Ponuda suvenira je loše ocjenjena kao i u drugim destinacijama, dok je upitno loše pozicioniranje osjećaja sigurnost.

- **Stanovništvo, zaposleni**

Sva tri elementa vezana za stanovništvo i zaposlene su niže rangirana nego u susjednim destinacijama: ljubaznost zaposlenih (rang 21), ljubaznost stanovništva (rang 23), znanje stranih jezika zaposlenih (rang 26). Potrebno je uložiti puno truda u poboljšavanju tih elemenata jer je upravo čovjek ključ uspjeha u turizmu.

- **Top +/-10 elemenata ponude**

Najpozitivnije su kao i u većini destinacija ocjenjeni zdrava klima, ljepota krajolika i čistoća mora. Stanovništvo je vrlo visoko pozicioniralo elemente prometa i njegov utjecaj na razvoj turizma, kao i zdravstvene sadržaje. Suprotno, najlošije ocjenjuje signalizaciju, informiranost, uređenost mjesta i pojedine segmente selektivne ponude (kulturni sadržaji, sadržaji za djecu).

Tablica 4.8-8: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Mošćeničke Drage

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Klima	6,27	1.	Turistička signalizacija	2,87
2.	Prometna dostupnost	6,23	2.	Uređenost mjesta	3,10
3.	Parkirališta	5,97	3.	Suveniri	3,40
4.	Lokalni promet	5,87	4.	Kulturno-povijesna baština	3,76
5.	Ljepota krajolika	5,70	5.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,77
6.	Lokalna gastronomija	5,63	6.	Trgovine	3,80
7.	Sadržaji za zdravstveni turizam	5,50	7.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	3,83
8.	Čistoća mora	5,33	8.	Sadržaji za djecu	3,87
9.	Očuvanost okoliša	5,20	9.	Kulturni sadržaji	3,87
10.	Gužve na plažama	5,17	10.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	4,03

4.8.5 Opatija

Tablica 4.8-9: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Opatije

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	155	4,99	1,24	4	2
19	Ljepota krajolika	155	5,74	1,12	1	1
20	Očuvanost okoliša	155	4,57	1,14	12	4
21	Čistoća mora	155	4,71	1,34	8	3
	SADRŽAJI					
10	Događaji	155	3,72	1,19	29	11
16	Kulturno-povijesna baština	154	4,59	1,13	10	2
22	Sadržaji za djecu	154	3,62	1,05	32	12
27	Objekti za smještaj	154	5,02	1,02	3	1
28	Ugostiteljski objekti	155	4,43	1,20	15	4
29	Kulturni sadržaji	155	4,10	1,06	21	7
30	Zabavni sadržaji	154	3,62	1,29	32	12
31	Sportski sadržaji	153	3,37	1,10	34	14
32	Skupovi i kongresi	154	4,34	1,22	18	5
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	154	4,53	1,45	13	3
34	Nautička ponuda	154	4,03	1,20	23	9
35	Ponuda izleta	154	4,06	1,12	22	8
36	Lokalna gastronomija	154	4,23	1,32	19	6
37	Odnos cijene i kvalitete	154	3,90	1,20	27	10
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	155	4,03	1,18	23	7
6	Lokalni promet	155	3,32	1,20	35	10
7	Parkirališta	154	2,61	1,33	37	12
12	Uređenost mjesta	155	3,66	1,30	30	9
13	Urbana skladnost	154	4,36	1,10	17	5
14	Šetnice	154	4,80	1,26	6	2
15	Parkovi i zelene površine	154	5,47	1,29	2	1

17	Uređenost i čistoća plaža	155	3,73	1,32	28	8
18	Gužve na plažama	154	3,31	1,23	36	11
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	155	4,62	1,35	9	4
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	154	4,14	1,57	20	6
26	Trgovine	155	4,75	1,14	7	3
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	154	3,96	1,00	25	2
9	Turistička signalizacija	153	3,91	1,13	26	3
11	Suveniri	155	3,66	1,30	30	4
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	154	4,51	1,31	15	1
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	155	4,85	1,16	5	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	154	4,59	1,19	10	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	153	4,53	1,20	13	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

Stanovništvo Opatije je najbolje rangiralo ljepotu krajolika od svih elemenata ponude. Ostali elementi prirodno resursne osnove su rangirani među prvih dvanaest elemenata: klima (rang 4), čistoća mora (rang 8) i očuvanost okoliša (rang 12). Prirodno resursna osnova predstavlja najbolje ocijenjen segment ponude što nije dovoljno da bi se održao imidž Opatije kao Kraljice turizma ili Prve dame turizma.

- **Sadržaji**

Stanovništvo znatno lošije ocjenjuje dopunske sadržaje od prirodno-resursne osnove (kao i u ostalim destinacijama). Vrlo loše su ocijenjeni sportski, zabavni sadržaji, sadržaji za djecu i događaji što iskače od modernog poimanja turista i potreba suvremenih turista. Rezultat toga je da turistička ponuda selektivnih sadržaja nije na razini imidža Opatije i da su nužne kvalitativne promjene. Značajna poboljšanja su detektirana u kvaliteti objekata za smještaj (rang 3) kao rezultat renoviranja i opremanja hotela (Opatija destinacija hotela četiri i pet zvjezdica). Stanovništvo pozitivno percipira kulturno-povijesnu baštinu (tradicija turizma u Opatiji), sadržaje za zdravstveni turizam (Thalassotherapie) i ugostiteljsku ponudu.

- **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo percipira elemente prometa kao najveći problem destinacije: parkirališta (rang 37) i lokalni promet (rang 35). Značajni problem predstavljaju gužve na plažama (rang 36). Loše su ocijenjeni uređenost mjesta i uređenost i čistoća plaža. U segmentu organiziranosti destinacije stanovništvo je prepoznalo parkove i zelene površine (rang 2), šetnice (rang 6), trgovine (rang 7) i radno vrijeme uslužnih djelatnosti (rang 9).

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo je ovaj segment relativno loše ocijenilo. Najbolje u segmentu je ocijenjena sigurnost (rang 15) koja je opterećena pojedinačnim ekscesima.

Suveniri (rang 30) su najlošije ocjenjeni, a tek nešto bolje informiranost turista prije dolaska u destinaciju (rang 25) i turistička signalizacija (rang 26).

• **Stanovništvo, zaposleni**

Sva tri elementa vezana za stanovništvo i zaposlene su vrlo visoko rangirana: ljubaznost stanovništva (rang 5), ljubaznost zaposlenih (rang 10), znanje stranih jezika zaposlenih (rang 13). Stanovništvo i zaposleni su shvatili važnost turizma u razvoju grada Opatija te se pokušavaju ugraditi vlastitim ponašanjem u turistički razvoj Opatije kao najprestižnije destinacije Kvarnera.

• **Top +/-10 elemenata ponude**

Stanovništvo Opatije je kao i u susjednim destinacijama najbolje ocijenilo prirodno-resursnu osnovu. Visoko su rangirani parkovi i zelene površine, šetnice i čistoća mora što otkriva permanentno usmjerenje Opatije prema uređenju okoliša. Također pozitivno su percipirani trgovina i radno vrijeme uslužnih djelatnosti čime se diversificira u odnosu na susjedne destinacije. Loše su ocjenjeni elementi dostupnosti i profiliranje selektivnih sadržaja, događaja i manifestacija kojima bi se trebala obogatiti i kvalitativno unaprijediti ponuda.

Tablica 4.8-10: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Opatije

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Ljepota krajolika	5,74	1.	Parkirališta	2,61
2.	Parkovi i zelene površine	5,47	2.	Lokalni promet	3,32
3.	Objekti za smještaj	5,02	3.	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,37
4.	Klima	4,99	4.	Sadržaji za djecu	3,62
5.	Ljubaznost stanovništva	4,85	5.	Zabavni sadržaji	3,62
6.	Šetnice	4,80	6.	Uređenost mjesta	3,66
7.	Trgovine	4,75	7.	Suveniri	3,66
8.	Čistoća mora	4,71	8.	Događaji	3,72
9.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	4,62	9.	Uređenost i čistoća plaža	3,73
10.	Kulturno – povijesna baština	4,59	10.	Odnos cijene i kvalitete	3,90

4.9 ZADOVOLJSTVO STANOVNIŠTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE DESTINACIJE OTOCI

Istraživanje je provedeno u sljedećim otočnim destinacijama: Otok Krk (Baška, Krk, Malinska, Omišalj, Punat), Otok Cres (Cres), Otok Mali Lošinj (Mali Lošinj), Otok Rab (Lopar i Rab)

4.9.1 Baška

Tablica 4.9-1: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Baške

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	19	5,84	0,90	4	3
19	Ljepota krajolika	18	6,72	0,46	1	1
20	Očuvanost okoliša	19	5,16	0,96	10	4
21	Čistoća mora	19	6,00	1,20	3	2
	SADRŽAJI					
10	Događaji	19	4,42	1,12	22	4
16	Kulturno-povijesna baština	18	5,22	1,00	9	1
22	Sadržaji za djecu	19	3,63	1,21	28	8
27	Objekti za smještaj	17	4,82	0,95	15	2
28	Ugostiteljski objekti	19	4,68	0,82	18	3
29	Kulturni sadržaji	19	4,00	1,00	24	6
30	Zabavni sadržaji	19	2,95	1,08	32	9
31	Sportski sadržaji	18	2,83	0,99	33	12
32	Skupovi i kongresi	18	1,78	1,06	36	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	19	3,32	1,77	31	11
34	Nautička ponuda	19	2,68	1,45	35	13
35	Ponuda izleta	19	4,32	1,20	23	5
36	Lokalna gastronomija	19	3,37	0,96	30	10
37	Odnos cijene i kvalitete	19	4,00	0,82	25	7
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	19	4,53	1,07	19	7
6	Lokalni promet	18	3,72	1,27	27	10
7	Parkirališta	19	2,79	1,08	34	12
12	Uređenost mjesta	19	5,00	0,82	13	6
13	Urbana skladnost	19	3,58	1,39	29	11
14	Šetnice	19	6,21	0,85	2	1
15	Parkovi i zelene površine	19	5,16	1,12	10	5
17	Uređenost i čistoća plaža	19	4,53	1,07	19	7
18	Gužve na plažama	19	1,63	0,90	37	13
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	19	5,44	1,30	6	2
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	19	5,37	0,83	7	3
26	Trgovine	19	5,37	1,16	7	3
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	19	5,16	1,26	10	2
9	Turistička signalizacija	19	5,58	1,22	5	1
11	Suveniri	19	4,00	1,29	25	4
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	19	4,95	1,35	14	3
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	19	4,74	1,10	16	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	19	4,53	0,96	19	3
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	19	4,74	0,93	16	1

• **Prostor, resursi, okoliš**

U Baškoj stanovništvo najbolje ocjenjuje elemente ljepota krajolika, čistoća mora i klima, dok je očuvanost okoliša dobila nešto lošiju ocjenu. Ipak svi elementi su visoko ocijenjeni i rangirani (raspon ocjena 5,16-6,72).

• **Sadržaji**

Stanovništvo je nešto bolje ocijenilo ponudu kulturno – povijesne baštine nego u ostalim destinacijama. Vidljivi su pomaci u kvaliteti smještajnih objekata te u ponudi raznih događanja i izleta u okolna mjesta. Selektivni sadržaji još uvijek nisu dovoljno profilirani. Osobito se to odnosi na zdravstveni i kongresni turizam. Posebno je, dakle, istaknuta valorizacija spomeničko kulturne baštine kao i organiziranje kulturnih manifestacija. Ugostiteljska i smještajna ponuda je na nivou ostalih destinacija, dok je nedovoljno razrađena ponuda zdrave hrane i ponuda zdravog života putem zdravstvenog turizma i suvremene wellness ponude.

• **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo je maksimalno ocijenilo dostatnost šetnica. Turizam predstavlja osnovnu granu gospodarstva pa se pruža velika pažnja uređenosti i čistoći plaža, parkova i okoliša. Važnosti turizma je prilagođeno i radno vrijeme uslužnih djelatnosti te sama ponuda u trgovinama. Od negativnosti najjače je iskazan problem prevelikih gužvi na plažama, kao i prometni problemi koji su nešto izraženiji nego u ostalim destinacijama.

