

6 KOMPARATIVNA ANALIZA ELEMENATA TURISTIČKE PONUDE

6.1 PRISTUP KOMPARATIVNOJ ANALIZI

Nakon što su utvrđeni i pojedinačno ocijenjeni svi elementi turističke ponude turističke destinacije Kvarner i užih destinacija kao sub-regija, pristupa se njihovom međusobnom uspoređivanju s ciljem dobivanja sumarne ocjene kao polazišta za djelovanje. U prvoj fazi istraživanja obuhvaćen je uzorak od 10 užih turističkih destinacija, dok je u ovom istraživanju taj broj udvostručen, te su obuhvaćene slijedeće sub-regije i uže turističke destinacije u njihovom sastavu:

a) Crikveničko-Vinodolska rivijera (CVR):

1. Crikvenica
2. Novi Vinodolski
3. Selce
4. Jadranovo

b) Opatijska Rivijera

5. Opatija
6. Lovran
7. Ičići
8. Medveja
9. Mošćenička Draga

c) Otoci

10. Krk
11. Baška
12. Punat
13. Omišalj
14. Cres Lošinj
15. Rab
16. Lopar

d) Rijeka i prsten

17. Rijeka
18. Kraljevica
19. Kostrena

e) Gorski Kotar

20. Gorski Kotar

f) Kvarner-prosjek

Izabrani uzorak ocjenjujemo reprezentativnim, jer po teritorijalnom ustroju i raznolikosti ponude mogu biti uspješan reprezentant ukupne turističke ponude sub-regija i turističke destinacije Kvarner kao cjeline. Cilj je ovog istraživanja bio ocijeniti zadovoljstvo turista, stanovništva, i turističkog menadžmenta s onim elementima turističke ponude koje ova destinacija nudi, kao i s

dostignutom razinom kvalitete, pri čemu se komparativnom analizom željelo ukazati na način kako svaka pojedina skupina percipira iste elemente turističke ponude u svakoj pojedinoj destinaciji. Predmet komparativne analize su samo oni elementi, koji su bili predmetom ocjene od strane svake navedene interesne skupine, a ocjenjivani su prema istom upitniku i sa istih polazišta. Predmetom komparativne analize nisu bila ostala pojedinačna pitanja, koja su bila prilagođena profilu pojedinoj ciljnoj skupini ispitanika, što znači da će se u nastavku uspoređivati samo prosječne ocjene dobivene temeljem zajedničkog upitnika kojim se ocjenjivala njihova percepcija o kvaliteti ponude koja se može povezati uz specifične skupine elemenata turističke ponude i to za:

- prostor, resurse i okoliš
- sadržaje
- organiziranost destinacije
- prepoznatljivost, sigurnost i informiranost, te za
- stanovništvo i zaposlene

na način da se prezentiraju prosječne ocjene skupine i svakog pojedinog elementa unutar te skupine, što će se prezentirati za zbirno za turističku destinaciju Kvarner i za njene sub-regije.

6.2 ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA KVARNER)

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini turističke destinacije Kvarner će se prezentirati sumarno kao aritmetička sredina svih pojedinačnih ocjena dobivenih unutar ponuđenog ranga ocjenjivanja od 1 do 7, na način kako to prikazano u tablici br. 6-2.1.

Tablica 6.2-1: Ocjena elementa turističke ponude turističke destinacije Kvarner

R.br.	Elementi turističke ponude	N	turisti	ø	stanovništvo	ø	me-nadž-ment	ø	prosjeck
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ			5,47		4,96		5,53	5,32
1.	Klima	1938	5,22		5,05		5,44		5,24
19.	Ljepota krajolika	1920	5,78		5,27		6,40		5,82
20.	Očuvanost okoliša	1911	5,28		4,68		4,94		4,97
21.	Čistoća mora	1903	5,61		4,84		5,34		5,26
	SADRŽAJI			4,68		4,05		3,90	4,21
10.	Događaji	1896	4,59		3,96		3,78		4,11
16.	Kulturno-povijesna baština	1908	5,07		4,67		4,49		4,74
22.	Sadržaji za djecu	1878	4,50		3,74		3,63		3,96
27.	Objekti za smještaj	1911	5,20		4,66		4,75		4,87

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

28.	Ugostiteljski objekti	1913	5,14		4,56		4,68		4,79	
29.	Kulturni sadržaji	1893	4,69		4,19		3,97		4,28	
30.	Zabavni sadržaji	1901	4,62		3,84		3,54		4,00	
31.	Sportski sadržaji	1878	4,40		3,59		3,83		3,94	
32.	Skupovi i kongresi	1780	3,53		3,22		2,87		3,21	
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	1830	4,17		3,65		3,07		3,63	
34.	Nautička ponuda	1825	4,54		3,92		3,35		3,94	
35.	Ponuda izleta	1873	5,00		4,24		4,14		4,46	
36.	Lokalna gastronomija	1892	5,28		4,34		4,34		4,65	
37.	Odnos cijene i kvalitete	1916	4,84		4,05		4,15		4,35	
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					4,97		4,40		4,21	4,53
5.	Prometna dostupnost	1918	4,82		4,28		4,54		4,55	
6.	Lokalni promet	1907	4,40		3,84		3,78		4,01	
7.	Parkirališta	1909	4,07		3,49		3,10		3,55	
12.	Uređenost mjesta	1910	5,23		4,60		4,19		4,67	
13.	Urbana skladnost	1916	5,01		5,26		3,82		4,70	
14.	Šetnice	1922	5,37		4,77		4,72		4,95	
15.	Parkovi i zelene površine	1914	5,38		4,87		4,48		4,91	
17.	Uređenost i čistoća plaža	1905	5,23		4,32		3,99		4,51	
18.	Gužve na plažama	1896	4,74		3,86		3,74		4,11	
24.	Radno vrijeme, usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	1896	5,07		4,44		4,46		4,66	
25.	Radno vrijeme ug. objekata	1909	5,25		4,52		4,93		4,90	
26.	Trgovine	1915	5,04		4,58		4,82		4,81	
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					4,86		4,18		4,16	4,40
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	1903	4,82		4,12		3,97		4,30	
9.	Turis. signalizacija u destinaciji	1905	4,79		4,11		4,24		4,38	
11.	Suvenirni	1906	4,75		3,92		3,42		4,03	
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	1895	5,09		4,58		4,99		4,89	
STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI					5,33		4,66		4,90	4,96
3.	Ljubaznost zaposl. u turizmu	1936	5,37		4,74		4,95		5,02	
2.	Ljubaznost stanovništva	1924	5,39		4,72		5,01		5,04	
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	1915	5,22		4,51		4,75		4,83	
Ø ocjena na razini destinacije Kvarner		1899	4,93		4,32		4,29		4,51	

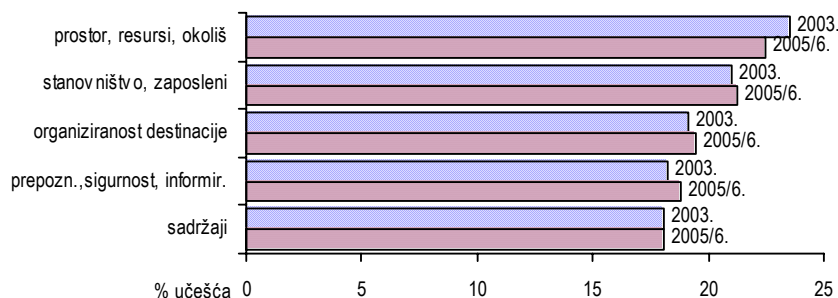
Rezultate ovog istraživanja treba sagledati u komparaciji sa rezultatima prethodnog istraživanja (iz 2003. godine) čija je usporedba otežana, obzirom da je ispitanicima tada bio ponuđen rang 1-5 a sada 1-7, pa je bilo potrebno dobivene rezultate kroz relativan odnos svesti na zajednički nazivnik. U nastavku će se prezentirati prosjek/prosjeka turističke destinacije Kvarner, a temeljem svih onih ocjena do koji se došlo ispitivanjem pojedinih ciljnih skupina po sub-regijama i užim turističkim destinacijama. Uspoređivanjem dobivene prosječne ocjene za svaku skupinu elemenata, učinjeno je kroz njihov relativan odnos, s ciljem da se kroz komparativnu analizu ocijeni da li su u određenoj skupini učinjeni pozitivni ili negativni pomaci. U nastavku se može uočiti da su da je grupa "prostor, resursi, okoliš" zadržala prvo mjesto, a grupa "sadržaji" je i dalje je na začelju (tablica 6-2.2.).

Može se ocijeniti da je došlo do određenih pozitivnih pomaka u percepciji ispitivanih skupina, koje se slažu da je nešto viša razina ljubaznosti stanovništva i zaposlenih kao i znanja stranih jezika, neznatno je podignuta razina organiziranosti destinacije, te prepoznatljivost, sigurnost i informiranost gostiju.

Tablica 6.2-2 : Rang grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005. godini

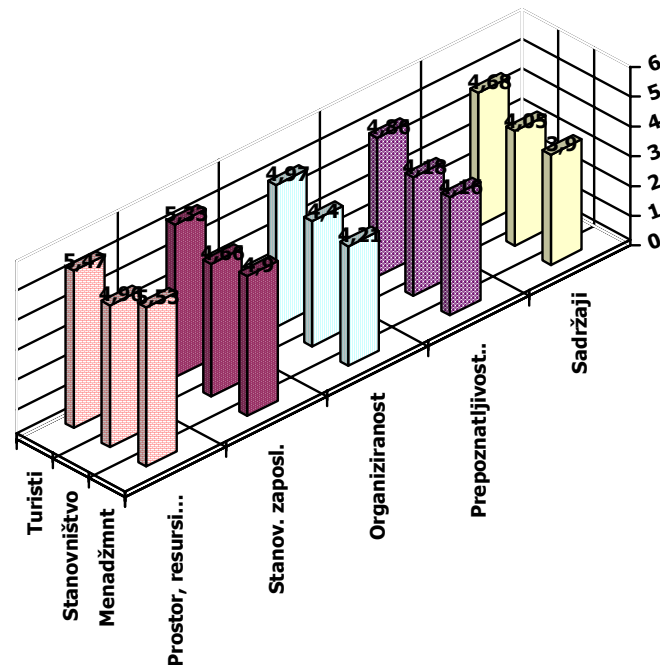
Rang:	Grupe elemenata turističke ponude:	Ø ocjena 2003.	Ø ocjena 2005/6.	< = >
(1)	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ	4,03 (23,56%)	5,28 (22,44%)	<
(2)	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI	3,59 (20,99%)	5,00 (21,26%)	>
(3)	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE	3,27 (19,12%)	4,57 (19,43%)	>
(4)	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST	3,12 (18,25%)	4,42 (18,79%)	>
(5)	SADRŽAJI	3,09 (18,07%)	4,25 (18,07%)	=

Slika 6.2-1 : Relativni odnosi grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005/6. godini



Ovi su pomaci utjecali na relativno smanjenje učešća elemenata "prostor, resursi, okoliš" iako ova grupa elemenata i dalje zadržava apsolutni primat. Na žalost su sadržaji i dalje na posljednjem mjestu i ne bilježe pozitivne pomake. Navedeno je ilustrirano na slici 6-2.1. U nastavku će se ocjenjivati pojedinačni odnosi koji se javljaju unutar određen skupine elemenata turističke ponude, a ovisno o tome kako ih sagledava pojedina interesna skupina na razini turističke destinacije Kvarnera, a polazeći od globalnih odnosa prikazanih na slici 6-2.2.

Slika 6.2-2: Ocjena svih elemenata turističke ponude Kvarnera



Općenito se može uočiti da su ocjene koje daju turisti za pojedine elemente turističke ponude znatno više, od ocjena koje daje stanovništvo odn. turistički menadžment. Navedeno upućuje da je kod njih prisutan viši stupanj kritičnosti ali i svijest o potrebi unapređenja u svim elementima turističke ponude. To npr. znači da su svi ispitanici jedinstveni u ocjeni da su prirodni resursi "najjači adut" ove destinacije, jer i sada drže prvo mjesto s prosječnom ocjenom 5,32, iako su ocjene turista znatno više (5,47) od ocjena turističkog menadžmenta (5,53) kao i stanovništva (4,96). Još je drastičniji primjer kod "sadržaja", kao najslabije ocjenjene grupe elemenata turističke ponude (prosjeak 4,21), gdje je raspon još veći, pošto turisti istu ocjenjuju s ocjenom 4,68, stanovništvo sa 4,05 i menadžment sa samo 3,9. U nastavku će se detaljnije ocjenjivati svaka grupa elemenata, ali i odnosi među pojedinim turističkim destinacijama unutar turističke destinacije Kvarner kao cjeline.

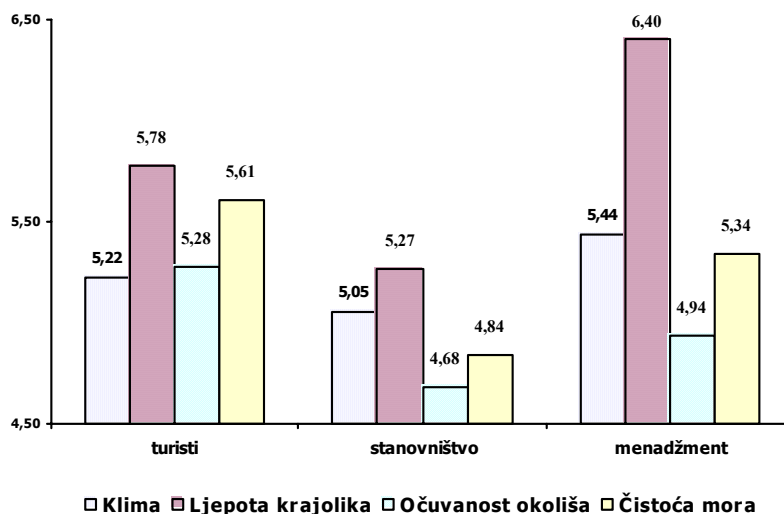
Tablica 6-2.3: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude po sub-regijama i turističkim mjestima u 2005/6. godini

Red. broj	Elementi turističke ponude	CVR - Crikveničko-vinodolska riviera				Opatijska rivijera					Otok Krk				Otok			Otok Rab			Rijeka i prsten			Gorski kotar	Kvarner ukupno
		Crikenica	Jadrano	Novi Vin	Selce	Opatija	Lovran	Ičići	Medveja	Moš Drag	Baška	Krk	Omišalj	Punat	Cres	Lošinj	Lo-par	Rab	Kostre	Rijeka	Kralje				
	PROST., RESUR. OKOLIS	5,20	5,44	5,26	5,18	5,26	4,99	4,98	5,30	5,62	5,62	5,36	4,31	5,33	6,03	5,62	5,64	5,97	4,46	4,77	4,93	4,94	5,32		
1.	Klima	5,42	5,38	4,66	4,84	5,48	4,87	4,98	5,50	5,64	5,47	5,16	4,86	4,87	5,92	5,99	5,49	6,10	4,38	4,77	4,82	4,86	5,25		
19.	Ljepota krajolika	5,14	5,52	5,78	5,52	5,78	5,74	5,23	5,70	5,84	6,24	5,54	4,49	5,88	6,29	5,64	6,02	6,47	4,38	5,32	5,01	5,96	5,61		
20.	Očuvanost okoliša	4,91	5,16	4,83	4,89	4,82	4,74	4,82	4,99	5,43	5,16	5,22	3,71	5,22	5,70	5,16	5,43	5,73	4,33	4,38	4,90	5,56	4,98		
21.	Čistoća mora	5,31	5,70	5,75	5,46	4,94	4,62	4,89	5,02	5,55	5,60	5,51	4,19	5,35	6,21	5,68	5,63	5,57	4,76	4,61	4,99	3,36	5,28		
	SADRŽAJI	4,19	3,78	4,01	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31	4,31		
10.	Događaji	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06	4,06		
16.	Kulturno-povijesna baština	4,34	4,44	4,74	4,29	4,73	4,69	4,09	4,57	4,37	5,14	5,29	4,74	5,17	5,46	4,76	5,42	6,22	3,95	4,85	4,85	4,39	4,80		
22.	Sadržaji za djecu	4,39	3,84	4,00	3,91	3,85	3,49	4,16	4,14	4,05	3,95	4,00	3,77	4,39	4,28	4,18	5,10	4,97	2,31	3,83	2,27	4,03	4,03		
27.	Objekti za smještaj	4,65	5,00	4,97	4,99	4,99	4,58	4,63	4,72	5,01	5,06	4,31	4,99	4,98	5,09	5,84	5,83	4,34	4,50	4,10	4,72	4,93			
28.	Ugostiteljski objekti	4,66	4,56	4,71	5,06	4,75	4,51	4,60	4,55	4,69	5,01	4,95	4,33	5,00	4,81	4,99	5,75	4,78	4,79	4,95	4,75	4,86			
29.	Kulturni sadržaji	4,02	3,90	4,23	4,40	4,26	4,05	3,62	4,01	4,20	4,33	4,84	4,20	4,57	4,18	4,51	4,97	5,55	3,84	4,43	4,61	3,93	4,32		
30.	Zabavni sadržaji	4,14	3,36	3,92	4,26	3,96	3,38	3,22	3,92	4,35	3,75	4,27	3,79	4,08	3,82	4,10	4,78	5,07	4,04	4,47	4,34	3,95	4,04		
31.	Sportski sadržaji	4,30	3,19	3,61	4,03	3,65	3,39	3,21	3,98	4,62	3,84	4,05	3,52	3,97	3,83	3,98	4,66	4,85	4,60	3,68	3,38	4,40	3,95		
32.	Skupovi i kongresi	3,49	2,62	2,81	3,19	4,41	3,53	3,09	3,08	4,06	2,91	2,86	2,57	2,94	2,98	3,00	3,03	3,47	1,32	3,46	1,28	3,25	3,10		
33.	Sadržaji za zdrav. i turizam	4,16	3,22	3,31	4,08	4,63	3,56	3,53	3,48	4,86	3,73	3,62	2,40	3,15	3,90	4,11	3,08	4,04	1,76	3,60	1,61	3,80	3,59		
34.	Nautička ponuda	3,57	3,41	3,28	3,79	4,20	3,64	4,63	4,12	4,69	3,22	4,29	3,83	5,40	5,07	4,24	4,60	5,21	2,94	3,90	3,04	1,54	4,11		
35.	Ponuda izleta	4,27	3,53	4,29	4,61	4,54	4,29	4,68	4,31	5,04	4,47	4,73	4,02	5,20	4,52	5,31	5,16	5,59	2,86	4,54	2,69	4,66	4,52		
36.	Lokalna gastronomija	4,36	3,95	4,74	4,37	4,57	4,45	4,88	4,86	5,59	4,05	4,85	4,22	5,10	4,89	5,00	5,40	5,95	4,01	4,80	4,51	5,18	4,74		
37.	Odnos cijene i kvalitete	4,24	4,16	3,70	4,37	4,26	4,01	4,24	4,65	4,87	4,08	4,53	4,11	4,55	4,50	4,16	5,16	5,51	4,55	4,24	5,08	4,83	4,42		
	ORGANIZ. DESTINACIJE	4,54	4,08	4,46	4,38	4,42	4,06	4,28	4,36	5,00	4,54	4,84	4,44	4,63	4,82	4,76	4,90	5,18	4,86	4,36	4,97	4,18	4,53		
5.	Prometna dostupnost	4,42	3,73	4,41	4,74	4,06	4,04	4,58	4,85	5,74	4,28	5,07	4,41	4,51	4,42	4,54	4,09	4,99	5,54	4,95	5,92	5,15	4,60		
6.	Lokalni promet	4,04	3,74	3,98	4,05	3,44	3,73	3,45	3,80	5,31	3,73	4,36	4,04	3,87	4,23	4,46	3,88	4,28	5,19	4,24	4,77	4,25	4,10		
7.	Parkirišta	3,78	3,34	3,55	2,51	2,61	2,98	2,91	3,25	5,18	3,32	3,88	3,37	3,78	3,85	4,29	3,90	3,94	5,53	3,30	5,63	4,11	3,65		
12.	Uređenost mjesta	4,69	3,47	4,34	4,73	4,68	4,21	4,22	4,43	4,22	4,96	5,06	4,82	4,91	5,21	4,89	5,31	5,62	4,33	4,66	4,76	4,36	4,67		
13.	Urbana skladnost	4,26	3,79	4,08	4,31	4,98	4,12	3,79	4,43	5,04	3,93	4,52	4,08	4,31	5,00	4,91	4,72	5,06	3,89	4,67	5,09	4,06	4,42		
14.	Šetnice	4,86	4,31	4,66	5,08	5,31	4,70	5,33	4,81	5,16	5,98	5,22	4,92	5,38	5,45	5,06	5,18	5,64	5,69	3,95	4,84	4,54	5,09		
15.	Parkovi i zelene površine	4,87	4,06	4,77	4,85	5,75	4,98	5,33	4,51	4,92	5,11	5,24	4,90	5,29	5,31	4,93	5,16	5,86	4,34	3,90	4,55	4,90	4,95		
17.	Uređenost i čistoća plaža	4,96	4,28	4,45	4,26	3,88	3,44	4,60	4,69	5,22	4,77	5,03	4,45	4,71	5,30	4,92	5,16	5,35	4,53	4,31	4,69	2,84	4,65		
18.	Gužve na plažama	4,37	4,74	4,46	4,04	3,97	3,74	3,68	4,24	4,96	2,80	4,05	4,21	3,97	4,43	4,52	4,99	4,86	3,72	3,59	4,47	2,41	4,18		
24.	Radno vrijeme usluz. djel.	4,72	3,99	4,66	4,43	5,13	4,18	4,64	4,24	4,99	5,05	5,17	4,36	4,82	4,89	4,80	5,39	5,33	4,90	4,94	5,06	4,21	4,77		
25.	Rad. vri. ugost. objekata	4,78	4,83	5,05	4,88	4,52	4,41	4,39	4,59	4,69	5,40	5,23	4,76	5,05	4,97	5,01	5,61	5,76	5,38	4,89	5,10	4,81	4,96		
26.	Trgovine	4,72	4,67	5,15	4,69	4,68	4,19	4,48	4,45	4,54	5,18	5,22	4,92	4,98	4,75	4,79	5,45	5,45	5,28	4,88	4,74	4,47	4,87		
	PREP, SIGURN, INFORM	4,27	3,82	4,34	4,16	4,25	4,15	3,90	4,48	4,28	4,68	4,73	4,27	4,57	4,44	4,58	4,93	5,30	4,27	4,56	4,46	4,47	4,40		
8.	Tur. inf. prije dol. u destin.	3,98	3,87	4,34	3,96	3,90	4,09	4,11	4,82	4,47	4,78	4,64	3,70	4,09	4,47	4,64	4,74	5,00	4,52	4,77	5,00	4,10	4,36		
9.	Tur.ka signaliz. u destinaciji	3,90	3,40	4,36	4,42	4,02	3,91	4,29	4,40	3,97	5,00	4,71	4,58	4,51	3,97	4,49	5,19	5,32	5,21	4,66	4,90	4,30	4,44		
11.	Suvenir	4,18	3,54	3,99	3,81	3,91	4,05	2,78	4,07	4,11	4,08	4,39	3,63	4,33	4,06	4,35	4,76	5,34	3,04	3,96	2,86	4,24	4,02		
23.	Osjecaj sigurnosti i zaštite	5,00	4,48	4,67	4,46	5,17	4,53	4,40	4,64	4,56	4,87	5,19	5,18	5,35	5,26	4,85	5,03	5,55	4,32	4,83	5,08	5,25	4,86		
	STANOVN., ZAPOSLENI	4,72	4,64	4,80	4,56	4,85	4,73	4,68	5,26	4,99	5,10	5,03	4,85	4,92	5,09	5,37	5,40	5,98	4,91	5,17	5,51	4,72	4,96		
3.	Ljubazn. zaposl. u turizmu	4,72	4,88	4,95	4,54	4,97	4,75	4,76	5,38	5,10	5,07	5,05	4,94	4,93	5,05	5,47	5,50	5,92	4,84	5,21	5,48	5,08	5,05		
2.	Ljubaznost stanovništva	4,85	4,76	4,82	4,95	4,97	4,75	4,63	5,21	5,01	5,10	5,04	4,84	5,15	5,15	5,36	5,34	5,98	5,02	5,41	5,74	4,96	5,07		
4.	Znanje str. jez. zap. u turiz.	4,59	4,27	4,63	4,18	4,61	4,68	4,65	5,18	4,85	5,12	5,00	4,77	4,68	5,07	5,29	5,35	6,03	4,86	4,90	5,31	4,11	4,88		
	Prosječna ocjena na razini destinacije	4,46	4,13	4,39	4,40	4,49	4,19	4,25	4,47	4,85	4,56	4,74	4,22	4,67	4,75	4,99	5,36	4,25	4,45	4,46	4,30	4,51			

6.2.1. Ocjena elemenata turističke ponude u skupini «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ»

Rezultati istraživanja ukazuju kako ispitivane ciljne skupine nisu jedinstvene u stavovima o značenju pojedinog elementa u strukturi skupine "prostor, resursi, okoliš", što se jasno može učiti na slici br. 6.2-3.

Slika br. 6.2-3: Ocjene turista, stanovništva i menadžmenta o elementima turističke ponude u strukturi skupine "prostor, resursi, okoliš"



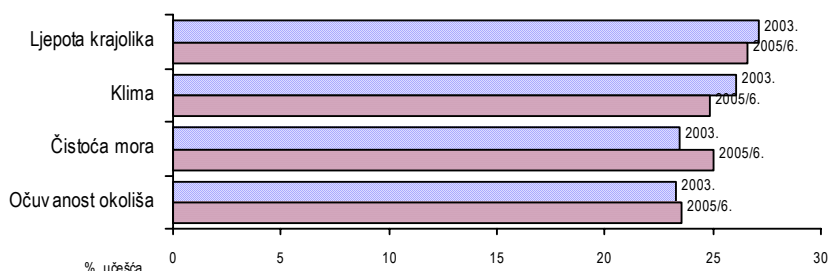
Može se uočiti da je najvišu ocjenu menadžment dodijelio ljepoti krajolika (6,4), koju za razliku od stanovništva i turisti relativno visoko ocjenjuju (5,78). Turisti su veoma zadovoljni i čistoćom mora (5,61), a i menadžment koji ulaže u različite oblike njegove zaštite (5,34), za razliku od stanovništva koje očekuje i više (4,84). Očuvanost okoliša ne zabrinjava turiste (5,28), za razliku od menadžmenta (4,94) a posebno je u tom području zabrinuto stanovništvo (4,68). U ovoj skupini je turistima na posljednjem mjestu klima (5,22), koju menadžment doživljava kao komparativnu prednost (5,44), a i općenito kritično stanovništvo je relativno visoko ocjenjuje 5,05). Usporede li se rezultati dobiveni istraživanjem u 2005/6. godini s rezultatima prethodnog istraživanja iz 2003. godine (tablica 6-2.4), mogu se uočiti promjene u stavovima ispitanika, što prikazuje slika br. 6-2.4.

Tablica 6-2.4: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" u 2003. i 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
19	Ljepota krajolika	4,38	1	27,15	5,61	1	26,56
1	Klia	4,21	2	26,10	5,25	3	24,86
20	Očuvanost okoliša	3,75	4	23,25	4,98	7	23,58
21	Čistoća mora	3,79	3	23,50	5,28	2	25,00
	proječno/ukupno	16,13	(1)	100%	21,12	(1)	100%

Sagledaju li se ova skupina elemenata turističke ponude s pozicija pojedinih užih turističkih destinacija, može se uočiti da je najviša ocjena postignuta na otoku Cresu (6,03) s posebnim naglaskom na ljepotu krajolika (6,29) a slijedi ga otok Rab (5,97) s veoma visokom ocjenom ljepote krajolika (6,47). Njima nasuprot se s najnižom ocjenom javlja Omišalj na otoku Krku (4,31) s posebno negativnom ocjenom dodijeljenom očuvanosti okoliša (3,71), a slijedi Kostrena (Rijeka i riječki prsten), gdje se također može izdvojiti očuvanost okoliša (4,33) kao najslabija karika.

Slika 6-2.4. Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" za 2003. i 2005/6. godinu

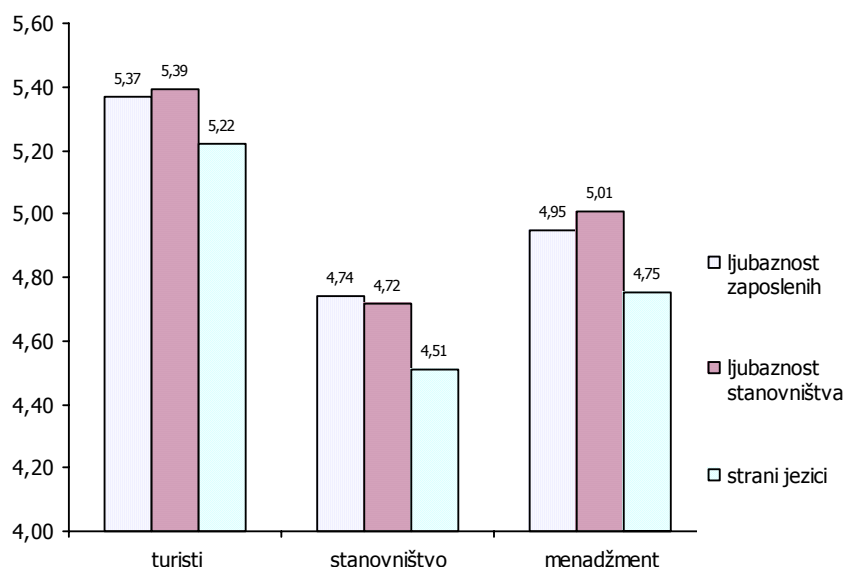


Može se uočiti da su po ocjeni ispitanika na razini turističke destinacije Kvarner najveći pozitivni pomaci učinjeni u osiguranju više razine čistoće mora. To je veoma značajno ako se poveže sa stavovima ispitanika koji "sunce i more" ističu kao značajan motiv dolaska u ovu turističku destinaciju. Sa nešto manjim postotkom su učinjeni pozitivni pomaci u području veće brige o okolišu (očuvanost okoliša), dok je klima i ljepota krajolika sada nešto lošije ocijenjena u odnosu na stavove ispitanika u prethodnom istraživanju.

6.2.2. Ocjena elemenata turističke ponude u skupini «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI»

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije su ljudi, stoga su elementi razvrstani u skupinu «stanovništvo, zaposleni» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 4,96. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (5,33), dok su ispitanici u skupini turističkog menadžmenta malo suzdržaniji (4,90), a najkritičnije je lokalno stanovništvo (4,66). Kako je ova destinacija uvijek prednjačila po ljubaznosti i domicilnog stanovništva ali i zaposlenih, te po sposobnosti komuniciranja na stranim jezicima, trebalo bi težiti da se ove visoke ocjene zadrže, ali i sustavno povećavaju, slijedom slogana "Čovjek - ključ uspjeha".

Slika 6-2.5: Prosječne ocjene elemenata u skupini «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI»



Najvišu ocjenu su turisti dodijelili ljubaznosti stanovništva (5,39), no ne manje je značajna ocjena koju su turisti dali ljubaznosti zaposlenih u turizmu (5,37) a nešto manje znanju stranih jezika zaposlenih u turizmu (5,22). Stavovi menadžmenta su nešto lošiji od stavova turista iako i oni prioritet daju ljubaznosti stanovništva (5,01) slijedi ljubaznosti zaposlenih (4,95) a i kod njih je znanje stranih jezika najlošije ocijenjeno (4,75). Stanovništvo je puno kritičnije, te prioritet stavlja na ljubaznost zaposlenih u turizmu (4,74). Usporede li se rezultati dobiveni istraživanjem u 2005/6. godini s rezultatima

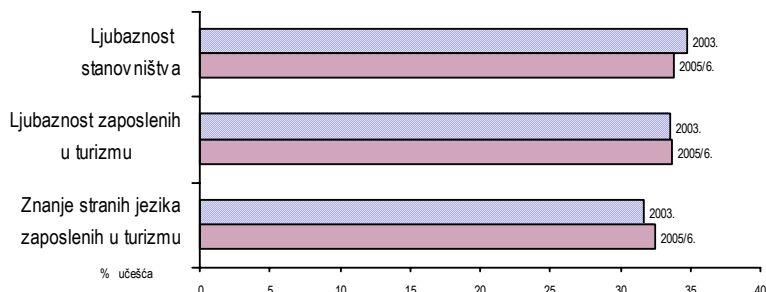
prethodnog istraživanja iz 2003. godine (tablica 6-2.5), mogu se uočiti promjene u stavovima ispitanika, što prikazuje slika br. 6-2.6.