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

U Baškoj je izražena prednost obilježavanje turističkih atrakcija, kao i informiranost turista o destinaciji. Nešto lošije je ocijenjena ponuda suvenira što predstavlja problem i u drugim destinacijama na Kvarneru. Ostali elementi su percipirani na razini prosjeka destinacija Kvarnera.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Elementi ponude vezani za stanovništvo i zaposlene su nešto lošije ocijenjeni nego u ostalim destinacijama što se odražava i na rang pokazatelja (raspon 16-19).

• **Top +/-10 elemenata ponude**

Najpozitivnije je ocijenjena prirodno resursna osnova (6,72), te dostupnost i održavanje šetnica (ocjena 6,21). Stanovništvo također visoko ocjenjuje čistoću mora i dostupnost turističkih informacija. Velika pažnja se posvećuje čistoći

destinacije i uređenosti plaža. Od ostalih elemenata izdvojeno je stanje spomeničke i kulturne baštine (5,22) što je od velike važnosti zbog Bašćanske ploče kao jednog od motiva dolazaka u tu destinaciju.

Tablica 4.9-2: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Baške

5 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			5 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Ljepota krajolika	6,72	1.	Gužve na plažama	1,63
2.	Šetnice	6,21	2.	Skupovi i kongresi	1,78
3.	Čistoća mora	6,00	3.	Nautička ponuda	2,68
4.	Klima	5,84	4.	Parkirališta	2,79
5.	Turistička signalizacija u destinaciji	5,58	5.	Sportski sadržaji	2,83
6.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	5,44	6.	Zabavni sadržaji	2,95
7.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	5,37	7.	Sadržaji za zdravstveni turizam	3,32
8.	Trgovine	5,37	8.	Lokalna gastronomija	3,37
9.	Kulturno-povijesna baština	5,22	9.	Urbana skladnost	3,58
10.	Očuvanost okoliša	5,16	10.	Sadržaji za djecu	3,63

Najlošije je ocjenjena brojnost kupaca na plažama (1,63) – gravitacija turista i stanovništva prema poznatim bašćanskim plažama. Negativno su, kao i u drugim destinacijama, determinirane kvaliteta i ponuda nautičkog i kongresnog turizma te zabavnih, zdravstvenih i sportskih sadržaja. Promet i parkirališni prostor pojavljuju se također kao veći problemi.

4.9.2 Krk

Tablica 4.9-3: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Krka

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	21	5,00	1,61	5	3
19	Ljepota krajolika	21	5,71	1,65	1	1
20	Očuvanost okoliša	21	5,14	1,31	2	2
21	Čistoća mora	21	4,90	1,55	6	4
	SADRŽAJI					
10	Događaji	21	4,33	1,56	20	5
16	Kulturno-povijesna baština	21	4,81	1,44	9	1
22	Sadržaji za djecu	21	3,52	1,47	34	13
27	Objekti za smještaj	21	4,71	1,10	15	3
28	Ugostiteljski objekti	20	4,80	1,24	13	2
29	Kulturni sadržaji	21	4,14	1,59	26	7
30	Zabavni sadržaji	21	4,00	1,95	28	8
31	Sportski sadržaji	21	3,95	1,99	30	11
32	Skupovi i kongresi	21	3,05	1,91	36	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	21	4,00	1,41	28	9

34	Nautička ponuda	21	3,81	1,50	32	12
35	Ponuda izleta	21	4,14	1,62	26	7
36	Lokalna gastronomija	21	4,43	1,36	18	4
37	Odnos cijene i kvalitete	21	4,24	1,55	24	6
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	19	4,74	0,87	14	7
6	Lokalni promet	21	3,71	1,55	33	11
7	Parkirališta	21	3,10	1,84	35	12
12	Uređenost mjesta	21	4,86	1,31	8	4
13	Urbana skladnost	21	4,38	1,50	19	8
14	Šetnice	21	4,90	1,41	6	3
15	Parkovi i zelene površine	21	5,05	1,24	4	2
17	Uređenost i čistoća plaža	20	4,00	1,52	28	10
18	Gužve na plažama	21	2,90	1,76	37	13
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	21	4,81	1,36	9	5
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	21	5,10	1,51	3	1
26	Trgovine	21	4,81	1,54	9	5
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	21	4,29	1,27	22	2
9	Turistička signalizacija	21	4,24	1,37	24	3
11	Suveniri	21	3,90	1,70	31	4
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	21	4,67	1,39	16	1
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	20	4,65	1,09	17	2
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	21	4,81	1,03	9	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	21	4,29	1,65	22	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

Svi elementi iz ove skupine su visoko ocijenjeni i rangirani. Ljepota krajolika i očuvanost okoliša najbolje su ocijenjeni elementi ponude, kao i u većini destinacija Kvarnera. Slijede klima i čistoća mora koja u pojedinim destinacijama još uvijek predstavlja problem.

- **Sadržaji**

Elementi iz ove skupine relativno su loše ocijenjeni što svakako predstavlja problem i postavlja se pitanje kada će se učiniti pomak s ponudom selektivnih oblika turizma i kvalitetom dopunskih sadržaja. Najbolje je pozicionirana povijesno – kulturna baština te kvaliteta ugostiteljskih objekata i lokalna gastronomija. Najlošije su ocijenjeni kongresna ponuda, sportski i zabavni sadržaji, kao i ponuda za djecu.

- **Organiziranost destinacije**

Najbolje su rangirani uređenost parkova i zelenih površina, radno vrijeme ugostiteljskih objekata, kao i urbana skladnost mjesta. Važnosti turizma je prilagođeno i radno vrijeme uslužnih djelatnosti. Od negativnosti najjače je iskazan problem prevelikih gužvi na plažama. Prometna dostupnost je nešto manje izražen problem nego u ostalim destinacijama.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Negativno je ocjenjena ponuda autohtonih suvenira, turistička signalizacija mjesta, kao i dostupne informacije prije samog dolaska na Krk. Osjećaj sigurnosti i zaštite u mjestu nešto je bolje rangiran nego u susjednim destinacijama, ali još uvijek nema zadovoljavajući položaj na skali vrijednosti.

- **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost zaposlenih u turizmu najistaknutiji je element u ovoj skupini, ali stanovništvo dobro ocjenjuje i poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu, kao i vlastitu ljubaznost prema turistima.

- **Top +/-10 elemenata ponude**

Tablica 4.9-4: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Krka

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Ljepota krajolika	5,71	1.	Gužve na plažama	2,90
2.	Očuvanost okoliša	5,14	2.	Skupovi i kongresi	3,05
3.	Radno vrijeme ugostiteljskih djelatnosti	5,10	3.	Parkiralište	3,10
4.	Parkovi i zelene površine	5,05	4.	Sadržaji za djecu	3,52
5.	Klima	5,00	5.	Lokalni promet	3,71
6.	Šetnice	4,90	6.	Nautička ponuda	3,81
7.	Čistoća mora	4,90	7.	Suveniri	3,90
8.	Uređenost mjesta	4,86	8.	Sportski sadržaji	3,95
9.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	4,81	9.	Zabavni sadržaji	4,00
10.	Kulturno-povijesna baština	4,81	10.	Sadržaji za zdravstveni turizam	4,00

Ljepota krajolika i očuvanost okoliša (ocjena 5,71 i 5,14) nose najvišu ocjenu. Stanovništvo također visoko ocjenjuje radno vrijeme ugostiteljskih objekata (5,10), kao i uređenost parkova i zelenih površina (5,05) i klimu (5,00). Stanovništvo visoko pozicionira i uređenost šetnica i čistoću mora, a velika pažnja se posvećuje i uređenosti destinacije (4,86). Od izvedenih elemenata izdvojeno je i stanje spomeničke i kulturne baštine (4,81). Najlošije je ocjenjena brojnost kupaca na plažama (2,90). Negativno su, kao i u drugim destinacijama, determinirane kvaliteta i ponuda kongresnog turizma te sportskih, zabavnih i zdravstvenih sadržaja, kao i nautička ponuda. Parkirališni prostor pojavljuje se također kao veći problem.

4.9.3 Malinska

Tablica 4.9-5: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Malinske

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Klima	9	4,78	1,20	5	2
19	Ljepota krajolika	9	6,22	1,09	1	1
20	Očuvanost okoliša	9	4,11	1,27	15	4
21	Čistoća mora	8	4,50	2,27	10	3
	SADRŽAJI					
10	Događaji	9	3,22	1,64	32	12
16	Kulturno-povijesna baština	9	4,89	1,36	4	3
22	Sadržaji za djecu	9	3,56	0,88	26	10
27	Objekti za smještaj	9	5,11	1,36	3	2
28	Ugostiteljski objekti	9	4,11	1,54	15	6
29	Kulturni sadržaji	9	3,44	1,67	27	11
30	Zabavni sadržaji	9	3,67	1,58	24	8
31	Sportski sadržaji	9	3,67	1,87	24	8
32	Skupovi i kongresi	9	3,00	1,12	35	13
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	9	2,78	1,64	36	14
34	Nautička ponuda	9	4,67	1,22	7	4
35	Ponuda izleta	9	4,44	1,42	11	5
36	Lokalna gastronomija	9	5,22	1,79	2	1
37	Odnos cijene i kvalitete	9	4,00	1,66	19	7
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	9	3,22	1,79	32	10
6	Lokalni promet	9	3,33	2,00	30	9
7	Parkirališta	9	3,11	2,09	34	12
12	Uređenost mjesta	9	3,78	0,97	22	8
13	Urbana skladnost	8	4,13	1,25	13	3
14	Šetnice	8	4,13	2,17	13	3
15	Parkovi i zelene površine	8	4,63	1,85	8	1
17	Uređenost i čistoća plaža	9	4,00	1,80	19	7
18	Gužve na plažama	9	3,00	2,50	36	13
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	9	4,11	2,09	15	5
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	8	4,25	1,58	12	2
26	Trgovine	9	4,11	1,36	15	5
	PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	9	3,44	1,94	27	2
9	Turistička signalizacija	9	3,44	1,33	27	2
11	Suvenirni	8	4,63	1,41	8	1
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	8	3,25	1,04	31	4
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	9	3,89	0,78	21	2
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	8	3,75	0,89	23	3
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	8	4,75	1,16	6	1

- **Prostor, resursi, okoliš**

Zdrava klima i prirodne ljepote su najbolje ocijenjeni elementi ponude. Lošije od ostalih destinacija je vrednovana očuvanost okoliša (tek je rangirana na 15 mjesto). Istaknuta je nedovoljna čistoća mora (bolji pokazatelj od obližnjih destinacija).

- **Sadržaji**

Elementi selektivnih oblika turizma i kvaliteta dopunskih sadržaja je različito rangirana u odnosu na konkurentne destinacije. Najbolje je pozicioniran nautički turizam, a najlošije zdravstvena i kongresna ponuda. Sportski i zabavni sadržaji također zahtijevaju kvalitetniji pristup i bolju organiziranost, kao i ponuda za djecu. Kulturni sadržaji niže su rangirani od konkurencije, dok je

spomenička baština pozitivno ocijenjena. Smještajni objekti se izdižu od ugostiteljske ponude i ponude zdrave hrane.

- **Organiziranost destinacije**

Najbolje su rangirani uređenost parkova i zelenih površina (rang 8), radno vrijeme ugostiteljskih objekata (rang 12), kao i urbana skladnost mjesta i uređenost šetnica (rang 13). Dostupni parkirališni prostor, kao i u većini destinacija, predstavlja veliki nedostatak. Nisko je rangirana i prometna dostupnost te gužve na plažama što kvari ukupni dojam kupališne destinacije.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Negativno je ocijenjena osobna sigurnost i zaštita što predstavlja prednost u ostalim destinacijama. Detektiran je nedovoljno kvalitetni promotivni mix koji rezultira neprofiliranim imidžom destinacije. Lošije je ocijenjena i implementacija informacijskih rješenja u prezentaciji destinacije i smještajnih objekata. Informiranost turista prija dolaska u destinaciju također je lošije rangirana. Suvenirni, za razliku od većine destinacija, pozitivno su ocijenjeni.

- **Stanovništvo, zaposleni**

Stanovništvo naglašava dobro poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu. Bolje ocjenjuje vlastitu ljubaznost od ophođenja zaposlenika s turistima.

- **Top +/-10 elemenata ponude**

Maksimalnu ocjenu (6,22) je prema mišljenju stanovništva zaslužila ljepota krajolika, a uz nju se pozicionirala lokalna gastronomija (5,22). Malinska se ističe objektima za smještaj (5,11) i kvalitetom povijesno-kulturne baštine (4,89). Kao prednosti detektirani su i znanje stranih jezika u turizmu (4,75), suvenirni (4,63), parkovi i zelene površine (4,63), čistoća mora (4,50) što nije slučaj u većini destinacija. Ponuda zdravstvenog turizma i ponuda kongresa loše je rangirana, kao i kronična nestašica parkirnih prostora, kvaliteta događaja, kulturni sadržaji i turističke informacije prije dolaska u destinaciju.

Tablica 4.9-6: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Malinske

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Ljepota krajolika	6,22	1.	Zdravstveni turizam	2,78
2.	Lokalna gastronomija	5,22	2.	Skupovi i kongresi	3,00
3.	Objekti za smještaj	5,11	3.	Parkirališta	3,11
4.	Povijesno-kulturna baština	4,89	4.	Prometna dostupnost	3,22
5.	Klima	4,78	5.	Događaji	3,22
6.	Znanje stranih jezika zapos. u turizmu	4,75	6.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	3,25

7.	Suveniri	4,63	7.	Lokalni promet	3,33
8.	Parkovi i zelene površine	4,63	8.	Kulturni sadržaji	3,44
9.	Čistoća mora	4,50	9.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,44
10.	Ponuda izleta	4,44	10.	Turistička signalizacija	3,44

4.9.4 Omišalj

Tablica 4.9-7: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Omišlja

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Klima	31	4,87	1,02	4	1
19	Ljepota krajolika	31	3,45	2,06	30	2
20	Očuvanost okoliša	31	3,00	1,81	33	3
21	Čistoća mora	31	2,84	2,00	34	4
	SADRŽAJI					
10	Događaji	31	3,74	1,09	22	7
16	Kulturno-povijesna baština	29	3,59	1,45	26	11
22	Sadržaji za djecu	31	3,71	0,94	23	8
27	Objekti za smještaj	31	4,13	0,88	19	5
28	Ugostiteljski objekti	29	4,24	0,87	12	3
29	Kulturni sadržaji	31	3,65	1,02	24	9
30	Zabavni sadržaji	31	3,61	1,02	25	10
31	Sportski sadržaji	31	3,58	1,15	27	12
32	Skupovi i kongresi	31	2,65	1,02	36	13
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	30	1,83	1,05	37	14
34	Nautička ponuda	30	4,23	1,57	13	4
35	Ponuda izleta	31	4,52	0,81	8	1
36	Lokalna gastronomija	31	3,84	1,29	21	6
37	Odnos cijene i kvalitete	31	4,26	1,09	11	2
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	31	3,58	1,18	27	9
6	Lokalni promet	30	3,43	1,45	32	11
7	Parkirališta	31	3,45	1,71	31	10
12	Uređenost mjesta	31	4,71	1,16	5	4
13	Urbana skladnost	30	2,83	1,49	36	12
14	Setnice	31	4,81	1,64	5	3
15	Parkovi i zelene površine	31	4,23	1,23	13	7
17	Uređenost i čistoća plaža	31	4,23	1,41	13	7
18	Gužve na plažama	30	4,33	1,30	9	6
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	31	4,55	1,36	7	5
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	31	5,03	1,22	2	1
26	Trgovine	29	4,93	1,28	3	2
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	31	3,48	1,06	29	4
9	Turistička signalizacija	30	4,30	1,12	10	2
11	Suveniri	30	4,03	1,25	20	3
23	Osjecaj sigurnosti i zaštite	31	5,23	1,18	1	1
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	31	4,23	1,31	13	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	31	4,16	1,44	18	3
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	31	4,19	1,19	17	2

- **Prostor, resursi, okoliš**

Stanovništvo Omišlja je izrazito nisko ocijenilo elemente prirodno resursne osnove s čime se negativno diversificira u odnosu na konkurentne destinacije. Industrijska postrojenja (Dioki) koja devastiraju okoliš uvjetuju niski rang elemenata ponude: čistoća mora (rang 34), očuvanost okoliša (rang 33), ljepota krajolika (rang 30). Jedini pozitivno ocjenjeni element ponude je klima (rang 4).

- **Sadržaji**

Stanovništvo većinu sadržaja pozicionira u donjem dijelu ljestvice elemenata ponude. Siromaštvo ponude uvjetuje apsurd da je najbolji element ponude sadržaja ponuda izleta (rang 8). Po ocjeni se izdvajaju odnos cijene i kvalitete (rang 11), ugostiteljski objekti (rang 12) i nautička ponuda (rang 13). Ukupno najlošije ocjenjeni elementi ponude su sadržaji za zdravstveni turizam (rang 37) i skupovi i kongresi (rang 36). Ocjene sadržaja otkrivaju sadašnje stanje limitirane ponude i potiču aktivnosti u poboljšavanju i profiliranju ponude primjerene sve zahtjevnijim turističkim preferencijama.

- **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo vrlo visoko pozicionira radno vrijeme ugostiteljskih objekata (rang 2), trgovine (rang 3), uređenost mjesta (rang 5) i šetnice (rang 5). Čak šest elemenata organiziranosti destinacije se nalaze među deset najbolje ocjenjenih elemenata ponude. Ipak lošije ocjene urbane skladnosti (rang 36) i prometnih elemenata – lokalni promet (rang 32), parkirališta (rang 31) i prometna dostupnost (rang 27) narušavaju ukupnu ocjenu organiziranosti destinacije Omišalj.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo je najbolje ocijenilo osjećaj sigurnosti (rang 1) od svih elemenata ponude Omišlja. Turistička signalizacija (rang 10) je puno bolje pozicionirana nego u susjednim destinacijama. Turističke informacije prije dolaska u destinaciju (rang 29) i suvenirni (rang 20) predstavljaju slabiju stranu ponude Omišlja.

- **Stanovništvo, zaposleni**

Elementi ponude vezani za stanovništvo i zaposlene su prosječno ocjenjeni: ljubaznost stanovništva (rang 13), znanje stranih jezika zaposlenih (rang 17) i ljubaznost zaposlenih u turizmu (rang 18). Takve ocjene nalažu poboljšavanje odnosa zaposlenih i stanovništva prema turistima.

- **Top +/-10 elemenata ponude**

Omišalj se po deset najbolje i najlošijih elemenata ponude najviše razlikuje u odnosu na ostale destinacije. Industrijska postrojenja limitiraju mogućnosti razvoja kvalitetnijeg turizma i održivog razvoja. Najbolje ocjenjeni elementi su

osjećaj sigurnosti, klima, šetnice, trgovine, uređenost mjesta koji nisu ključni atraktivni faktori turizma XXI. stoljeća. Najlošije ocjenjeni elementi su očuvanost prirodno-resursne osnove, selektivni sadržaji, prometna povezanost i informiranost turista.

Tablica 4.9-8: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Omišlja

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	5,23	1.	Sadržaji za zdravstveni turizam	1,83
2.	Klima	4,87	2.	Urbana skladnost	2,83
3.	Šetnice	4,81	3.	Čistoća mora	2,84
4.	Trgovine	4,80	4.	Skupovi i kongresi	2,85
5.	Uređenost mjesta	4,71	5.	Očuvanost okoliša	3,00
6.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	4,55	6.	Lokalni promet	3,43
7.	Ponuda izleta	4,52	7.	Ljepota krajolika	3,45
8.	Gužve na plažama	4,33	8.	Parkirališta	3,45
9.	Turistička signalizacija	4,33	9.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,48
10.	Ugostiteljski objekti	4,24	10.	Sportski sadržaji	3,58

4.9.5 Punat

Tablica 4.9-9: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Punta

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	29	5,00	1,16	7	2
19	Ljepota krajolika	29	5,79	1,08	1	1
20	Očuvanost okoliša	29	4,72	1,16	14	3
21	Čistoća mora	29	4,45	1,74	19	4
	SADRŽAJI					
10	Događaji	29	4,41	1,82	22	8
16	Kulturno-povijesna baština	29	5,55	1,09	2	1
22	Sadržaji za djecu	28	3,86	1,33	30	11
27	Objekti za smještaj	28	5,00	1,15	7	4
28	Ugostiteljski objekti	29	4,83	1,20	13	6
29	Kulturni sadržaji	29	4,45	1,38	19	7
30	Zabavni sadržaji	29	3,93	1,33	29	10
31	Sportski sadržaji	29	3,79	1,76	31	12
32	Skupovi i kongresi	29	2,66	1,11	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	29	2,86	1,46	36	13
34	Nautička ponuda	29	5,24	1,33	3	2
35	Ponuda izleta	29	5,10	1,50	6	3
36	Lokalna gastronomija	29	5,00	1,51	7	4
37	Odnos cijene i kvalitete	29	4,34	1,40	23	9
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					

5	Prometna dostupnost	29	4,24	1,46	26	9
6	Lokalni promet	29	3,21	1,29	34	11
7	Parkirališta	29	3,07	1,62	35	12
12	Uređenost mjesta	29	5,00	1,31	7	3
13	Urbana skladnost	29	4,07	1,33	27	10
14	Šetnice	29	5,24	1,46	3	1
15	Parkovi i zelene površine	29	5,21	1,52	5	2
17	Uređenost i čistoća plaža	29	4,66	1,42	17	6
18	Gužve na plažama	29	4,28	1,46	24	8
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	29	4,90	1,11	11	4
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	29	4,45	1,38	19	7
26	Trgovine	28	4,71	1,24	16	5
	PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	29	3,79	0,98	31	4
9	Turistička signalizacija	29	4,07	1,22	27	3
11	Suveniri	29	4,72	1,79	14	2
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	28	4,86	1,53	12	1
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	29	4,28	1,49	24	2
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	29	4,48	1,21	18	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	29	3,72	1,81	33	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

Prirodno resursna osnova je visoko ocjenjena kao i u ostalim destinacijama, pogotovo ljepota krajolika (rang 1).

- **Sadržaji**

Stanovništvo Punta je najlošije ocijenilo ponudu sadržaja u destinaciji (skupove i kongrese, ponudu zdravstvenog turizma, sportske i zabavne sadržaje), što značajno odudara od potreba suvremenih turista. Punat se izdvaja ponudom nautičkog turizma, mogućnošću izleta u okolinu, objektima za smještaj i lokalnom gastronomijom. Selektivni sadržaji su rangirani u donjoj polovici ocijenjenih elemenata ponude što nalaže nužne promjene u obogaćivanju sadržaja.

- **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo Punta najbolje je ocijenilo šetnice (rang 3), te parkove i zelene površine (rang 5) od svih elemenata organiziranosti destinacije. Kao i u drugim destinacijama izraziti problemi su lokalni promet, parkirališta i prometna dostupnost što uzrokuje nezadovoljstvo i lokalnog stanovništva i turista. Gužve na plažama također su lošije percipirane (rang 24) dok je bolje ocijenjeno radno vrijeme uslužnih djelatnosti te ponuda u trgovinama.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Ocjene stanovništva Punta prate trend ocjena ostalih destinacija. Prednost predstavlja osjećaj sigurnosti, dok su nedostaci informiranost turista, turistička signalizacija i ponuda suvenira.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Elementi vezani za stanovništvo i zaposlene su nešto niže rangirani nego u ostalim destinacijama. Nešto bolje je ocijenjena ljubaznost zaposlenih u turizmu (rang 18) dok je znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu ocijenjeno kao nezadovoljavajuće (rang 33). Potrebno je poboljšati odnos zaposlenih i stanovništva prema turistima.

• **Top +/-10 elemenata ponude**

Stanovništvo Punta najbolje je ocijenilo ponudu ugostiteljskih objekata te ponudu kulturnih sadržaja. Visoko je ocijenjena i ljepota krajolika i klima, dok je najlošije ocijenjena ponuda sadržaja u destinaciji, te lokalni promet i nedostatak parkirališnih mjesta.