Tablica 6-2.5: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini

Red. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
2	Ljubaznost stanovništva	3,74	5	34,73	5,07	5	33,80
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,62	8	33,61	5,05	6	33,67
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	3,41	17	31,66	4,88	11	32,53
	prosječno/ukupno	10,77	2	100%	15,00	2	100%

Sljedeći podatke iz tablice 6-2.5. koji su prezentirani na slici 6-2.6. može se uočiti da je unutar pojedinih elemenata došlo do neznatnih promjena. Tako se ljubaznost zaposlenih u turizmu percipira kao konstanta. Istovremeno je znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu nešto porasla, dok je istovremeno ljubaznost stanovništva nešto pala.

Slika 6-2.6: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini

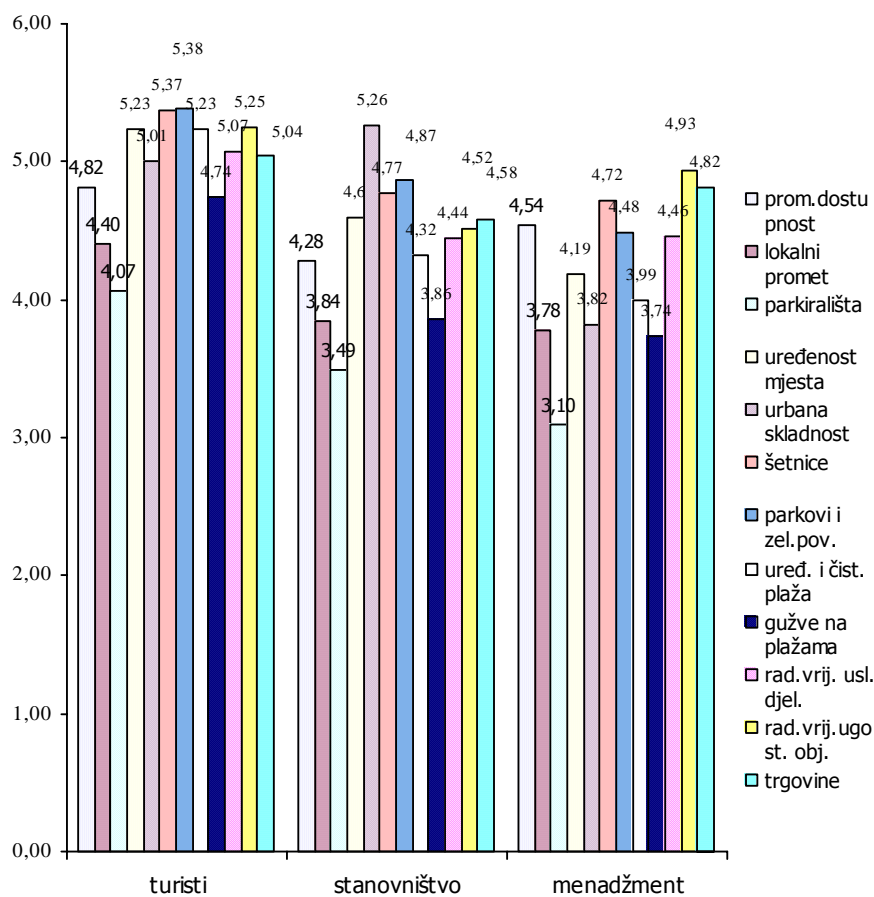


Sagledaju li se elementi turističke ponude iz ove skupine s pozicija pojedinih užih turističkih destinacija, može se uočiti da je daleko najviša ocjena postignuta na otoku Rabu (5,98) s posebnim naglaskom na znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu (6,03) a slijedi ga Kraljevica (5,51) s posebnim naglaskom na ljubaznost stanovništva (5,74). Njima nasuprot se s najnižom ocjenom javlja Jadranovo (4,64) s posebno negativnom ocjenom za znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu (4,27), a slijede Ičići (4,68) što sigurno narušava širu percepciju o tradicionalno gostoljubivosti turističkih destinacija Opatijske rivijere.

6.2.3. Ocjena elemenata turističke ponude u skupini «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE»

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» zauzeli su treće mjesto s prosječnom ocjenom 4,53. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (4,97), stanovništvo je u sredini (4,40) a turistički menadžment svjestan njihova značenja za turističku ponudu je posebno kritičan (4,21) a kao poticaj da se navedenoj kategoriji elemenata pristupi ozbiljno s ciljem njihova poboljšanja.

Slika 6-2.7: Prosječne ocjene elemenata u skupini «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE»



Sagledaju li se elementi turističke ponude ove skupine i s pozicija pojedinih užih turističkih destinacija, može se uočiti da je daleko najviša ocjena

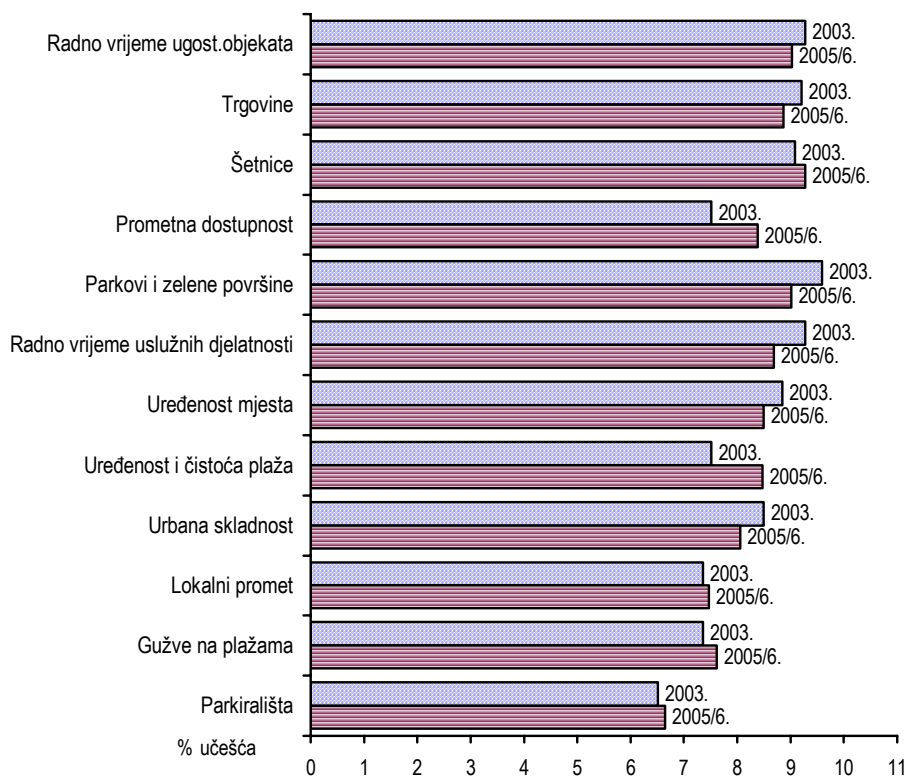
postignuta na otoku Rabu (5,18) s posebnim naglaskom na kvalitetu parkova i zelenih površina (5,86), a slijedi ga Mošćenička Draga (5,00). Njima nasuprot se s najnižom ocjenom javlja Lovran (4,06) s time da se najniža ocjena daje nedostatku parkirališnog prostora (2,98), a slijedi Jadranovo (4,08) čija se najniža ocjena odnosi na uređenost mjesta (3,47). To navodi na zaključak slaba financijska moć malih turističkih destinacija ili prioriteta ulaganja u temeljne egzistencijalne potrebe (voda, kanalizacija i sl.) ne ostavljaju dovoljno prostora za ove potrebe, iako je to ozbiljno upozorenje da na tom planu treba učiniti nešto više. Usporede li se rezultati dobiveni istraživanjem u 2005/6. godini s rezultatima prethodnog istraživanja iz 2003. godine (tablica 6-2.6), mogu se uočiti promjene u stavovima ispitanika, što prikazuje slika br. 6-2.8.

Tablica 6-2.6: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003.¹⁶ i 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
25.	Radno vrijeme ug.. obj.	3,49	12	9,27	4,96	8	9,03
26.	Trgovine	3,47	14	9,21	4,87	12	8,87
14.	Šetnice	3,42	16	9,08	5,09	4	9,27
5.	Prometna dostupnost	3,15	28	7,51	4,60	20	8,38
		<u>2,51</u>	<u>46</u>				
		2,83	37				
15.	Parkovi i zelene površine	3,61	9	9,59	4,95	9	9,01
24.	Radno vrijeme usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	3,49	12	9,27	4,77	16	8,69
12.	Uređenost mjesta	3,42	15	8,84	4,67	18	8,50
		3,47	13				
		<u>3,10</u>	<u>30</u>				
		3,33	19				
17.	Uređenost i čistoća plaža	2,83	41	7,51	4,65	19	8,47
13.	Urbana skladnost	3,20	26	8,50	4,42	24	8,05
6.	Lokalni promet	2,77	42	7,36	4,10	30	7,47
18.	Gužve na plažama	2,77	43	7,36	4,18	27	7,61
7.	Parkirališta	2,45	47	6,51	3,65	35	6,65
	prosječno/ukupno	37,66	3	100%	54,91	3	100%

¹⁶ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "prometna dostupnost" i "uređenost mjesta"..

Slika 6-2.8: Promjene u stavovima ispitanika o elementa turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003. i 2005/6. godini

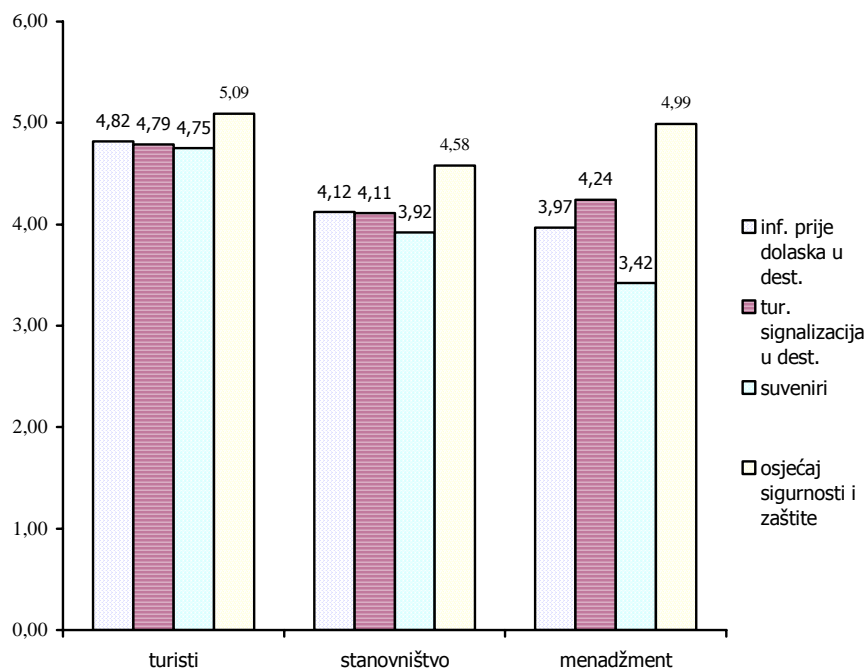


Može se uočiti da su po ocjeni ispitanika na razini turističke destinacije Kvarner najveći pozitivni pomaci učinjeni vezani za prometnu dostupnost (izgradnja auto-putova i uređenje pristupnih cesta), boljoj uređenosti i čistoći plaža (plave zastave), te u smanjenju gužvi na plažama, nešto su bolje uređene šetnice, a neznatno je poboljšan lokalni promet kao dostupnost parkirališnog prostora. S druge se strane ispitanici ukazuju da se nedovoljno pažnje posvećuje parkovima i zelenim površinama, manje su zadovoljni radnim vremenom ugostiteljskih objekata i drugih uslužnih djelatnosti, smatraju da je uređenost mjesta i urbana skladnost sada više narušena, te da se trgovačka ponuda još uvijek nedovoljno prilagođava zahtjevima turističke potražnje.

6.2.4. Ocjena elemenata turističke ponude u skupini «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST»

Četvrto mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST», s prosječnom ocjenom od 4,40. I u ovoj su skupini ocjene turista znatno viša od prosjeka (4,86), dok lokalno stanovništvo (4,18) i turistički menadžment (4,16) ove elemente turističke ponude ocjenjuju znatno nižom ocjenom.

Slika 6-2.9: Prosječne ocjene elemenata u skupini «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST»



Unutar ocjenjivanih elemenata je od strane turista visoko ocijenjen osjećaj sigurnosti i zaštite (5,09), pa bi to u eri opće nesigurnosti u svijetu svakako trebalo bolje marketinških valorizirati. No, treba naglasiti da su i drugi elementi svrstani pod zajednički nazivnik «prepoznatljivost - informiranost» od strane turista relativno dobro pozicionirani (ocjene od 4,75 do 4,82), a neki bi se segmenti mogli poboljšati uz neznatna ulaganja. No, tako ne misle i ostale kategorije ispitanika. Posebno je kritično stanovništvo i turistički menadžment koje sve ove elemente ocjenjuje u rasponu 3,42 do 4,58, osim sigurnosti kojoj menadžment daje znatno višu ocjenu (4,99). Turistički menadžment je po

svojim stavovima bliži stavovima stanovništva (4,16 – 4,18), što nameće obvezu za intenzivnije djelovanje u bliskoj budućnosti mijenjanja upravo slabije ocjenjenih elemenata.

Sagledaju li se elementi turističke ponude ove skupine i s pozicija pojedinih užih turističkih destinacija, može se uočiti da je daleko najviša ocjena postignuta na otoku Rabu i to za turističku destinaciju Rab (5,30) i turističku destinaciju Lopar (4,93) što ukazuje da se uloženi naponi na ovom planu počinju prepoznavati. Unutar strukture ocjenjivani elemenata ovih turističkih destinacije je najviši rang dodijeljen osjećaju sigurnosti i zaštite (ocjene 5,03 odn. 5,55), a najniži rang pripada turističkim informacijama koje turisti dobivaju prije dolaska u ovu turističku destinaciju (4,74 - 5,00). S druge strane se kao najlošije ocjenjeni elementi iz ove skupine turističke ponude mogu izdvojiti oni koje nudi Jadranovo (3,82) odn. Ičići (3,90), iako se i ovdje relativno visoko ocjenjuje osjećaj sigurnosti i zaštite (4,40 - 4,48). Posebno nisku ocjenu u destinaciji Ičići zaslužila je ponuda suvenira (2,78), odn. kvaliteta turističke signalizacije u destinaciji Jadranovo (3,40).

Usporede li se rezultati dobiveni istraživanjem u 2005/6. godini s rezultatima prethodnog istraživanja iz 2003. godine (tablica 6-2.7), mogu se uočiti promjene u stavovima ispitanika, što prikazuje slika br. 6-2.10.

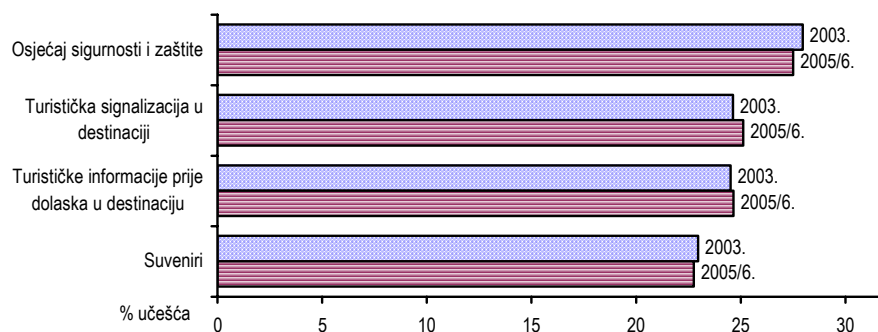
Tablica 6-2.7: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003¹⁷. i 2005/6. godini

Red. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	3,69	6	27,95	4,86	14	27,49
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	3,25	22	24,62	4,44	22	25,11
		<u>3,25</u>	<u>23</u>				
		3,25	23				
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,25	24	24,49	4,36	25	24,66
		3,26	21				
		<u>3,19</u>	<u>27</u>				
		3,23	24				
11.	Suveniri	3,03	32	22,95	4,02	33	22,74
	prosječno/ukupno	13,20	4	100%	17,68	4	100%

¹⁷ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "turistička signalizacija u destinaciji" i "turističke informacije prije dolaska u destinaciju".

Može se uočiti da je osjećaj sigurnosti i zaštite i dalje visoko pozicioniran, ali s nešto lošijim rangom u odnosu na 2005. Nasuprot tome se nešto poboljšala situacija sa turističkom signalizacijom, a neznatno i kvaliteta informiranja turista prije njihova dolaska u turističku destinaciju. Na žalost autohtoni suvenir i dalje je na začelju, i ukazuje se na još neznatno lošiju situaciju u 2005/6. u odnosu na istraživanje u 2003. godini.

Slika 6-2.10: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003. i 2005/6. godini



6.2.5. Ocjena elemenata turističke ponude u skupini «SADRŽAJI»

Najslabiju kariku u lancu elementa turističke ponude predstavlja skupina «SADRŽAJI - njihov asortiman i kvaliteta», a ti su elementi zauzeli ponovo posljednje mjesto s prosječnom ocjenom 4,21. I u ovoj skupini su ocjene turista znatno više od prosjeka (4,68), znatno nižu ocjenu daje stanovništvo (4,05) a najlošiju turistički menadžment (3,90). To se može tumačiti spoznajom da razina gostiju koja sada posjećuje ovu destinaciju nema većih zahtjeva, niti platežnu moć da višu razinu zahtjeva i plati. S druge strane je menadžment vjerojatno postao svjestan potrebe njegova organiziranog djelovanja kroz organizacijski ustroj "destinacijskog menadžmenta" u jedinstvenom pristupu u osmišljavanju sadržaja primjerenih gostima s višom razinom zahtjeva, što znači i onih s višom platežnom moći. Usporede li se rezultati dobiveni istraživanjem u 2005/6. godini s rezultatima prethodnog istraživanja iz 2003. godine (tablica 6-2.8), mogu se uočiti promjene u stavovima ispitanika, što prikazuje slika br. 6-2.11.

Tablica 6-2.8: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003¹⁸. i 2005/6. godini

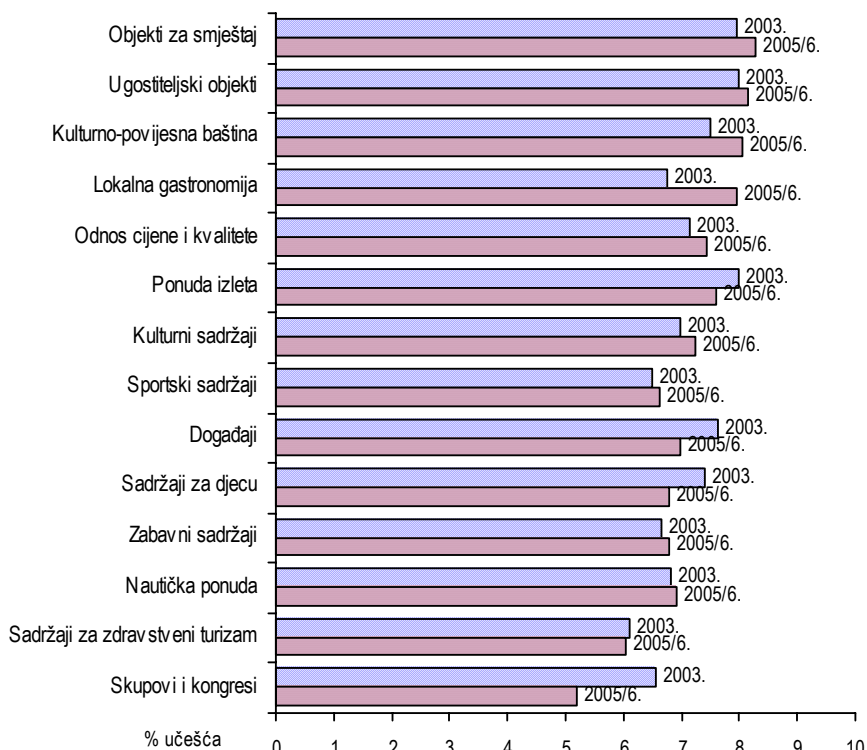
R.br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
27.	Objekti za smještaj	3,49	11	7,96	4,93	10	8,28
28.	Ugostiteljski objekti	3,5	10	7,98	4,86	13	8,16
16.	Kulturno-povijesna baština	3,29	20	7,50	4,8	15	8,06
36.	Lokalna gastronomija	2,96	36	6,75	4,74	17	7,96
37.	Odnos cijene i kvalitete	3,13	29	7,14	4,42	23	7,42
35.	Ponuda izleta	3,37 3,63 3,50	18 7 13	7,98	4,52	21	7,59
29.	Kulturni sadržaji	3,06	31	6,98	4,32	26	7,25
31.	Sportski sadržaji	2,84 2,85 2,85	40 38 39	6,49	3,95	34	6,63
10.	Događaji	3,35	19	7,64	4,16	28	6,98
22.	Sadržaji za djecu	3,24	25	7,39	4,03	32	6,77
30.	Zabavni sadržaji	2,84 3,00 2,92	39 34 37	6,66	4,04	31	6,78
34.	Nautička ponuda	2,98 3,01 3,00	35 33 34	6,83	4,11	29	6,90
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,67 2,70 2,69	45 44 45	6,12	3,59	36	6,03
32.	Skupovi i kongresi	2,87	37	6,55	3,1	37	5,20
	Prosječno/ukupno	43,84	5	100%	59,57	5	100%

Promatrano s pozicija pojedine sub-regije i uže turističke destinacije najviše su ocjene sadržajima dodijeljene turističkoj destinaciji otok Rab odn. Rabu (5,23) i Loparu (4,83). Pri tom je najviše ocjena dodijeljena kulturno-povijesnoj baštini (5,42 - 6,22), objektima za smještaj (5,84 - 5,83) i lokalnoj gastronomiji (5,40 - 5,95). S druge strane se najlošije ocjenjuju sadržaji u sub-regiji Rijeka i riječki prsten i to posebno u slabije razvijenim turističkim destinacijama Kostrena (3,52) i Kraljevica (3,66). Unutar ove strukture se u negativnom kontekstu izdvaja nedostatak sadržaja za organizaciju skupova i kongresa (1,28 - 1,32)

¹⁸ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "ponuda izleta" i "sportski sadržaji", "zabavni sadržaji", "nautička ponuda", te "sadržaji za zdravstveni turizam".

kao i za organiziranje zdravstveno-turističke ponude (1,61 - 1,76), što je posebno loše, ako se promatra u kontekstu suvremenih zahtjeva turističke potražnje i mogućnosti koje ovi oblici turističke ponude pružaju pojedinoj turističkoj destinaciji za produženje sezone i osiguranja kvalitete boravka turista za vrijeme nepovoljnih vremenskih prilika.

Slika 6-2.11: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003. i 2005/6. godini



Može se uočiti da su po ocjeni ispitanika na razini turističke destinacije Kvarner pozitivni pomaci uočeni u valorizaciji kulturno povijesne baštine i u ponudi kulturnih sadržaja, te u kvaliteti objekata za smještaj a kvaliteti ugostiteljskih objekata, a posebno u promociji lokalne gastronomije. Neznatni pozitivni pomaci učinjeni su u kvaliteti sportskih i zabavnih sadržaja, te u kvaliteti nautičke ponude. Sve to dovelo je do povoljnijeg odnosa cijene i kvalitete, što je sigurno put kojim treba nastaviti. S druge se strane ispitanici su posebno

Podaci u tablici 6.2.9 ukazuju da su krajolik, more i klima u oba istraživanja (2003. i 2005/6) zadržali apsolutni primat najprivlačnijih elemenata turističke ponude turističke destinacije Kvarner kao cjeline. Uređenost šetnica se izdvaja kao nova kvaliteta, a slijede ljubaznost stanovništva i zaposlenih, očuvanost okoliša, te parkovi i zelene površine kao konstanta. Pozitivni pomaci učinjeni su kod objekata za smještaj i boljeg radnog vremena ugostiteljskih objekata, ali se na žalost smanjila osobna sigurnost i zaštita turista u turističkoj destinaciji, te kvaliteta objekata za prehranu i mogućnost izleta u okolinu.

Tablica 6-2.10: Rang elemenata turističke ponude koji su u 2003. i 2005/6. godini najlošije ocijenjeni

Top (10 -)		Prosjek	
Rang	Elementi turističke ponude (ocjene) 2003	2003.	2005/06
1	Skupovi i kongresi		3,1 (8,00%)
2	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,67 (9,81%)	3,59 (9,26%)
3	Parkirališta	2,45 (9,00%)	3,65 (9,42%)
4	Sportski sadržaji	2,84 (10,43%)	3,95 (10,19%)
5	Suveniri		4,02 (10,37%)
6	Sadržaji za djecu		4,03 (10,40%)
7	Zabavni sadržaji	2,84 (10,43%)	4,04 (10,43%)
8	Lokalni promet	2,77 (10,17%)	4,1 (10,58%)
9	Nautička ponuda		4,11 (10,61%)
10	Događaji		4,16 (10,74%)
	Organizacija i sadržaji zračne luke	2,51 (9,22%)	
	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	2,77 (10,17%)	
	Uređenost plaža	2,83 (10,39%)	
	Prosječno	2,72	3,88
	Ukupno	100%	100%

U strukturi najlošije ocijenjenih elemenata turističke ponude neslavno prvo mjesto nose neiskorištene mogućnosti za održavanje skupova i kongresa (poslovni turizam), pogotovo stoga što ovaj element u tom kontekstu nije percipiran tijekom prethodnog istraživanja. Obzirom na geoprometni položaj Kvarnera i druge pogodnosti koje ovoj ciljnoj skupini može pružiti potrebno je

hitno pristupiti izgradnji kongresnog centra i stvaranje drugih preduvjeta za razvoj poslovnog turizma, a kao pretpostavke za produženje sezone. Situacija u području zdravstvenog turizma, sportskih i zabavnih sadržaja, parkirališta i lokalnog prometa nije se značajno poboljšala u odnosu na stanje u 2003. godini, a pad kvalitete bilježi ponuda suvenira, sadržaji za djecu, nautička ponuda kao i ponuda mega događaja (spektakli). Pozitivni pomaci učinjeni su u uređenosti plaža (plave zastave) i smanjenju gužvi na plažama. Problematika zračne luke izostavljena je iz anketnog upitnika u 2005/6. godini. Rezultati ovog istraživanja posebno ukazuju na nedostatak sadržaja koji mogu doprinijeti produženju sezone, te ukazuju na potrebu poduzimanja hitnih akcija za unapređenje asortimana i kvalitete ponude i otklanjanje uočenih negativnosti.

6.3 ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (CRIKVENIČKO-VINODOLSKA RIVIJERA - CVR)

Da bi se dobila ocjena zadovoljstva ispitanika elementima turističke ponude na razini Crikveničko-vinodolske rivijere (CVR) sumirani su stavovi turista, stanovništva i turističkog menadžmenta, a prikupljeni putem anketnog upitnika u sljedećim turističkim destinacijama ove sub-regije:

- o Crikvenica
- o Jadranovo
- o Novi Vinodolski i
- o Selce

U nastavku se u tablici 6.3–1. prikazuju rezultati za cijelu sub-regiju i za njene uže turističke destinacije, koje su izabrane kao reprezentativni uzorak.

Tablica 6.3-1: Ocjena elementa turističke ponude turističke sub-regije Crikveničko-Vinodolska rivijera (CVR)

R.br.	Elementi turističke ponude	Crikvenica	Jadranovo	Novi Vinodolski	Selce	Prosjek prosjeka
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)	5,20	5,44	5,26	5,18	5,27
1.	Klima	5,42	5,38	4,66	4,84	5,08
19.	Ljepota krajolika	5,14	5,52	5,78	5,52	5,49
20.	Očuvanost okoliša	4,91	5,16	4,83	4,89	4,95
21.	Čistoća mora	5,31	5,70	5,75	5,46	5,56
	SADRŽAJI (5)	4,19	3,78	4,01	4,24	4,06
10.	Događaji	4,06	3,80	3,89	4,03	3,95
16.	Kulturno-povijesna baština	4,34	4,44	4,74	4,29	4,45
22.	Sadržaji za djecu	4,39	3,84	4,00	3,91	4,04
27.	Objekti za smještaj	4,65	5,00	4,97	4,99	4,90
28.	Ugostiteljski objekti	4,66	4,56	4,71	5,06	4,75
29.	Kulturni sadržaji	4,02	3,90	4,23	4,40	4,14
30.	Zabavni sadržaji	4,14	3,36	3,92	4,26	3,92
31.	Sportski sadržaji	4,30	3,19	3,61	4,03	3,78
32.	Skupovi i kongresi	3,49	2,62	2,81	3,19	3,03

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

33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	4,16	3,22	3,31	4,08	3,69
34.	Nautička ponuda	3,57	3,41	3,28	3,79	3,51
35.	Ponuda izleta	4,27	3,53	4,29	4,61	4,18
36.	Lokalna gastronomija	4,36	3,95	4,74	4,37	4,36
37.	Odnos cijene i kvalitete	4,24	4,16	3,70	4,37	4,12
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (3)	4,54	4,08	4,46	4,38	4,37
5.	Prometna dostupnost	4,42	3,73	4,41	4,74	4,33
6.	Lokalni promet	4,04	3,74	3,98	4,05	3,95
7.	Parkirališta	3,78	3,34	3,55	2,51	3,30
12.	Uređenost mjesta	4,69	3,47	4,34	4,73	4,31
13.	Urbana skladnost	4,26	3,79	4,08	4,31	4,11
14.	Šetnice	4,86	4,31	4,66	5,08	4,73
15.	Parkovi i zelene površine	4,87	4,06	4,77	4,85	4,64
17.	Uređenost i čistoća plaža	4,96	4,28	4,45	4,26	4,49
18.	Gužve na plažama	4,37	4,74	4,46	4,04	4,40
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	4,72	3,99	4,66	4,43	4,45
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	4,78	4,83	5,05	4,88	4,89
26.	Trgovine	4,72	4,67	5,15	4,69	4,81
	PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (4)	4,27	3,82	4,34	4,16	4,15
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,98	3,87	4,34	3,96	4,04
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	3,90	3,40	4,36	4,42	4,02
11.	Suveniri	4,18	3,54	3,99	3,81	3,88
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	5,00	4,48	4,67	4,46	4,65
	STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI (2)	4,72	4,64	4,80	4,56	4,68
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,72	4,88	4,95	4,54	4,77
2.	Ljubaznost stanovništva	4,85	4,76	4,82	4,95	4,85
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,59	4,27	4,63	4,18	4,42
	Prosječna ocjena na razini destinacije	4,46	4,13	4,39	4,4	4,35

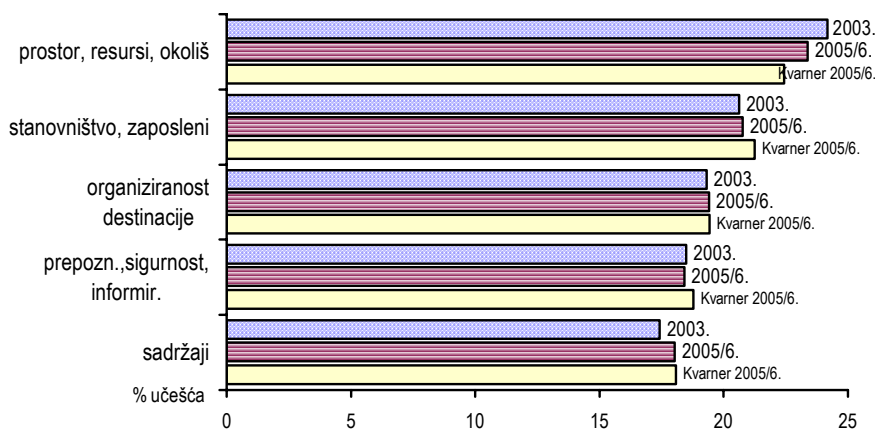
Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini sub-regije CVR utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang 1 - 7) svih ciljnih skupina ispitivanih 2005/6. godine, a koji se u nastavku uspoređuju s podacima dobivenim istraživanjem u 2003. godini (rang 1 - 5), kao i s prosjekom Kvarnera. Svi ispitanici CVR su jedinstveni u ocjeni da su prirodni resursi najjači adut ove destinacije, a što je opći trend turističke destinacije Kvarner kao cjeline. Naime, elementi razvrstani u skupinu «prostor, resursi, okoliš» zauzeli su ponovno (kao i 2003. godine) visoko prvo mjesto s prosječnom ocjenom 5,27. Ova prosječna ocjena obuhvaća elemente prirodne resursne osnove (ljepota krajolika, zdrava klima, kvaliteta mora i očuvanost okoliša).

No istovremeno se nije promijenio rang između pojedinih grupa elemenata turističke ponude, tako da su i dalje elementi u grupi "prostor, resursi i okoliš" drže primat, a na drugom su mjestu elementi u grupi "stanovništvo, zaposleni", treće mjesto pripada elementima koji spadaju u grupu "organiziranost destinacije, prepoznatljivost, sigurnost i informiranost su tek na četvrtom mjestu, a sadržaji i dalje ostaju na začelju (tablica 6-3.2). Navedeno je ilustrirano i na slici 6-3.1.