Tablica 4.9-10: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Punta

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Ugostiteljski objekti	6,00	1.	Skupovi i kongresi	2,66
2.	Kulturni sadržaji	6,00	2.	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,86
3.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	5,89	3.	Parkirališta	3,07
4.	Ljepota krajolika	5,79	4.	Lokalni promet	3,21
5.	Trgovine	5,72	5.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	3,72
6.	Ponuda izleta	5,10	6.	Sportski sadržaji	3,79
7.	Klima	5,00	7.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,79
8.	Objekti za smještaj	5,00	8.	Sadržaji za djecu	3,86
9.	Lokalna gastronomija	5,00	9.	Zabavni sadržaji	3,93
10.	Uređenost mjesta	5,00	10.	Urbana skladnost	4,07

4.9.6 Cres

Tablica 4.9-11: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Cresa

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Klima	38	6,00	0,87	3	3
19	Ljepota krajolika	38	6,50	0,83	1	1
20	Očuvanost okoliša	38	5,37	1,46	4	4
21	Čistoća mora	37	6,30	1,13	2	2
	SADRŽAJI					
10	Događaji	38	3,37	1,58	34	11
16	Kulturno-povijesna baština	38	5,37	1,40	4	1
22	Sadržaji za djecu	38	3,71	1,68	30	10
27	Objekti za smještaj	38	4,87	1,34	12	2
28	Ugostiteljski objekti	36	4,72	1,34	14	4
29	Kulturni sadržaji	38	3,84	1,64	29	9
30	Zabavni sadržaji	38	3,34	1,51	35	12
31	Sportski sadržaji	38	3,34	1,70	35	12
32	Skupovi i kongresi	37	2,73	1,43	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	38	4,26	1,77	22	7

34	Nautička ponuda	37	4,65	1,55	15	5
35	Ponuda izleta	38	4,21	1,47	25	8
36	Lokalna gastronomija	38	4,74	1,66	13	3
37	Odnos cijene i kvalitete	38	4,29	1,56	20	6
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	38	4,08	1,65	27	10
6	Lokalni promet	38	4,26	1,77	22	8
7	Parkirališta	38	3,55	1,57	32	12
12	Uređenost mjesta	38	5,00	1,45	9	4
13	Urbana skladnost	38	4,50	1,37	19	6
14	Šetnice	38	5,16	1,48	7	2
15	Parkovi i zelene površine	37	5,32	1,45	6	1
17	Uređenost i čistoća plaža	38	5,13	1,28	8	3
18	Gužve na plažama	38	3,68	1,80	31	11
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	38	4,29	1,93	20	7
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	38	4,61	1,91	17	5
26	Trgovine	38	4,24	1,42	24	9
	PREPOZNAVANJE, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	37	4,19	1,60	26	2
9	Turistička signalizacija	36	3,53	1,70	33	4
11	Suvenir	38	3,87	1,68	28	3
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	37	4,95	1,56	10	1
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	38	4,92	1,63	11	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	38	4,63	1,67	16	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	37	4,59	1,40	18	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

Svi elementi iz ove skupine pozitivno su ocijenjeni i najviše rangirani od svih elemenata ponude (raspon ranga 1-4).

- **Sadržaji**

Stanovništvo Cresa najbolje je ocijenilo kulturno – povijesnu baštinu, zatim kvalitetu objekata za smještaj i ugostiteljsku ponudu, kao i lokalnu gastronomiju. Elementi selektivnih oblika turizma i kvaliteta dopunskih sadržaja je lošije ocijenjena (raspon ranga 25-37). Najbolje su pozicionirani sadržaji za zdravstveni turizam te ponuda izleta, a najlošije ponuda skupova i kongresa te sportski i zabavni sadržaji koji svakako zahtijevaju kvalitetniji pristup i bolju organiziranost.

- **Organiziranost destinacije**

Najbolje su rangirani uređenost parkova i zelenih površina (rang 6), uređenost i čistoća plaža (rang 8) te uređenost mjesta (rang 9). Dostupni parkirališni prostor, kao i u većini destinacija, predstavlja veliki nedostatak (rang 32). Nisko je rangirana i prometna dostupnost te gužve na plažama što kvari ukupni dojam kupališne destinacije.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo pozitivno ocjenjuje samo osjećaj sigurnosti i zaštite. Negativno je ocijenjena implementacija informacijskih rješenja u prezentaciji destinacije i smještajnih objekata. Informiranost turista prije dolaska u destinaciju također je lošije rangirana.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Stanovništvo naglašava ljubaznost stanovništva kao prednost ove destinacije, dok su ljubaznost zaposlenih u turizmu te njihovo poznavanje stranih jezika ocijenjeni prosječnom ocjenom (aritmetička sredina 4,63 i 4,59).

• **Top +/-10 elemenata ponude**

Maksimalnu ocjenu (6,50) je prema mišljenju stanovništva zaslužila ljepota krajolika, a uz nju se pozicionirala čistoća mora (6,30) te klima (6,00). Cres se ističe kvalitetom povijesno-kulturne baštine (5,37) te očuvanošću okoliša (5,37). Kao prednosti detektirani su i uređenost parkova i zelenih površina, šetnice, čistoća plaža te čistoća samog mjesta. Ponuda selektivnih oblika turizma negativno je ocijenjena, što svakako predstavlja veliki problem u privlačenju turista u ovu destinaciju.

Tablica 4.9-12: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Cresa

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Ljepota krajolika	6,50	1.	Skupovi i kongresi	2,73
2.	Čistoća mora	6,30	2.	Zabavni sadržaji	3,34
3.	Klima	6,00	3.	Sportski sadržaji	3,34
4.	Povij.-kulturna baština	5,37	4.	Događaji	3,37
5.	Očuvanost okoliša	5,37	5.	Turistička signalizacija	3,53
6.	Parkovi i zelene površine	5,32	6.	Parkirališta	3,55
7.	Šetnice	5,16	7.	Gužve na plažama	3,68
8.	Uređenost i čistoća plaža	5,13	8.	Sadržaji za djecu	3,71
9.	Uređenost mjesta	5,00	9.	Kulturni sadržaji	3,84
10.	Osjećaj sigurn. i zaštite	4,95	10.	Suvenirni	3,87

4.9.7 Mali Lošinj

Tablica 4.9-13: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Malog Lošinja

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	101	5,91	1,18	1	1
19	Ljepota krajolika	101	5,16	1,35	4	3
20	Očuvanost okoliša	101	4,91	1,43	8	2
21	Čistoća mora	101	5,26	1,32	2	4
	SADRŽAJI					
10	Događaji	101	4,00	1,44	32	10
16	Kulturno-povijesna baština	100	4,44	1,23	21	5
22	Sadržaji za djecu	101	4,12	1,31	27	7
27	Objekti za smještaj	101	4,81	1,01	9	2
28	Ugostiteljski objekti	101	4,67	1,03	10	3

29	Kulturni sadržaji	101	4,17	1,21	26	6
30	Zabavni sadržaji	100	3,67	1,33	34	11
31	Sportski sadržaji	101	3,47	1,14	36	13
32	Skupovi i kongresi	101	2,90	1,20	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	101	4,06	1,22	29	8
34	Nautička ponuda	101	4,01	1,07	31	9
35	Ponuda izleta	101	5,09	1,19	5	1
36	Lokalna gastronomija	101	4,52	1,36	15	4
37	Odnos cijene i kvalitete	101	3,66	1,15	35	12
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna dostupnost	101	4,48	1,37	20	7
6	Lokalni promet	101	4,49	1,50	18	5
7	Parkirališta	101	4,10	1,59	28	11
12	Uređenost mjesta	101	4,43	1,38	22	8
13	Urbana skladnost	101	4,55	1,35	13	3
14	Setnice	100	4,63	1,27	11	1
15	Parkovi i zelene površine	101	4,49	1,36	18	5
17	Uređenost i čistoća plaža	100	4,51	1,41	16	4
18	Gužve na plažama	101	4,04	1,36	30	12
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	99	4,35	1,37	24	10
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	101	4,60	1,17	12	2
26	Trgovine	101	4,38	1,17	23	9
PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	101	4,51	1,33	16	2
9	Turistička signalizacija	101	4,23	1,27	25	3
11	Suveniri	101	3,94	1,45	33	4
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	101	4,54	1,36	14	1
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva	101	5,26	1,06	2	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	101	5,09	1,13	5	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	101	5,02	1,20	7	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

Zdrava klima i čistoća mora najbolje su ocijenjeni elementi ponude, a slijede ih ljepota krajolika te očuvanost okoliša.

- **Sadržaji**

Elementi selektivnih oblika turizma i kvaliteta dopunskih sadržaja ne odstupaju bitno od ocjena u drugim destinacijama. Najbolje je pozicionirana ponuda izleta te kvaliteta objekata za smještaj i ugostiteljskih objekata. Kulturni sadržaji i sadržaji za zdravstveni turizam nešto su bolje rangirani od ostalih elemenata selektivne ponude. Sportski i zabavni sadržaji također zahtijevaju kvalitetniji pristup i bolju organiziranost.

- **Organiziranost destinacije**

Najbolje su rangirani uređenost šetnica i urbana skladnost. Zadovoljavajuće je i radno vrijeme ugostiteljskih objekata. Dostupni parkirališni prostor, kao i u većini destinacija, predstavlja veliki nedostatak. Nisko je rangirana i prometna dostupnost te gužve na plažama.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Osjećaj osobne sigurnosti i zaštite kao i dostupnost turističkih informacija bolje su rangirani od ostalih elemenata iz ove skupine. Suveniri, kao i u većini destinacija, izrazito su loše ocijenjeni.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Stanovništvo naglašava dobro poznavanje stranih jezika zaposlenih u turizmu, a bolje ocjenjuje vlastitu ljubaznost od ophođenja zaposlenika s turistima.

• **Top +/-10 elemenata ponude**

Maksimalnu ocjenu (5,91) je prema mišljenju stanovništva zaslužila klima, a uz nju se pozicionirala čistoća mora (5,26) i ljepota krajolika (5,16). Mali Lošinj se ističe i ljubaznošću zaposlenih u turizmu (5,09), te njihovim znanjem stranih jezika (5,02). Kao prednosti detektirani su smještajni i ugostiteljski objekti. Ponuda skupova i kongresa te sportski sadržaji lošije su rangirani kao i ostali oblici selektivne ponude. Veliki problem predstavljaju i gužve na plažama.

Tablica 4.9-14: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Malog Lošinja

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Klima	5,91	1.	Skupovi i kongresi	2,90
2.	Čistoća mora	5,26	2.	Sportski sadržaji	3,47
3.	Ljepota krajolika	5,16	3.	Odnos cijene i kvalitete	3,66
4.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	5,09	4.	Zabavni sadržaji	3,67
5.	Ponuda izleta	5,09	5.	Suveniri	3,94
6.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	5,02	6.	Događaji	4,00
7.	Očuvanost okoliša	4,91	7.	Nautička ponuda	4,01
8.	Objekti za smještaj	4,81	8.	Gužve na plažama	4,04
9.	Ugostiteljski objekti	4,67	9.	Sadržaji za zdravst. turizam	4,06
10.	Zabavni sadržaji	4,67	10.	Parkirališta	4,10

4.9.8 Lopar

Tablica 4.9-15: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Lopara

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	16	5,63	1,15	5	1
19	Ljepota krajolika	16	5,63	1,09	5	1
20	Očuvanost okoliša	16	5,44	1,03	12	3
21	Čistoća mora	16	4,81	0,91	29	4
	SADRŽAJI					
10	Događaji	16	5,37	0,72	17	8
16	Kulturno-povijesna baština	16	6,37	0,72	1	1
22	Sadržaji za djecu	16	4,88	0,89	27	12
27	Objekti za smještaj	16	5,88	1,09	2	2
28	Ugostiteljski objekti	15	5,67	0,82	4	4
29	Kulturni sadržaji	16	5,88	1,02	2	2
30	Zabavni sadržaji	16	5,44	0,81	12	5

31	Sportski sadržaji	16	4,94	1,12	26	11
32	Skupovi i kongresi	16	3,56	1,50	34	13
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	16	3,12	1,20	37	14
34	Nautička ponuda	16	5,38	1,09	15	6
35	Ponuda izleta	16	5,31	1,01	20	9
36	Lokalna gastronomija	16	5,12	1,15	24	10
37	Odnos cijene i kvalitete	16	5,38	0,81	15	6
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	16	3,50	1,75	36	12
6	Lokalni promet	16	3,56	1,41	34	11
7	Parkirališta	16	3,75	1,18	33	10
12	Uređenost mjesta	16	5,62	1,26	8	1
13	Urbana skladnost	16	5,19	0,98	21	5
14	Šetnice	16	5,13	0,81	22	6
15	Parkovi i zelene površine	16	5,50	1,32	10	3
17	Uređenost i čistoća plaža	16	5,56	1,31	9	2
18	Gužve na plažama	16	4,81	1,11	29	9
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	16	5,00	1,03	27	8
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	16	5,37	1,02	17	4
26	Trgovine	16	5,13	1,02	22	6
	PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	16	4,50	1,15	31	3
9	Turistička signalizacija	16	5,44	1,09	12	1
11	Suveniri	16	4,88	1,09	27	2
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	16	4,31	1,49	32	4
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	16	5,63	0,62	5	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	16	5,37	1,26	17	3
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	16	5,50	1,03	10	2

- **Prostor, resursi, okoliš**

Zdrava klima i ljepota krajolika (rang 1) daleko su najbolje ocjenjeni elementi ponude u ovoj destinaciji, iako su očuvanost okoliša i čistoća mora također visoko rangirani (rang 3 i 4).

- **Sadržaji**

Lopar se ističe kvalitetom povijesne baštine i kulturnim sadržajima, a stanovništvo naglašava i kvalitetu smještajnih i ugostiteljskih objekata. Od selektivnih oblika turizma najpozitivnije su ocijenjeni zabavni sadržaji, nautička ponuda te ponuda događaja. S druge strane, Lopar nudi malo sadržaja za zdravstveni turizam te ima lošiju ponudu skupova i kongresa.

- **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo Lopar doživljava kao izrazito uređenu destinaciju s mnoštvom parkova i zelenih površina. Najgore rangirani elementi su: prometna dostupnost, lokalni promet i parkirališta i gužve na plažama kao i u većini destinacija.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo ima sličan stav prema ovim elementima kao i u ostalim destinacijama. Najlošije je ocijenjena dostupnost turističkih informacija i osjećaj sigurnosti i zaštite.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost stanovništva je najbolje rangirana od promatranih elemenata, dok bi trebalo poraditi na kvaliteti ophođenja s turistima od strane zaposlenih u turizmu.

• **Top +/-10 elemenata ponude**

U Loparu je stanovništvo između ponuđenih elemenata najpozitivnije ocijenilo kulturno – povijesnu baštinu (6,37) kao i prirodna obilježja, tj. klimu i ljepotu krajolika (5,63). Ostale prednosti su kao i u promatranim destinacijama: ljubaznost stanovništva, uređenost mjesta, parkova i zelenih površina te plaža. Iz siromaštva selektivnih sadržaja ističe se samo ponuda zabavnih sadržaja (5,44).

Kao negativni pokazatelji istaknuti su selektivni oblici turizma: zdravstveni turizam i kongresna ponuda. Velik problem predstavlja i organiziranost prometa u destinaciji.

Tablica 4.9-16: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Lopara

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Povijesno-kulturna baština	6,37	1.	Sadržaji za zdravstveni turizam	3,12
2.	Klima	5,63	2.	Prometna dostupnost	3,50
3.	Ljubaznost stanovništva	5,63	3.	Skupovi i kongresi	3,56
4.	Ljepota krajolika	5,63	4.	Lokalni promet	3,56
5.	Uređenost mjesta	5,62	5.	Parkirališta	3,75
6.	Uređenost i čistoća plaža	5,56	6.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	4,31
7.	Parkovi i zelene površine	5,50	7.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	4,50
8.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	5,50	8.	Čistoća mora	4,81
9.	Očuvanost okoliša	5,44	9.	Gužve na plažama	4,81
10.	Zabavni sadržaji	5,44	10.	Sadržaji za djecu	4,88

4.9.9 Rab

Tablica 4.9-17: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Raba

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Klima	18	6,44	0,62	2	2
19	Ljepota krajolika	18	6,56	0,70	1	1
20	Očuvanost okoliša	18	6,17	0,62	7	3
21	Čistoća mora	18	5,44	1,15	28	4
	SADRŽAJI					
10	Događaji	18	6,17	0,86	7	2
16	Kulturno-povijesna baština	18	6,39	0,85	3	1
22	Sadržaji za djecu	18	5,28	0,75	30	12
27	Objekti za smještaj	18	5,94	0,64	15	7
28	Ugostiteljski objekti	18	6,00	0,59	12	5

29	Kulturni sadržaji	18	6,00	0,97	12	5
30	Zabavni sadržaji	18	5,50	0,79	26	11
31	Sportski sadržaji	18	5,56	0,92	25	10
32	Skupovi i kongresi	18	3,44	1,10	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	18	4,22	1,06	35	13
34	Nautička ponuda	18	5,67	1,24	24	9
35	Ponuda izleta	18	6,11	1,02	9	3
36	Lokalna gastronomija	18	6,06	0,80	11	4
37	Odnos cijene i kvalitete	18	5,72	0,83	20	8
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna dostupnost	18	4,72	1,13	33	10
6	Lokalni promet	18	3,67	1,24	36	12
7	Parkirališta	17	4,24	1,03	34	11
12	Uređenost mjesta	18	6,28	0,83	5	2
13	Urbana skladnost	18	4,94	0,73	31	8
14	Setnice	18	5,78	0,73	18	4
15	Parkovi i zelene površine	18	6,33	0,69	4	1
17	Uređenost i čistoća plaža	18	5,72	0,75	20	5
18	Gužve na plažama	18	4,89	1,18	32	9
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	18	5,72	0,67	20	5
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	18	5,89	0,76	17	3
26	Trgovine	18	5,72	0,83	20	5
PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	18	5,39	0,78	29	4
9	Turistička signalizacija	18	5,78	0,81	18	2
11	Suvenirni	18	6,00	0,97	12	1
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	18	5,50	0,99	26	3
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva	18	5,94	0,80	15	3
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	18	6,11	0,83	9	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	18	6,28	0,89	5	1

- **Prostor, resursi, okoliš**

Rab se kao otočna destinacija izdvaja ljepotom krajolika, zdravom klimom i očuvanošću okoliša. Lošije je ocijenjena kvaliteta i čistoća mora u odnosu na ostale ponuđene elemente ponude.

- **Sadržaji**

Stanovništvo ističe kao najatraktivnije elemente izvanpansionske ponude: prepoznatljivost događaja (rang 7) i ponudu izleta (rang 9). Rabljani prepoznaju vrijednosti i bogatstvo tradicije i kulture te ih uobličavaju u manifestacije atraktivne za turiste i stanovništvo. Naglašavaju i kvalitetu smještajnih i ugostiteljskih objekata, kao i kvalitetu lokalne gastronomije. Od selektivnih sadržaja izdiže se, dakle, samo kulturna ponuda dok su ostali sadržaji rangirani puno lošije i nepovoljnije za Rab kao turističku destinaciju. Stanovništvo ističe i nedostatak zabavnih i sportskih sadržaja i sadržaja za djecu te su turisti prepušteni sami sebi u otkrivanju razonode i sadržaja aktivnog odmora. Nisko je rangiran i odnos cijene i kvalitete što dodatno smanjuje potrošnju turista u destinaciji.

- **Organiziranost destinacije**

Kao najpozitivnije se ističu elementi uređenost parkova i zelenih površina, te sama uređenost mjesta, kao i radno vrijeme uslužnih djelatnosti. Za turistički razvoj Raba presudna je dostupnost, stoga bi svakako trebalo poraditi na njezinoj kvaliteti, ali i kvaliteti lokalnog prometa i parkirališnog prostora koji su

rangirani na samo dno ljestvice. Problem predstavljaju i velike gužve na plažama.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Kao prednost Raba stanovništvo je definiralo turističku signalizaciju i ponudu suvenira. Ostali elementi su lošije ocijenjeni (rang u rasponu 26-29).

- **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost zaposlenih u turizmu kao i njihovo poznavanje stranih jezika pozitivno je ocijenjeno i to u prosjeku nešto više od konkurentnih destinacija.

- **Top +/-10 elemenata ponude**

U prvih 10 najbolje rangiranih elemenata turističke ponude ušli su uz prirodno resursnu osnovu kvaliteta kulturno – povijesne baštine (6,39), uređenost parkova i zelenih površina (6,33), znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu kao i njihova ljubaznost (6,28), te prepoznatljivost i atraktivnost događaja (6,17), kao i ponuda izleta u okolna mjesta (6,11). Kao najlošiji elementi ocijenjeni su selektivni oblici ponude: skupovi i kongresi, zdravstveni turizam i sadržaji za djecu. Problemi su i parkirališni prostor, te gužve na plažama. Upitna je prometna dostupnost Raba, što svakako predstavlja veliki problem u dolasku turista u ovu destinaciju.

Tablica 4.9-18: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Raba

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Ljepota krajolika	6,56	1.	Skupovi i kongresi	3,44
2.	Klima	6,44	2.	Lokalni promet	3,67
3.	Povijesno-kulturna baština	6,39	3.	Sadržaji za zdravstveni turizam	4,22
4.	Parkovi i zelene površine	6,33	4.	Parkirališta	4,24
5.	Znanje str. jezika zaposl. u turizmu	6,28	5.	Prometna dostupnost	4,72
6.	Uređenost mjesta	6,28	6.	Gužve na plažama	4,89
7.	Događaji	6,17	7.	Urbana skladnost	4,94
8.	Očuvanost okoliša	6,17	8.	Sadržaji za djecu	5,28
9.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	6,11	9.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	5,39
10.	Ponuda izleta	6,11	10.	Čistoća mora	5,44

4.10 ZADOVOLJSTVO STANOVNIŠTVA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE RIJEKE I RIJEČKOG PRSTENA

Turistička regija Rijeka i riječki prsten je u istraživanju zastupljena sa sljedećim destinacijama: Kostrena, Kraljevica i Rijeka.

4.10.1 Kostrena

Tablica 4.10-1: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Kostrene

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Klima	15	5,33	1,11	14	1
19	Ljepota krajolika	15	3,33	1,40	32	4
20	Očuvanost okoliša	15	3,73	0,88	29	2
21	Čistoća mora	15	3,73	0,70	29	2
	SADRŽAJI					
10	Događaji	15	4,67	1,23	21	8
16	Kulturno-povijesna baština	15	4,93	0,96	16	4
22	Sadržaji za djecu	15	2,20	1,01	35	13
27	Objekti za smještaj	15	4,93	1,16	16	4
28	Ugostiteljski objekti	15	5,80	0,68	7	1
29	Kulturni sadržaji	15	4,87	0,99	19	7
30	Zabavni sadržaji	15	4,93	0,96	16	4
31	Sportski sadržaji	15	5,80	0,68	7	1
32	Skupovi i kongresi	15	1,13	0,35	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	15	2,20	1,08	35	12
34	Nautička ponuda	15	4,00	1,20	28	10
35	Ponuda izleta	15	3,13	0,92	33	11
36	Lokalna gastronomija	15	4,47	0,92	24	9
37	Odnos cijene i kvalitete	15	5,20	0,77	15	3
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	15	5,80	0,86	7	6
6	Lokalni promet	15	5,93	0,88	5	4
7	Parkirišta	15	6,13	0,74	3	3
12	Uređenost mjesta	15	4,80	0,94	20	8
13	Urbana skladnost	15	4,40	1,18	26	12
14	Šetnice	15	6,33	0,72	1	1
15	Parkovi i zelene površine	15	4,67	1,35	21	9
17	Uređenost i čistoća plaža	14	4,50	1,22	23	11
18	Gužve na plažama	15	3,07	1,87	34	13
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	15	5,53	0,64	12	7
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	15	5,87	0,64	6	5
26	Trgovine	15	6,20	0,77	2	2
	PREPOZNAVANJE, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	15	4,47	1,25	24	2
9	Turistička signalizacija	15	5,73	1,10	10	1
11	Suvenirni	15	3,47	1,46	31	4
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	15	4,33	0,90	27	3
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	15	5,60	0,63	11	2
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	15	6,07	0,70	4	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	14	5,50	1,02	13	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

U Kostreni svi su elementi prirodno resursne osnove lošije rangirani nego u ostalim destinacijama. Jedino se klima ističe nešto većom ocjenom, dok su ljepota krajolika, očuvanost okoliša i čistoća mora dobili lošije ocjene što svakako ne predstavlja prednost ove destinacije.