Tablica 6.3-2: Rang grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005/6. godini

Rang:	Grupe elemenata turističke ponude:	Sub regija CVR		Kvarner
		Ø ocjena 2003.	Ø ocjena 2005/6.	Ø ocjena 2005/6.
(1)	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ	4,08 (24,17%)	5,27 (23,39%)	5,28 (22,44%)
(2)	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI	3,48 (20,62%)	4,68 (20,77%)	5,00 (21,26%)
(3)	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE	3,26 (19,31%)	4,37 (19,40%)	4,57 (19,43%)
(4)	PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST	3,12 (18,48%)	4,15 (18,42%)	4,42 (18,79%)
(5)	SADRŽAJI	2,94 (17,42%)	4,06 (18,02%)	4,25 (18,07%)

Slika 6.3-1: Relativni odnosi grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005/6. godini



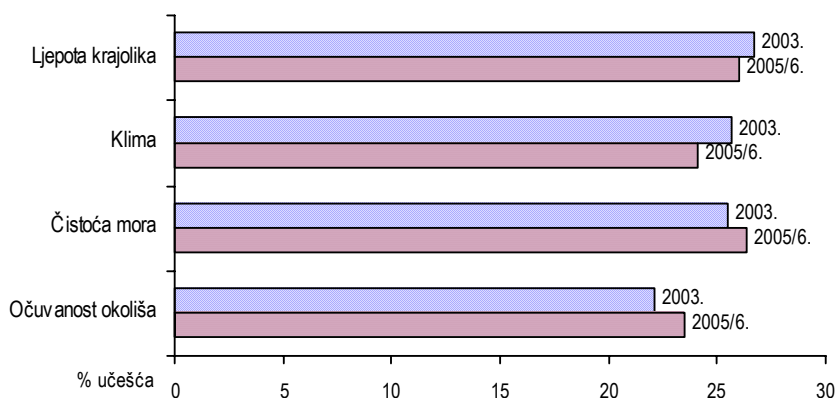
Iako se rang elemenata nije mijenjao primjećuju se određeni pozitivni pomaci u percepciji ispitivanih skupina, koje se slažu da je u odnosu na 2003. godinu podignuta razina ponuđenih sadržaja turističke ponude (koji još uvijek ostaju na začelju), minimalni su pozitivni pomaci u skupini "stanovništvo, zaposleni" iako obje skupine u CVR zaostaju za prosjekom Kvarnera. U skupini "organiziranost destinacije" je najviši stupanj usklađenosti u odnosu na 2003. i u odnosu na prosjek Kvarnera. U okviru čelne skupine "prostor, resursi, okoliš" bilježi se relativno niže ocjena u 2005/6. godini, no još uvijek su znatno iznad prosjeka Kvarnera. U okviru skupine "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" bilježi se marginalni pad, iako se u ovoj skupini zaostaje za prosjekom Kvarnera.

U nastavku će se sagledati elementi u strukturi svake pojedine skupine a temeljeno na stavovima ispitanika. U okviru skupine "prostor, resursi, okoliš". je najviša prosječna ocjena dodijeljena čistoći mora (5,56) a najniža očuvanosti okoliša (4,95), pri čemu je na prvom mjestu po ovim elementima Jadranovo (5,44), a na posljednjem mjestu je u ovoj skupini Selce (5,18)

Tablica 6.3-3: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" u 2003. i 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
19	Ljepota krajolika	4,36	1	26,72	5,49	2	26,04
1	Klima	4,19	2	25,67	5,08	3	24,10
20	Očuvanost okoliša	3,61	10	22,12	4,95	4	23,48
21	Čistoća mora	4,16	3	25,49	5,56	1	26,38
	Prosječno / ukupno	16,32	(1)	100%	21,08	(1)	100%

Slika 6.3-2: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" za 2003. i 2005/6. godinu



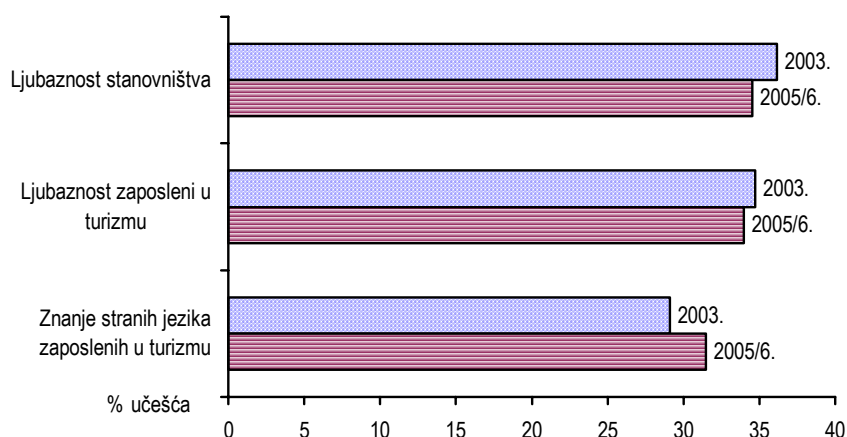
Usporednom analizom rezultata istraživanja u ovoj skupini, može se uočiti da su pozitivni pomaci zabilježeni u odnosu na 2003. godinu kod osiguranja veće čistoće mora i u većoj brizi za okoliš. Nasuprot tome se ljepota krajolika ne ocjenjuje toliko privlačnim elementom turističke ponude kao u prethodnom istraživanju, a pogotovo ne klima, što je vjerojatno posljedica utjecaja globalnih promjena i na lokalnu razinu.

Tablica 6.3-4: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini

STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI		2003			2005		
R.br.	Elementi turističke ponude	Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
2	Ljubaznost stanovništva	3,78	5	36,17	4,85	7	34,54
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,63	9	34,74	4,77	9	33,97
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	3,04	30	29,09	4,42	17	31,48
	prosječno/ukupno	10,45	2	100%	14,04	2	100%

U okviru druge po rangju skupine "stanovništvo, zaposleni", najvišu ocjenu zaslužuje ljubaznost stanovništva (4,85) a najnižu znanje stranih jezika u turizmu (4,42), pri čemu vodi Novi Vinodolski (4,80) vodi, a na začelju je Selce (4,56). Usporede li se podaci dobiveni istraživanjem u 2003. godine sa podacima istraživanja iz 2005/6. godine može se uočiti da je došlo do pozitivnih pomaka u znanju stranih jezika zaposlenih u turizmu. Na žalost može se uočiti da je ljubaznost zaposlenih u turizmu nešto manja, a pogotovo je se smanjila ljubaznost stanovništva, što znači da bi jedna od prioritarnih akcija novog destinacijskog menadžmenta trebala biti pa biti provođenje šire edukacije, a u cilju ukazivanja na značenje ovih atributa u ukupnoj turističkoj ponudi.

Slika 6.3-3: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini



Tablica 6.3-5: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003.¹⁹ i 2005/6. godini

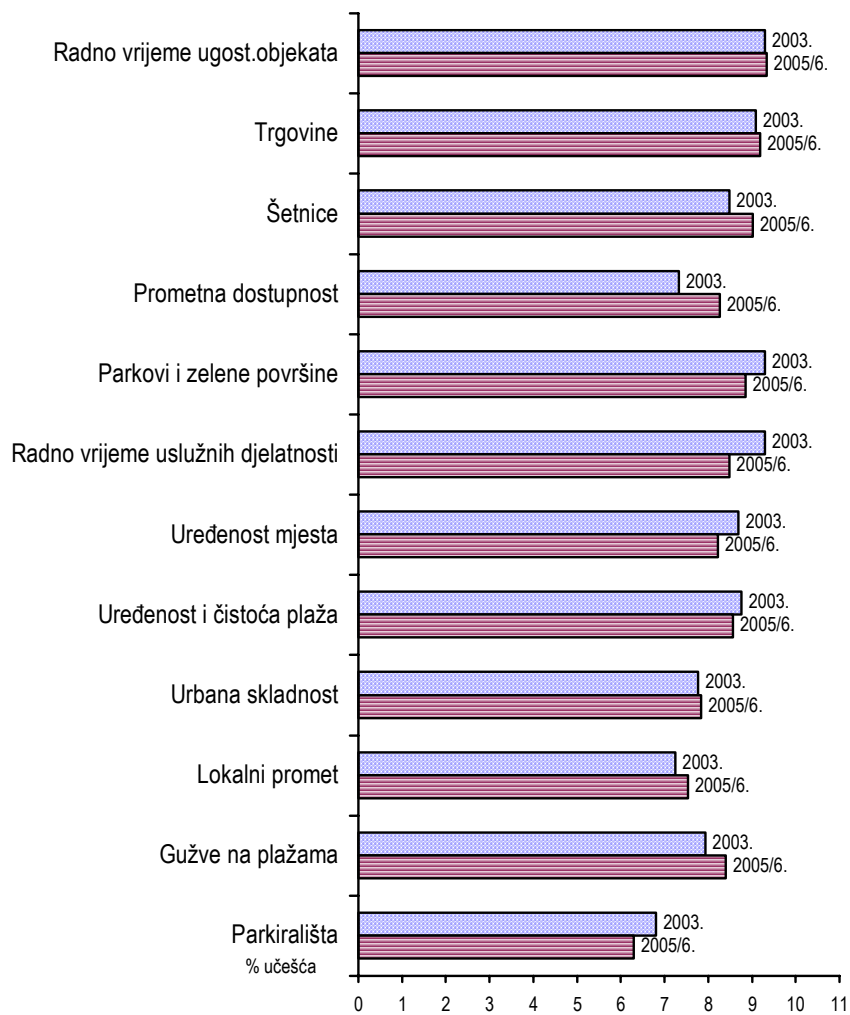
Red. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
25.	Radno vrijeme ugost. objekata	3,67	7	9,29	4,89	6	9,33
26.	Trgovine	3,59	11	9,09	4,81	8	9,18
14.	Šetnice	3,35	17	8,48	4,73	11	9,02
5.	Prometna dostupnost	3,2	21	7,33	4,33	20	8,26
		2,59	44				
		2,90	33				
15.	Parkovi i zelene površine	3,67	6	9,29	4,64	13	8,85
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	3,67	7	9,29	4,45	16	8,49
12.	Uređenost mjesta	3,56	12	8,69			8,22
		3,63	8		4,31	21	
		3,1	25				
		3,43	15				
17.	Uređenost i čistoća plaža	3,46	14	8,76	4,49	14	8,57
13.	Urbana skladnost	3,07	26	7,77	4,11	25	7,84
6.	Lokalni promet	2,86	35	7,24	3,95	30	7,54
18.	Gužve na plažama	3,13	24	7,93	4,4	18	8,40
7.	Parkirališta	2,69	42	6,81	3,3	36	6,30
	prosječno/ukupno	39,49	3	100%	52,41	3	100%

Sredina ljestvice pripada elementima u okviru skupine "organiziranost destinacije" (4,37), pri čemu je najviša ocjena rezervirana za radno vrijeme ugostiteljskih objekata (4,89), a najniža za mogućnosti parkiranja (3,30) koje ova turistička destinacija osigurava. Najveću ocjenu u okviru ove skupine osvojila je turistička destinacija Crikvenica (4,54) a najnižu ocjenu Jadranovo (4,08). Kakve su relacije istraživanja u 2005/6. u odnosu na 2003. godinu prikazuje tablica 6-3.5. i slika br. 6-3.4.

U odnosu na rezultate istraživanja u 2003. godini, u 2005/6. godini su zabilježeni pozitivni pomaci u većoj prometnoj dostupnosti, vjerojatno zbog izgradnje prometne infrastrukture čime je olakšan dolazak u ovu destinaciju, a bolje je percipiran i lokalni promet. Kao pozitivan pomak se naglašava uređenje šetnica, kao i smanjene gužvi na plažama. Dok se kod trgovačke ponude, radnog vremena ugostiteljskih objekata, urbane skladnosti ne bilježe značajniji pomaci. Ispitanici smatraju da su parkovi i zelene površine sada lošije njegovani, da radno vrijeme uslužnih djelatnosti nije primjereno ovom tipu turističke destinacije, da je manja uređenost i čistoća mjesta i plaža, a ranije najniže dodijeljena ocjena za plaže, sada je još manja.

¹⁹ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "prometna dostupnost" i "uređenost mjesta"..

Slika 6.3-4: Promjene u stavovima ispitanika o elementa turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003. i 2005/6. godini

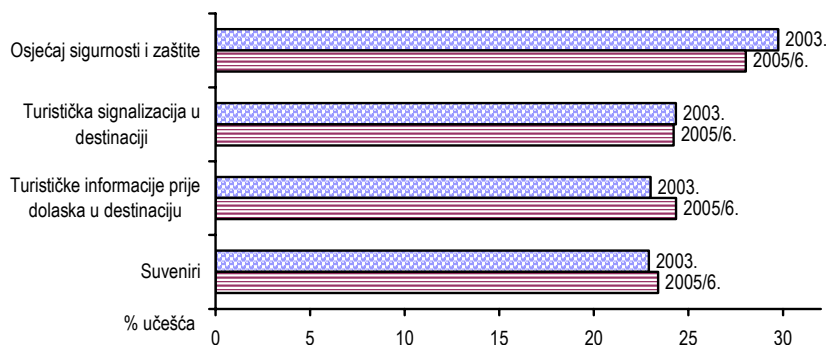


Potrebno je unaprijediti organiziranost ove turističke destinacije, pri čemu je potrebna dobra suradnja svih činitelja turističke ponude i značajna investicijska ulaganja.

Tablica 6.3-6: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003²⁰. i 2005/6. godini

Red. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	3,82	4	29,75	4,65	12	28,03
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	3,18 <u>3,07</u> 3,13	22 <u>27</u> 25	24,34	4,02	28	24,23
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	2,96 2,85 <u>3,05</u> 2,95	31 36 <u>28</u> 32	23,00	4,04	27	24,35
11.	Suveniri	2,94	32	22,90	3,88	32	23,39
	prosječno/ukupno	12,84	4	100%	16,59	4	100%

Slika 6.3-5: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003. i 2005/6. godini



"Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost" zauzimaju tek četvrti rang (4,15), pri čemu daleko najvišu ocjenu nosi osjećaj koji ova destinacija pruža u području sigurnosti i zaštite (4,65), a najlošije je ocijenjena turistička signalizacija u destinaciji (4,02). Najvišu ukupnu ocjenu u ovoj skupini nosi Crikvenica (5,00) a najnižu Selce (4,46).

²⁰ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "turistička signalizacija u destinaciji" i "turističke informacije prije dolaska u destinaciju".

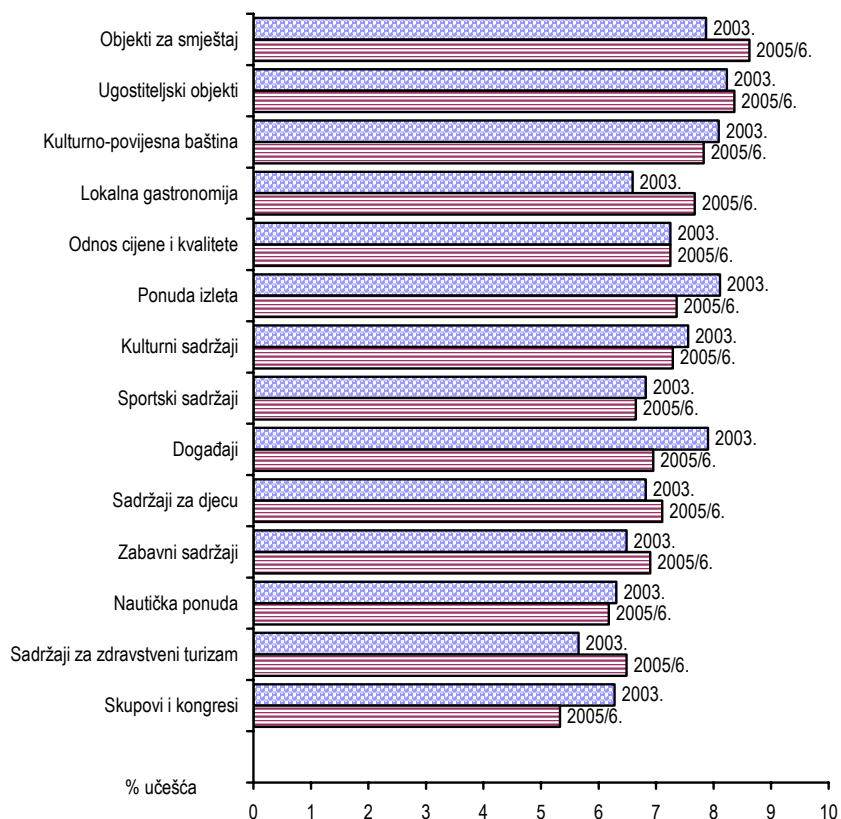
Može se uočiti da pada osjećaj sigurnosti i zaštite tijekom boravka u ovoj turističkoj destinaciji, neizmijenjen je stav o turističkoj signalizaciji, dok se osjećaju pozitivni pomaci u načinu prezentiranja i kvaliteti informacija koje gost dobij prije dolaska u ovu turističku destinaciju, a po stavu ispitanika poboljšana je i ponuda suvenira. Sadržaji su i u ovoj sub-regiji na zadnjem mjestu (4.06), no treba istaći da neki od sadržaja nose ocjenu iznad prosjeka grupe a tu npr. spadaju objekti za smještaj (4,90) i ugostiteljski objekti (4,75). S druge strane ocjenu ispod prosjeka zaslužila je kvaliteta ponude skupova i kongresa (3.03) i nautička ponuda (3,51), a upravo bi ova destinacija zbog geoprometnog položaja i prirodnih pretpostavki mogla razvijati upravo ove oblike ponude. Kvalitetom sadržaja prednjači Crikvenica (4,54), a na zadnjem mjestu je Jadranovo (4,08).

Tablica 6.3-7: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003²¹. i 2005/6. godini

Red. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
27.	Objekti za smještaj	3,30	20	7,87	4,90	5	8,62
28.	Ugostiteljski objekti	3,45	15	8,23	4,75	10	8,36
16.	Kulturno-povijesna baština	3,39	16	8,09	4,45	15	7,83
36.	Lokalna gastronomija	2,76	39	6,59	4,36	19	7,67
37.	Odnos cijene i kvalitete	3,04	29	7,25	4,12	24	7,25
35.	Ponuda izleta	3,31	18	8,11	4,18	22	7,36
		3,49	13				
		3,4	16				
29.	Kulturni sadržaji	3,17	23	7,56	4,14	23	7,29
31.	Sportski sadržaji	2,88	33	6,82	3,78	33	6,65
		2,84	37				
		2,86	35				
10.	Događaji	3,31	19	7,90	3,95	29	6,95
22.	Sadržaji za djecu	2,86	34	6,82	4,04	26	7,11
30.	Zabavni sadržaji	2,75	40	6,49	3,92	31	6,90
		2,69	41				
		2,72	41				
34.	Nautička ponuda	2,48	45	6,31	3,51	35	6,18
		2,81	38				
		2,65	42				
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,37	46	5,65	3,69	34	6,49
		2,37	47				
		2,37	47				
32.	Skupovi i kongresi	2,63	43	6,28	3,03	37	5,33
	Prosječno/ukupno	41,91	5	100%	56,82	5	100%

²¹ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "ponuda izleta" i "sportski sadržaji", "zabavni sadržaji", "nautička ponuda", te "sadržaji za zdravstveni turizam".

Slika 6.3-6: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003. i 2005/6. godini



Značajan pomak se u okviru skupine "sadržaji" bilježi u području unapređenja ponude smještajnih kapaciteta i u ponudi lokalne gastronomije, dok se kvaliteta ugostiteljskih objekata samo neznatno poboljšala. Osima toga se pozitivni pomaci uočavaju u području ponude sadržaja zdravstvenog turizma, zabavnih sadržaja te sadržaja za djecu. Iako je odnos cijene i kvalitete po percepciji korisnika ostao neizmijenjen, ispitanici smatraju da je lošija kvaliteta ponude kulturno-povijesne baštine i kulturnih sadržaja, da ponuda izleta nije adekvatna, da se ne koriste dovoljno pogodnosti za ponudu sportskih sadržaja, da događajni turizam značajno zaostaje, a mogućnosti za nautičkom i kongresnom ponudu su slabije u odnosu na prethodno razdoblje. Sagledaju li se globalni odnosi na razini sub-regije CVR koja predstavlja značajan podsustav u okviru turističke destinacije Kvarner, tada je moguće ocijeniti koje elemente turističke ponude ova destinacija ističe u sam vrh privlačnosti (top 10+) a koji su elementi najmanje privlačni (top 10 -).

Tablica 6.3-8: Rang najprivlačnijih elemenata turističke ponude u 2003. i 2005/6. godini

Top (10 +)		Apsolutan i relativan prosjek	
Rang	Elementi turističke ponude (ocjene)	2003.	2005/06
1	Čistoća mora	4,16 (10,80%)	5,56 (11,11%)
2	Ljepota krajolika	4,36 (11,32%)	5,49 (10,97%)
3	Klima	4,19 (10,88%)	5,08 (10,15%)
4	Očuvanost okoliša	3,61 (9,37%)	4,95 (9,89%)
5	Objekti za smještaj		4,9 (9,79%)
6	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata		4,89 (9,77%)
7	Ljubaznost stanovništva	3,78 (9,81%)	4,85 (9,69%)
8	Trgovine		4,81 (9,61%)
9	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,63 (9,42%)	4,77 (9,53%)
10	Ugostiteljski objekti		4,75 (9,49%)
	Osobna sigurnost i zaštita	3,82 (9,92%)	
	Uređenost parkova	3,67 (9,53%)	
	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,67 (9,53%)	
	Održavanje javne rasvjete	3,63 (9,42%)	
	Prosječna ocjena	3,85	5,01
	Ukupno	100%	100%

U tablici 6.3.8 je istaknut usporedni pregled najprivlačnijih elemenata turističke ponude u 2003. i u 2005/6. godini. Može se uočiti da prirodni resursi (more, krajolik, klima i okoliš) drže apsolutni primat u oba istraživanja, no u drugom dijelu ljestvice je došlo do promjena. Tako ispitanici sada u prvi plan ističu ljubaznost stanovništva i zaposlenih, kvalitetu objekata za smještaj i ugostiteljskih objekata i njihovo radno vrijeme, kao i ponudu u trgovinama. Na žalost sigurnost i zaštita više ne spada u top 10+ elemenata ove destinacije, a primat su izgubili i elementi kao što je uređenost parkova, radno vrijeme uslužnih djelatnosti, te održavanje javne rasvjete kao elementi organiziranosti destinacije.

Tablica 6.3-9: Rang elemenata turističke ponude koji su u 2003. i 2005/6. godini najlošije ocijenjeni

Top (10 –)		Apsolutan i relativan prosjek	
Rang	Elementi turističke ponude (ocjene)	2003.	2005/06
1	Skupovi i kongresi	2,63 (10,06%)	3,03 (8,18%)
2	Parkirališta	2,69 (10,29%)	3,30 (8,91%)
3	Nautička ponuda	2,48 (9,49%)	3,51 (9,48%)
4	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,37 (9,07%)	3,69 (9,96%)
5	Sportski sadržaji		3,78 (10,21%)
6	Suveniri		3,88 (10,8%)
7	Zabavni sadržaji	2,75 (10,52%)	3,92 (10,59%)
8	Lokalni promet		3,95 (10,67%)
9	Događaji		3,95 (10,67%)
10	Turistička signalizacija u destinaciji		4,02 (10,86%)
	Organizacija i sadržaji zračne luke	2,59 (9,91%)	
	Ponuda zdrave hrane	2,76 (10,56%)	
	Prosječno	2,61	3,70
	Ukupno	100%	100%

U strukturi najlošije ocijenjenih elemenata turističke ponude nije došlo do značajnijih pomaka što ukazuje da nije ništa značajno učinjeno u cilju njihova unapređenja. Tako su uvjeti za organiziranje poslovnih skupova i kongresa, dostupnost parkirališta, te nautička ponuda, sada još lošije rangirani nego 2003. godine ranije. I dalje se uvjeti za razvoj zdravstvenog turizma ne koriste dovoljno, niti se poboljšala situacija s nedostatkom kvalitetnih zabavnih sadržaja. Iako se u 2003. godini nisu našli na začelju ljestvice, sada se ovdje pojavljuje nedovoljno kvalitetna ponuda sportskih sadržaja, nedostatak autohtonog suvenira, problemi u lokalnom prometu, nedostatak megaspektakla i srodnih događaja, a turistička signalizacija u destinaciji također ne odgovara zahtjevima ove turističke destinacije. Kako je došlo do promjena u elementima strukture upitnika, neki se podaci ne mogu uspoređivati.

U nastavku će se pojedinačno sagledati karakteristike turističke ponude svake pojedine uže turističke destinacije, a prema prosječnoj ocjeni dobivenoj ispitivanjem turista koji posjećuju te destinacije, te menadžmenta i stanovništva koje u tim turističkim destinacijama živi.

6.3.1 Novi Vinodolski

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže destinacije Novi Vinodolski, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo, turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama, a dobiveni su rezultati prikazani u tablici br. 6-3.10.

Tablica 6.3-10: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Novi Vinodolski u 2005/6. godini

R.b r.	Elementi turističke ponude	N	Turisti	Ø	Stanov.	Ø	Menadž.	Ø	Prosjek
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)			5,57		4,79		5,41	5,25
1.	Klima	122	4,67		3,69		5,61		4,66
19.	Ljepota krajolika	164	6,08		5,48		5,78		5,78
20.	Očuvanost okoliša	161	5,40		4,41		4,67		4,83
21.	Čistoća mora	164	6,11		5,58		5,56		5,75
	SADRŽAJI (5)			4,90		3,54		3,60	4,01
10.	Događaji	164	4,31		3,58		3,78		3,89
16.	Kulturno-povijesna baština	163	5,32		4,83		4,06		4,74
22.	Sadržaji za djecu	161	5,04		3,51		3,44		4,00
27.	Objekti za smještaj	164	5,59		4,92		4,39		4,97
28.	Ugostiteljski objekti	162	5,36		4,49		4,28		4,71
29.	Kulturni sadržaji	164	4,93		4,10		3,67		4,23
30.	Zabavni sadržaji	162	4,77		3,21		3,78		3,92
31.	Sportski sadržaji	160	4,11		3,34		3,39		3,61
32.	Skupovi i kongresi	141	3,25		2,58		2,61		2,81
33.	Sadržaji za zdrav.i turizam	153	4,31		2,68		2,94		3,31
34.	Nautička ponuda	159	4,66		2,45		2,72		3,28
35.	Ponuda izleta	164	5,37		3,99		3,50		4,29
36.	Lokalna gastronomija	162	5,88		4,44		3,89		4,74
37.	Odnos cijene i kvalitete	164	5,69		1,47		3,94		3,70
	ORGAN. DESTINACIJE (3)			5,27		4,14		3,99	4,46
5.	Prometna dostupnost	164	4,75		4,03		4,44		4,41
6.	Lokalni promet	160	4,46		3,69		3,78		3,98
7.	Parkirališta	164	4,48		3,35		2,83		3,55
12.	Uređenost mjesta	163	5,26		4,08		3,67		4,34
13.	Urbana skladnost	164	5,24		3,77		3,22		4,08
14.	Šetnice	164	5,64		4,46		3,89		4,66
15.	Parkovi i zelene površine	163	5,60		4,66		4,06		4,77
17.	Uređenost i čistoća plaža	163	5,57		4,01		3,78		4,45
18.	Gužve na plažama	163	5,07		4,13		4,17		4,46
24.	Radno vrijeme ug. djelatnosti	159	5,58		4,40		4,00		4,66
25.	Radno vrijeme ug. objekata	163	5,77		4,44		4,94		5,05
26.	Trgovine	164	5,77		4,63		5,06		5,15
	PREP. SIGURNOST, INFORMIRANOST (4)			5,09		3,97		3,96	4,34
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	163	5,22		3,92		3,89		4,34
9.	Turistička signal. u destinaciji	162	4,95		3,92		4,22		4,36
11.	Suvenirni	164	4,93		3,76		3,28		3,99
23.	Osećaj sigurnosti i zaštite	160	5,27		4,29		4,44		4,67
	STANOV., ZAPOSLENI (2)			5,47		4,24		4,69	4,80
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	164	5,63		4,51		4,71		4,95
2.	Ljubaznost stanovništva	162	5,57		4,36		4,53		4,82
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	161	5,20		3,86		4,83		4,63
	Prosječna ocjena na razini destinacije		5,16		3,97		4,05		4,39

Iz prethodne tablice proizlazi slijedeći rang, po kojem se razvrstavaju grupe elemenata u turističkoj ponudi turističke destinacije Novi Vinodolski:

Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 5,25)
Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 4,80)
Rang treći: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 4,46)
Rang četvrti: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST,
 INFORMIRANOST (ø 4,34)
Rang peti: SADRŽAJI (ø 4,01)

Svi ispitanici destinacije Novi Vinodolski su jedinstveni u ocjeni da je najjači adut ove destinacije skupina elemenata «prostor, resursi, okoliš», koji su zauzeli visoko prvo mjesto s prosječnom ocjenom 5,25, uz naglasak da su ocjene turista i u ovoj skupini znatno više od prosjeka (5,57), turistički menadžment (5,41) je sličnog mišljenja, dok je stanovništvo znatno kritičnije (4,79). Nameće se zaključak da se komparativne prednosti koje proizlaze iz prirodnih resursa ne valoriziraju dovoljno, te da treba uložiti napore kako bi one postale i konkurentske prednosti ove destinacije.

Najvišu ocjenu dali su turisti čistoći mora (6,11) što je izuzetno važno posebno u odnosu na ocjenu iz 2003. godine, a odmah iza slijedi visoka ocjena turista o ljepoti krajolika (6,08) što otvara prostor za kvalitetniju valorizaciju tih prirodnih resursa u ovoj destinaciji. Najlošiju ocjenu prirodnim elementima turističke ponude dalo je stanovništvo očuvanosti okoliša (4,41), vjerojatno svjesni činjenice da se prema prostoru ponašamo neodgovorno, pa ovu nisku ocjenu treba shvatiti kao upozorenje za zaustavljanje negativnih trendova. Niža ocjena klime kod svih ispitanika može se sagledavati u sklopu opće prisutne globalne promjene klime na Zemlji, pa je možda i to jedan od elemenata za nešto lošije ocjene u odnosu na druge elemente ali i u odnosu na 2003. godinu.

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «stanovništvo, zaposleni» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 4,80. Ovdje su ocjene turista znatno više od prosjeka (5,47), slijedi ih turistički menadžment (4,69), a najkritičnije je lokalno stanovništvo (4,24).

Može se primijetiti da su najvišu ocjenu u ovoj skupini turisti dodijelili ljubaznosti zaposlenih u turizmu (5,63) što je i u ovoj turističkoj destinaciji u skladu s motom Hrvatske turističke zajednice "čovjek - ključ uspjeha", što se ocjenjuje pozitivnim i treba to poticati kao jednu od pretpostavki povratka gostiju u ovu destinaciju, ali i dolaska novih po sustavu usmene predaje. Ova je karakteristika utoliko značajna, kada se zna da su gosti najčešće dolaze iz urbanih sredina i velikih industrijskih gradova i da im ova destinacija pruža pravo gostoprimstvo. Najlošiju ocjenu u ovoj skupini dalo je stanovništvo kategoriji znanja stranih jezika (3,86) što bi trebalo motivirati na akciju, od

unapređenja sustava učenja stranih jezika u redovitom obrazovanju do obveznosti primjene permanentne naobrazbe svih zaposlenih u okviru koncepta cjeloživotnog učenja, a s posebnim naglaskom na strukturu zaposlenih koji imaju neposredan kontakt s gostima.

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» zauzeli treće mjesto s prosječnom ocjenom 4,46. I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više od prosjeka (5,27), nešto je kritičnije stanovništvo (4,14), a posebno turistički menadžment (3,99) koji želi unapređenje u tom području. Može se primijetiti da su u ovoj skupini ocjenu višu od prosjeka dali turisti: šetnicama, parkovima i zelenim površinama, uređenosti i čistoći plaža, radnom vremenu uslužnim djelatnostima i ugostiteljskim djelatnostima i trgovine. Ispod prosjeka ocijenili su lokalni promet, prometnu dostupnost, parkirališta, urbanu skladnost i gužve na plažama. Slične relacije mogu se prepoznati i u ocjenama koje su utvrđene od strane stanovništva i turističkog menadžmenta.