- **Sadržaji**

Elementi selektivnih oblika turizma ne odskakuju od prosjeka konkurentnih destinacija i dobili su slabije ocjene. Najbolje je pozicionirana ponuda ugostiteljskih objekata kao i sportski sadržaji koji su puno bolje percipirani od zabavnih elemenata. Odnos cijene i kvalitete također je prema mišljenju

stanovništva relativno zadovoljavajući, a bitno ne odskoču ni objekti za smještaj.

- **Organiziranost destinacije**

Najbolje su rangirani uređenost šetnica i kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže. Parkirališni prostor te lokalni promet prema mišljenju stanovništva ne predstavljaju problem kao u većini destinacija na Kvarneru. Nisko je rangirana gužva na plažama i prekobrojnost kupaca uvjetovana dolaskom kupaca iz Rijeke što kvari ukupni dojam kupališne destinacije.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Turistička signalizacija dobila je najvišu ocjenu, dok osobna sigurnost, ponuda suvenira te informiranost nisu zadovoljavajući te je potrebno raditi na njihovom unaprjeđenju.

- **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost zaposlenih u turizmu dobila je najvišu ocjenu od strane stanovništva. Elementi ljubaznost stanovništva i znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu ocijenjeni su prosječno te ne odskoču od prosjeka Kvarnera.

- **Top +/-10 elemenata ponude**

Maksimalnu ocjenu (6,33) je prema mišljenju stanovništva zaslužila uređenost šetnica, a uz nju se pozicionirala opskrbljenost trgovina i adekvatan parkirališni prostor. Kostrena se ističe i ponudom ugostiteljskih objekata (5,87) kao i njihovim radnim vremenom (5,80), te ponudom sportskih sadržaja (5,80). Najlošije su ocijenjeni kongresna ponuda (1,13), zdravstveni sadržaji i sadržaji za djecu te prevelika gužva na plažama. Kao jasan problem istaknuta je ljepota krajolika, očuvanost okoliša, te čistoća mora.

Tablica 4.10-2: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Kostrene

5 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno		5 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno			
1.	Šetnice	6,33	1.	Skupovi i kongresi	1,13
2.	Trgovine	6,20	2.	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,20
3.	Parkirališta	6,13	3.	Sadržaji za djecu	2,20
4.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	6,07	4.	Gužve na plažama	3,07
5.	Lokalni promet	5,93	5.	Ponuda izleta	3,13
6.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	5,87	6.	Ljepota krajolika	3,33
7.	Ugostiteljski objekti	5,80	7.	Suveniri	3,47
8.	Sportski sadržaji	5,80	8.	Očuvanost okoliša	3,73
9.	Prometna dostupnost	5,80	9.	Čistoća mora	3,73
10.	Turistička signalizacija	5,73	10.	Nautička ponuda	4,00

4.10.2 Kraljevica

Tablica 4.10-3: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Kraljevice

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Klima	45	5,89	1,07	2	1
19	Ljepota krajolika	45	5,02	1,25	19	2
20	Očuvanost okoliša	45	4,96	1,09	21	3
21	Čistoća mora	44	4,39	1,33	27	4
	SADRŽAJI					
10	Događaji	45	5,78	1,28	8	3
16	Kulturno-povijesna baština	45	6,11	0,88	1	1
22	Sadržaji za djecu	45	2,58	1,47	35	11
27	Objekti za smještaj	45	3,40	1,45	30	8
28	Ugostiteljski objekti	45	5,51	0,97	11	4
29	Kulturni sadržaji	45	5,80	1,18	7	2
30	Zabavni sadržaji	45	5,33	1,54	16	5
31	Sportski sadržaji	45	2,93	1,47	33	10
32	Skupovi i kongresi	45	1,38	0,78	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	45	1,93	0,96	36	13
34	Nautička ponuda	45	3,36	1,42	31	9
35	Ponuda izleta	45	2,67	1,24	34	11
36	Lokalna gastronomija	45	4,40	1,27	26	7
37	Odnos cijene i kvalitete	45	4,91	1,10	22	6
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	45	5,87	0,79	4	1
6	Lokalni promet	45	4,91	0,97	22	9
7	Parkirališta	45	5,62	1,11	10	4
12	Uređenost mjesta	45	5,22	0,90	18	8
13	Urbana skladnost	45	5,67	0,95	9	3
14	Šetnice	45	4,71	1,12	24	10
15	Parkovi i zelene površine	45	4,67	1,04	25	11
17	Uređenost i čistoća plaža	45	4,33	1,19	28	12
18	Gužve na plažama	44	3,89	1,67	29	13
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	45	5,36	1,33	15	6
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	45	5,49	1,58	12	5
26	Trgovine	45	5,31	1,33	17	7
	PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	45	5,00	0,90	20	3
9	Turistička signalizacija	45	5,42	0,92	14	2
11	Suveniri	45	3,18	1,43	32	4
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	45	5,87	0,79	4	1
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost stanovništva	45	5,82	0,89	6	2
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	45	5,89	0,91	2	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	45	5,49	0,92	12	3

- **Prostor, resursi, okoliš**

Zdrava klima daleko je najbolje ocjenjeni element ponude u ovoj destinaciji. Ljepota krajolika i očuvanost okoliša lošije su ocijenjeni u odnosu na ostale elemente ponude ove destinacije iako imaju višu prosječnu ocjenu (4,96 i 4,39).

- **Sadržaji**

Kraljevica se ističe kvalitetom povijesne baštine i kulturnim sadržajima, a stanovništvo naglašava i kvalitetu događaja i ponudu ugostiteljskih objekata kao zadovoljavajuće. Od selektivnih oblika turizma najpozitivnije je ocijenjena nautička ponuda u kombinaciji s objektima za smještaj. S druge strane, Kraljevica nudi malo sportskih sadržaja i sadržaja za djecu, iako su primjetni neznatni pomaci.

- **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo Kraljevicu percipira kao lako dostupnu destinaciju u kojoj vlada urbana skladnost i u kojoj parkirališni prostori ne predstavljaju problem kao u ostalim destinacijama na Kvarneru. Kraljevica se ističe i kvalitetom trgovina kao i radnim vremenom ugostiteljskih objekata. Tri najgore rangirana elementa organiziranosti destinacije su: gužve na plažama, uređenost i čistoća plaža te parkovi i zelene površine.

- **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo ima sličan stav prema promatranim elementima kao i u ostalim destinacijama. Najlošije je ocjenjena dostupnost turističkim informacijama i prepoznatljivost destinacije.

- **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost zaposlenih u turizmu je najbolje rangirano od promatranih elemenata, dok bi trebalo poraditi na kvaliteti i znanju stranih jezika zaposlenih u turizmu.

- **Top +/-10 elemenata ponude**

U Kraljevici je stanovništvo između ponuđenih elemenata najpozitivnije ocijenilo kulturno – povijesnu baštinu (6,11), kao i prirodna obilježja, tj. klimu (5,89). Ostale prednosti su: ljubaznost zaposlenih u turizmu, prometna dostupnost, osjećaj sigurnosti te organizacija događaja. Iz siromaštva selektivnih sadržaja ističe se samo ponuda kulturnih sadržaja (5,80).

Kao negativni pokazatelji istaknuti su selektivni oblici turizma: kongresna ponuda, sadržaji za djecu, sportski sadržaji i nautička ponuda – niže ocjene nego u konkurentnim destinacijama.

Tablica 4.10-4: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Kraljevice

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Povijesno-kulturna baština	6,11	1.	Skupovi i kongresi	1,38
2.	Klima	5,89	2.	Sadržaji za zdravstveni turizam	1,93
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	5,89	3.	Sadržaji za djecu	2,58
4.	Prometna dostupnost	5,87	4.	Ponuda izleta	2,67
5.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	5,87	5.	Sportski sadržaji	2,93
6.	Ljubaznost stanovništva	5,82	6.	Suveniri	3,18
7.	Kulturni sadržaji	5,80	7.	Nautička ponuda	3,36
8.	Događaji	5,78	8.	Objekti za smještaj	3,40
9.	Urbana skladnost	5,67	9.	Gužve na plažama	3,89
10.	Parkirališta	5,62	10.	Uređenost i čistoća plaža	4,33

4.10.3 Rijeka

Tablica 4.10-5: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Rijeke

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima		4,08	1,40	25	4
19	Ljepota krajolika		4,50	1,26	4	1
20	Očuvanost okoliša		4,30	1,05	11	2
21	Čistoća mora		4,26	1,23	16	3
	SADRŽAJI					

10	Događaji		4,11	1,14	24	8
16	Kulturno-povijesna baština		4,36	1,15	7	3
22	Sadržaji za djecu	152	3,93	1,13	32	10
27	Objekti za smještaj	153	4,52	1,03	3	1
28	Ugostiteljski objekti	153	4,37	1,16	6	2
29	Kulturni sadržaji	153	4,31	1,11	10	4
30	Zabavni sadržaji	153	4,14	1,11	22	7
31	Sportski sadržaji	153	3,86	1,06	35	13
32	Skupovi i kongresi	153	3,58	1,06	36	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	153	3,92	1,12	33	11
34	Nautička ponuda	153	4,08	1,21	25	9
35	Ponuda izleta	153	4,16	1,19	20	6
36	Lokalna gastronomija	153	4,25	1,15	17	5
37	Odnos cijene i kvalitete	153	3,88	1,04	34	12
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna dostupnost		4,28	1,09	12	4
6	Lokalni promet		4,00	1,10	28	10
7	Parkirališta		3,57	1,12	37	12
12	Uređenost mjesta		4,27	1,16	14	6
13	Urbana skladnost		4,84	1,28	1	1
14	Setnice		4,23	1,01	18	7
15	Parkovi i zelene površine		4,16	1,15	20	8
17	Uređenost i čistoća plaža		4,12	1,03	23	9
18	Gužve na plažama		3,99	1,11	29	11
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)		4,28	1,14	12	4
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata		4,35	1,19	9	3
26	Trgovine		4,41	1,06	5	2
PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju		4,06	1,02	27	2
9	Turistička signalizacija		3,97	1,14	30	3
11	Suveniri		3,96	1,09	31	4
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite		4,20	1,11	19	1
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva		4,27	1,02	14	3
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu		4,67	1,17	2	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu		4,36	1,03	7	2

- **Prostor, resursi, okoliš**

Ljepota krajolika i očuvanost okoliša predstavljaju najbolje ocjenjene elemente ponude. Nešto lošije je percipirana čistoća mora (aritmetička sredina 4,26) i klima (4,08). Rijeka predstavlja industrijsko središte s brojnim zagađivačima pa su rezultati očekivani.

- **Sadržaji**

Rijeka se ističe ponudom smještajnih i ugostiteljskih objekata. U siromaštvu implementiranih selektivnih oblika turizma, najpozitivnije je ocjenjena kulturna ponuda. Bolje je ocijenjena i ponuda izleta te lokalna gastronomija, kao i kvaliteta i ponuda nautičkog turizma iako su ti rezultati dvojbjeni. Rijeka odskače kvalitetom i prepoznatljivošću događaja: maškare, proslava svetog Vida, Fiumanka. Osobito je istaknuta uloga TZ u kreiranju primjerenih manifestacija. Nažalost, Rijeka ne nudi dovoljno zabavnih i sportskih sadržaja i sadržaja za djecu iako su primjetni pozitivni kvalitativni koraci. Lošije u odnosu na ostale elemente je percipiran odnos cijene i kvalitete.

- **Organiziranost destinacije**

Stanovništvo Rijeke najbolje je ocijenilo urbanu skladnost grada (rang 1), a kao pozitivne ističu i prometnu dostupnost, uređenost mjesta, ponudu u trgovinama prisutnost mnogobrojnih trgovačkih lanaca), te radno vrijeme ugostiteljskih i uslužnih

objekata. U Rijeci značajno zaostaju slijedeći elementi: organizacija lokalnog prometa i parkirališni prostori, te gužve na plažama kao i njihova čistoća i uređenost.