Četvrto mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» s prosječnom ocjenom 4,34. I u ovoj su skupini ocjene turista znatno više od prosjeka (5,09) i to daleko iznad mišljenja stanovništva (3,97) i turističkog menadžmenta. Daleko najvišu ocjenu su turisti dodijelili elementu «osobna sigurnost i zaštita» (5,27), ocjena o dostupnosti turističkih informacija (5,22). Najlošiju ocjenu u okviru ove skupine dao je menadžment za nedovoljnu kvalitetu ponude suvenira (3,28). Općenito su ocjene stanovništva i turističkog menadžmenta znatno niže od ocjena koje su za iste elemente turističke ponude dali turisti.

Najslabiju kariku u lancu čine elementi turističke ponude, koji su i u ovoj turističkoj destinaciji predstavljeni skupinom «sadržaji», koji su zauzeli posljednje tj. peto mjesto s prosječnom ocjenom 4,01, iako su i ovoj skupini turisti dali znatno više ocjene (4,90) od prosjeka. U ovoj su skupini najvišu ocjenu dali turisti lokalnoj gastronomiji, ponudi izleta, odnosu cijene i kvalitete, ugostiteljskim objektima, kulturno-povijesnoj baštini, sadržajima za djecu, i objektima za smještaj. No istovremeno su kritični prema nedostatku odgovarajuće ponude događajnog turizma (mega-spektakli i lokalne posebnosti), zabavnih i sportskih sadržaja, nema odgovarajućih uvjeta za organizaciju skupova i kongresa, a posebno se treba zamisliti nad niskom ocjenom za ponudu sadržaja zdravstvenog turizma i sustavu nautičke ponude.

Turisti, menadžment i stanovništvo s suglasni da je u ovoj skupini značajna ponuda objekata za smještaj i ugostiteljskih objekata koji gaje ponudu lokalne gastronomije, u prvi plan stavljaju kulturno-povijesnu baštinu, nude kulturne sadržaje a sve je značajnija i ponuda izleta. Kako se najlošije ocjene vezuju upravo uz "sadržaje" odn. elemente asortimana i kvalitete ponude koji boravak turista u turističkoj destinaciji trebaju učiniti kvalitetnim, potrebno je provesti daljnja istraživanja i poduzeti konkretne aktivnosti na njihovu unapređenju, kako bi se ponuda odmakla od klasičnog pristupa "sunce i more" i gostima

ponudila mogućnosti kvalitetnog odmora i izvan uskih okvira glavne turističke sezone, koja još uvijek previše kratko traje.

6.3.2 Selce

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini destinacije SELCE, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo, turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama, a dobiveni rezultati prikazani su u tablici br. 6.3-11.

Tablica 6.3-11: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Selce u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Turisti	Ø	Stanov.	Ø	Menad.	Ø	Prosjek
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ			5,59		4,42		5,54	5,18
1.	Klima	110	5,53		3,69		5,29		4,84
19.	Ljepota krajolika	109	5,53		4,90		6,14		5,52
20.	Očuvanost okoliša	109	5,47		4,07		5,14		4,89
21.	Čistoća mora	110	5,82		5,00		5,57		5,46
	SADRŽAJI			4,96		3,72		4,04	4,24
10.	Događaji	109	4,78		3,45		3,86		4,03
16.	Kulturno-povijesna baština	110	5,01		4,28		3,57		4,29
22.	Sadržaji za djecu	109	4,58		3,31		3,83		3,91
27.	Objekti za smještaj	108	5,51		4,61		4,86		4,99
28.	Ugostiteljski objekti	109	5,55		4,62		5,00		5,06
29.	Kulturni sadržaji	110	4,93		3,83		4,43		4,40
30.	Zabavni sadržaji	110	5,33		3,59		3,86		4,26
31.	Sportski sadržaji	108	5,06		3,59		3,43		4,03
32.	Skupovi i kongresi	107	4,03		2,97		2,57		3,19
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	109	4,52		3,28		4,43		4,08
34.	Nautička ponuda	108	4,60		3,21		3,57		3,79
35.	Ponuda izleta	109	5,11		3,72		5,00		4,61
36.	Lokalna gastronomija	109	5,19		3,93		4,00		4,37
37.	Odnos cijene i kvalitete	111	5,28		3,69		4,14		4,37
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE			4,93		4,12		4,09	4,38
5.	Prometna dostupnost	109	5,08		4,14		5,00		4,74
6.	Lokalni promet	110	4,61		3,83		3,71		4,05
7.	Parkirišta	110	2,71		2,69		2,14		2,51
12.	Uređenost mjesta	110	5,34		4,28		4,57		4,73
13.	Urbana skladnost	110	5,12		4,24		3,57		4,31
14.	Šetnice	109	5,57		4,38		5,29		5,08
15.	Parkovi i zelene površine	110	5,38		4,59		4,57		4,85
17.	Uređenost i čistoća plaža	110	4,46		4,17		4,14		4,26
18.	Gužve na plažama	110	5,01		3,97		3,14		4,04
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	109	5,23		4,24		3,83		4,43
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	110	5,42		4,66		4,57		4,88
26.	Trgovine	110	5,22		4,28		4,57		4,69
	PREPOZNLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST			4,90		3,55		4,04	4,16
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	109	4,68		3,48		3,71		3,96

9.	Turistička signalizacija u destinaciji	109	4,93		3,90		4,43		4,42	
11.	Suveniri	110	5,05		3,10		3,29		3,81	
23.	Osjecaj sigurnosti i zaštite	110	4,95		3,72		4,71		4,46	
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI			5,37		3,64		4,67		4,56
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	110	5,36		3,69		4,57		4,54	
2.	Ljubaznost stanovništva	108	6,12		3,74		5,00		4,95	
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	110	4,64		3,48		4,43		4,18	
	Prosječna ocjena na razini destinacije		5,05		3,90		4,27		4,40	

Iz prethodne tablice proizlazi slijedeći rang, po kojem se razvrstavaju grupe elemenata u turističkoj ponudi turističke destinacije Selce:

- Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (Ø 5,18)
 Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (Ø 4,56)
 Rang treći: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (Ø 4,38)
 Rang četvrti: SADRŽAJI (Ø 4,24)
 Rang peti: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (Ø 4,16)

Svi ispitanici destinacije Selce su jedinstveni u ocjeni, da su prirodni resursi najjači adut ove destinacije, što je i opći trend cijele destinacije Kvarner. Naime, elementi razvrstani u skupinu «prostor, resursi, okoliš» zauzeli visoko prvo mjesto s prosječnom ocjenom 5,18. Treba naglasiti da su ocjene turista znatno više od prosjeka (5,59), slijedi turistički menadžment (5,54) i stanovništvo (4,42). I u ovoj bi destinaciji trebalo uložiti napore da se prirodni resursi bolje koriste i više doprinesu ostvarenim rezultatima. Najvišu ocjenu dali su turisti čistoća mora (5,82) i ljepoti krajolika i klimi (5,53), a slijedi očuvanost okoliša, dakle ovi elementi drže primat te osiguravaju uvjete za njihovu kvalitetniju valorizaciju. Stanovništvo je nešto kritičnije u pogledu klime (3,69) i očuvanosti okoliša (4,07) vjerojatno više svjesno činjenice da se prema prostoru ne ponašamo dovoljno odgovorno, što treba shvatiti kao upozorenje za zaustavljanje negativnih trendova, posebno u području urbanističke devastacije i davanja primata kratkotrajnim prioritetima u odnosu na osiguranje pretpostavki za dugoročno održivi razvoj. Nešto lošija ocjena klime u odnosu na druge elemente može se opravdati zabrinutošću zbog opće prisutnih globalnih promjena klime na Zemlji, što naravno ne zaobilazi ni ovu destinaciju.

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani ove skupine zauzeli visoko drugo mjesto s prosječnom ocjenom 4,56. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (5,37) u sredini je turistički menadžment (4,67) a lokalno stanovništvo (3,64) je i u pogledu ovog elementa veoma kritično. Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti ljubaznosti domicilnog stanovništva (6,12), što je veoma značajno za male sredine koje nemaju dovoljno financijskih mogućnosti za ulaganje druge elemente ponude. Ovu komparativnu prednost treba gajiti jer je to jedna od

pretpostavki povratka gostiju u ovu destinaciju, ali i dolaska novih po sustavu usmene predaje. Ova je karakteristika utoliko značajna, kada se zna da su gosti najčešće dolaze iz urbanih sredina i velikih industrijskih gradova i da im ova destinacija pruža pravo gostoprimstvo. Najlošiju ocjenu u ovoj skupini dalo je stanovništvo kategoriji znanja stranih jezika (3,48) što ukazuje na promjenu u strukturi zaposlenih i na njihovu nedovoljnu motiviranost za unapređenje vlastite razine obrazovanja, pri čemu je znanje jezika jedna od temeljnih pretpostavki za unapređenje kvalitete komuniciranja s gostima.

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» zauzeli središnje treće mjesto s prosječnom ocjenom 4,38. I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više od prosjeka (4,93), slijedi stanovništvo (4,12) a turistički menadžment je najkritičniji (4,09). Može se primijetiti da su u ovoj skupini ocjenu višu od prosjeka od sve tri kategorije ispitanika dobili: prometna povezanost, uređenje mjesta, šetnice, parkovi i zelene površine, radno vrijeme ugostiteljskih objekata i kvaliteta ponude u trgovačkoj mreži. Ispod prosjeka se ocjenjuje lokalni promet, a posebno je apostrofirana problematika parkirališta (2,51), primjećuje se manja urbana skladnost i još uvijek prisutne gužve na plažama, a stavove turista podržava stanovništvo i turistički menadžment.

Na četvrto mjesto su rangirani «sadržaji» s prosječnom ocjenom 4,24, no i ovdje su turisti (4,96) znatno manje kritični od stanovništva i menadžmenta pri čemu turisti u prvi plan stavljaju kvalitetu ponude u ugostiteljskim objektima i objektima za smješta, zadovoljni su zabavnim sadržajima, lokalnom gastronomijom, ponudom izleta i raspoloživom kulturno-povijesnom baštinom, te smatraju da je postignut optimalan odnos odnosu cijene i kvalitete. To nameće i pitanje, da li bi odnos cijene i kvalitete bio isto tako prihvatljiv i za turiste više platežne moći. No i ova razina gostiju smatra da nema dovoljno kvalitetne ponude događajnog turizma, da nema odgovarajućih sadržaja za djecu, a pogotovo da nisu stvoreni uvjeti za one selektivne oblike turizma koji bi mogli produžiti sezonu a to su skupovi i kongresi, sadržaji za zdravstveni turizam kao odgovarajuća nautička ponuda.

Nasuprot turistima, menadžment i stanovništvo su mišljenja da je više nego zadovoljavajuća kvaliteta objekte za smještaj, ugostiteljske objekte, kulturno-povijesne baštine i kulturne ponude, da je dostatna ponuda izleta, da je dostatna ponuda lokalne gastronomije i slaže se s gostima da je odnos cijene i kvalitete primjeren strukturi gostiju koji posjećuju ovu turističku destinaciju. No i oni su svjesni da je u ovoj destinaciji ispod prosjeka ponuda lokalnih događaja i mega-spektakla, da nema odgovarajućih sadržaja za djecu, te da su nedovoljno iskorištenje mogućnosti za kvalitetnu ponudu sportskih sadržaja, organiziranje skupova i kongresa te nautička ponuda, kao i za organizaciju primjerenih sadržaja zdravstvenog turizma za koje ova destinacija već ima odgovarajući brand.

Zadnje mjesto na rang listi ispitanika i to s prosječnom ocjenom od 4,16 pripalo je skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost», a uz napomenu da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (4,90) nasuprot mišljenju stanovništva i turističkog menadžmenta. Najlošiju ocjenu ovim elementima turističke ponude dalo je stanovništvo i to prema svim promatranim elementima. Daleko najvišu ocjenu su turisti dodijelili kvaliteti ponude suvenira (5,05), što nije slučaj i u drugim turističkim destinacijama, a visoko je rangiran i njihov osobni osjećaj sigurnosti i zaštite (4,95) s čime se uglavnom slažu i druge kategorije ispitanika (3,72-4,71).

Ukupna ocjena turističke ponude Selca svodi se na visoko zadovoljstvo s resursnom osnovom tj. prirodnim atrakcijama, dok na drugom kraju najlošije ocjene dobivaju upravo elementi ponude koji čine prepoznatljivost i informiranost kao i sadržaje turističke destinacije. S elementima ponude «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost», koji nose prosječnu ocjenu 4,16 vidljivo je da Selce još uvijek nije dovoljno prepoznatljiva destinacija. Grupa elemenata «organiziranost destinacije» dobiva prosječnu ukupnu ocjenu zadovoljavajuću, iako se unutar te grupe javljaju i oni elementi ponude čije ocjene zabrinjavaju, kao što su organiziranost lokalnog prometa i parkirališta, koje valja što prije sanirati. Kako su upravo ovo segmenti sadržaja turističke ponude, koji otvaraju nebrojene mogućnosti za produženje turističke sezone, a time i za ostvarivanje boljih ekonomskih učinaka kroz ponudu selektivnih oblika turizma, nalažu posebnu pozornost i prilagođavanje trendovima suvremene ponude.

6.3.3 Crikvenica

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže destinacije CRIKVENICA, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo i turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama a dobiveni rezultati prikazani su u tablici br., 6-3.12.

Tablica 6.3-12: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Crikvenica u 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	N	Turisti	Ø	Stano vništ..	Ø	Mena džm.	Ø	Prosjek
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ			5,04		5,29		5,25	5,20
1.	Klima	266	4,99		5,84		5,43		5,42
19.	Ljepota krajolika	262	5,03		5,10		5,29		5,14
20.	Očuvanost okoliša	261	4,86		4,88		5,00		4,91
21.	Čistoća mora	262	5,28		5,35		5,29		5,31
	SADRŽAJI			4,15		4,37		4,05	4,19
10.	Događaji	263	4,09		4,23		3,86		4,06
16.	Kulturno-povijesna baština	263	4,48		4,53		4,00		4,34

Svi ispitanici u turističkoj destinaciji Crikvenica daju prioritet prirodnim resursima obuhvaćenih skupinom «prostor, resursi, okoliš» s prosječnom ocjenom 5,20. Za razliku od drugi destinacija ove sub-regije ali i Kvarnera u cjelini, u Crikvenici su ocjene turista (5,04) nešto niže od ocjena koje ovim elementima dodjeljuje menadžment (5,25) i lokalno stanovništvo (5,29), vjerojatno još nedovoljno svjesni negativnih utjecaja povezanih s neodgovornim odnosom prema ekstenzivnom razvoju koji narušava prirodnu ravnotežu i devastira okoliš. Za pretpostaviti je da su turisti uočili ove negativne promjene a da domicilno stanovništvo i menadžment tek trebaju postati svjesni tihog «udara» na ove prirodne resurse, što treba čim prije zaustaviti i pristupiti njihovu očuvanju.

Najvišu ocjenu turisti su dali čistoći mora (5,28) jer su prepoznali vrijednost ovog resursa i napore na osiguranju plavih zastava i sanaciji otpadnih voda, u čemu se slažu i menadžment i stanovništvo. Zbog nepravovremenog donošenja ili nepoštivanja prostornih planova, te ekstenzivnog pristupa turističkom ili općem razvoju destinacije, kategorija "očuvanost okoliša" je od svih skupina ispitanika ocijenjena najnižom ocjenom u okviru ove skupine elemenata turističke ponude, što je nedvojbeno signal odgovornom turističkom menadžmentu za preispitivanje ukupne politike prema okolišu i za poduzimanje hitnih akcija na njegovu unapređenje.

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «stanovništvo, zaposleni» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 4,72. U ovoj je skupini postignuta visoka razina suglasnosti svih ispitanika. U ovoj su skupini turisti najvišu ocjenu dali znanju stranih jezika zaposlenih u turizmu (4,63), no u usporedbi s drugim destinacijama ta je ocjena nešto niža od onih iz drugih destinacija i u odnosu na prosjek Kvarnera. Slično je kategorizirana ljubaznost zaposlenih u turizmu, kao i domicilnog stanovništva (4,54-4,57).

Elementi koji čine «organiziranost destinacije» su u turističkoj destinaciji Crikvenica zauzeli kao i u većini ostalih srednje treće mjesto i to s prosječnom ocjenom 4,54. Najvišu ocjenu su ispitanici dodijelili uređenosti i čistoći plaža (4,96), što je veoma značajno za sada dominantni oblik turističke ponude. Ocjenu višu od prosjeka su ispitanici dodijelili šetnicama, parkovima i zelenim površinama, uređenosti mjesta, radnom vremenu uslužnih djelatnosti kao i ugostiteljskih objekata, te unapređenju ponude u trgovačkoj mreži. S druge strane su ispitanici veoma kritični vezano za nedostatak kvalitetnog prostora za parkiranje (3,78) a smatraju i da bi trebalo unaprijediti urbana skladnost, lokalni promet i prometnu dostupnost a smanjiti gužve na plažama.

Skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost», pripalo je tek četvrto mjesto na rang listi ispitanika i to s prosječnom ocjenom od 4,27. Ispitanici smatraju da turistička signalizacija u turističkoj destinaciji nije dovoljno kvalitetno definirana, da oblik i sadržaj prezentiranja turističkih

informacija gostima prije njihova dolaska u destinaciju nije dostatan, te da nedostaje autohtoni suvenir. Pozitivno se ocjenjuje osjećaj sigurnosti i zaštite i to više od strane stanovništva (5,03) i turističkog menadžmenta (5,01), no od samih turista (4,83). Ocjene dobivene za ovu destinaciju su nešto nepovoljnije od prosjeka Kvarnera, što ukazuje na potrebu da se više poradi na svim elementima, a posebno na podizanju imidža ove destinacije na regionalnom, nacionalnom i međunarodnom planu.

Asortiman i kvaliteta ponude razvrstani u okviru skupine «sadržaji» su oni elementi turističke ponude koji čine najznačajniji dio turističkog proizvoda, a i u ovoj su turističkoj destinaciji razvrstani tek na peto mjesto s prosječnom ocjenom 4,19. Novi turistički menadžment se ne bi smio s time pomiriti tim više što treba povratiti slavnu turističku prošlost Crikvenice i iskoristiti njene stvarne mogućnosti. Kao i u mnogim destinacijama turisti i stanovništvo su dali nisku ocjenu kategoriji «skupovi i kongresi» (3,61 - 3,87), dok turistički menadžment najslabijom karikom smatra nautičku ponudu (2,71). Ocjene ispod prosjeka se također odnose i na kulturne i zabavne sadržaji, sadržaje zdravstvenog turizma i na sve oblike događajnog turizma. Ispitanici smatraju da je u toj skupini ocjenu iznad prosjeka zaslužila kulturno-povijesna baština, kvaliteta ugostiteljskih i objekata za smještaj te lokalna gastronomija, ponuda sportskih sadržaja i izleta, kao i sadržaji za djecu. Ispitanici smatraju da je odnos ponude i potražnje usklađen kao odnos cijene i kvalitete.

Ukupna ocjena turističke ponude Crikvenice svodi se na visoko zadovoljstvo resursnom osnovom tj. prirodnim atrakcijama, dok su najlošije ocijenjeni elementi koji čine sadržaj ponude Poseban naglasak treba staviti na nezadovoljstvo ispitanika ukupnom ponudom i kvalitetom nautičkih sadržaja i sadržaja za skupove i kongrese. Destinacija koja ima pretenzije postati destinacija ponude na razini četiri i pet zvjezdica, što sadašnje investicijske aktivnosti i potvrđuju, mora smoći snage i uložiti dodatne napore na podizanju kvalitete sadržaja ponude, boljeg informiranja gostiju, kao i na podizanju elemenata organizacije, posebno u segmentu boljih prometnih rješenja.

6.3.4 Jadranovo

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže destinacije JADRANOVO, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo i turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama a dobiveni rezultati prikazani su u tablici br. 6.3-13.

Tablica 6.3-13: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Crikvenica u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu-risti	Ø	Sta-nov.	Ø	Men-adz.	Ø	Prosjek
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ			6,16		3,93		6,25	5,44
1.	Klima	40	6,54		3,75		5,86		5,38
19.	Ljepota krajolika	40	6,23		4,20		6,14		5,52
20.	Očuvanost okoliša	40	5,85		3,50		6,14		5,16
21.	Čistoća mora	40	6,00		4,25		6,86		5,70
	SADRŽAJI			4,99		3,16		3,21	3,78
10.	Događaji	39	4,38		3,35		3,67		3,80
16.	Kulturno-povijesna baština	40	5,38		3,65		4,29		4,44
22.	Sadržaji za djecu	39	5,67		2,55		3,29		3,84
27.	Objekti za smještaj	40	5,23		4,05		5,71		5,00
28.	Ugostiteljski objekti	40	5,23		4,30		4,14		4,56
29.	Kulturni sadržaji	39	4,38		3,50		3,83		3,90
30.	Zabavni sadržaji	40	4,46		3,05		2,57		3,36
31.	Sportski sadržaji	40	4,15		3,00		2,43		3,19
32.	Skupovi i kongresi	37	3,40		2,60		1,86		2,62
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	40	5,31		2,20		2,14		3,22
34.	Nautička ponuda	36	5,10		3,00		2,14		3,41
35.	Ponuda izleta	40	5,23		2,80		2,57		3,53
36.	Lokalna gastronomija	40	6,00		3,15		2,71		3,95
37.	Odnos cijene i kvalitete	40	5,92		3,00		3,57		4,16
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE			5,33		3,48		3,43	4,08
5.	Prometna dostupnost	40	4,85		3,05		3,29		3,73
6.	Lokalni promet	40	4,77		3,45		3,00		3,74
7.	Parkirališta	40	4,15		3,15		2,71		3,34
12.	Uređenost mjesta	40	5,08		3,05		2,29		3,47
13.	Urbana skladnost	40	5,46		3,35		2,57		3,79
14.	Šetnice	40	6,00		3,35		3,57		4,31
15.	Parkovi i zelene površine	40	6,00		3,60		2,57		4,06
17.	Uređenost i čistoća plaža	40	5,54		3,60		3,71		4,28
18.	Gužve na plažama	40	5,85		3,65		4,71		4,74
24.	Radno vrijeme usl. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	40	5,54		3,15		3,29		3,99
25.	Radno vrijeme ugost. objekata	40	5,31		4,60		4,57		4,83
26.	Trgovine	40	5,46		3,70		4,86		4,67
	PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST			4,73		3,45		3,29	3,82
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	40	4,23		3,80		3,57		3,87
9.	Turistička signalizacija u dest.	40	4,08		3,70		2,43		3,40
11.	Suveniri	40	4,85		3,20		2,57		3,54
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	39	5,77		3,11		4,57		4,48
	STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI			5,84		3,59		4,49	4,64
3.	Ljubaznost zaposl. u turizmu	40	6,38		3,70		4,57		4,88
2.	Ljubaznost stanovništva	40	5,92		3,80		4,57		4,76
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	38	5,23		3,26		4,33		4,27
	Prosječna ocjena na razini destinacije		5,27		3,41		3,72		4,13

Skupina elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» je na četvrtom mjestu s prosječnom ocjenom od 3,82. Najvišu ocjenu u ovoj skupini su turisti dodijelili osjećaju sigurnosti i zaštite (5,77), a i ostale elemente turisti ocjenjuju za jedan rang ili više u odnosu na ocjene koje za istim elementima dodjeljuje menadžment ili stanovništvo. Ocjene ispod prosjeka u ovoj skupini zaslužila je prvenstveno turistička signalizacija u destinaciji, uz naznaku da su i druge ocjene nešto nepovoljnije od prosjeka regije i Kvarnera.

Skupina elemenata turističke ponude «sadržaji», razvrstana je na posljednje mjesto (3,78) što nije zadovoljavajuće, pogotovo što je to i ispod prosjeka sub-regije i ukupne turističke destinacija Kvarner, pogotovo ako se uzmu u obzir stvarne mogućnosti i potencijali kojima Jadranovo realno raspolaže. U ovoj skupini su najlošiju ocjenu dali turisti kategoriji «skupovi i kongresi» (3,40), kritičnije je stanovništvo (2,60), a pogotovo turistički menadžment (1,86). Uz to su loše ocijenjeni sportski i zabavni sadržaji, te sadržaji zdravstvenog turizma, a uz nautičku ponudu i ponudu izleta. Kao svjetla točka ove skupine ističe se kulturno-povijesna baština u ponudu kulturnih sadržaja, izdvaja se kvaliteta objekata za smještaj i prehranu oplemenjena ponudom lokalne gastronomije, a nude se odgovarajući sadržaji za djecu, što sve zajedno daje uravnotežen odnos cijene i kvalitete za sadašnju turističku populaciju.

6.4 ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (OPATIJSKA RIVIJERA)

Da bi se dobila ocjena zadovoljstva ispitanika elementima turističke ponude na razini Opatijske rivijere sumirani su stavovi turista, stanovništva i turističkog menadžmenta, a prikupljeni putem anketnog upitnika u slijedećim turističkim destinacijama ove sub-regije:

- Opatija
- Lovran
- Ičići
- Medveja

U nastavku se u tablici 6.4.-1. prikazuju rezultati za cijelu sub-regiju i za njene uže turističke destinacije, koje su izabrane kao reprezentativni uzorak.

Tablica 6.4-1: Ocjena elementa turističke ponude turističke sub-regije Opatijska rivijera

R.br.	Elementi turističke ponude	Opatija	Lovran	Ičići	Medveja	Mošć. Draga	Prosjek prosjeka
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ	5,26	4,99	4,98	5,30	5,62	5,23
1.	Klima	5,48	4,87	4,98	5,50	5,64	5,29
19.	Ljepota krajolika	5,78	5,74	5,23	5,70	5,84	5,66
20.	Očuvanost okoliša	4,82	4,74	4,82	4,99	5,43	4,96
21.	Čistoća mora	4,94	4,62	4,89	5,02	5,55	5,00
	SADRŽAJI	4,34	3,97	3,98	4,15	4,65	4,22
10.	Događaji	4,00	4,06	3,11	3,70	4,66	3,91
16.	Kulturno-povijesna baština	4,73	4,69	4,09	4,57	4,37	4,49
22.	Sadržaji za djecu	3,85	3,49	4,16	4,14	4,05	3,94
27.	Objekti za smještaj	4,99	4,58	4,63	4,72	5,01	4,79
28.	Ugostiteljski objekti	4,75	4,51	4,60	4,55	4,69	4,62
29.	Kulturni sadržaji	4,26	4,05	3,62	4,01	4,20	4,03
30.	Zabavni sadržaji	3,96	3,38	3,22	3,92	4,35	3,77
31.	Sportski sadržaji	3,65	3,39	3,21	3,98	4,62	3,77
32.	Skupovi i kongresi	4,41	3,53	3,09	3,08	4,06	3,63
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	4,63	3,56	3,53	3,48	4,86	4,01
34.	Nautička ponuda	4,20	3,64	4,63	4,12	4,69	4,26
35.	Ponuda izleta	4,54	4,29	4,68	4,31	5,04	4,57
36.	Lokalna gastronomija	4,57	4,45	4,88	4,86	5,59	4,87
37.	Odnos cijene i kvalitete	4,26	4,01	4,24	4,65	4,87	4,41
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE	4,42	4,06	4,28	4,36	5,00	4,42
5.	Prometna dostupnost	4,06	4,04	4,58	4,85	5,74	4,65
6.	Lokalni promet	3,44	3,73	3,45	3,80	5,31	3,95
7.	Parkirališta	2,61	2,98	2,91	3,25	5,18	3,39
12.	Uređenost mjesta	4,68	4,21	4,22	4,43	4,22	4,35
13.	Urbana skladnost	4,98	4,12	3,79	4,43	5,04	4,47
14.	Šetnice	5,31	4,70	5,33	4,81	5,16	5,06
15.	Parkovi i zelene površine	5,75	4,98	5,33	4,51	4,92	5,10
17.	Uređenost i čistoća plaža	3,88	3,44	4,60	4,69	5,22	4,37
18.	Gužve na plažama	3,97	3,74	3,68	4,24	4,96	4,12
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	5,13	4,18	4,64	4,24	4,99	4,64
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	4,52	4,41	4,39	4,59	4,69	4,52
26.	Trgovine	4,68	4,19	4,48	4,45	4,54	4,47
	PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST	4,25	4,15	3,90	4,48	4,28	4,21
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,90	4,09	4,11	4,82	4,47	4,28
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	4,02	3,91	4,29	4,40	3,97	4,12
11.	Suveniri	3,91	4,05	2,78	4,07	4,11	3,78
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	5,17	4,53	4,40	4,64	4,56	4,66
	STANOVISTVO, ZAPOSLENI	4,85	4,73	4,68	5,26	4,99	4,90
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,97	4,75	4,76	5,38	5,10	4,99
2.	Ljubaznost stanovništva	4,97	4,75	4,63	5,21	5,01	4,91
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,61	4,68	4,65	5,18	4,85	4,79
	Prosječna ocjena na razini destinacije	4,50	4,19	4,23	4,47	4,85	4,45

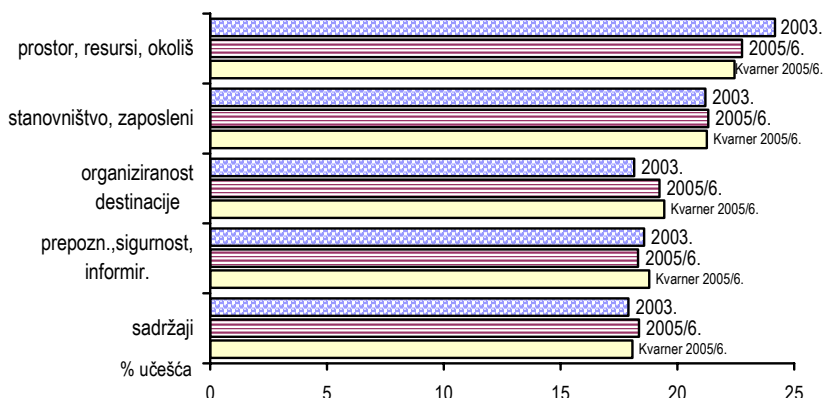
Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini sub-regije Opatijska rivijera utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang 1 - 7) svih ciljnih skupina ispitivanih 2005/6. godine, a koji se u nastavku uspoređuju s podacima dobivenim istraživanjem u 2003. godini (rang 1 - 5), kao i s prosjekom Kvarnera. Svi ispitanici Opatijske rivijere su jedinstveni u ocjeni da su prirodni resursi najjači adut ove destinacije, a što je i opći trend turističke destinacije Kvarner kao cjeline. Naime, elementi razvrstani u skupinu «prostor, resursi, okoliš» zauzeli su ponovno (kao i 2003. godine) visoko prvo mjesto s prosječnom ocjenom 5,23. Ova prosječna ocjena obuhvaća temeljne elemente iz prirodne resursne osnove kao što je ljepota krajolika, zdrava klima, kvaliteta mora i očuvanost okoliša.

No istovremeno se nije promijenio rang između pojedinih grupa elemenata turističke ponude, tako da su i dalje elementi u grupi "prostor, resursi i okoliš" drže primat, a na drugom su mjestu elementi u grupi "stanovništvo, zaposleni", treće mjesto pripada elementima koji spadaju u grupu "organiziranost destinacije, prepoznatljivost, sigurnost i informiranost su tek na četvrtom mjestu, a sadržaji i dalje ostaju na začelju (tablica 6-4.2). Navedeno je ilustrirano i na slici 6-4.1.

Tablica 6.4-2: Rang grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005/6. godini

Rang:	Grupe elemenata turističke ponude:	Sub regija Opatijska Rivijera		Kvarner
		Ø ocjena 2003.	Ø ocjena 2005/6.	Ø ocjena 2005/6.
(1)	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ	4,05 (24,18%)	5,23 (22,76%)	5,28 (22,44%)
(2)	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI	3,55 (21,19%)	4,90 (21,32%)	5,00 (21,26%)
(3)	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE	3,04 (18,15%)	4,42 (19,23%)	4,57 (19,43%)
(4)	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST	3,11 (18,57%)	4,21 (18,32%)	4,42 (18,79%)
(5)	SADRŽAJI	3,00 (17,91%)	4,22 (18,36%)	4,25 (18,07%)

Slika 6.4-1: Relativni odnosi grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005/6. godini



U usporedbi sa rezultatima istraživanja provedenog u 2003. godini došlo je do promjena u redosljedu pojedinih skupina istraživanih elemenata, a ovo je jedina turistička sub- regija u kojoj se bilježe značajnija odstupanja ranga tih elemenata u odnosu na prosjek Kvarnera. Primjećuje se da čelu poziciju konstantno drže dvije skupine tj. "prostor, resursi, okoliš" i "stanovništvo, zaposleni". Odstupanja su prisutna u drugom djelu tablice, tako da je Opatijska Rivijera temeljem istraživanja u 2003. godini bilježi treće mjesto za grupu elemenata "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost", četvrta je "organiziranost destinacije" a na začelju su bili "sadržaji", da bi u 2005/6. godini došlo do značajnijih promjena, tako da se na treće mjesto penje "organiziranost destinacije", četvrto mjesto osvajaju "sadržaji", a na žalost "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" pada na posljednje mjesto, što je posebno negativno ako se zna za slavnu prošlost ove Rivijere ali i uvaži činjenicu da je ova ocjena znatno niža od prosječne ocjene Kvarnera.