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo Rijeke ima lošiji stav prema ovoj skupini elemenata nego u ostalim destinacijama. Najlošije je ocjenjena prepoznatljivost destinacije i dostupnost turističkim informacijama.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost zaposlenih u turizmu najbolje je rangirana od promatranih elemenata (rang 2) što je možda uvjetovano i time što Rijeka ipak nije turistički grad pa se ne javlja problem zasićenosti turistima. Trebalo bi, po mišljenju stanovništva, unaprijediti poznavanje stranih jezika zaposlenika u turizmu kao i sam odnos stanovništva prema turistima.

• **Top +/-10 elemenata ponude**

U Rijeci je stanovništvo najpozitivnije ocijenilo ljubaznost zaposlenih u turizmu, te kvalitetu smještajnih i ugostiteljskih objekata, kao i ljepotu krajolika. Unatoč tome što Rijeka predstavlja gradsko središte s orijentacijom na gradski, kongresni, kulturni, tranzitni turizam što bi trebalo utjecati na različite stavove stanovništva, iz bljedila komplementarnih sadržaja ističe se samo ponuda kulturnih sadržaja (4,31).

Tablica 4.10-6: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Rijeke

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,67	1.	Parkirališta	3,57
2.	Radno vrijeme ugost. djelatnosti	4,53	2.	Skupovi i kongresi	3,58
3.	Objekti za smještaj	4,52	3.	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,86
4.	Ljepota krajolika	4,50	4.	Odnos cijene i kvalitete	3,88
5.	Trgovine	4,41	5.	Sadržaji za zdravstveni turizam	3,92
6.	Ugostiteljski objekti	4,37	6.	Sadržaji za djecu	3,93
7.	Znanje str. jezika zaposlenih u turizmu	4,67	7.	Suveniri	3,96
8.	Kulturno – povijesna baština	4,67	8.	Turistička signalizacija	3,97
9.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	4,35	9.	Gužve na plažama	3,99
10.	Kulturni sadržaji	4,31	10	Lokalni promet	4,00

Kao negativni pokazatelji istaknuti su parkirališni prostori koji predstavljaju "rakanu" većine hrvatskih gradova. Istaknut i je problem gužvi na gradskim plažama kao i u njihovoj , te u kvaliteti i ponude kongresnog i zdravstvenog turizma. Kao negativni pokazatelji naglašen je "value for money".

4.11 Zadovoljstvo stanovništva elementima turističke ponude Gorskog Kotara

Tablica 4.11-1: Zadovoljstvo elementima turističke ponude Gorskog Kotara

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	60	4,00	1,41	22	3
19	Ljepota krajolika	60	5,20	1,48	1	1
20	Očuvanost okoliša	60	5,20	1,56	1	1

SADRŽAJI						
10	Događaji	60	3,57	1,28	34	11
16	Kulturno-povijesna baština	60	3,92	1,09	24	7
22	Sadržaji za djecu	58	3,86	1,18	25	8
27	Objekti za smještaj	60	4,07	1,07	20	6
28	Ugostiteljski objekti	59	4,17	1,30	17	5
29	Kulturni sadržaji	59	3,44	1,00	35	12
30	Zabavni sadržaji	60	3,85	1,13	26	9
31	Sportski sadržaji	60	4,23	1,31	12	4
32	Skupovi i kongresi	60	3,00	1,07	36	13
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	60	3,72	1,18	29	10
34	Nautička ponuda	58	2,62	1,50	37	14
35	Ponuda izleta	59	4,41	1,21	8	2
36	Lokalna gastronomija	60	4,57	1,36	6	1
37	Odnos cijene i kvalitete	60	4,25	1,11	10	3
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna dostupnost	60	4,48	1,32	7	2
6	Lokalni promet	60	3,72	0,99	29	12
7	Parkirališta	59	3,76	1,09	28	11
12	Uređenost mjesta	60	4,12	1,21	19	8
13	Urbana skladnost	60	4,05	1,14	21	9
14	Setnice	60	4,40	1,36	9	3
15	Parkovi i zelene površine	60	4,83	1,30	5	1
17	Uređenost i čistoća plaža	59	4,19	1,47	16	7
18	Gužve na plažama	58	4,24	1,59	11	4
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	60	3,78	1,08	27	10
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	60	4,20	1,18	14	5
26	Trgovine	60	4,20	1,05	14	6
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	59	3,58	1,12	33	4
9	Turistička signalizacija	60	3,70	1,01	31	3
11	Suveniri	19	4,00	1,29	22	2
23	Osjecaj sigurnosti i zaštite	19	5,00	0,82	3	1
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva	60	4,23	1,17	12	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	59	4,14	1,15	18	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	60	3,62	1,11	32	3

• Prostor, resursi, okoliš

Elementi prostora, resursa i okoliša najbolje su ocijenjeni (ljepota krajolika i očuvanost okoliša imaju rang 1), dok je znatno lošije po mišljenju stanovništva u odnosu na primorske destinacije ocijenjena klima (rang 22).

• Sadržaji

Kvaliteta smještajne i ugostiteljske ponude (osim lokalne gastronomije) lošije je ocijenjena od priobalnih destinacija što nalaže nužnost kvalitativnih pomaka. Ističe se jedino nešto boljom ocjenom kulturno – povijesne baštine te zabavnim sadržajima i sadržajima za djecu pogotovo u zimskim mjesecima, iako Gorski kotar zbog klimatskih prilika ima preduvjete za razvoj turizma i u ljetnim mjesecima. Zaostaje ponuda događaja, kulturnih zbivanja te organiziranih skupova i kongresa. Implikacija selektivnih sadržaja je vezana za poduzetničke sposobnosti pojedinaca i nije uključena u razvojnu strategiju Gorskog Kotara. Definitivno, Gorski Kotar dovoljno ne valorizira prirodne preduvjete razvoja turizma koji je u povojima i ne može uspješno konkurirati gorskim destinacijama europskih receptivnih zemalja.

• **Organiziranost destinacije**

Kao snažne komparativne prednosti u odnosu na promatrane destinacije su prometna infrastruktura, dostupnost te parkirališni prostor zbog slabe naseljenosti i malog broja turista.

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Stanovništvo ističe osobnu sigurnost i zaštitu u destinaciji kao zadovoljavajuće. Ostali elementi su lošije rangirani od prosjeka, ali djelomično i zbog lošijih ocjena svih elemenata ponude.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost domicilnog stanovništva i zaposlenih je bolje ocijenjena od prosjeka Kvarnera, dok je detektirano nepoznavanje stranih jezika kao značajni problem i barijera veće turističke valorizacije Gorskog Kotara.

• **Top +/-10 elemenata ponude**

Kao najpozitivniji elementi ocjenjeni su ljepota krajolika i očuvanost okoliša. Kao prednost izdvojena je prometna povezanost destinacije što predstavlja nedostatak ostalih destinacija. Ostale prednosti su čistoća destinacije, uređenost parkova i zelenih površina, osobna sigurnost i mogućnost izleta u okolinu.

Tablica 4.11-2: 10 najboljih i 10 najlošijih elemenata turističke ponude Gorskog Kotara

10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najviše zadovoljno			10 elemenata turističke ponude s kojima je stanovništvo najmanje zadovoljno		
1.	Ljepota krajolika	5,20	1.	Skupovi i kongresi	3,00
2.	Očuvanost okoliša	5,20	2.	Kulturni sadržaji	3,44
3.	Čistoća destinacije	4,88	3.	Događaji	3,57
4.	Parkovi i zelene površine	4,83	4.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,58
5.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	4,78	5.	Znanje stranih jez. zaposl. u turizmu	3,62
6.	Lokalna gastronomija	4,57	6.	Turistička signalizacija	3,70
7.	Prometna dostupnost	4,48	7.	Sadržaji za zdravstveni turizam	3,72
8.	Ponuda izleta	4,41	8.	Lokalni promet	3,72
9.	Šetnice	4,40	9.	Parkirališta	3,76
10.	Odnos cijene i kvalitete	4,25	10.	Sadržaji za djecu	3,86

Kao najlošiji elementi navedeni su kvaliteta kongresne ponude, kvaliteta i ponuda kulturnih sadržaja, te ponuda događaja. Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu je izražena kao slabost zbog deficitarnosti takvog kadra. Navedeni rezultati stavova ne ističu dovoljno različitost Gorskog Kotara kao regije od primorskih destinacija te prevladavaju slični stavovi i o pozitivnim i o negativnim elementima turističke ponude.

Ocjene zadovoljstva stanovništva elementima turističke ponude destinacije Kvarnera determiniraju sadašnje stanje turističkog razvoja. Na njih se nadograđuju ocjene domicilnog stanovništva dostignute razine turističkog razvoja i njegovog utjecaja na kvalitetu života koje potiču inoviranje koncepcije razvoja turizma destinacija Kvarnera i permanentno kvalitativno poboljšavanje poslovanja.

4.12 OCJENE DOMICILNOG STANOVNIŠTVA DOSTIGNUTE RAZINE TURISTIČKOG RAZVOJA DESTINACIJE I NJEGOVOG UTJECAJA NA KVALITETU ŽIVOTA

Turizam uvjetuje i određuje život domicilnog stanovništva u destinaciji pogotovo u vrijeme ljetne sezone. Njegov utjecaj je dvosmjernan: pozitivan koji poboljšava razinu života domicilnog stanovništva i negativan koji ima negativne reperkusije i konotacije na kvalitetu života domicilnog stanovništva. Ukupna ocjena domicilnog stanovništva o razini razvoja turizma se sastoji od 30 pokazatelja. Ti kriteriji se mogu podijeliti na pozitivne i negativne utjecaje.

Teze pozitivnog utjecaj turizma na kvalitetu života domicilnog stanovništva su: dosadašnji razvoj turizma značajno je poboljšao standard stanovništva, lokalno stanovništvo treba biti uključeno u donošenje razvojnih planova za turizam, razvoj turizma poboljšao je razinu ljubaznosti stanovništva, koristi od turizma premašuju prateće negativnosti, turistički razvoj povećao je izgradnju i kvalitetu objekata za rekreaciju dostupnih i stanovništvu, turizam utječe na uređenost cesta i parkirališta, turizam je potaknuo ulaganje u infrastrukturu, razvoj turizma unaprijedio je izgled i uređenost mjesta, stanovništvo je zadovoljno načinom planiranja turističkog razvoja destinacija, interes turista potaknuo je revitalizaciju običaja i tradicionalnih aktivnosti lokalnog stanovništva, turizam utječe na promjene ponašanja stanovništva, turizam pomaže očuvanju kulturnog identiteta i nasljeđa, turizam značajno mijenja tradicionalnu kulturu stanovništva i sustav vrijednosti, susreti s turistima promoviraju međukulturnu razmjenu, stvarajući radna mjesta i generirajući prihod turizam utječe na rast društvenog blagostanja stanovništva, stanovništvo mijenja zanimanja te se sve više orijentira na zanimanja vezana uz turizam, turizam je već bitno unaprijedio ekonomsko stanje destinacije, stanovništvo je primjereno obaviješteno o mogućnostima poduzetničkih aktivnosti u turizmu.

Teze koje generiraju negativan učinak razvoja turizma na kvalitativnu razinu domicilnog stanovništva su: sigurnost stanovništva dovedena je u pitanje razvojem turizma, rast turističkog prometa uzrokovati će gužve, rast broja turista izazvati će zaoštavanje odnosa lokalnog stanovništva i turizma, zbog razvoja turizma rastu cijene što izaziva negodovanje stanovništva, kontakti stanovništva i turista potencijalno su rizični za zdravlje, turizam će potaknuti rast taksi i drugih davanja, turizam ima utjecaj na rast organiziranog kriminala, turizam značajno povećava prometne probleme u destinaciji, u destinaciji se bilježi značajan rast buke, turizam je uzrokovao pojavu većih količina smeća na ulicama, mali broj stanovnika ima ekonomske koristi od turizma. Postavljene teze se ocjenjuju s ocjenama 1 do 7 (1 – u potpunosti se ne slažem, 2 - većinom se ne slažem, 3 – uglavnom se ne slažem, 4 – niti se slažem niti se ne slažem, 5 – uglavnom se slažem, 6 – većinom se

slažem, 7 – u potpunosti se slažem). Ocjene zadovoljstva domicilnog stanovništva segmentima ponude se može najbolje prikazati pomoću statističkih pokazatelja: aritmetička sredina (prosječna ocjena svih anketiranih stanovnika), medijan (zaokružena prosječna ocjena anketiranog stanovništva), mod (ocjena koja se najčešće ponavlja kao rezultat ocjenjivanja), standardna devijacija (raspon odstupanja od aritmetičke sredine).