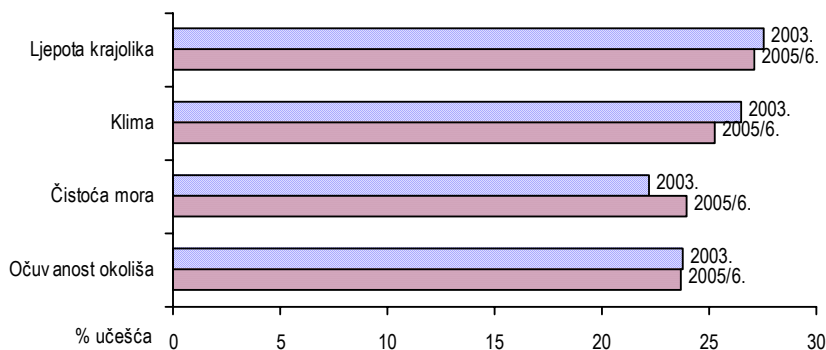
Apsolutno izražene prosječne ocjene dobivene ispitivanjem ciljnih skupina u Opatijskoj rivijeri znatno niže od bilo koje prosječne ocjene dobivene za prosjek Kvarnera, pa će se u nastavku sagledati pojedini elementi u strukturi svake pojedine skupine a temeljeno na prethodnim i najnovijim rezultatima istraživanja. U okviru skupine "prostor, resursi, okoliš". je najviša prosječna ocjena dodijeljena ljepoti krajolika (5,66) a najniža očuvanosti okoliša (4,96), što se povezuje s devastacijom prostora povezanom s nekontroliranom izgradnjom u okviru neodgovarajućeg prostornog plana. Najvišu prosječnu ocjenu ovim elementima zaslužuje po ocjeni ispitanika Mošćenička Draga (5,55), a na posljednjem mjestu je u ovoj skupini Lovran (4,62), a najvjerojatnije kao posljedica dugog boravka prognanika i izbjeglica u ovoj destinaciji, velikog broja objekata izvan funkcije zbog neriješenih imovinsko-pravnih odnosa, a bilo je i nekih pogrešnih poslovnih odluka lokalnih vlasti.

Tablica 6.4-3: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" u 2003. i 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
19	Ljepota krajolika	4,46	1	27,55	5,66	1	27,07
1	Klima	4,29	2	26,50	5,29	2	25,30
20	Očuvanost okoliša	3,85	3	23,78	4,96	7	23,72
21	Čistoća mora	3,59	6	22,17	5,00	5	23,91
	prosječno/ukupno	16,19	(1)	100%	20,91	(1)	100%

Usporednom analizom rezultata istraživanja u ovoj skupini, može se uočiti da su pozitivni pomaci u odnosu na 2003. godinu zabilježeni kod osiguranja veće čistoće mora, a kao posljedice značajnih investicijskih radova na uređajima za zbrinjavanje otpadnih voda. No, osim čistoće mora, ostali se elementi ocjenjuju manje privlačnim u odnosu na percepciju ispitanika u prethodnom istraživanju. Tako se Ljepota krajolika i klima ocjenjuju znatno lošijom, a očuvanost okoliša samo neznatno lošijom u odnosu na prethodno istraživanje.

Slika 6.4-2: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" za 2003. i 2005/6. godinu



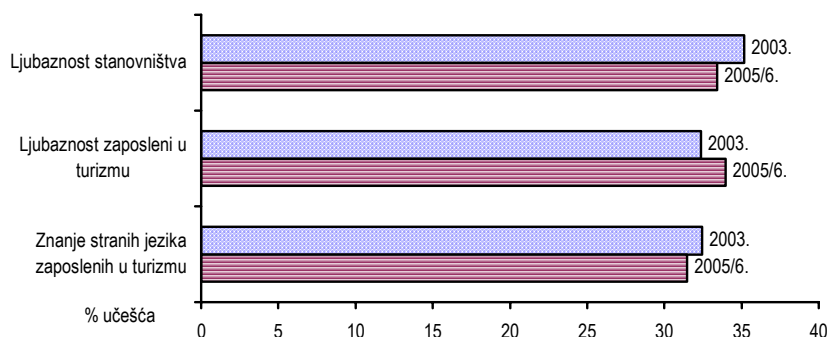
I Opatijska rivijera slijedi trend mnogih turističkih destinacija, kao i prosjek turističke destinacije Kvarner, gdje se grupa elemenata turističke ponude "stanovništvo, zaposleni" razvrstava na drugo mjesto u rang listi privlačnosti. Time se ponovno dokazuje visoka vrijednost kvalitete ljudskih potencijala u turističkom gospodarstvu (ljubaznost zaposlenih i znanje stranih jezika), ali i na razini turističke destinacije (ljubaznost stanovništva). U nastavku će se sagledati ova skupina elemenata turističke ponude na relaciji 2003. - 2005/6.

Tablica 6.4-4: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini

STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI		2003			2005		
R.br.	Elementi turističke ponude	Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
2	Ljubaznost stanovništva	3,75	4	35,18	4,91	8	33,42
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,45	14	32,36	4,99	6	33,97
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	3,46	12	32,46	4,79	11	32,61
	prosječno/ukupno	10,66	2	100%	14,69	2	100%

Najvišu ocjenu zaslužuje ljubaznost zaposlenih u turizmu (4,99), najnižu znanje stranih jezika u turizmu (4,79), a u toj strukturi prednjači ljubaznost zaposlenih u turizmu Medveje (5,38), koje je svjesno značenja turista za razvoj ove male turističke destinacije, a na začelju je znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu Opatije (4,61), što izuzetno jak udarac na imidž koju je u tom području držala ova turistička destinacija. Usporede li se podaci dobiveni istraživanjem u 2003. godine sa podacima istraživanja iz 2005/6. godine može se uočiti da je došlo do pozitivnih pomaka samo u ljubaznosti zaposlenih u turizmu, dok su se ostala dva elementa relativno pala.

Slika 6.4-3: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini



Stoga se novom destinacijskom menadžmentu kao prioritetnu akciju treba preporučiti širu edukaciju domicilnog stanovništva, te ozbiljan zaokret u redovitoj i permanentnoj naobrazbi zaposlenih, ali i u donošenju mjera koje će motivirati zapošljavanje kadrova s višom razinom znanja, što znači i znanja stranih jezika dostupnih na tržištu rada. Elementi turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" (4,42) su u 2005/6. na Opatijskoj rivijeri zauzeli

treće mjesto (kao i u destinaciji Kvarner), što predstavlja pomak u odnosu na 2003. godinu, kada su bili rangirani tek na četvrto mjesto. Kakve su relacije istraživanja u 2005/6. u odnosu na 2003. godinu prikazuje tablica 6-4.5. i slika br. 6-4.4.

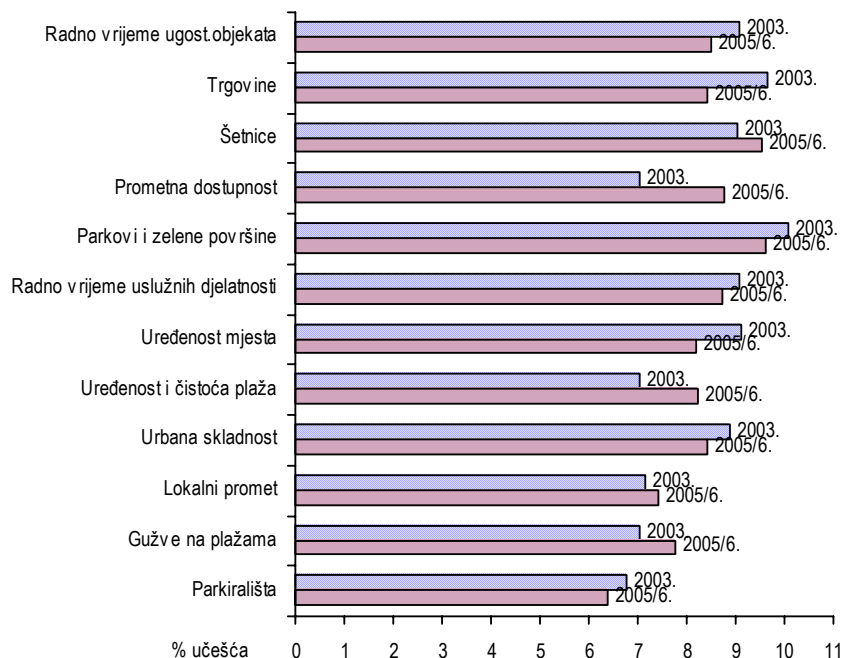
Tablica 6.4-5: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003.²² i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	3,33	16	9,09	4,52	17	8,51
26.	Trgovine	3,54	8	9,67	4,47	20	8,42
14.	Šetnice	3,31	17	9,04	5,06	4	9,53
5.	Prometna dostupnost	2,9 <u>2,25</u> 2,58	32 <u>47</u> 40	7,03	4,65	13	8,76
15.	Parkovi i zelene površine	3,69	5	10,08	5,1	3	9,61
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	3,33	16	9,09	4,64	14	8,74
12.	Uređenost mjesta	3,50 3,37 <u>3,15</u> 3,34	11 15 <u>26</u> 17	9,12	4,35	23	8,19
17.	Uređenost i čistoća plaža	2,57	43	7,02	4,37	22	8,23
13.	Urbana skladnost	3,26	19	8,90	4,47	19	8,42
6.	Lokalni promet	2,62	42	7,15	3,95	30	7,44
18.	Gužve na plažama	2,57	44	7,02	4,12	26	7,76
7.	Parkirališta	2,48	46	6,77	3,39	37	6,39
	prosječno/ukupno	36,62	3	100%	53,09	3	100%

Najviša ocjena rezervirana za parkove i zelene površine u Opatiji (5,75) kao izrazitoj komparativnoj prednosti, a najniža za izrazito lošu situaciju u području mogućnosti parkiranja u istoj turističkoj destinaciji (2,61), koje hitno treba rješavati. Najvišu ocjenu u okviru ove skupine osvojila je turistička destinacija Mošćenička Draga (5,00) čiju bi sezonu ipak trebalo nešto produžiti, a najnižu Lovran (4,08), koji se još uvijek nije osigurao infrastrukturne i druge preduvjete za uspješan razvoj turizma.

²² Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "prometna dostupnost" i "uređenost mjesta"..

Slika 6.4-4: Promjene u stavovima ispitanika o elementa turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003. i 2005/6. godini



U odnosu na rezultate istraživanja u 2003. godini, u 2005/6. godini su zabilježeni značajni pozitivni pomaci u većoj prometnoj dostupnosti, vjerojatno zbog izgradnje prometne infrastrukture čime je olakšan dolazak u ovu, kao i u druge destinacije Kvarnera, bolje je percipiran i lokalni, uređenje šetnica, uređenost i čistoća plaža kao i smanjene gužve na plažama.

S druge strane značajno zaostaje ponuda u trgovinama i uređenost mjesta, a negativni pomaci se bilježe također kod radnog vremena ugostiteljskih objekata i uslužnih djelatnosti, urbane skladnosti, uređenosti parkova i zelenih površina kao i dostatnosti parkirališnog prostora. Navedeno ukazuje da je potrebno i dalje ulagati napore na unapređenju organiziranosti ove turističke destinacije od koje turisti mnogo očekuju, pri čemu je potrebna dobra suradnja svih činitelja turističke ponude i značajna investicijska ulaganja, što su realna očekivanja od novog turističkog menadžmenta, čiji ustroj tek treba dogovoriti.

"Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost" su elementi turističke ponude koji su bili na razini Opatijske rivijere 2003. godine pozicionirani na treće mjesto, danas su na razini prosjeka Kvarnera pozicionirani na četvrtom mjestu, a na žalost istraživanja provedena za Opatijsku rivijeru u 2005/6. godini razvrstavaju

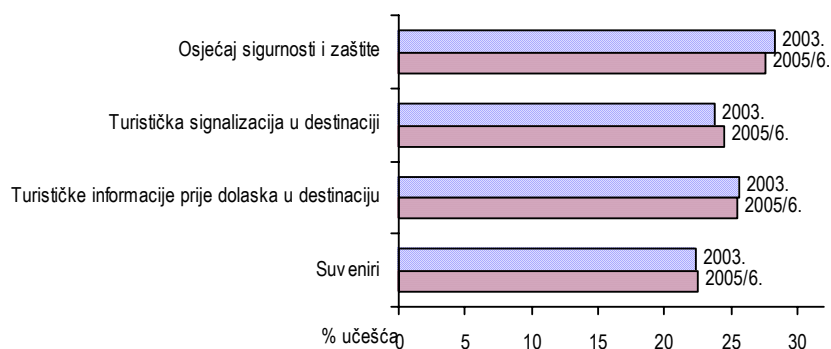
ih tek na peto mjesto, što je veliki pad za destinaciju s dugom turističkom tradicijom i s još većim očekivanjima turističke potražnje. Da bi se mogli ocijeniti pomaci u strukturi ove skupine, potrebno je sagledati odnose prikazane u tablici 6-4.6. i na slici 6-4.5.

Tablica 6.4-6: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003²³. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	3,53	10	28,33	4,66	12	27,67
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	2,85 3,06 2,96	36 27 32	23,72	4,12	27	24,47
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,21 3,2 3,17 3,19	22 23 24 23	25,63	4,28	24	25,42
11.	Suveniri	2,78	37	22,31	3,78	33	22,45
	prosječno/ukupno	12,46	4	100%	16,84	4	100%

Može se uočiti da je došlo do pozitivnih pomaka samo u području kvalitetnije signalizacije u ovoj sub-regiji kao turističkoj signalizaciji, da je neznatan pomak učinjen i u području autohtonog suvenira uz naznaku da je ovaj element turističke ponude i dalje na začelju promatrane ljestvice.

Slika 6.4-5: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003. i 2005/6. godini



²³ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "turistička signalizacija u destinaciji" i "turističke informacije prije dolaska u destinaciju".

Zabrinjava pad osjećaja sigurnosti i zaštite, koji je dugo bio značajna komparativna prednost ove geoprometno izvrsno locirane turističke sub-regije. Zabrinjava i spoznaja da su nedostatne turističke informacije koje su gostima dostupne prije njihova dolaska u destinaciju, što upućuje na potrebu da se unaprijedi područje turističkog marketinga na razini cijele sub-regije kao cjelovite turističke destinacije, što se stavlja u zadatak novog turističkog menadžmenta. Naime, turistička destinacija Opatijska Rivijera se još uvijek percipira kroz njenu slavnu prošlost i šarm uspomena, no taj imidž sve više blijedi, pa će bez ozbiljnog i stručnog pristupa ovoj problematici ona izgubiti primat koji je dugo nosila u okviru turističke destinacije Kvarner ali i na nacionalnoj razini.

Opatijska rivijera je jedina sub-regija u kojoj su prema zadnjem istraživanju sadržaji pozicionirani na četvrtom, a ne na zadnjem petom, kako je to u drugim sub-regijama i na Kvarneru kao cjelini. Odnose unutar elemenata turističke ponude ove turističke destinacije sagledati će se temeljem podataka u tablici 6-4.7 i relacija iskazanih na slici 6-4.6.

Tablica 6.4-7: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003²⁴. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
27.	Objekti za smještaj	3,57	7	8,39	4,79	10	8,11
28.	Ugostiteljski objekti	3,45	13	8,11	4,62	15	7,82
16.	Kulturno-povijesna baština	3,15	25	7,41	4,49	18	7,60
36.	Lokalna gastronomija	2,89	33	6,80	4,87	9	8,24
37.	Odnos cijene i kvalitete	3,24	20	7,62	4,41	21	7,47
35.	Ponuda izleta	3,27 3,53 3,4	18 9 14	7,99	4,57	16	7,74
29.	Kulturni sadržaji	2,87	34	6,75	4,03	28	6,82
31.	Sportski sadržaji	2,62 2,62 2,62	40 41 41	6,16	3,77	35	6,38
10.	Događaji	3,22	21	7,57	3,91	32	6,62
22.	Sadržaji za djecu	2,72	38	6,40	3,94	31	6,67
30.	Zabavni sadržaji	2,66	39	6,07	3,77	34	6,38

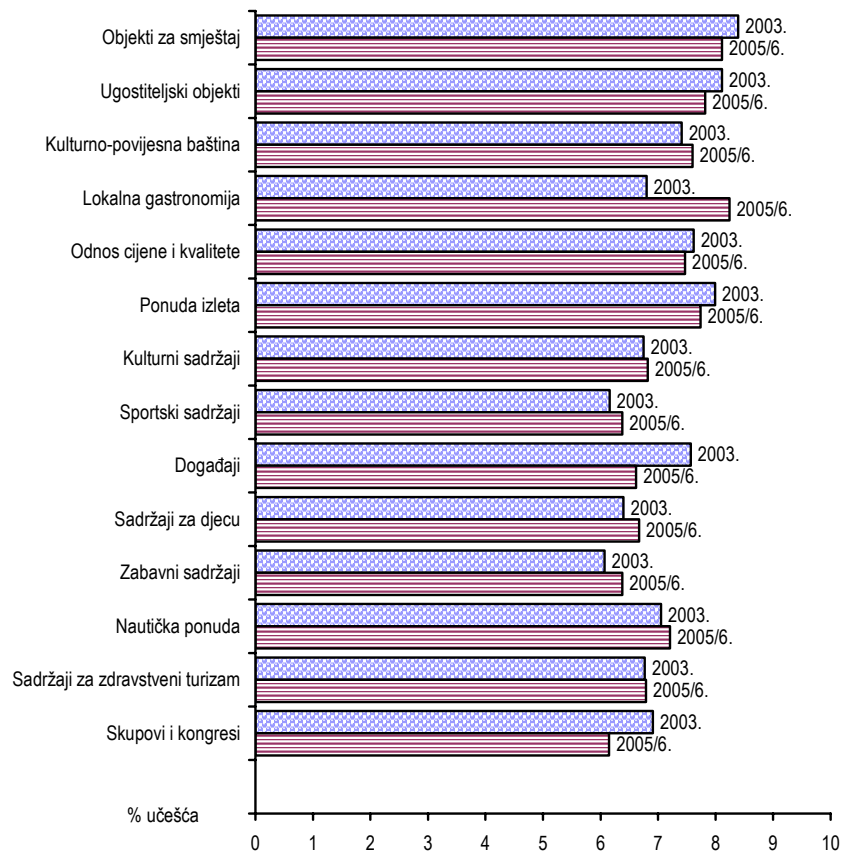
²⁴ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "ponuda izleta" i "sportski sadržaji", "zabavni sadržaji", "nautička ponuda", te "sadržaji za zdravstveni turizam".

		<u>2,50</u> 2,58	<u>45</u> 42				
34.	Nautička ponuda	2,98 <u>3,02</u> 3,00	29 <u>28</u> 29	7,05	4,26	25	7,21
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,85 <u>2,91</u> 2,88	35 <u>31</u> 33	6,77	4,01	29	6,79
32.	Skupovi i kongresi	2,94	30	6,91	3,63	36	6,15
	Prosječno/ukupno	42,53	5	100%	59,07	5	100%

Može se uočiti da daleko iznad prosjeka grupe pozicionirana lokalna gastronomija u Mošćeničkoj Dragi (5,59), dok se na začelju ljestvice nalaze mogućnosti organiziranja skupova i kongresa u Medveji (3,08) odn. asortiman ponude i kvaliteta ponude događaja u Ičićima (3,11).

Posebno je značajan pomak na Opatijskoj rivijeri je u okviru skupine "sadržaji" zabilježen u području unapređenja lokalne gastronomije, podignuta je razina valorizacije kulturno-povijesne baštine, sportskih i zabavnih sadržaja, kao i sadržaja za djecu (čemu su zaslužne i aktivnosti Dječjeg gradskog vijeća Grada Opatije). Neznatni su pomaci zabilježeni na području unapređenja ponude kulturnih sadržaja i u nautičkoj ponudi. Usprkos visokih investicijskih ulaganja u sadržaje zdravstvenog turizma, od strane ispitanika nije percipiran napredak u kvaliteti ovog oblika turističke ponude. Zabrinjava spoznaja da je došlo do značajnog pada u kvaliteti ponude mega-događaja i autohtonih lokalnih manifestacija a posebno u ponudi skupova i kongresa. Usprkos značajnim investicijskim ulaganjima, a vjerojatno zbog velikog broja zatvorenih objekata, neriješenih imovinsko-pravnih odnosa, te propasti nekih turističkih tvrtki na ovom području, kvaliteta objekata za smještaj i prehranu se lošije percipira a i ponuda izleta nije na željenom nivou. No u sagledavanju ravnotežnog odnosa pozitivnih i negativnih elemenata, ipak prevladavaju pozitivni, što je iskazano u pozitivnom odnosu na relaciji cijene i kvalitete ukupne ponude ove turističke rivijere.

Slika 6.4-6: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003. i 2005/6. godini



Sagledaju li se globalni odnosi na razini sub-regije Opatijska rivijera, koja je okosnica tradicije i predstavlja značajan podsustav u okviru turističke destinacije Kvarner, tada je moguće ocijeniti koje elemente turističke ponude ova destinacija ističe u sam vrh privlačnosti (top 10+) a koji su elementi ispitanicima na ovom području najmanje privlačni (top 10 -).

Tablica 6.4-8: Rang najprivlačnijih elemenata turističke ponude u 2003. i 2005/6. godini

Top (10 +)		Apsolutan i relativan prosjek	
Ran g	Elementi turističke ponude (ocjene) 2005/06. 2003.	2003.	2005/06
1	Ljepota krajolika	4,46 (10,47%)	5,66 (12,35%)
2	Klima	4,29 (10,07%)	5,29 (11,54%)
3	Parkovi i zelene površine	3,69 (8,66%)	5,10 (11,13%)
4	Šetnice		5,06 (11,04%)
5	Čistoća mora	3,59 (8,43%)	5,00 (10,91%)
6	Ljubaznost zaposlenih u turizmu		4,99 (10,89%)
7	Očuvanost okoliša	3,85 (9,04%)	4,96 (10,82%)
8	Ljubaznost stanovništva	3,75 (8,80%)	4,91 (10,71%)
9	Lokalna gastronomija		4,87 (10,62%)
10	Objekti za smještaj	3,57 (8,38%)	4,79 (11,25%)
	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,54 (8,31%)	
	Mogućnost izleta u okolinu	3,53 (8,29%)	
	Osobna sigurnost i zaštita	3,53 (8,29%)	
	Prosječno	3,87	5,09
	Ukupno	100%	100%

U tablici 6.4-8. je istaknut usporedni pregled najprivlačnijih elemenata turističke ponude u 2003. i u 2005/6. godini. Može se uočiti da krajolik i klima kao prirodni resursi uz parkove i zelene površine drže apsolutni primat u oba istraživanja. Na četvrto mjesto su sada rangirane šetnice, kao rezultat napora da se bolje valorizira i ovaj oblik turističke ponude. Čistoća mora i očuvanost okoliša još uvijek drže sredinu ljestvice top 10+, na koji se uz ljubaznost stanovništva sada popela i ljubaznost zaposlenih u turizmu, kao novi kvalitativni element turističke ponude. Lokalna gastronomija se podignula na deveto mjesto ljestvice, a kao i u ranijem istraživanju na desetom mjestu ostaju objekti za smještaj. Na žalost sa ljestvice su ispala tri veoma značajna elementa turističke ponude, kao što je osobna sigurnost i zaštita, kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže te mogućnost izleta u okolinu.

Tablica 6.4-9: Rang elemenata turističke ponude koji su u 2003. i 2005/6. godini najlošije ocijenjeni

Top (10 -)		Prosjek	
Rang	Elementi turističke ponude (ocjene) 2005/06. 2003	2003.	2005/06.
1	Parkirališta	2,48 (9,68%)	3,39 (9,93%)
2	Skupovi i kongresi		3,63 (10,63%)
3	Sportski sadržaji	2,62 (10,23%)	3,77 (11,04%)
4	Zabavni sadržaji	2,66 (10,39%)	3,77 (11,04%)
5	Suveniri		3,78 (11,07%)
6	Događaji		3,91 (11,45%)
7	Sadržaji za djecu	2,72 (10,62%)	3,94 (11,54%)
8	Lokalni promet	2,62 (10,23%)	3,95 (11,57%)
9	Sadržaji za zdravstveni turizam		4,01 (11,74%)
10	Kulturni sadržaji		4,03 (11,80%)
	Organizacija i sadržaji zračne luke	2,25 (8,79%)	
	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	2,57 (10,04%)	
	Uređenost plaža	2,57 (10,04%)	
	Prosječno	2,56	3,82
	Ukupno	100%	100%

U strukturi najlošije ocijenjenih elemenata turističke ponude Opatijske rivijere (tablica 6.4-9) neslavno prvo mjesto drže parkirališta, a ni s lokalnim prometom nema nekih poboljšanja. Veseli što je došlo do pozitivnih pomaka vezano za ranije loše percipiranu situaciju na plažama (uređenost plaža, brojnost kupaca na plažama-gužve), koja je otklonjena zajedničkim smišljenim akcijama, najčešće usklađenim sa zahtjevima vezanim za dobivanje plave zastave.

S druge strane neugodno iznenađenje predstavlja nedostatak uvjeta za organiziranje skupova i kongresa, upravo u sub-regiji koja je bila izrazito popularna u ovom segmentu turističke ponude te na ovom planu postigla zavidan nivo profesionalnosti. To je jasan signal novom turističkom

menadžmentu da je krajnji trenutak za značajnije pomake u tom pravcu, što uključuje relevantne investicijske aktivnosti i pomake u podizanju kvalitete ponude u tom području. Ponuda sportskih i zabavnih sadržaja, te sadržaja za djecu ne bilježe pozitivne pomake, već i dalje ostaju u grupi neslavnih top 10 minus. Kao nove stavke u sredini ove ljestvice javlja se nedostatak autohtonog suvenira, nedostatak prepoznatljivih i sve traženijih događaja, a nezadovoljstvo vlada i u području ponude kulturnih sadržaja.

Ako se zna da je Opatijska rivijera na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće bila po popularnosti druga najznačajnija destinacija zdravstvenog turizma, tada se kao posebno zabrinjavajuća činjenica može ocijeniti uvrštavanje "sadržaja zdravstvenog turizma" u red 10 najlošijih elemenata turističke ponude ove turističke destinacije. Navedeno ukazuje da je potrebno ova upozorenja shvatiti ozbiljno, te pristupiti unapređenju svih oblika turističke ponude, a posebno onih koji će osigurati produženje sezone, te vratiti imidž ovoj kulturno turističkoj destinaciji kako ga ne bi nepovratno izgubila.

U nastavku će se pojedinačno sagledati karakteristike turističke ponude svake pojedine uže turističke destinacije, a prema prosječnoj ocjeni dobivenoj ispitivanjem turista koji posjećuju svaku pojedinu užu turističku destinaciju unutar sub-regija Opatijska rivijera, a u usporedbi s ocjenama menadžmenta i stanovništva koje na tom području živi i djeluje.

6.4.1 Opatija

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Opatija utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo, turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama, a dobivenih su rezultati prikazani u tablici 6.4–10.

Tablica 6.4-10: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Opatija u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tur- isti	Ø	Sta- nov.	Ø	Men- adž.	Ø	Prosjek
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)				5,51		5,00		5,26	5,26
1.	Klima	447	5,27		4,99		6,17		5,48
19.	Ljepota krajolika	442	5,89		5,74		5,71		5,78
20.	Očuvanost okoliša	441	5,32		4,57		4,57		4,82
21.	Čistoća mora	443	5,55		4,71		4,57		4,94
SADRŽAJI (4)				4,69		4,11		4,23	4,34
10.	Događaji	438	4,69		3,72		3,58		4,00
16.	Kulturno-povijesna baština	441	5,19		4,59		4,42		4,73
22.	Sadržaji za djecu	428	4,37		3,62		3,57		3,85
27.	Objekti za smještaj	443	5,20		5,02		4,75		4,99
28.	Ugostiteljski objekti	441	5,08		4,43		4,75		4,75
29.	Kulturni sadržaji	436	4,61		4,10		4,08		4,26

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

30.	Zabavni sadržaji	440	4,76		3,62		3,50		3,96	
31.	Sportski sadržaji	431	4,33		3,37		3,25		3,65	
32.	Skupovi i kongresi	410	4,23		4,34		4,67		4,41	
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	422	4,43		4,53		4,92		4,63	
34.	Nautička ponuda	421	4,40		4,03		4,17		4,20	
35.	Ponuda izleta	430	4,81		4,06		4,75		4,54	
36.	Lokalna gastronomija	436	5,06		4,23		4,42		4,57	
37.	Odnos cijene i kvalitete	435	4,53		3,90		4,36		4,26	
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (3)				4,88		4,07		4,31		4,42
5.	Prometna dostupnost	443	4,58		4,03		3,58		4,06	
6.	Lokalni promet	441	4,00		3,32		3,00		3,44	
7.	Parkirišta	435	3,40		2,61		1,83		2,61	
12.	Uređenost mjesta	444	5,63		3,66		4,75		4,68	
13.	Urbana skladnost	440	5,16		4,36		5,42		4,98	
14.	Šetnice	441	5,46		4,80		5,67		5,31	
15.	Parkovi i zelene površine	440	6,03		5,47		5,75		5,75	
17.	Uređenost i čistoća plaža	442	5,01		3,73		2,91		3,88	
18.	Gužve na plažama	439	4,34		3,31		4,27		3,97	
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	438	4,95		4,62		5,83		5,13	
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	441	5,09		4,14		4,33		4,52	
26.	Trgovine	443	4,86		4,75		4,42		4,68	
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, NFORMIRANOST (5)				4,85		4,01		3,89		4,25
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	436	4,56		3,96		3,17		3,90	
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	439	4,82		3,91		3,33		4,02	
11.	Suvenirni	439	4,74		3,66		3,33		3,91	
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	437	5,29		4,51		5,71		5,17	
STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI (2)				5,31		4,66		4,59		4,85
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	447	5,48		4,85		4,58		4,97	
2.	Ljubaznost stanovništva	442	5,33		4,59		5,00		4,97	
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	440	5,11		4,53		4,18		4,61	
Prosječna ocjena na razini destinacije		438	4,91		4,23		4,36		4,50	

Iz prethodne tablice proizlazi rang grupa elemenata turističke ponude turističke destinacije Opatija, kako slijedi:

Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKILIŠ (Ø 5,26)
 Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (Ø 4,85)
 Rang treći: ORGANIZIRANOT DESTINACIJE (Ø 4,42)
 Rang četvrti: SADRŽAJI (Ø 4,34)
 Rang peti: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (Ø 4,25)

Sve ciljne skupine u turističkoj destinaciji Opatija su jedinstveni u stavu da primat pripada skupini elemenata turističke ponude "prostor, resursi, okoliš", što potvrđuje visoka ocjena 5,26. Pri tom je ocjena turista (5,51) znatno viša od ocjene koju je ovim elementima dao turistički menadžment (5,26), a najkritičnije je stanovništvo (5,00). Najvišu prosječnu ocjenu zaslužila je ljepota

krajolika (5,78) a najviše kritika je upućeno očuvanosti okoliša (4,82) što je vjerojatno posljedica nekontrolirane izgradnje i neadekvatnih arhitektonskih rješenja koja znatno odudaraju od urbane skladnosti građevina s prijelaza stoljeća. Najvišu ocjenu u ovoj skupini zaslužila je po ocjeni menadžmenta izuzetno blaga klima (6.17), a za razliku od njih se turisti više dive ljepoti krajolika (5,89) i vjerojatno mogućnostima bolje valorizacije Parka prirode Učka i drugih prirodnih pogodnosti koje još uvijek nisu adekvatno valorizirani.

Slijede po rangu elementi iz skupine "stanovništvo, zaposleni" (4,85) pri čemu se jednaka vrijednost daje ljubaznosti zaposlenih u turizmu, kao i ljubaznosti stanovništva (4,97), pri čemu su ocjene turista (5,33 - 5,48) znatno više od ocjena koje daju ostale kategorije ispitanika. Ako se zna da se Opatija izdvajala po znanju stranih jezika zaposlenih u turizmu, pa i lokalnog stanovništva, tada niži rang ovog zahtjeva (4,61) upozorava i trebao bi alarmirati odgovorne na hitnu akciju, a u cilju zapošljavanja odgovarajućih kadrova (kvalitetne srednje škole, fakultet, stručni programi...) kojima ova turistička destinacija raspolaže, a u cilju osiguranja više kvalitete usluga.