Tablica 4.12-1: Ocjene stanovništva o razini turističkog razvoja i njegovom utjecaju na kvalitetu života

OCJENA	Aritmetička sredina	Medijan	Mod	Stand. devijacija
Dosadašnji razvoj turizma značajno je poboljšao standard stanovništva	4,01	4	3	1,604
Sigurnost stanovništva dovedena je u pitanje razvojem turizma	3,24	3	3	1,542
Rast turističkog prometa uzrokovati će gužve značajnih objekata	4,18	4	4	1,559
Rast broja turista izazvati će zaoštavanje odnosa lokalnog stanovništva i turista	3,13	3	3	1,559
Zbog razvoja turizma rastu cijene što izaziva negodovanje stanovniš.	4,38	4	4	1,698
Kontakt turista i stanovništva	3,07	3	3	1,601
Turizam će potaknuti rast taksi i drugih davanja	4,28	4	4	2,778
Lokalno stanovništvo treba biti uključeno u donošenje razvojnih planova za turizam	5,40	6	7	1,840
Razvoj turizma poboljšao je razinu ljubaznosti stanovništva	4,41	4	5	1,525
Koristi od turizma premašuju prateće negativnosti	4,28	4	4	1,530
Turizam je utjecao na rast organiziranog kriminala	3,65	4	4	1,584
Turizam je značajno povećao prometne probleme destinacije	4,64	5	5	1,585
U destinaciji se bilježi značajan rast buke	4,39	4	4	2,770
Turistički razvoj povećao je izgradnju i kvalitetu objekata za rekreaciju dostupnih i stanovništvu	4,11	4	4	1,607
Turizam utječe na uredenost cesta i parkirališta	4,5	5	5	1,551
Turizam je potaknuo ulaganje u infrastrukturu	4,59	5	5	1,534
Razvoj turizma unaprijedio je izgled i uredenost mjesta	4,79	5	5	1,459
Stanovništvo je zadovoljno načinom planiranja turističkog razvoja destinacije	3,80	4	4	1,443
Turizam je uzrokovao pojavu većih količina smeća na ulicama				
Interes turista potaknuo je revitalizaciju običaja i tradicionalnih aktivnosti lokalnog stanovništva	4,48	4	4	1,440
Turizam utječe na promjene ponašanja stanovništva	4,30	4	4	1,462
Turizam pomaže očuvanje kulturnog identiteta i naslijeđa	4,45	4	4	1,478
Turizam značajno mijenja tradicionalnu kulturu stanovništva i sustav vrijednosti	3,94	4	4	1,456
Susreti s turistima promoviraju međukulturnu razmjenu	4,64	4	4	1,460
Mali broj stanovnik ima ekonomske koristi od turizma	3,90	4	4	2,278
Stvarajući radna mjesta i generirajući prihod turizam utječe na rast društvenog blagostanja stanovništva	4,44	4	4	1,555
Stanovništvo mijenja zanimanje te se sve više orijentira na zanimanja vezana za turizam	4,43	4	4	1,579
Turizam je već bitno unaprijedio ekonomsko stanje destinacije	4,34	4	4	1,537
Stanovništvo je primjereno obaviješteno o mogućnostima poduzetničkih aktivnosti u turizmu	3,64	4	4	1,566

Većina domicilnog stanovništva se najviše slaže sa sljedećim pozitivnim utjecajem razvoja turizma na kvalitetu njihova života: lokalno stanovništvo treba biti uključeno u donošenje razvojnih planova za turizam (prosječna ocjena 5,40), razvoj turizma unaprijedio je izgled i uređenost mjesta (4,79), susret s turistima promoviraju međukulturnu razmjenu (4,64), turizam je potaknuo ulaganja u infrastrukturu (4,59). Najlošije su ocjenjene sljedeće teze: stanovništvo je primjereno obaviješteno o mogućnostima poduzetničkih aktivnosti u turizmu (3,64), stanovništvo je zadovoljno načinom planiranja turističkog razvoja destinacije (3,80), turizam značajno mijenja tradicionalnu kulturu stanovništva i sustav vrijednosti (3,94).

Domicilno stanovništvo se najviše slaže sa sljedećim tezama o negativnom efektu turizma na kvalitetu života domicilnog stanovništva: turizam značajno povećava prometne probleme u destinaciji (4,64), u destinaciji se bilježi značajan rast buke (4,39), zbog razvoja turizma rastu cijene što izaziva negodovanje stanovništva (4,38). Najmanje se stanovništvo slaže sa sljedećim negativnim tezama: sigurnost stanovništva dovedena je u pitanje razvojem turizma (3,24), turizam je utjecao na rast organiziranog kriminala (3,65), mali broj stanovnika ima ekonomske koristi od turizma (3,90).

Domicilno stanovništvo različito ocjenjuje razinu turističkog razvoja i njegov utjecaj na kvalitetu života po turističkim destinacijama Kvarnera. Analiza pruža mogućnost dijagnosticiranja koji su pozitivni i negativni utjecaji razine turističkog razvoja na kvalitetu života najjače izraženi u pojedinim destinacijama Kvarnera. Ocjene stanovništva o razini turističkog razvoja i njegovom utjecaju na kvalitetu života omogućuje:

- Analizu sadašnjeg stanja razine utjecaja razvoja turizma na kvalitetu života domicilnog stanovništva u promatranim destinacijama;
- Ishodište rekonceptije razvoja turizma destinacija u cilju potenciranja pozitivnih utjecaja i limitiranja negativnih utjecaja razvoja turizma na kvalitetu života domicilnog stanovništva.

Domicilno stanovništvo mora biti uključeno u definiranje nove koncepcije razvoja turizma u promatranim destinacijama. Osnovno pitanje je kako upravljati promjenama na turističkom tržištu, kako se prilagoditi novim turističkim preferencijama i kako multiplicirati profit uz naglašavanje pozitivnih utjecaja razvoja turizma na kvalitetu života domicilnog stanovništva.

Tablica 4.12-2: Prosječna ocjena zadovoljstva stanovništva turističkom ponudom po destinacijama

Elementi turističke ponude koje je stanovništvo ocjenjivalo	CVR – Crikveničko–vinodolska rivijera				Opatijska rivijera					Otoki						Riječki prsten			Gorski kotar	Ukupno				
	Crikvenica	Jadransko	Novi Vinodolski	Salce	Ičići	Lovran	Medveja	Mošćenička Draga	Opatija	Otok Krk					Otok Rab		Kostrena	Kraljevica			Rijeka			
										Baška	Krk	Malinska	Omišalj	Punat	Otok Cres	Mali Lošinj						Lopar	Rab	
Aritmetička sredina dobivenih odgovora (skala ocjenjivanja 1–7) i to za:																								
1.	Rast buke	4,37	4,25	4,75	4,31	4,50	4,13	5,43	4,38	4,00	5,63	5,40	5,25	4,97	5,03	4,42	4,92	9,19	4,06	5,87	4,51	3,58	3,28	4,39
2.	Poveć. izgrad. i kval. objek. za rekreac. dostupnih i stan.	4,14	4,05	4,00	4,18	4,92	4,25	4,43	4,40	4,16	5,32	3,79	4,25	4,19	4,83	3,76	4,50	5,06	4,83	5,47	1,91	3,79	4,05	4,11
3.	Utjecaj turizma na uređ. cesta i park.	4,46	4,50	4,82	4,69	5,67	4,49	5,14	5,70	4,41	5,00	4,71	4,67	6,03	4,97	4,43	4,61	4,87	3,89	5,60	4,18	3,67	4,08	4,50
4.	Poticaj turizma na ulag. u infrastrukturu	4,57	4,70	4,93	4,93	5,33	4,58	4,29	5,77	4,61	5,61	5,14	4,50	5,52	5,34	4,66	4,59	5,19	4,50	3,80	3,49	3,96	4,26	4,59
5.	Utj. razv. turizma na izgled i uređ. mjesta	4,57	4,32	4,82	4,59	5,92	5,02	5,86	5,83	5,22	5,58	5,14	4,89	5,52	5,76	4,45	4,59	5,75	5,89	5,20	4,51	3,99	4,05	4,79
6.	Zadov. stan. načinom pl. turist. razv. dest.	3,91	2,75	4,03	4,00	3,50	3,21	3,57	4,83	3,62	3,58	3,86	3,78	2,61	4,07	3,45	4,05	5,50	4,89	4,13	4,69	3,64	3,35	3,80
7.	Turizam kao uzrok pojave većih količina smeća na ulicama	4,37	3,85	4,52	4,48	3,92	4,08	4,71	4,13	3,92	5,53	4,67	5,88	4,84	4,66	4,95	5,50	3,94	3,06	6,07	5,53	3,31	3,57	
8.	Utjecaj tur. na promj. ponašanja st.	4,14	3,25	4,92	4,21	5,00	4,43	5,00	5,37	4,77	4,21	5,14	5,78	4,53	5,00	4,22	4,29	5,88	5,89	4,93	5,44	3,70	4,05	4,48
9.	Utjecaj tur. na promj. ponašanja st.	4,34	3,80	4,65	4,48	5,17	4,15	4,00	4,90	4,18	5,05	4,57	5,11	5,58	5,83	4,55	4,19	4,19	3,94	3,73	4,98	3,58	3,62	4,30

Tourism and Hospitality Management, Vol. 13, No.1, pp. 1-400, 2007
 OCJENA TURISTIČKE PONUDE KVARNERA // ASSESSING THE KVARNER TOURISM OFFERING

10.	Unaprij. kult. događ. zahvaljujući turizmu	3,79	3,95	4,11	4,21	5,33	4,21	4,86	4,83	4,30	4,42	4,55	3,89	4,65	5,34	3,61	4,36	5,69	6,39	5,20	5,53	3,75	3,17	4,25
11.	Uloga tur. u očuvanju kult. ident. i naslijeđa	4,01	4,05	4,76	4,41	5,42	4,45	5,00	5,40	4,32	4,16	5,05	5,11	4,74	5,10	4,16	4,41	5,81	5,89	5,07	5,53	3,82	4,18	4,45
12.	Uloga tur. u mijenj. tradic. kulture st. i sustava vrijednosti	4,09	4,25	4,06	4,03	3,92	3,62	3,43	4,77	3,75	4,95	4,20	3,22	4,03	4,55	3,95	4,35	4,31	4,06	3,60	4,33	3,45	3,43	3,94
13.	Prom. međukulturne razmj. susr. s turist.	4,54	4,50	5,26	4,41	5,00	5,00	5,71	5,93	4,47	5,05	4,90	4,67	5,41	4,86	4,45	4,51	4,75	5,61	4,60	4,84	3,98	4,08	4,64
14.	Ekon. korist malog br. stan. od turizma	4,04	3,80	4,18	4,14	4,33	4,20	4,43	3,40	4,25	2,26	3,90	4,00	4,29	3,86	3,95	4,09	2,44	3,35	3,67	3,76	3,55	3,72	3,90
15.	Utjecaj na rast društ. blagost. st. stvar. novih radnih mjesta	4,43	4,55	4,87	3,79	5,58	4,36	5,00	5,63	4,60	,05	4,20	4,56	5,55	5,03	4,32	4,53	4,75	4,11	3,33	3,38	3,88	4,08	4,44
16.	Promj. zanim. st. i poveć. orijent. za zan. vezana uz turizam	4,55	2,85	5,11	3,52	4,75	4,27	6,00	5,37	4,47	5,05	4,60	5,11	5,19	6,07	5,34	4,65	4,31	5,33	3,47	3,38	3,73	3,72	4,43
17.	Unaprij. ek. stanja destinacije turizmom	4,44	3,60	4,97	3,79	5,25	4,05	5,29	5,60	4,57	5,21	4,70	4,33	5,21	5,11	4,53	4,58	5,56	5,33	3,20	2,91	3,83	3,03	4,34
18.	Primj. obavij. st. o moguć. pod. akti. u turizmu	3,88	2,25	3,80	3,59	3,00	3,30	3,29	4,27	3,67	3,95	3,20	3,56	3,10	4,00	3,18	3,71	4,69	3,50	4,13	5,02	3,45	2,87	3,64

Copyright of *Tourism & Hospitality Management* is the property of *Tourism & Hospitality Management* and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.