Upravo iz ovih rezultata istraživanja se mogu izvući zaključci, kako su potrebne i šire akcije, kojima će se obvezati na zapošljavanje kvalitetnih kadrova i one poslodavce koji nisu turistički stručnjaci i ne shvaćaju značenje ljudskih potencijala u strukturi ukupne turističke ponude. U tom smislu potrebno je zaštititi profesiju kroz obveznost stjecanja odgovarajućeg "stručnih ovlaštenja" kao pretpostavke za obavljanje određene profesije, te kroz potrebu licenciranja znanja kao izuzetno značajnog dijela permanentne naobrazbe, čime se garantira kvaliteta kadrovske komponente u turizmu.

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» zauzeli treće mjesto s prosječnom ocjenom 4,42. I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više od prosjeka (4,88), nešto je kritičniji menadžment, a najniže ocjene daje stanovništvo (4,07). Može se primijetiti da su u ovoj skupini elemenata turističke ponude turisti dali ocjenu nižu od prosjeka nedostatku parkirališnog prostora (3,40), neadekvatno organiziranom lokalnom prometu (4,00) te gužvama na plažama, a kao posljedici nedostatka ponude te vrste, dok su i predstavnici menadžmenta i stanovništvo po gornjim pitanjima još kritičniji (1,83 - 4,27).

Najvišu ocjenu svih ispitanika zaslužile su parkovi i zelene površine (5,75) pri čemu su ovim elementom turističke ponude posebno zadovoljni turisti (6.03), koji još izdvajaju uređenost mjesta (5,63) i šetnice (5,46). Unapređenje elemenata u strukturi skupine "organiziranost destinacije" bi sigurno trebao biti jedan od prioritetnih zadataka novog turističkog menadžmenta ove turističke destinacije.

Četvrto mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «sadržaji» s prosječnom ocjenom 4,34, iako su i ovoj skupini turisti (4,69) dali nešto višu

ocjenu od prosjeka od prosjeka, ali i od ostalih ciljnih skupina ispitanika (menadžment 4,23; stanovništvo 4,11). Ovo je jedna od rijetkih turističkih destinacija u kojoj je najviše rangirana kvaliteta objekata za smještaj općenito (4,99) odn. znatno više od strane turista (5,20). Pozitivno se percipiraju ugostiteljski objekti i gastronomska ponuda (4,57-4,75), kulturno povijesna baština (4,73), sadržaji za zdravstveni turizam (4,63) i ponuda izleta (4,54), a po čemu se ova turistička destinacija znatno izdvaja iz prosjeka ostalih destinacija ove sub-regije i Kvarnera kao cjeline.

stovremeno su ispitanici veoma kritični na ponudu sportskih i zabavnih sadržaja, te sadržaja za djecu (3,65 - 3,96), a tu se sada svrstavaju i neki sadržaji koji su nekada biti temeljno obilježje ove destinacije kao što su događaji (4,00), nautička ponuda i kulturni sadržaji (4,20 - 4,26), što ima određeni utjecaj i na ocjenu cijene i kvalitete (4,26) koja je znatno ispod prosjeka ove skupine turističke ponude. Nameće se zaključak da je ova turistička destinacija izgubila mnoge adute za cjelogodišnji razvoj, temeljen na onim sadržajima koji su obilježili njen više od 160 godina dug turistički razvoj, koji je u samom začetku imao obilježja zimovališta, da bi se postupno pretvarao u ne tako uspješno ljetovališta.

Ne zvuči utješno da je skupina elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» razvrstana na posljednje mjesto s prosječnom ocjenom 4,25. Jedina svjetla točka u toj skupini je spoznaja da je elementu turističke ponude "osjećaj sigurnosti i zaštite" dodijeljena prosječna ocjena 5,17, pri čemu su turisti (5,29) kritičniji od turističkog menadžmenta (5,71), a najkritičnije je stanovništvo (4,51). Najstrože sude ispitanici o kvaliteti turističkih informacija koje turisti dobivaju prije dolaska u turističku destinaciju Opatija (3,90), no ni ponuda autohtonog suvenira (3,91), kao i turistička signalizacija u destinaciji (4,02) nije znatno bolje ocijenjena. Nameće se općenita spoznaja da su ocjene elemenata turističke ponude (osim za "sigurnost i zaštitu") koje daje domicilno stanovništvo i turistički menadžment znatno niže, od ocjena koje za iste elemente daju ispitanici iz kategorije "turisti".

Rezultati ovog istraživanja između ostalog ukazuju i na potrebu prihvaćanja najboljeg koncepta destinacijskog menadžmenta, čiji će biti zadatak ustrojavanja tržišno prihvatljivog i ovoj turističkoj destinaciji primjerenog turističkog proizvoda, koji će se graditi na temeljima povijesnog naslijeđa i suvremenih turističkih trendova. Pri tom će se uvažavati dostignuti stupanj razvoja i mogućnosti zapošljavanja najboljih kadrova, revitalizirati svi oni oblici selektivnog turizma koji su obilježili pojedina razdoblja njene slavne turističke prošlosti, ali sustavno uvoditi i nove oblike turističke ponude. Uz osnivanje destinacijskog menadžmenta, potrebno je uvođenjem sustava javno-privatnog partnerstva osigurati izgradnju kapitalnih objekata neophodnih za oživljavanje i daljnji kvalitetan razvoj kongresne, kulturne, zabavne i sportske ponude, ali i za bolju valorizaciju prirodnih resursa, posebno onih koje pruža Park prirode Učka.

6.4.2 Lovran

Zadovoljstvo elementima turističke ponude turističke destinacije Lovran, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo, turistički menadžment) o relevantnim elementima grupiranih u skupine turističke ponude, pri čemu se dobiveni rezultati prikazuju u tablici br. 6.4–11.

Tablica 6.4-11: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Lovran u 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	N	Turisti	Ø	Stanovni	Ø	Menadžm.	Ø	Prosjek
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)				4,97		4,89		5,12	4,99
1.	Klima	180	4,17		5,07		5,38		4,87
19	Ljepota krajolika	179	5,41		5,85		5,95		5,74
20	Očuvanost okoliša	179	5,09		4,59		4,55		4,74
21	Čistoća mora	179	5,22		4,03		4,60		4,62
SADRŽAJI (5)				4,71		3,47		3,74	3,97
10	Događaji	175	5,20		2,97		4,00		4,06
16	Kulturno-povijesna baština	177	4,76		4,74		4,56		4,69
22	Sadržaji za djecu	172	4,46		3,11		2,90		3,49
27	Objekti za smještaj	175	4,88		4,15		4,70		4,58
28	Ugostiteljski objekti	177	5,03		3,85		4,65		4,51
29	Kulturni sadržaji	174	4,67		3,52		3,95		4,05
30	Zabavni sadržaji	175	4,51		2,74		2,90		3,38
31	Sportski sadržaji	169	4,24		2,87		3,05		3,39
32	Skupovi i kongresi	165	4,21		3,38		3,00		3,53
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	170	4,69		3,18		2,80		3,56
34	Nautička ponuda	171	4,52		3,51		2,90		3,64
35	Ponuda izleta	170	4,69		3,79		4,40		4,29
36	Lokalna gastronomija	175	5,09		3,67		4,58		4,45
37	Odnos cijene i kvalitete	178	5,04		3,10		3,90		4,01
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (4)				4,87		3,69		3,63	4,06
5	Prometna dostupnost	175	4,67		3,31		4,15		4,04
6	Lokalni promet	175	4,61		3,02		3,55		3,73
7	Parkirališta	175	4,19		2,15		2,60		2,98
12	Uređenost mjesta	178	4,96		4,08		3,60		4,21
13	Urbana skladnost	179	5,02		3,84		3,50		4,12
14	Šetnice	179	5,43		5,07		3,60		4,70
15	Parkovi i zelene površine	177	5,39		5,44		4,10		4,98
17	Uređenost i čistoća plaža	178	4,84		3,34		2,15		3,44
18	Gužve na plažama	178	4,96		3,15		3,10		3,74
24	Radno vrijeme usluž. djelat. (banke, trgovine i sl.)	177	4,78		3,46		4,30		4,18
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	176	4,79		3,74		4,70		4,41
26	Trgovine	177	4,74		3,67		4,15		4,19
PREPOZNTALJIVOST,				4,67		3,66		4,12	4,15

SIGURNOST, INFORMIRANOST (3)									
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	177	4,66		3,72		3,90		4,09
9	Turistička signalizacija u destinaciji	177	4,45		3,39		3,90		3,91
11	Suveniri	178	4,65		3,44		4,05		4,05
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	178	4,90		4,07		4,63		4,53
STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI (2)				4,69		4,24		5,25	4,73
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	178	4,58		4,27		5,40		4,75
2	Ljubaznost stanovništva	177	4,77		4,20		5,29		4,75
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	176	4,73		4,25		5,05		4,68
Prosječna ocjena na razini destinacije			4,78		3,78		4,01		4,19

Rang prema kojem se razvrstavaju grupe elemenata u turističkoj ponudi turističke destinacije Lovran je sljedeći:

- Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 4,99)
 Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 4,73)
 Rang treći: PREPOZNLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 4,15)
 Rang četvrti: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 4,06)
 Rang peti: SADRŽAJI (ø 3,97)

Svi ispitanici turističke destinacije Lovran su jedinstveni u ocjeni, da su prirodni resursi najjači adut ove destinacije, što je i opći trend sub-regije Opatijska Rivijera, kao i cijele destinacije Kvarner. No, za razliku od ostalih destinacija u ovoj su stavovi menadžmenta (5,12) nešto viši od stavova turista (4,97) i domicilnog stanovništva (4,89), a navedene ocjene su vjerojatno posljedica želje da se prirodni resursi u budućnosti bolje koriste i unapređuju. Najviša se ocjena daje ljepoti krajolika (5,74), pri čemu su više ocjene turističkog menadžmenta (5,95) i stanovništvo (5,85), dok su ocjene turista ispod prosjeka (5,41). Svi ostali elementi su niže rangirani (4,62 - 4,87), uz naglasak da turisti visoku ocjenu daju čistoći mora (5,22), s čime nisu sasvim suglasni ostale skupine ispitanika (4,03 - 4,60). Turisti najnižu ocjenu daju klimi (4,17), za razliku od menadžmenta koji klimu smatra jednim od značajnijih aduta u strukturi elemenata turističke ponude (5,38). Ovakav pristup ocjenjivanju nije uobičajen u ostalim turističkim destinacijama, pa bi trebalo provesti neka dublja istraživanja.

Ne drugo mjesto su pozicionirani elementi turističke ponude razvrstani u skupinu pod nazivom "stanovništvo, zaposleni" (4,73), no ocjena nije pretjerano visoka. I ovdje se primjećuju odstupanja u odnosu na ostale destinacije, pošto su ocjene turističkog menadžmenta znatno više (5,05 - 5,40) od ocjena koje ovim elementima dodjeljuju turisti (4,58 - 4,77), a pogotovo od onih koje tim elementima dodjeljuje stanovništvo (4,20 - 4,27). Dok se

Ljubaznost stanovništva i ljubaznost zaposlenih rangiraju na istoj prosječnoj razini (4,75) i ovdje se znanju stranih jezika dodjeljuje nešto niža prosječna ocjena (4,68), ipak turisti daju primat ljubaznosti stanovništva u odnosu na ostale elemente turističke ponude iz ove skupine. Ovo navodi na zaključak da je potrebno uložiti napore na podizanju elemenata turističke ponude iz ove skupine, da bi se percepcija turista uskladile s percepcijom menadžmenta, da bi kadrovski potencijali i realno dobili značajniju ulogu u podizanju kvalitete ukupne turističke ponude ove turističke destinacije.

Treće mjesto na rang listi ispitanika i to s prosječnom ocjenom od 4,15 pripalo je skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost», uz napomenu da su u ovoj skupini ocjene turista znatno više od prosjeka (4,74) a nasuprot mišljenju stanovništva (3,66) koje je puno kritičnije i od turističkog menadžmenta (4,12). Ocjene u ovoj skupini su prilično ujednačene (3,91 - 4,53), osim relativno visoke ocjene koju turisti dodjeljuju elementu osjećaja sigurnosti i zaštite (4,90) što je veoma pozitivno za ovu turističku destinaciju i šire. Najlošija ocjena u strukturi ove skupine elemenata turističke ponude dodijeljena je od strane stanovništva za nekvalitetnu turističku signalizaciju u destinaciji (3,39), kao i za nedostatak autohtonog suvenira (3,44), iako turisti nisu takvog mišljenja (4,45 - 4,66). Turistički menadžment pozitivno izdvaja samo osjećaj sigurnosti i zaštite (4,63), dok s ostalim elementima u ovoj skupini nije previše zadovoljan (3,90-4,05), što bi trebalo biti i područje djelovanja novog destinacijskog menadžmenta.

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» zauzeli su četvrto mjesto s relativno niskom prosječnom ocjenom 4,06. Za razliku od prethodnih skupina elemenata, turisti su elemente u ovoj skupini rangirali znatno više od prosjeka (4,87), nasuprot stanovništva i turističkog menadžmenta koji su u ovoj skupini posebno kritični (3,63 - 3,69). Turisti iz strukture ove skupine posebno izdvajaju prirodne i naslijeđene elemente, a u prvi plan ističu šetnice, parkove i zelene površine, te urbanu skladnost (5,02 - 5,39), dok su najmanje zadovoljni dostupnim parkirališnim prostorom (4,19) s čime se slaže menadžment (2,60) i domicilno stanovništvo (2,15) koje te probleme i svakodnevno osjeća. Menadžment također smatra da je nedostatna uređenost i čistoća plaža (2,15) ali i da su gužve na plažama prevelike (3,10), pa bi bilo dobro da ih i to navede na pozitivne akcije otklanjanja ovih i drugih uočenih nedostataka u strukturi elemenata koji čine organiziranost destinacije.

«Sadržaji» su rangirani tek na peto odn. zadnje mjesto s niskom prosječnom ocjenom 3,97, iako se upravo u ovoj skupini uočava znatno viši stupanj zadovoljstva turisti (4,71) u odnosu na znatno niže ocjene koje je dodijelio menadžment (3,74) a pogotovo domicilno stanovništvo (3,47). Turisti su prepoznali napore u organizaciji autohtonih lokalnih događaja (5,20) koji u turističkoj destinaciji postaju sve prepoznatljiviji (dani trešanja, marunada, karneval i sl.) što ohrabruje na daljnje uspješne akcije. Znatno iznad prosjeka rangiran je odnos cijene i kvalitete (5,04), čemu po mišljenju turista doprinosi

lokalna gastronomija i kvaliteta ugostiteljskih objekata (5,03-5,09), a po njima nešto zaostaje kvaliteta smještajnih objekata, ponuda izleta, valorizacija kulturno-povijesne baštine, ponuda izleta i sadržaji za zdravstveni turizam (4,69-4,88).

Najlošije rangirane elemente turističke ponude treba tražiti među ocjenama stanovništva i menadžmenta, a može se izdvojiti nezadovoljstvo stanovništva zabavnim i sportskim sadržajima (2,74 -2,87), s čime se laže i turistički menadžment, koji posebno još izdvaja nedostatak sadržaja za djecu, sadržaja za zdravstveni turizam, nautičke ponude i uvjeta za organizaciju skupova i kongresa (2,80 - 3,00). Usprkos kvalitetne ponude autohtonih događaja, stanovništvu nedostaju mega-spektakli (2,97), a prisutan je i osjećaj da se pojedinačno kvalitetni elementi iz strukture "sadržaja" nedovoljno organizirano nude i da su nedovoljno prepoznatljivi na širem planu, što bi svakako trebalo unaprijediti.

Ukupna ocjena turističke ponude Lovrana svodi se na visoko zadovoljstvo resursnom osnovom i kadrovskim resursima, dok najlošije ocjenjeni sadržaji i to prvenstveno od strane menadžmenta i domicilnog stanovništva. Od novog destinacijskog menadžmenta se očekuje da sustavno sudjeluje na podizanju kvalitete sadržaja, da iste ponudi na višoj razini organiziranosti destinacije, koju treba učiniti bolje prepoznatljivom na lokalnom, nacionalnom i međunarodnom planu.

6.4.3 Ičići

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Ičići, utvrđivano je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo i turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama a dobiveni rezultati prikazani su u tablici br., 6.4-12.

Tablica 6.4-12: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Ičići u 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	N	Turisti	Ø	Stano vništ..	Ø	Mena džm.	Ø	Prosjek
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)			5,53		5,01		4,40	4,98
1.	Klima	42	5,56		4,58		4,80		4,98
19.	Ljepota krajolika	42	5,92		5,17		4,60		5,23
20.	Očuvanost okoliša	46	5,04		5,63		3,80		4,82
21.	Čistoća mora	42	5,60		4,67		4,40		4,89
	SADRŽAJI (4)			4,69		3,79		3,46	3,98
10.	Događaji	40	4,22		2,50		2,60		3,11
16.	Kulturno-povijesna baština	40	5,35		4,33		2,60		4,09
22.	Sadržaji za djecu	38	4,52		3,75		4,20		4,16
27.	Objekti za smještaj	42	4,96		4,92		4,00		4,63

28.	Ugostiteljski objekti	41	5,33		4,08		4,40		4,60	
29.	Kulturni sadržaji	40	4,74		3,33		2,80		3,62	
30.	Zabavni sadržaji	39	4,18		2,67		2,80		3,22	
31.	Sportski sadržaji	37	4,19		2,64		2,80		3,21	
32.	Skupovi i kongresi	34	3,94		3,33		2,00		3,09	
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	37	4,30		4,08		2,20		3,53	
34.	Nautička ponuda	35	4,83		4,67		4,40		4,63	
35.	Ponuda izleta	39	4,82		4,42		4,80		4,68	
36.	Lokalna gastronomija	41	5,13		4,50		5,00		4,88	
37.	Odnos cijene i kvalitete	42	5,08		3,83		3,80		4,24	
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (3)			4,91		3,99		3,95		4,28
5.	Prometna dostupnost	40	5,21		3,73		4,80		4,58	
6.	Lokalni promet	40	3,96		3,00		3,40		3,45	
7.	Parkirališta	40	3,54		3,00		2,20		2,91	
12.	Uređenost mjesta	42	4,80		4,25		3,60		4,22	
13.	Urbana skladnost	41	4,58		3,58		3,20		3,79	
14.	Šetnice	41	5,96		5,42		4,60		5,33	
15.	Parkovi i zelene površine	42	5,92		5,67		4,40		5,33	
17.	Uređenost i čistoća plaža	42	5,32		4,08		4,40		4,60	
18.	Gužve na plažama	41	3,92		3,92		3,20		3,68	
24.	Radno vrijeme, usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	42	5,32		4,00		4,60		4,64	
25.	Radno vrijeme ugost. objekata	42	5,28		3,08		4,80		4,39	
26.	Trgovine	42	5,08		4,17		4,20		4,48	
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (5)			4,73		3,76		3,20		3,90
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	42	5,00		3,92		3,40		4,11	
9.	Turistička signalizacija u dest.	41	5,08		3,58		4,20		4,29	
11.	Suvenirni	40	3,87		3,08		1,40		2,78	
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	41	4,96		4,45		3,80		4,40	
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (2)			5,42		4,09		4,53		4,68
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	42	5,56		3,92		4,80		4,76	
2.	Ljubaznost stanovništva	42	5,52		4,17		4,20		4,63	
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	41	5,17		4,17		4,60		4,65	
	Prosječna ocjena na razini destinacije		4,91		4,01		3,78		4,23	

Iz prethodne tablice proizlazi sljedeći rang, po kojem se razvrstavaju grupe elemenata u turističkoj ponudi turističke destinacije Ičići:

Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (Ø 4,98)
 Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (Ø 4,68)
 Rang treći: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (Ø 4,28)
 Rang četvrti: SADRŽAJI (Ø 3,98)
 Rang peti: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST,
 INFORMIRANOST (Ø 3,90)

Ispitanici u turističkoj destinaciji Ičići su jedinstveni u stavu da su prirodni resursi obuhvaćeni u okviru skupine «prostor, resursi, okoliš» njen najjači adut u turističkoj ponudi (4,98). U ovoj su turističkoj destinaciji prosječne ocjene turista

(5,53) znatno više od ocjena koje ovim elementima dodjeljuje menadžment (4,40) ili lokalno stanovništvo (5,01). Sve ispitane skupine daju apsolutni prioritet ljepoti krajolika (5,23), iako je ovom elementu apsolutno najvišu ocjenu daju turisti (5,92). Stanovništvo smatra da je okoliš u ovoj turističkoj destinaciji još uvijek dobro očuvan (5,63), iako je to element koji je od ostalih grupa ispitanika i prosječno najlošije rangiran (4,82), a menadžment (3,80) smatra da je ovo najslabija karika u lancu ove strukture elemenata turističke ponude. Navedeno upućuje na potrebu da se provedu daljnja istraživanja, kako bi se otkrile razlike u toliko divergentnim stavovima, koje u pogledu pojedinih elemenata turističke ponude izražavaju stanovnici, turistički menadžment i domicilno stanovništvo.

Na drugo mjesto se u ovoj turističkoj destinaciji rangira skupina elemenata «stanovništvo, zaposleni» s prosječnom ocjenom 4,68. U ovoj se skupini može uočiti da su ocjene turista (5,42) znatno više od ocjena drugih skupina ispitanika (4,09 - 4,53). Apsolutno najvišu ocjenu su turisti dodijelili ljubaznosti zaposlenih u turizmu (5,56), koje usko slijedi ljubaznost stanovništva (5,52) i znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu (5,17). Stanovništvo s druge strane smatra da zaposleni u turizmu nisu previše ljubazni (3,92), a menadžment da bi i stanovnici trebali biti ljubazniji (4,20). Navedeno upućuje na kritičnost i samokritičnost svih onih koji se javljaju kao sudionici turističke ponude, dok s druge strane turisti još uvijek veoma pozitivno percipiraju doprinos ljudskih potencijala ukupnoj kvaliteti turističke ponude, što se može ocijeniti više nego pozitivnim.

Elementi koji čine «organiziranost destinacije» su u turističkoj destinaciji Ičići zauzeli kao i u većini ostalih srednje treće mjesto, ali s nešto nižom prosječnom ocjenom 4,28. Apsolutni prioritet pripada šetnicama, parkovima i zelenim površinama (5,33), a pozitivno je što značenje tog elementa posebno ističu turisti (5,92 - 5,96), suglasno je i stanovništvo (5,42 - 5,67) ali zabrinjava što taj put ne slijedi i turistički menadžment (4,40 - 4,60). Naime, menadžment još uvijek nije dovoljno svjestan mogućnosti koje ovi elementi turističke ponude i blizina Parka prirode Učka znače za tekuće unapređenje turističke ponude ali još više i s pozicija budućeg pozicioniranja ove turističke destinacije na tržištu ekološki osviještenih gostiju koji u tim oblicima turističke ponude prepoznaju novu vrijednost, što će nedvojbeno utjecati i na financijske učinke ovog oblika ponude. Svi se ispitanici slažu da je najveći problem ove turističke destinacije u nedostatku kvalitetnog prostora za parkiranje (2,91) pri čemu je najkritičniji menadžment (2,2), da lokalni promet nije dobro organiziran (3,45), da su prevelike gužve na plažama (3,68), ali i da se ovo novo formirano turističko naselje ne odlikuje nekom posebnom urbanom skladnošću (3,79).

Asortiman i kvaliteta ponude razvrstani u okviru skupine «sadržaji» su oni elementi turističke ponude koji čine najznačajniji dio turističkog proizvoda i u ovoj turističkoj destinaciji zauzimaju četvrto mjesto s ne baš visokom prosječnom ocjenom 3,98. Uočava se da je menadžment najkritičniji (3,46), a da su turisti i elemente iz ove skupine ocijenili s ocjenom znatno višom od prosječne (4,69). Tako su turisti najvišu ocjenu dodijelili kulturno-povijesnoj baštini (5,35), te kvaliteti ugostiteljskih

objekata i lokalnoj gastronomiji (5,13 - 5,33) koji su uz ponudu izleta i prosječno ostvarili najviši rang (4,60 - 4,88) u ovoj skupini. Elementi turističke ponude koji spadaju u dno ljestvice u okviru ove skupine su prvenstveno sadržaji koji omogućavaju održavanje skupova i kongresa (3,09) pri čemu je posebno bio kritičan menadžment (2,00), zatim nedostatak kvalitetnih događaja koji se mogu tržišno valorizirati (3,11), a nedostatni su također zabavni i sportski sadržaji (3,21 - 3,22), kao i sadržaji za zdravstveni turizam. Ispitanici odnos cijene i kvalitete (4,24) rangiraju iznad prosjeka grupe, što upućuje na mogućnost da se i postojeća ponuda bolje financijski valorizira.

Skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» pripada začelje ljestvice s prosječnom ocjenom 3,90, pri čemu su najlošije rangirani suvenir (2,78), čega je posebno svjestan turistički menadžment (1,40), iako su i turisti ovaj element najlošije ocijenili (3,87). Ostale elemente turističke ponude u ovoj skupini turisti visoko rangiraju (4,96 - 5,08) dok je domicilno stanovništvo kao i menadžment puno kritičniji. Ukupna ocjena turističke ponude Ičića svodi se na visoko zadovoljstvo resursnom osnovom tj. prirodnim atrakcijama, dok su najlošije ocijenjeni elementi koji su vezani uz "prepoznatljivost, sigurnost i informiranost", pogotovo što turisti osjećaj sigurnosti i zaštite stavljaju tek na treće mjesto, iza turističke signalizacije i kvalitete turističkih informacija koje dobiju prije dolaska u turističku destinaciju, iako su te ocjene znatno više od ocjena koje tom elementu dodjeljuju stanovnici i menadžment.

6.4.4 Medveja

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Medveja, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7) samo za ispitivane skupine "turisti" i "stanovništvo" (bez turističkog menadžmenta), pa će se u nastavku prikazati dobiveni rezultati istraživanja u tablici br. 6.4-13.

Tablica 6.4-13: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Medveja u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu- risti	Ø	Sta- nov.	Ø	Men- adz.	Ø	Prosjek
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)			5,42		5,18			5,30
1.	Klima	33	5,00		6,00				5,50
19.	Ljepota krajolika	33	5,96		5,43				5,70
20.	Očuvanost okoliša	33	5,27		4,71				4,99
21.	Čistoća mora	33	5,46		4,57				5,02
	SADRŽAJI (5)			4,52		3,78			4,15
10.	Događaji	33	4,54		2,86				3,70
16.	Kulturno-povijesna baština	33	4,85		4,29				4,57
22.	Sadržaji za djecu	33	4,27		4,00				4,14
27.	Objekti za smještaj	33	5,00		4,43				4,72

turističke destinacije i to izražavaju prosječnom ocjenom 5,30. Ocjene turista (5,42) su nešto više od ocjena lokalnog stanovništva (5,18). Najviša prosječna ocjena se vezuje uz ljepotu krajolika (5,70), a slijedi klima (5,50) iako tom elementu turističke ponude stanovništvo daje najvišu ocjenu (6,00). Prosječne ocjene za očuvanost okoliša i čistoću mora su znatno niže (4,99 - 5,02), iako su po ocjeni turista više rangirane (5,27 - 5,46) u odnosu na klimu (5,00) kojoj stanovništvo dalo apsolutni prioritet.

Drugo mjesto na rang listi ove destinacije zauzimaju elementi razvrstani u skupinu «stanovništvo, zaposleni» s prosječnom ocjenom 5,25, uz naznaku da nema većih razlika u stavovima turista (5,27) i stanovništva (5,24). Prosječno je najviše rangirana ljubaznost zaposlenih u turizmu (5,38), slijedi ljubaznost stanovništva (5,21), a na kraju je znanje strani jezika zaposlenih u turizmu (5,18), iako su razlike minimalne. No, daleko je važnije da turisti znanje stranih jezika stavljaju na prvo mjesto (5,35), za kojim slijedi ljubaznost stanovništva (5,27), a zadnja je ljubaznost zaposlenih u turizmu (5,19). Usprkos razlika u pristupu, treba istaći da je za malu sredinu poput Medveje značajno da gosti prepoznaju kvalitetu komunikacije, te da bi i dalje u ponudi trebalo navedeno isticati kao komparativna prednost ove turističke destinacije.

Skupina elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» je na trećem mjestu s prosječnom ocjenom od 4,48. Najvišu ocjenu u ovoj skupini su turisti (5,35) dodijelili turističkim informacijama prije dolaska u destinaciju, a taj element drži primat i na razini prosjeka svih ispitanika (4,82). Slijedi osjećaj sigurnosti i zaštite, kojeg opet turisti (5,27) ocjenjuju povoljnije od stanovništva, ali je dobro da taj element zauzima i ukupno drugo mjesto (4,64). Ocjene ispod prosjeka u ovoj skupini zaslužila je turistička signalizacija u destinaciji (4,40), a na začelju je ponuda autohtonog suvenira (4,07).

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» zauzeli su četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 4,36. Najbolje prosječno pozicionirana kategorija je prometna dostupnost (4,85) a slijede šetnice (4,81), dok po ocjeni turista primat pripada radnom vremenu ugostiteljskih objekata (5,31). Općenito su stanovnici (4,01) dali znatno nižu prosječnu ocjenu od turista (4,70). Apsolutno najniže su rangirana parkirališta (3,25) i organizacija lokalnog prometa (3,80), što bitno ne odstupa od stavova ispitanika na razini sub-regije Opatijska rivijera kao i turističke destinacije Kvarner kao cjeline.

Elementi turističke ponude razvrstani u skupinu «sadržaji» zauzimaju posljednje mjesto s prosječnom ocjenom 4,15. Turisti (4,52) ovim elementima turističke ponude daju znatno višu prosječnu ocjenu od stanovništva (3,78). Najbolje prosječno pozicionirana kategorija u ovoj skupini je lokalna gastronomija (4,86), čiju vrijednost su gosti (5,42) prepoznali i nagradili višom ocjenom od domicilnog stanovništva. Nisko su rangirani skupovi i kongresi (3,08), sadržaji za zdravstveni turizam (3,48) te događaji (3,70), jer za njih ova

sezonski orijentirana turistička destinacija do sada nije stvorila odgovarajuće pretpostavke.

6.4.5 Mošćenička Draga

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Mošćenička Draga utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7) ispitivanih skupina turisti i stanovništvo (podaci za turistički menadžment nisu bili dostupni), a o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama, a dobiveni rezultati prikazuje tablica 6-4-14.

Tablica 6.4-14: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Mošćenička Draga u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tur- isti	Ø	Sta- nov.	Ø	Me- nad.	Ø	Prosjek
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)				5,60		5,63			5,61
1.	Klima	81	5,00		6,27				5,64
19.	Ljepota krajolika	81	5,98		5,70				5,84
20.	Očuvanost okoliša	81	5,65		5,20				5,43
21.	Čistoća mora	80	5,76		5,33				5,55
SADRŽAJI (4)				4,66		4,63			4,64
10.	Događaji	81	4,49		4,83				4,66
16.	Kulturno-povijesna baština	80	4,98		3,76				4,37
22.	Sadržaji za djecu	81	4,22		3,87				4,05
27.	Objekti za smještaj	81	5,49		4,53				5,01
28.	Ugostiteljski objekti	81	5,20		4,17				4,69
29.	Kulturni sadržaji	81	4,53		3,87				4,20
30.	Zabavni sadržaji	81	4,37		4,33				4,35
31.	Sportski sadržaji	81	4,31		4,93				4,62
32.	Skupovi i kongresi	79	3,08		5,03				4,06
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	78	4,21		5,50				4,86
34.	Nautička ponuda	80	4,40		4,97				4,69
35.	Ponuda izleta	80	5,10		4,97				5,04
36.	Lokalna gastronomija	80	5,54		5,63				5,59
37.	Odnos cijene i kvalitete	81	5,27		4,47				4,87
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (2)				5,14		4,85			4,99
5.	Prometna dostupnost	80	5,24		6,23				5,74
6.	Lokalni promet	81	4,75		5,87				5,31
7.	Parkirališta	81	4,39		5,97				5,18
12.	Uređenost mjesta	81	5,33		3,10				4,22
13.	Urbana skladnost	81	5,14		4,93				5,04
14.	Šetnice	81	5,71		4,60				5,16
15.	Parkovi i zelene površine	81	5,20		4,63				4,92
17.	Uređenost i čistoća plaža	81	5,47		4,97				5,22
18.	Gužve na plažama	80	4,74		5,17				4,96
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	81	5,12		4,86				4,99
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	81	5,35		4,03				4,69
26.	Trgovine	81	5,27		3,80				4,54
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (5)				5,08		3,47			4,28

8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	80	5,16		3,77			4,47	
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	81	5,06		2,87			3,97	
11.	Suveniri	80	4,82		3,40			4,11	
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	79	5,29		3,83			4,56	
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (2)					5,52		4,45		4,99
3.	Ljubaznost zaposl. u turizmu	81	5,69		4,50			5,10	
2.	Ljubaznost stanovništva	81	5,45		4,57			5,01	
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	90	5,41		4,29			4,85	
Prosječna ocjena na razini destinacije					4,67		4,85		

Iz prethodne tablice proizlazi rang grupa elemenata turističke ponude turističke destinacije Mošćenička Draga, kako slijedi:

Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (Ø 5,61)
 Rang drugi STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI i ORGANIZIRANOT DESTINACIJE
 i treći dijele: (Ø 4,99)
 Rang četvrti: SADRŽAJI (Ø 4,64)
 Rang peti: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (Ø 4,28)

Sve ciljne skupine u turističkoj destinaciji Mošćenička Draga su jedinstveni u stavu da primat pripada skupini elemenata turističke ponude "prostor, resursi, okoliš", što potvrđuje visoka ocjena 5,61. Najvišu ocjenu je po ocjeni stanovništva zaslužila klima (6,27), iako je ona kod turista na posljednjem mjestu (5,00). Turisti primat daju ljepoti krajolika (5,98), slijedi čistoća mora (5,76) i očuvanost okoliša (5,65). Očuvanost okoliša i menadžment najniže rangira (5,20) iz razloga što je konstantno prisutan strah od posljedica nekontrolirane izgradnje i neadekvatnih arhitektonskih rješenja koji narušavaju sklad autohtone gradnje. No, općenito je ova kategorija elemenata izrazito visoko ocjenjena i to bez većih oscilacija u visini prosječne ocjene (5,43 - 5,84). Drugo mjesto dijele elementi turističke ponude iz skupina "stanovništvo, zaposleni" i "organiziranost destinacije (4,99).

Najvišu ocjenu su dodijelili turisti (5,52) elementima "stanovništvo, zaposleni", a istovremeno stanovništvo tu kategoriju ocjenjuje najnižom prosječnom ocjenom (4,45). Najviša pojedinačna ocjena je 6,23, koja po mišljenju stanovništva pripada prometnoj dostupnosti, a vjerojatno je motivirana izgradnjom auto-cesta i održavanjem ostalih prometnica, čime je omogućen brži i lakši dolazak turista u ovu turističku destinaciju. Stanovništvo visoko rangira lokalni promet i kvalitetu i dostatnost parkirališnog prostora (5,87 - 5,97), što je sigurno jedinstven primjer u ovoj sub-regiji, pa i na razini turističke destinacije Kvarner kao cjeline. Prosječno se visoko ocjenjuje uređenost i čistoća plaža (5,22) i šetnice (5,15), što nedvojbeno predstavlja komparativnu prednost ove destinacije. Inače se može primijetiti da turisti ne percipiraju važnost istih elemenata turističke ponude kao i stanovništvo, već u prvi plan stavljaju šetnice (5,71) i ljubaznost zaposlenih u turizmu (5,69).

Najlošije je rangirana uređenost mjesta, te kvaliteta trgovačke ponude (4,54), pri čemu je stanovništvo (3,10 - 3,80) znatno kritičnije od turista.

Četvrto mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «sadržaji» s prosječnom ocjenom 4,64. Apsolutni primat u ovoj skupini elemenata turističke ponude zauzima lokalna gastronomija (5,59), iako se po stavovima turista može izdvojiti kvaliteta objekata za smještaj (5,49) i prehranu (5,20), ponuda izleta (5,10). Po ocjeni lokalnog stanovništva se visoko rangiraju sadržaji za zdravstveni turizam (5,50) i mogućnosti organiziranja skupova i kongresa (5,03) koji realno ne zaslužuju ovu poziciju, što potvrđuju i stavovi turista (3,08 - 4,21), čija je ocjena znatno realnija i primjerena stvarnoj strukturi ovog dijela turističke ponude.

Ne zvuči utješno da je skupina elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» razvrstana na posljednje mjesto s prosječnom ocjenom 4,28. No, turisti (5,08) svim elementima turističke ponude u okviru ove skupne daju znatno višu ocjenu od stanovništva (3,47). Tako se kao najviše rangirani element u ovoj skupini po ocjeni turista (5,29) izdvaja "osjećaj sigurnosti i zaštite", koji je i ukupno najviše rangiran element (4,56), dok je najnižu ocjenu dodijelilo stanovništvo "turističkoj signalizaciji u destinaciji" (2,87), što ovaj element razvrstava na samo začelje u rangu elemenata turističke ponude iz ove skupine (3,97). Turisti su najniže rangirali ponudu autohtonog suvenira (4,82), što je daleko više od bilo koje ocjene koje je elementa turističke ponude u ovoj grupi dodijelilo stanovništvo (2,87 - 3,83), što otežava realnost prosudbe, posebno što nedostaju ocjene turističkog menadžmenta, kao treće karika u sustavu ocjenjivanja na razini ove turističke destinacije. Ipak, kako se radi o turističkoj destinaciji sa izrazito sezonskom orijentacijom, biti će potrebno sustavno razvijati i one elemente turističke ponude, koji će osigurati uvjete za produžetak sezone i za bolju valorizaciju onih elemenata turističke ponude, koji trenutno nisu adekvatno valorizirani.

6.5 ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (OTOCI)

Da bi se dobila ocjena zadovoljstva ispitanika elementima turističke ponude na razini sub regije OTOCI sumirani su stavovi turista, stanovništva i turističkog menadžmenta, prethodno prikupljeni putem anketnog upitnika u pojedinim užim turističkim destinacijama ove sub-regije izabrane na otocima Kvarnera (Krk, Cres, Lošinj i Rab), kako slijedi:

- Otok Krk
 - o Baška
 - o Krk
 - o Omišalj
- Otok Cres
 - o Cres
- Otok Lošinj
 - o Mali Lošinj
- Otok Rab
 - o Lopar
 - o Rab

U tablici 6-5.1. se prikazuju rezultati obrade za cijelu sub-regiju s naglaskom na turistička mjesta u kojima su isti prikupljeni a koja predstavljaju uže turističke destinacije, tj. reprezentativne uzorke prikupljanja podataka za sub regiju OTOCI.

Tablica 6.5-1: Ocjena elementa turističke ponude turističke sub-regije OTOCI

R.br.	Elementi turističke ponude	Otok Krk				Otok		Otok Rab		Ø Ø
		Baška	Krk	Omišalj	Pu nat	Cr es	Lo šinj	Lo par	Rab	
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)		5,62	5,36	4,31	5,33	6,03	5,62	5,64	5,97	5,48
1.	Klima	5,47	5,16	4,86	4,87	5,92	5,99	5,49	6,10	5,48
19.	Ljepota krajolika	6,24	5,54	4,49	5,88	6,29	5,64	6,02	6,47	5,82
20.	Očuvanost okoliša	5,16	5,22	3,71	5,22	5,70	5,16	5,43	5,73	5,17
21.	Čistoća mora	5,60	5,51	4,19	5,35	6,21	5,68	5,63	5,57	5,47
SADRŽAJI (5)		4,13	4,43	3,86	4,49	4,35	4,41	4,83	5,23	4,46
10.	Događaji	4,14	4,66	4,19	4,28	3,73	4,25	4,67	5,15	4,38
16.	Kulturno-povijesna baština	5,14	5,29	4,74	5,17	5,46	4,76	5,42	6,22	5,28
22.	Sadržaji za djecu	3,95	4,00	3,77	4,39	4,28	4,18	5,10	4,97	4,33
27.	Objekti za smještaj	5,20	5,06	4,31	4,99	4,98	5,09	5,84	5,83	5,16
28.	Ugostiteljski objekti	5,01	4,95	4,33	5,00	4,81	4,99	5,75	5,75	5,07
29.	Kulturni sadržaji	4,33	4,84	4,20	4,57	4,18	4,51	4,97	5,55	4,64
30.	Zabavni sadržaji	3,75	4,27	3,79	4,08	3,82	4,10	4,78	5,07	4,21
31.	Sportski sadržaji	3,84	4,05	3,52	3,97	3,83	3,98	4,66	4,85	4,09
32.	Skupovi i kongresi	2,91	2,86	2,57	2,94	2,98	3,00	3,03	3,47	2,97
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	3,73	3,62	2,40	3,15	3,90	4,11	3,08	4,04	3,50
34.	Nautička ponuda	3,22	4,29	3,83	5,40	5,07	4,24	4,60	5,21	4,48
35.	Ponuda izleta	4,47	4,73	4,02	5,20	4,52	5,31	5,16	5,59	4,88
36.	Lokalna gastronomija	4,05	4,85	4,22	5,10	4,89	5,00	5,40	5,95	4,93
37.	Odnos cijene i kvalitete	4,08	4,53	4,11	4,55	4,50	4,16	5,16	5,51	4,58
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (3)		4,54	4,84	4,44	4,63	4,82	4,76	4,90	5,18	4,76
5.	Prometna dostupnost	4,28	5,07	4,41	4,51	4,42	4,54	4,09	4,99	4,54
6.	Lokalni promet	3,73	4,36	4,04	3,87	4,23	4,46	3,88	4,28	4,11
7.	Parkirališta	3,32	3,88	3,37	3,78	3,85	4,29	3,90	3,94	3,79
12.	Uređenost mjesta	4,96	5,06	4,82	4,91	5,21	4,89	5,31	5,62	5,10
13.	Urbana skladnost	3,93	4,52	4,08	4,31	5,00	4,91	4,72	5,06	4,57
14.	Šetnice	5,98	5,22	4,92	5,38	5,45	5,06	5,18	5,64	5,35

15.	Parkovi i zelene površine	5,11	5,24	4,90	5,29	5,31	4,93	5,16	5,86	5,23
17.	Uređenost i čistoća plaža	4,77	5,03	4,45	4,71	5,30	4,92	5,16	5,35	4,96
18.	Gužve na plažama	2,80	4,05	4,21	3,97	4,43	4,52	4,99	4,86	4,23
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	5,05	5,17	4,36	4,82	4,89	4,80	5,39	5,33	4,98
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	5,40	5,23	4,76	5,05	4,97	5,01	5,61	5,76	5,22
26.	Trgovine	5,18	5,22	4,92	4,98	4,75	4,79	5,45	5,45	5,09
PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (4)		4,68	4,73	4,27	4,57	4,44	4,58	4,93	5,30	4,69
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	4,78	4,64	3,70	4,09	4,47	4,64	4,74	5,00	4,51
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	5,00	4,71	4,58	4,51	3,97	4,49	5,19	5,32	4,72
11.	Suveniri	4,08	4,39	3,63	4,33	4,06	4,35	4,76	5,34	4,37
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	4,87	5,19	5,18	5,35	5,26	4,85	5,03	5,55	5,16
STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI (2)		5,10	5,03	4,85	4,92	5,09	5,37	5,40	5,98	5,22
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	5,07	5,05	4,94	4,93	5,05	5,47	5,50	5,92	5,24
2.	Ljubaznost stanovništva	5,10	5,04	4,84	5,15	5,15	5,36	5,34	5,98	5,25
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	5,12	5,00	4,77	4,68	5,07	5,29	5,35	6,03	5,16
Prosječna ocjena na razini destinacije		4,56	4,74	4,22	4,67	4,75	4,75	5,00	5,36	4,76

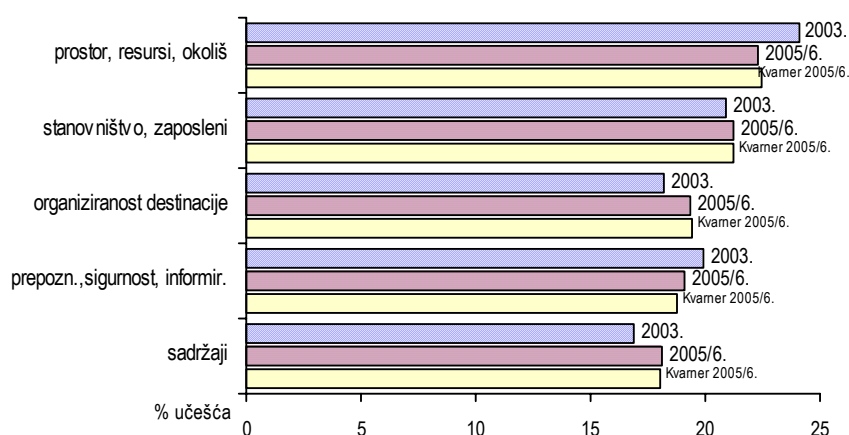
Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini sub-regije OTOCI utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang 1 - 7) svih ciljnih skupina ispitivanih 2005/6. godine, a koji se u nastavku uspoređuju s podacima dobivenim istraživanjem u 2003. godini (rang 1 - 5), kao i s prosjekom Kvarnera. Svi ispitanici Opatijske rivijere su jedinstveni u ocjeni da su prirodni resursi najjači adut ove destinacije, a što je i opći trend turističke destinacije Kvarner kao cjeline. Naime, elementi razvrstani u skupinu «prostor, resursi, okoliš» zauzeli su ponovno (kao i 2003. godine) prvo mjesto s visokom prosječnom ocjenom 5,48. Ova prosječna ocjena obuhvaća temeljne elemente iz prirodne resursne osnove kao što je ljepota krajolika, zdrava klima, kvaliteta mora i očuvanost okoliša.

Tablica 6.5-2. Rang grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005/6. godini

Rang:	Grupe elemenata turističke ponude:	Sub regija Opatijska Rivijera		Kvarner
		Ø ocjena 2003.	Ø ocjena 2005/6.	Ø ocjena 2005/6.
(1)	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ	4,26 (24,11%)	5,48 (22,27%)	5,28 (22,44%)
(2)	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI	3,69 (20,88%)	5,22 (21,21%)	5,00 (21,26%)
(3)	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE	3,22 (18,22%)	4,76 (19,34%)	4,57 (19,43%)
(4)	PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST	3,52 (19,92%)	4,69 (19,06%)	4,42 (18,79%)
(5)	SADRŽAJI	2,98 (16,86%)	4,46 (18,12%)	4,25 (18,07%)

Može se uočiti da elementi u grupi "prostor, resursi i okoliš" drže primat, na drugom su mjestu elementi u grupi "stanovništvo, zaposleni", ali je došlo do promjena trećeg i četvrtog mjesta, tako da "organiziranost destinacije" sada zauzima treće mjesto, a umjesto ranije pozicionirane grupe elemenata "prepoznatljivost, sigurnost i informiranost" koje sada padaju na četvrto mjesto (kao i prosjek Kvarnera), "sadržaji" su na žalost pozicionirani na začelju iako se bilježe relativni pozitivni pomaci (tablica 6-5.2 - slika 6-5.1.).

Slika 6.5-1: Relativni odnosi grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005/6. godini



Osim što je došlo do promjena u redoslijedu pojedinih skupina istraživanih elemenata turističke ponude sub-regije OTOCI, u usporedbi sa rezultatima istraživanja provedenog u 2003. godini i s prosjekom Kvarnera. Rezultati dobiveni istraživanjem u 2005/6. godini su bliski prosjeku Kvarnera, no bilježe se značajna odstupanja u odnosu na 2003. godinu.

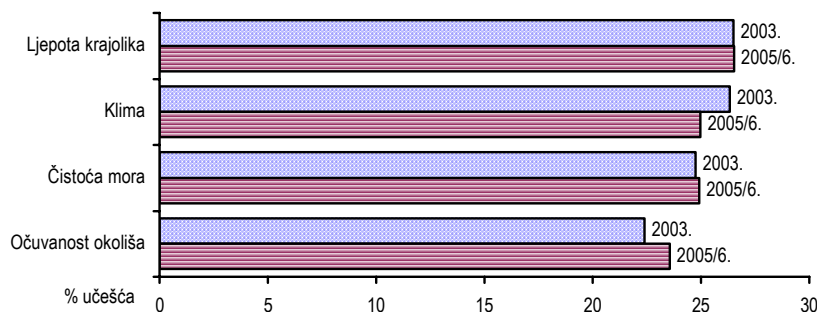
Tablica 6.5-3: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" u 2003. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
19	Ljepota krajolika	4,52	1	26,51	5,82	1	26,53
1	Klima	4,49	2	26,33	5,48	2	24,98
20	Očuvanost okoliša	3,82	5	22,40	5,17	10	23,56
21	Čistoća mora	4,22	3	24,75	5,47	3	24,93
	prosječno/ukupno	17,05	(1)	100%	21,94	(1)	100%

Čelna pozicija "prostor, resursi, okoliš" drži primat, ali bilježi značajan relativan pad, te se približava elementima skupine "stanovništvo, zaposleni", kod kojih se bilježi značajan pozitivan pomak, vidljiv i kod skupina "organiziranost destinacije" i "sadržaji", što ukazuje na spoznaju destinacijskog menadžmenta da su prirodni resursi značajni, ali ne i dostatni za unapređenje turističke ponude i privlačenje više razine platežno sposobne potražnje.

Najvišu prosječnu ocjenu ovih elemenata zaslužuje po ocjeni ispitanika Rab (5,36), što je sigurno posljedica značajnih ulaganja u unapređenje turističkog proizvoda, dok je na posljednjem mjestu u ovoj skupini Omišalj (4,22), čiju kvalitetu ukupnog dojma umanjuje blizina industrijskih postrojenja i neorganiziranost destinacije. Razlozi zašto se bilježi relativni pad u percepciji ispitanika u okviru skupina "prostor, resursi, okoliš" i "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost", odn. rasta u skupinama "stanovništvo, zaposleni", "organiziranost destinacije" i "sadržaji" nastojati će se sagledati u nastavku, a kroz analizu iskazane strukture elemenata koje pojedina skupina iskazuje.

Slika 6.5-2: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" za 2003. i 2005/6. godinu



Usporednom analizom rezultata istraživanja u skupini "prostor, resursi, okoliš" može se uočiti da su pozitivni pomaci u odnosu na 2003. godinu zabilježeni kod osiguranja veće čistoće mora (što je opći trend i na Kvarneru), a posebno u području očuvanosti okoliša, što je vjerojatno posljedica donošenja prostornih planova i veće brige o okolišu. Element klime se ocjenjuje značajno manje privlačnim u odnosu na percepciju ispitanika u prethodnom istraživanju, dok je stav o ljepoti krajolika konstanta, koju treba i marketinški bolje koristiti.

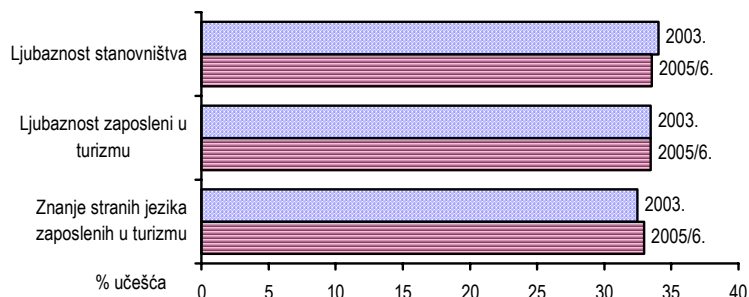
I sub-regija OTOCI slijedi trend ostalih turističkih destinacija da grupa elemenata turističke ponude "stanovništvo, zaposleni" razvrstava na drugo

mjesto u rang listi privlačnosti. Time se ponovno dokazuje visoka vrijednost kvalitete ljudskih potencijala u turističkom gospodarstvu (ljubaznost zaposlenih i znanje stranih jezika), ali i na razini turističke destinacije (ljubaznost stanovništva). U nastavku će se sagledati ova skupina elemenata turističke ponude na relaciji 2003. - 2005/6.

Tablica 6.5-4: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003.			2005.		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
2	Ljubaznost stanovništva	3,77	7	34,03	5,25	6	33,55
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,71	9	33,48	5,24	7	33,48
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	3,60	13	32,49	5,16	13	32,97
	prosječno/ukupno	11,08	2	100%	15,65	2	100%

Slika 6.5-3: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini



Može se uočiti da je na razini ove sub-regije najbolje uravnotežen odnos sva tri istraživanja elemenata, pri čemu je ljubaznost zaposlenih u turizmu konstanta, nešto je poboljšana razina znanja stranih jezika u turizmu, dok je ljubaznost stanovništva neznatno pala. Apsolutno je najviša ocjena dodijeljena elementu "znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu" u turističkoj destinaciji Rab (6,03), a istovremeno taj isti element zaslužuje najnižu ocjenu u turističkoj destinaciji Omišalj (4,77), iako ni ta ocjena ne može smatrati posebno niskom.

Elementi turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" (4,76) su u 2005/6. u sub-regiji OTOCI zauzeli treće mjesto (kao i u destinaciji Kvarner), što predstavlja pomak u odnosu na 2003. godinu, kada su bili rangirani tek na

četvrtom mjestu. Kakve su relacije istraživanja u 2005/6. u odnosu na 2003. godinu prikazuje tablica 6-5.5. i slika br. 6-5.4.

Tablica 6.5-5: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003.²⁵ i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003.			2005.		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	3,84	4	9,74	5,22	9	9,13
26.	Trgovine	3,52	18	8,93	5,09	15	8,90
14.	Šetnice	3,66	11	9,28	5,35	4	9,36
5.	Prometna dostupnost	3,13 2,61 2,87	32 44 38	7,28	4,54	25	7,94
15.	Parkovi i zelene površine	3,48	20	8,83	5,23	8	9,15
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	3,84	4	9,74	4,98	17	8,71
12.	Uređenost mjesta	3,42 3,39 3,15 3,32	23 24 31 26	8,42	5,1	14	8,92
17.	Uređenost i čistoća plaža	3,39	25	8,60	4,96	18	8,68
13.	Urbana skladnost	3,21	29	8,14	4,57	24	7,99
6.	Lokalni promet	2,95	37	7,48	4,11	33	7,19
18.	Gužve na plažama	2,66	43	6,75	4,23	31	7,40
7.	Parkirališta	2,69	42	6,82	3,79	35	6,63
	prosječno/ukupno	39,43	3	100%	57,17	3	100%

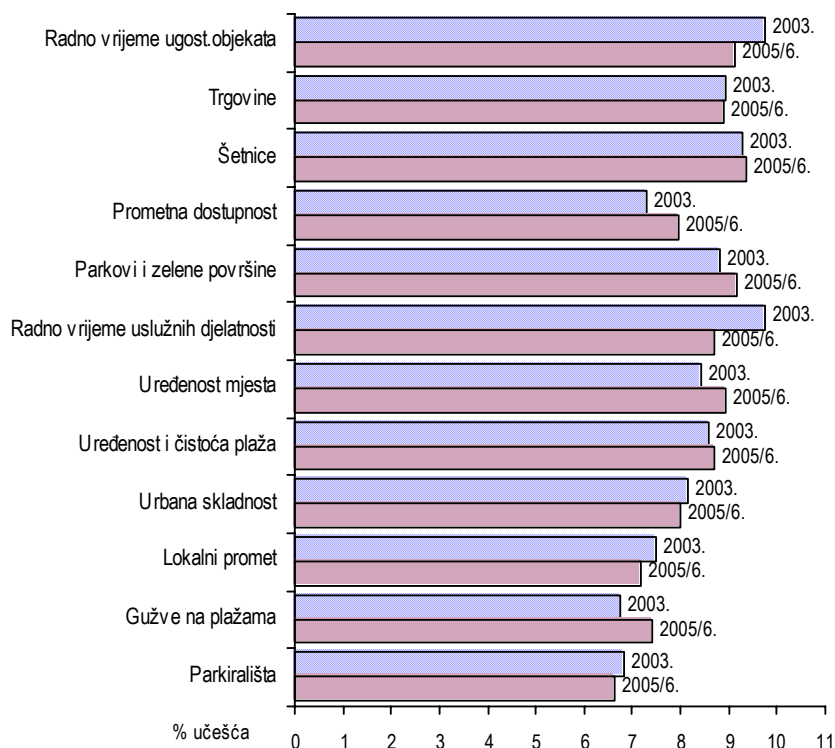
Najviša je ocjena rezervirana za kvalitetu šetnica u Baški (5,98), kao i za parkove i zelene površine u Rabu (5,86), a najniža se ocjena daje "gužvi na plažama" u Baški (2,80), što podržava tezu kako u momentu premašaja prihvatnog potencijala (kapaciteta) značajna komparativna prednost određene destinacije (prekrasna plaža u Baški) može postati upravo nedostatak, ako izostane kvalitetniji pristup planiranju razvoja, gdje intenzivni razvoj treba ustupiti mjesto "održivom razvoju turizma", kao trendu u suvremenom turizmu.

Apsolutno najvišu ocjenu u okviru ove skupine a na razini sub-regije OTOCI pripada turističkom mjestima otoka Raba (Rab i Lopar - 5,45), što je nedvojbeno posljedica uloženi napore na unapređenju ukupne turističke ponude, a temeljeno na djelovanju svih sudionika po načelima "novog destinacijskog menadžmenta", što može postati uzorom djelovanja i ostalim turističkim destinacijama koje još traže vlastiti optimalni model. Najnižu su ocjenu ispitanici dodijelili Cresu (4.75), koji još uvijek nije iskoristio sve mogućnosti pozicioniranja na tržištu i turističke valorizacije pod geslom "zeleni

²⁵ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "prometna dostupnost" i "uređenost mjesta".

eko otok ". Iznad prosjeka su rangirani elementi šetnice i zelene površine (5,23 - 5,35), slijedi radno vrijeme ugostiteljskih objekata i uslužnih djelatnosti, uređenost mjesta, te uređenost i čistoća plaža (4,98 - 5,22), dok se najniže ocjena vezuje uz (ne)mogućnost parkiranja u turističkim mjestima ove sub-regije (3,79).

Slika 6.5-4: Promjene u stavovima ispitanika o elementa turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003. i 2005/6. godini



U odnosu na rezultate istraživanja u 2003. godini, u 2005/6. godini su zabilježeni značajni pozitivni pomaci u podizanju razine uređenosti mjesta i smanjenu gužvi na plažama te u podizanju prometne dostupnosti, čemu sigurno doprinosi učestalost brodskih linije koje donose bolju povezanost s kopnom ali i izgradnja prometne infrastrukture što je općenito prepoznato na razini turističke destinacije Kvarner kao cjeline.

Određeni pomaci bilježe se u uređenju šetnica, parkova i zelenih površina, te u uređenosti i čistoći plaža, što je od velikog značenja, obzirom da je ova sub-regija pretežito orijentirana na ljetnu sezonu i odmorišni turizam. Ispitanici su

posebno kritični u odnosu na radno vrijeme uslužnih djelatnosti, kao i ugostiteljski objekata, što nameće potrebu da se uskladi s potrebama turističke ponude i iskustvima najbolje prakse. Dok su odstupanja u kvaliteti trgovačke ponude neznatna, ispitanici ističu probleme u lokalnom prometu i nedostatku parkirališta te na nekontroliranu gradnju koja sustavno narušava urbanu skladnost, čije bi rješavanje trebao biti prioritetni zadatak lokalnih i regionalnih organa vlasti.

"Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost" su elementi turističke ponude pozicionirani na četvrto mjesto, čija se ocjena temelji na podacima prikazanih u tablici 6-5.6. i na slici 6-5.5.

Tablica 6.5-6: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003²⁶. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003.			2005.		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	3,59	15	25,66	5,16	12	27,51
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	3,79 <u>3,61</u> 3,70	6 <u>12</u> 9	26,45	4,72	21	25,16
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,43 3,54 <u>3,45</u> 3,47	22 17 <u>21</u> 20	24,83	4,51	26	24,04
11.	Suveniri	3,23	28	23,09	4,37	29	23,29
	prosječno/ukupno	13,99	4	100%	18,76	4	100%

U okviru ove skupine se primat daje "osjećaju sigurnosti i zaštite", koji zaslužuje najvišu prosječnu ocjenu (5,16), no u nekim turističkim destinacijama je ta ocjena i znatno viša (Rab - 5,55), što je i najviša ocjena dodijeljena nekom od istraživanih elemenata u ovoj skupini. U ovoj je skupini najniža prosječna ocjena povezana s nedostatkom autohtonog suvenira (4,37), iako taj nedostatak najviše osjećaji ispitanici u turističkoj destinaciji Omišalj (3,63).

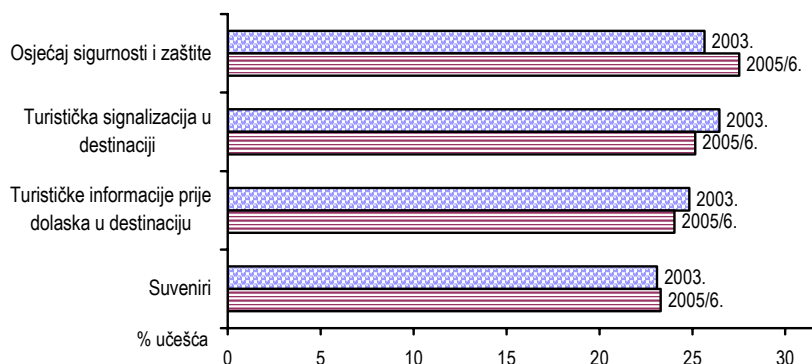
Usprkos najnižoj prosječnoj ocjeni koja je dodijeljena nedostatku autohtonog suvenira, a promatrano u odnosu na rezultate istraživanja u 2003. godini bilježi se neznatan pozitivan pomak. Veoma ohrabruje što je "osjećaj sigurnosti i zaštite" još prisutniji u ovim u odnosu na prethodna istraživanja, dok se zamjerke upućuju na lošiju razinu turističke signalizacije u destinaciji, te na nedostatak turistički informacija koje turist dobiva prije dolaska u turističku

²⁶ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "turistička signalizacija u destinaciji" i "turističke informacije prije dolaska u destinaciju".

destinaciju, iako se značajna sredstva troše na tiskanje prospekata i na odlazak na turističke sajmove.

To upućuje na potrebu ustrojavanja destinacijskog marketinga i izbora najboljih oblika promocije ovi atraktivnih turističkih odredišta na nacionalnom i međunarodnom planu, što bi trebala biti jedna od prioriternih akcija novog turističkog menadžmenta otočnih turističkih destinacija objedinjenih na razinu sub-regije OTOCI.

Slika 6.5-5: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003. i 2005/6. godini



Na razini sub-regije OTOCI kao podsustava u okviru turističke destinacije Kvarner, se na žalost sadržaji razvrstavaju na zadnje mjesto a pojedinačni podaci su prikazani u tablici 6-5.7 i relacija iskazanih na slici 6-5.6.

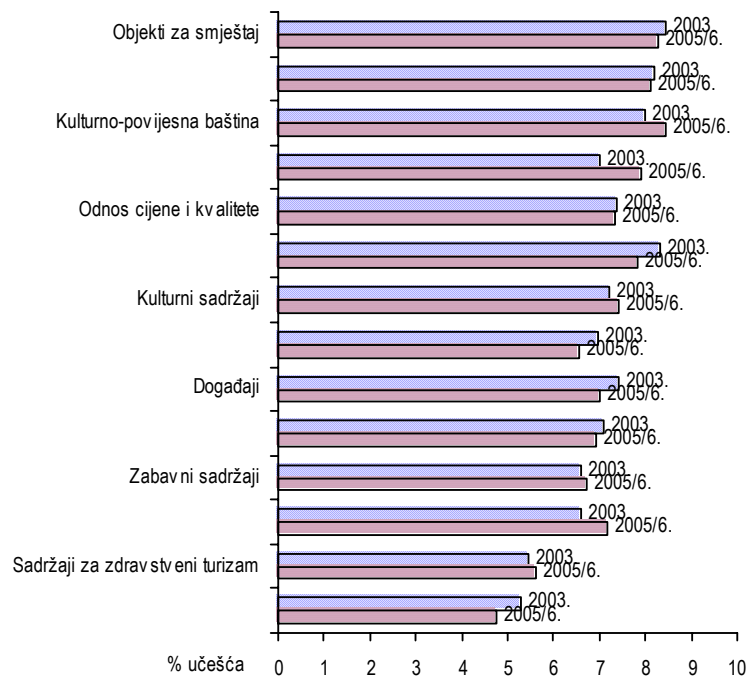
Tablica 6.5-7: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003²⁷. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
27.	Objekti za smještaj	3,70	10	8,46	5,16	11	8,26
28.	Ugostiteljski objekti	3,59	14	8,20	5,07	16	8,11
16.	Kulturno-povijesna baština	3,49	19	7,98	5,28	5	8,45
36.	Lokalna gastronomija	3,06	35	6,99	4,93	19	7,89

²⁷ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "ponuda izleta" i "sportski sadržaji", "zabavni sadržaji", "nautička ponuda", te "sadržaji za zdravstveni turizam.

37.	Odnos cijene i kvalitete	3,23	27	7,38	4,58	23	7,33
35.	Ponuda izleta	3,55	16	8,33	4,88	20	7,81
		3,74	8				
		3,65	12				
29.	Kulturni sadržaji	3,15	30	7,20	4,64	22	7,42
31.	Sportski sadržaji	3,08	34	6,98	4,09	34	6,54
		3,03	36				
		3,06	35				
10.	Događaji	3,25	26	7,43	4,38	28	7,01
22.	Sadržaji za djecu	3,10	33	7,08	4,33	30	6,93
30.	Zabavni sadržaji	2,93	38	6,59	4,21	32	6,74
		2,84	41				
		2,89	40				
34.	Nautička ponuda	2,88	40	6,59	4,48	27	7,17
		2,89	39				
		2,89	40				
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,44	45	5,47	3,5	36	5,60
		2,35	46				
		2,40	46				
32.	Skupovi i kongresi	2,32	47	5,30	2,97	37	4,75
	Prosječno/ukupno	43,76	5	100%	62,5	5	100%

Slika 6.5-6: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003. i 2005/6.



Može se uočiti da daleko iznad prosjeka grupe pozicionirana kulturno povijesna baština u Rabu (6,22) što je i prosječno najbolje pozicionirana kategorija (5,28). Na začelju ljestvice su sadržaji za zdravstveni turizam u Omišlju (2,40), iako je prosječno najlošije ocijenjena (ne)mogućnost održavanja skupova i kongresa za koje ne postoje kvalitetne infrastrukturne pretpostavke. Može se uočiti da najvišu kvalitetu sadržaja nudi turistička destinacija Rab (5,23) što je prepoznato i na širem planu, dok najnižu kvalitetu nudi Omišalj (3,86), gdje nisu ostali sadržaji nisu u skladu sa zahtjevima turističkog razvoja.

Posebno je značajan pomak u skupini "sadržaji" sub-regije OTOCI zabilježen u promoviranju kulturno-povijesne baštine, unapređenju lokalne gastronomije i nautičke ponuda, koja je inače nedovoljno prisutna u turističkoj destinaciji Kvarner pa bi primjer ove sub-regije bilo korisno slijediti. Osim toga se određeni pomaci bilježe u kvaliteti ponude sadržaja za zdravstveni turizam, te u ponudi kulturnih i zabavnih sadržaja, što može sustavno doprinosti produženju sezone i boljoj valorizaciji ostalih elemenata turističke ponude. Bilježi se značajno lošija situacija u ponudi događaja, te u uvjetima za organiziranje sportskog turizma, skupova i kongresa, manja je ponuda izleta, bilježi se neznatan pad u kvaliteti objekata za smještaj i prehranu, što je sve zajedno utjecalo na neznatan pad odnosa kvalitete i cijene.

U nastavku će se sagledati elementi turističke ponude koji se u turističkoj destinaciji OTOCI razvrstavaju u sam vrh privlačnosti (top 10+), nasuprot elementima koji su na ovom području najmanje privlačni (top 10 -). U tablici 6.5.–8. je istaknut usporedni pregled najprivlačnijih elemenata turističke ponude prema stavovima ispitanika u 2003. i u 2005/6. godini. Može se uočiti da krajolik, klima čistoća mora kao prirodni resursi, uz ljubaznost stanovništva i zaposlenih u turizmu predstavljaju konstantu najprivlačniji elemenata turističke ponude turističke sub-regije OTOCI.

Tablica 6.5-8: Rang najprivlačnijih elemenata turističke ponude u 2003. i 2005/6. godini

Top (10 +)		Prosjek	
Rang	Elementi turističke ponude (ocjene) 2005/06 2003	2003.	2005/06
1	Ljepota krajolika	4,52 (11,41%)	5,82 (10,88%)
2	Klima	4,49 (11,34%)	5,48 (10,24%)
3	Čistoća mora	4,22 (10,66%)	5,47 (10,22%)
4	Šetnice		5,35 (10,00%)
5	Kulturno-povijesna baština		5,28 (9,87%)
6	Ljubaznost stanovništva	3,77 (9,52%)	5,25 (9,81%)
7	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,71	5,24

		(9,37%)	(9,79%)
8	Parkovi i zelene površine		5,23 (9,77%)
9	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	3,84 (9,70%)	5,22 (9,76%)
10	Očuvanost okoliša	3,82 (9,65%)	5,17 (9,66%)
	Dostupnost turističkih informacija	3,79 (9,57%)	
	Mogućnost izleta u okolinu	3,74 (9,44%)	
	Kvaliteta smještajnog objekta	3,70 (9,34%)	
	Prosječno	3,96	5,35
	Ukupno	100%	100%

Taj primat još uvijek drži radno vrijeme ugostiteljskih objekata i očuvanost okoliša, iako u nekim destinacijama taj rang pada. Može se primijetiti da su nakon ovog istraživanja u "top 10+" uvrštene šetnice, parkovi i zelene površine te kulturno povijesna baština. Sa ljestvice su na žalost nestali ranije prisutni elementi turističke ponude i to dostupnost turističkih informacija, mogućnost izleta u okolinu, a posebno zabrinjava što je pala kvaliteta smještajnih objekata, koja se u suvremenoj turističkoj ponudi pretpostavlja kao temeljni element na koji se ostali elementi nadograđuju.

Tablica 6.5-9: Rang elemenata turističke ponude koji su u 2003. i 2005/6. godini najlošije ocijenjeni

Top (10 -)		Prosjek	
Rang	Elementi turističke ponude (ocjene) 2005/06. 2003.	2003.	2005/06
1	Skupovi i kongresi	2,32 (8,72%)	2,97 (7,43%)
2	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,44 (9,17%)	3,50 (8,75%)
3	Parkirališta	2,69 (10,11%)	3,79 (9,48%)
4	Sportski sadržaji		4,09 (10,23%)
5	Lokalni promet		4,11 (10,28%)
6	Zabavni sadržaji	2,93 (11,01%)	4,21 (10,53%)
7	Gužve na plažama	2,66 (10,00%)	4,23 (10,58%)
8	Sadržaji za djecu		4,33 (10,83%)
9	Suveniri		4,37 (10,93%)
10	Događaji		4,38

			(10,96%)
	Organizacija i sadržaji zračne luke	2,61 (9,81%)	
	Ponuda za nautičare	2,88 (10,82%)	
	Kvaliteta ponude za nautičare	2,89 (10,86%)	
	Prosječno	2,66	4,00
	Ukupno	100%	100%

U strukturi najlošije ocijenjenih elemenata turističke ponude sub-regije OTOCI (tablica 6-5.9.) neslavno prvo mjesto i nakon ovog istraživanja pripada (ne)mogućnostima održavanja skupova i kongresa, a slijede sadržaji za zdravstveni turizam i parkirališta, koja su inače najveći problem Kvarnera kao cjeline. Još uvijek se ponuda kvalitetnih zabavnih sadržaja nije poboljšala, niti su se gužve na plažama smanjile, na ljestvici najlošijih elemenata turističke ponude su se nakon ovog istraživanja pojavili još i sadržaji za djecu, nekvalitetna ponuda autohtonog suvenira kao i nedostatak mega i autohtonih lokalnih događaja, iako i tom segmentu ima pozitivnih primjera. Sa ljestvice "Top 10-" nestaje nautička ponuda, koja bilježi značajne pozitivne pomake, te organizacija i sadržaj zračne luke, kao elementa koji nije bio predmetom ovog istraživanja.

U nastavku će se pojedinačno sagledati karakteristike turističke ponude svake pojedine uže turističke destinacije, a prema prosječnoj ocjeni dobivenoj ispitivanjem turista koji posjećuju svaku pojedinu užu turističku destinaciju unutar sub-regije OTOCI, a u usporedbi s ocjenama menadžmenta i stanovništva koje na tom području živi i djeluje.

6.5.1 Baška

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Baška utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7) svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo, turistički menadžment), a o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama, a rezultati tog istraživanja prikazani su u tablici 6.5–10.

Tablica 6.5-10: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Baška u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu-risti	Ø	Sta-nov.	Ø	Me-nadž.	Ø	Prosje-k
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)			5,37		5,93		5,56	5,62
1.	Klima	106	5,25		5,84		5,33		5,47
19.	Ljepota krajolika	104	5,66		6,72		6,33		6,24
20.	Očuvanost okoliša	105	5,24		5,16		5,08		5,16
21.	Čistoća mora	106	5,31		6,00		5,50		5,60

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

SADRŽAJI (5)				4,53	3,72	4,15	4,13
10.	Događaji	104	4,08	4,42	3,92	4,14	
16.	Kulturno-povijesna baština	104	5,19	5,22	5,00	5,14	
22.	Sadržaji za djecu	104	4,49	3,63	3,73	3,95	
27.	Objekti za smještaj	102	5,21	4,82	5,58	5,20	
28.	Ugostiteljski objekti	104	5,11	4,68	5,25	5,01	
29.	Kulturni sadržaji	100	4,49	4,00	4,50	4,33	
30.	Zabavni sadržaji	104	4,29	2,95	4,00	3,75	
31.	Sportski sadržaji	105	4,53	2,83	4,17	3,84	
32.	Skupovi i kongresi	100	3,61	1,78	3,33	2,91	
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	101	4,21	3,32	3,67	3,73	
34.	Nautička ponuda	101	4,16	2,68	2,83	3,22	
35.	Ponuda izleta	102	4,90	4,32	4,18	4,47	
36.	Lokalna gastronomija	102	4,86	3,37	3,92	4,05	
37.	Odnos cijene i kvalitete	106	4,23	4,00	4,00	4,08	
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (4)				4,92	4,44	4,27	4,54
5.	Prometna dostupnost	104	4,55	4,53	3,75	4,28	
6.	Lokalni promet	103	4,31	3,72	3,17	3,73	
7.	Parkirališta	106	4,25	2,79	2,92	3,32	
12.	Uređenost mjesta	103	5,21	5,00	4,67	4,96	
13.	Urbana skladnost	104	4,71	3,58	3,50	3,93	
14.	Šetnice	104	5,55	6,21	6,17	5,98	
15.	Parkovi i zelene površine	104	5,01	5,16	5,17	5,11	
17.	Uređenost i čistoća plaža	106	5,37	4,53	4,42	4,77	
18.	Gužve na plažama	105	4,05	1,63	2,73	2,80	
24.	Radno vrijeme usl. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	101	5,45	5,44	4,27	5,05	
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	103	5,57	5,37	5,25	5,40	
26.	Trgovine	103	4,99	5,37	5,17	5,18	
PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (3)				4,85	4,92	4,27	4,68
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	104	4,84	5,16	4,33	4,78	
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	100	4,74	5,58	4,67	5,00	
11.	Suveniri	105	4,74	4,00	3,50	4,08	
23.	Osećaj sigurnosti i zaštite	104	5,07	4,95	4,58	4,87	
STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI (2)				5,56	4,67	5,05	5,09
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	105	5,38	4,74	5,08	5,07	
2.	Ljubaznost stanovništva	105	5,68	4,53	5,08	5,10	
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	105	5,61	4,74	5,00	5,12	
Prosječna ocjena na razini destinacije				4,86	4,40	4,43	4,56

Sagledavanjem podataka iz gornje tablice, dobiveni se rezultati mogu rangirati kako slijedi:

Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 5,62)

Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 5,09)

Rang treći: PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 4,68)

Rang četvrti: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 4,54)

Rang peti: SADRŽAJI (ø 4,13)

Svi ispitanici turističke destinacije Baška su prirodne resurse razvrstane u skupinu «prostor, resursi, okoliš» locirali na prvo mjesto s veoma visokom prosječnom ocjenom 5,62. Najviše ocjene u ovoj skupini su dali ispitanici ljepoti krajolika (6,24), nakon čega slijedi čistoća mora (5,60), dok ispitanici sve više primjećuju narušenost okoliša nekontroliranom izgradnjom (5,16). U odnosu na prosjek Kvarnera, moguće je primijetiti da su u ovoj turističkoj destinaciji ocjene stanovnika (5,93) i menadžmenta (5,56) nešto više od ocjena koje istim elementima turističke ponude dodjeljuju turisti (5,37).

Uobičajeno se na drugo mjesto u strukturi elemenata turističke ponude i u ovoj turističkoj destinaciji razvrstavaju elementi iz skupine «stanovništvo, zaposleni» s prosječnom ocjenom 5,09, s time da su ocjene turista nešto više od prosjeka destinacije (5,56). Apsolutno najvišu ocjenu su turisti dodijelili ljubaznosti stanovništva (5,68), s čime se ne slaže stanovništvo i istom je kriteriju dodijelio najnižu ocjenu (4,53), no općenito se može primijetiti da je stanovništvo znatno kritičnije od ostalih ispitanika po svim elementima iz ove skupine (4,67).

Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» s prosječnom ocjenom od samo 4,68. U ovoj su skupini ocjene turističkog menadžmenta (4,27) znatno niže od stavova od turista (4,85) i stanovništva (4,92). Apsolutno najviša ocjena pripada po mišljenju stanovništva (5,58) turističkoj signalizaciji u turističkoj destinaciji Baška, s čime se baš ne slažu ostali ispitanici (4,47 - 4,67). Najlošiju ocjenu među elementima ove skupine elemenata turističke ponude zaslužuje autohtoni suvenir (4,08), pri čemu je menadžment najkritičniji (3,5).

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» zauzeli su u ovoj destinaciji četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 4,54. U ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više (4,92) od prosjeka destinacije, a pogotovo od ocjena menadžmenta (4,27). Svi se ispitanici slažu da su šetnice apsolutni prioritet u okviru ove skupine elemenata turističke ponude, slijedi radno vrijeme ugostiteljskih objekata (5,40), a i trgovačkoj se ponudi daje određeno značenje (5,18). Zabrinjava veoma niska ocjena koja se dodjeljuje gužvi na plažama (2,80), iako je tom činjenicom daleko više nezadovoljno lokalno stanovništvo (1,63) kao i turistički menadžment (2,73). Kao problem koji hitno treba rješavati se u ovoj destinaciji ističe nedostatak parkirališta (3,32), iako se ne može biti zadovoljno lokalnim prometom (3,73), kao i narušavanjem urbane skladnosti nekontroliranom gradnjom i nepoštivanjem propisa o gradnji.

Elementi iz skupine «sadržaji», razvrstani su u petu odn. posljednju kategoriju, s prosječnom ocjenom 4,13. No i u ovoj su kategoriji turisti dali pojedinim elementima nešto više ocjene od prosjeka destinacije (4,53), a te su ocjene dosta ujednačene. U ovoj su skupini po ocjeni ispitanika najviše rangirani objekti za smještaj (5,2), kulturno-povijesna baština (5,14) i ugostiteljski objekti (5,01). Ispitanici su veoma kritični u odnosu na uvjete koje ova

destinacija može, ali ne osigurava u području ponude za održavanje skupova i kongresa (2,91), ispitanici su nezadovoljni nautičkom ponudom (3,22), ali i nekim sadržajima selektivne turističke ponude kao što su sadržaji za djecu, sadržaji zdravstvenog turizma, sportski i zabavni sadržaji (3,73 - 3,95). Stanovništvo smatra da su neiskorištene mogućnosti posebno prisutne u području kongresne ponude (1,78), a menadžment je kritičan prema kvaliteti nautičke ponude (2,83).

Općenito se može zaključiti da je Baška turistička destinacija koja ima mnoge komparativne prednosti, koje još nije dovoljno pretvorila i u konkurentske prednosti. Naime, prekrasna plaža koja nedvojbeno spada u tu kategoriju pomalo postaje ograničavajući činitelj razvoja, pošto je prihvatni kapacitet premašen, što nameće potrebu da se počinju razvijati i bolje valorizirati i ostali selektivni oblici turističke ponude (kongresne, nautičke, sportske i sl.) koji će omogućiti produženje turističke sezone i osigurati ostvarenje istih ili većih rezultata, bez negativnih utjecaja na okoliš, što će istovremeno smanjiti pritisak na destinaciju u ljetnim mjesecima a to znači da će se manje osjećati nedostatak parkirališta, neorganiziranost lokalnog prometa i gužve na plažama. Također se može uočiti da još uvijek nisu prepoznata ulaganja u zdravstveno-turističku ponudu, koja će sigurno odigrati značajnu ulogu u daljnjim fazama razvoja ove turističke destinacije.

6.5.2 Krk

Zadovoljstvo elementima turističke ponude turističke destinacije Krk, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7) svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo, turistički menadžment) o relevantnim elementima prezentiranim u skupinama na način kako je to prikazano u tablici br. 6.5–11.

Tablica 6.5-11: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Krk u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu-risti	Ø	Sta-novn.	Ø	Me-nadž.	Ø	Prosjek
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)				5,31		5,19		5,58	5,36
1.	Klima	139	4,99		5,00		5,50		5,16
19.	Ljepota krajolika	137	5,47		5,71		5,43		5,54
20.	Očuvanost okoliša	136	5,39		5,14		5,14		5,22
21.	Čistoća mora	137	5,37		4,90		6,25		5,51
SADRŽAJI (5)				5,01		4,14		4,14	4,43
10.	Događaji	137	5,37		4,33		4,29		4,66
16.	Kulturno-povijesna baština	137	5,21		4,81		5,86		5,29
22.	Sadržaji za djecu	137	5,11		3,52		3,38		4,00
27.	Objekti za smještaj	137	5,34		4,71		5,14		5,06
28.	Ugostiteljski objekti	136	5,33		4,80		4,71		4,95
29.	Kulturni sadržaji	137	5,09		4,14		5,29		4,84
30.	Zabavni sadržaji	138	5,11		4,00		3,71		4,27
31.	Sportski sadržaji	137	4,77		3,95		3,43		4,05
32.	Skupovi i kongresi	134	3,54		3,05		2,00		2,86

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

33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	135	4,57		4,00		2,29		3,62	
34.	Nautička ponuda	136	4,76		3,81		4,29		4,29	
35.	Ponuda izleta	137	5,20		4,14		4,86		4,73	
36.	Lokalna gastronomija	137	5,54		4,43		4,57		4,85	
37.	Odnos cijene i kvalitete	137	5,20		4,24		4,14		4,53	
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (3)				5,32		4,36		4,83		4,84
5.	Prometna dostupnost	135	5,33		4,74		5,13		5,07	
6.	Lokalni promet	135	5,23		3,71		4,13		4,36	
7.	Parkirališta	138	5,17		3,10		3,38		3,88	
12.	Uređenost mjesta	137	5,31		4,86		5,00		5,06	
13.	Urbana skladnost	138	5,31		4,38		3,86		4,52	
14.	Šetnice	138	5,27		4,90		5,50		5,22	
15.	Parkovi i zelene površine	136	5,39		5,05		5,29		5,24	
17.	Uređenost i čistoća plaža	137	5,33		4,00		5,75		5,03	
18.	Gužve na plažama	138	5,24		2,90		4,00		4,05	
24.	Radno vrijeme djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	137	5,31		4,81		5,38		5,17	
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	135	5,46		5,10		5,14		5,23	
26.	Trgovine	136	5,43		4,81		5,43		5,22	
PREPOZNLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (4)				5,29		4,28		4,64		4,73
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	137	5,38		4,29		4,25		4,64	
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	137	5,19		4,24		4,71		4,71	
11.	Suvenirni	138	5,41		3,90		3,86		4,39	
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	136	5,16		4,67		5,75		5,19	
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (2)				5,30		4,58		5,21		5,03
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	138	5,25		4,65		5,25		5,05	
2.	Ljubaznost stanovništva	139	5,18		4,81		5,13		5,04	
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	139	5,47		4,29		5,25		5,00	
Prosječna ocjena na razini destinacije			5,19		4,37		4,66		4,74	

Istraživanjem se došlo do rangiranja elemenata turističke ponude po grupama kako slijedi:

- Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 5,36)
 Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 5,03)
 Rang treći: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 4,84)
 Rang četvrti: PREPOZNLJIVOST, SIGURNOST,
 INFORMIRANOST (ø 4,73)
 Rang peti: SADRŽAJI (ø 4,43)

Svi ispitanici destinacije KRK su prirodne resurse razvrstane u skupinu «prostor, resursi, okoliš» locirali na prvo mjesto, s veoma prosječnom ocjenom 5,36. U ovoj skupini su ocjene menadžmenta (5,58) nešto više od ocjena koje daju turisti (5,31) odn. stanovništvo (5,19). Apsolutno najvišu ocjenu je menadžment dodijelio čistoći mora (6,25), a taj stav s nešto nižom ocjenom podržavaju i turisti (5,37). Klima se percipira kao najlošiji element u okviru ove

skupne (5,16), iako je stanovništvo (suprotno mišljenju ostalih struktura ispitanika) najnižu ocjenu dodijelilo čistoći mora (4,90).

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «stanovništvo, zaposleni» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 5,03, a ocjene za sva tri elementa su uravnotežene (5,00 - 5,05). Treba naglasiti da su ovdje ocjene turista (5,30) i menadžmenta (5,21) znatno više od ocjena koje tom elementu daje stanovništvo (4,58). Apsolutno najvišu ocjenu su turisti (5,47) dodijelili znanju stranih jezika zaposlenih u turizmu, a isti su element turističke ponude stanovnici najniže vrednovali (4,29).

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» zauzeli su u ovoj destinaciji treće mjesto s prosječnom ocjenom 4,84. U ovoj su kategoriji ocjene turista znatno iznad (5,32) prosjeka destinacije, prilično su ujednačene za sve elemente turističke ponude u ovoj skupini, a posebno apostrofiraju ravno vrijeme ugostiteljskih objekata (5,46). Najvišu ocjenu lokalnog stanovništva zaslužile su gužve na plažama (2,90), menadžmentu (3,38) i gostima (5,17) najviše smeta nedostatak parkirališta.

Četvrto mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost», a koji nose prosječnu ocjenu 4,73. I u ovoj su skupini ocjene turista iznad prosjeka destinacije (5,29), pri čemu najvišu ocjenu dodjeljuju ponudi autohtonog suvenira (5,41), koji je zbog stavova ostalih ispitanika najniže rangirani element u ovoj ocjenjivanoj skupini (prosječno 4,39). «Osjećaj sigurnosti i zaštite» (5,19) je prosječno najviše rangirani element, prvenstveno zbog stava menadžmenta (5,75), iako su turisti tom elementu dali najnižu ocjenu u ovoj skupini ispitivanih elemenata (5,16). Iako stanovništvo (4,24 - 4,29) i turistički menadžment (4,25 - 4,71) smatraju nedovoljno dobrom dostupnošću turističkim informacijama prije dolaska u destinaciju, kao i kvalitetu turističke signalizacije u destinaciji, turisti su veoma zadovoljni i ovim elementima turističke ponude u ovoj ispitivanoj skupini (5,19 - 5,38).

Elementi iz skupine «sadržaji», su na posljednjem mjestu s prosječnom ocjenom 4,43, koja je prilično visoka. No i u ovoj su kategoriji turisti dali nešto višu ocjenu od prosjeka destinacije (5,01), dok su stanovnici i menadžment jedinstveni u ocjeni (4,14) da ova skupina elemenata u strukturi ponude nije dovoljno dobra. U ovoj su skupini ispitanici najvišu ocjenu dali kulturno-povijesnoj baštini (5,29), no visoko su ocijenjeni objekti za smještaj (5,06), ugostiteljski objekti, ponuda kulturnih sadržaja i lokalna gastronomija (4,84-4,95). Po mišljenju turista najvišu ocjenu zaslužuje lokalna gastronomija (5,54), no izuzetno se visoko vrednuju i lokalni događaji, objekti za smještaj i prehranu, kulturno-povijesna baština, kulturni i zabavni sadržaji, kao i sadržaji za djecu (5,09 - 5,34). Najniže su rangirani sadržaji povezani s uvjetima za organizaciju skupova i kongresa (2,86), no ispitanici smatraju da su sadržaji za

zdravstveni turizam (3,62) nedostatni, te da bi ih trebalo sustavno unapređivati, pri čemu je najviše kritičan menadžment (2,00 - 2,29).

6.5.3 Omišalj

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Omišalj, utvrđivano je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo i turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude, a grupiranih po skupinama što je prikazano u tablici br. 6.5–12.

Tablica 6.5-12: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Omišalj u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu- risti	Ø	Sta- novn.	Ø	Me- nadž.	Ø	Prosjek
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (3)				4,80		3,54		4,61	4,31
1.	Klima	110	4,29		4,87		5,43		4,86
19.	Ljepota krajolika	107	5,30		3,45		4,71		4,49
20.	Očuvanost okoliša	108	4,57		3,00		3,57		3,71
21.	Čistoća mora	108	5,03		2,84		4,71		4,19
SADRŽAJI (5)				4,00		3,68		3,88	3,86
10.	Događaji	108	4,11		3,74		4,71		4,19
16.	Kulturno-povijesna baština	105	4,78		3,59		5,86		4,74
22.	Sadržaji za djecu	107	3,59		3,71		4,00		3,77
27.	Objekti za smještaj	108	4,50		4,13		4,29		4,31
28.	Ugostiteljski objekti	106	4,61		4,24		4,14		4,33
29.	Kulturni sadržaji	109	4,25		3,65		4,71		4,20
30.	Zabavni sadržaji	109	3,89		3,61		3,86		3,79
31.	Sportski sadržaji	108	3,54		3,58		3,43		3,52
32.	Skupovi i kongresi	104	2,88		2,65		2,17		2,57
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	104	3,21		1,83		2,17		2,40
34.	Nautička ponuda	106	3,84		4,23		3,43		3,83
35.	Ponuda izleta	106	4,10		4,52		3,43		4,02
36.	Lokalna gastronomija	107	4,68		3,84		4,14		4,22
37.	Odnos cijene i kvalitete	107	4,06		4,26		4,00		4,11
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (2)				4,57		4,18		4,57	4,44
5.	Prometna dostupnost	107	4,36		3,58		5,29		4,41
6.	Lokalni promet	107	4,11		3,43		4,57		4,04
7.	Parkirišta	106	3,38		3,45		3,29		3,37
12.	Uređenost mjesta	109	4,76		4,71		5,00		4,82
13.	Urbana skladnost	107	4,56		2,83		4,86		4,08
14.	Šetnice	107	4,96		4,81		5,00		4,92
15.	Parkovi i zelene površine	109	5,04		4,23		5,43		4,90
17.	Uređenost i čistoća plaža	109	4,55		4,23		4,57		4,45
18.	Gužve na plažama	108	4,59		4,33		3,71		4,21
24.	Radno vrijeme usl. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	109	4,83		4,55		3,71		4,36
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	109	5,10		5,03		4,14		4,76
26.	Trgovine	107	4,55		4,93		5,29		4,92
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (4)				4,24		4,26		4,32	4,27
8.	Turističke informacije prije	107	4,19		3,48		3,43		3,70

	dolaska u destinaciju								
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	108	4,15		4,30		5,29		4,58
11.	Suveniri	106	4,30		4,03		2,57		3,63
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	106	4,32		5,23		6,00		5,18
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (1)					4,79		4,19		5,57
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	109	4,87		4,23		5,71		4,94
2.	Ljubaznost stanovništva	109	4,80		4,16		5,57		4,84
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	107	4,70		4,19		5,43		4,77
Prosječna ocjena na razini destinacije			4,36		3,93		4,37		4,22

Da turistička destinacija Omišalj nije tipični predstavnik turističke ponude sub-regije OTOCI, kao ni prosjeka turističke destinacije Kvarner, ukazuje način kako su rangirani elementi turističke ponude, ali i razina ocjena koje su pojedine skupine dobile, kako slijedi:

Rang prvi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (Ø 4,85)
 Rang drugi: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (Ø 4,44)
 Rang treći: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (Ø 4,31)
 Rang četvrti: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (Ø 4,27)
 Rang peti: SADRŽAJI (Ø 3,86)

Grupa elemenata turističke ponude "stanovništvo, zaposleni" je u ovoj turističkoj destinaciji rangirana na najvišu razinu i to s prosječnom ocjenom 4,85, što ukazuje na značenje valorizacije kadrovskih potencijala u uvjetima kada ostali činitelji izostanu. No to nešto umanjuje značenje ove skupine, pošto su ocjene menadžmenta (5,57) znatno više od ocjena koje toj kategoriji dodjeljuju turisti (4,79), dok je stanovništvo nešto kritičnije (4,19). Prosječno je najviše rangirana ljubaznost zaposlenih u turizmu (4,94), no turisti smatraju da je stanovništvo nešto ljubaznije (4,87) od zaposlenih, kao i od njihova znanja stranih jezika (470 - 480).

Jedino se u turističkoj destinaciji Omišalj na drugo mjesto razvrstava skupina elemenata «organiziranost destinacije» s prosječnom ocjenom 4,44. Prosječne ocjene turista i menadžmenta su u ravnoteži (4,57), dok je stanovništvo kritičnije (4,18). Rezultati istraživanja prema stavovima svih ciljnih skupina ukazuju da su u ovoj skupini na prvom mjestu šetnice, parkove, zelene površine, uređenost mjesta i trgovačka ponuda (4,89 - 4,92), no turisti poseban naglasak stavlja na radno vrijeme ugostiteljskih objekata (5,10). Najniže su rangirana parkirališta (3,37), primjedbe su upućene lokalnom prometu, kao i gužve na plažama (4,04 - 4,21). Stanovništvo smatra najlošijim elementom turističke ponude nedostatak urbane skladnosti (2,83), a svi se slažu da je nedostatak parkirališta usko grlo ove turističke destinacije (3,37).

Omišalj je jedina turistička destinacija ove sub-regije, kao i cijele turističke destinacije Kvarner, u kojoj je prema rezultatima istraživanja grupa elemenata turističke ponude «prostor, resursi, okoliš» rangirana tek na treće umjesto s prosječnom ocjenom 4,31, što nedvojbeno ukazuje da prirodni resursi nisu komparativna prednost ove turističke destinacije. Klima (4,86) se u ovoj destinaciji izdvaja kao najznačajniji element ponude, dok je očuvanost okoliša (3,71) na zadnjem mjestu. Ocjene turista i menadžmenta (4,61 - 4,80) su znatno više od ocjena koje ovim elementima turističke ponude u turističkoj destinaciji daje domicilno stanovništvo (3,54). Po ocjeni turista je najznačajniji element ljepota krajolika (5,30), dok je za menadžment (5,43) i stanovništvo (4,87) to klima. S druge strane stanovništvo najlošijom ocjenjuje čistoću mora (2,84), menadžment je kritičan prema očuvanosti okoliša (3,57) a turisti smatraju da je najlošiji element u ovoj skupini klima (4,29).

Četvrto mjesto je prema ocjeni svih ispitanika pripalo je skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» s prosječnom ocjenom od 4,27, pri čemu su ocjene svih skupina ispitanika prilično ujednačene (4,24 - 4,32). Po ocjeni ispitanika je najvažniji element «osjećaj sigurnosti i zaštite», iako svi ispitanici nisu suglasni s visinom ocjene (turisti 4,32 - menadžment 6,00). Najlošiju ocjenu među elementima turističke ponude ove skupine dobivaju "suveniri" (3,63), kao i "turističke informacije prije dolaska u destinaciju" (3,70), iako to ne odgovara redoslijedu percepcije ovih elemenata od strane turista (4,19 - 4,30).

Elementi iz skupine «sadržaji» i u ovoj turističkoj destinaciji zauzimaju posljednje peto mjesto s prosječnom ocjenom 3,86, a to je i niža prosječna ocjena kako ove sub-regije (4,46), tako i turističke destinacije Kvarner (4,21) kao cjeline. I za ovu skupinu elemenata turističke ponude su turisti manje kritični od prosjeka destinacije (4,00). Prosječno je najviše rangirana kulturno-povijesna baština (4,74), koja je po ocjeni menadžmenta (5,86) i turista (4,78) najviše rangirani element turističke ponude. Visoki rang po ocjeni ispitanika zaslužuju ugostiteljski objekti i objekti za smještaj (4,31 - 4,33) te lokalna gastronomija (4,22). Najlošije rangirani elementi turističke ponude povezani su sa nedostatkom odgovarajućih uvjeta za održavanje skupova i kongresa (2,57), kao i s nedostatkom sadržaja za zdravstveni turizam (2,40).

6.5.4 Punat

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Punat, utvrđivano je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo i turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude, a grupiranih po skupinama što je prikazano u tablici br. 6.5. –13.

Tablica 6.5-13: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Puntat u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu-risti	Ø	Sta-nov.	Ø	Me-nadž.	Ø	Prosjeck
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)				4,93		4,99		6,06	5,33
1.	Klima	83	4,10		5,00		5,50		4,87
19.	Ljepota krajolika	83	5,34		5,79		6,50		5,88
20.	Očuvanost okoliša	82	4,94		4,72		6,00		5,22
21.	Čistoća mora	83	5,34		4,45		6,25		5,35
SADRŽAJI (5)				4,67		4,36		4,43	4,48
10.	Događaji	83	4,42		4,41		4,00		4,28
16.	Kulturno-povijesna baština	82	4,96		5,55		5,00		5,17
22.	Sadržaji za djecu	82	4,56		3,86		4,75		4,39
27.	Objekti za smještaj	82	4,96		5,00		5,00		4,99
28.	Ugostiteljski objekti	83	5,18		4,83		5,00		5,00
29.	Kulturni sadržaji	83	4,76		4,45		4,50		4,57
30.	Zabavni sadržaji	83	4,30		3,93		4,00		4,08
31.	Sportski sadržaji	83	4,12		3,79		4,00		3,97
32.	Skupovi i kongresi	80	3,66		2,66		2,50		2,94
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	81	4,08		2,86		2,50		3,15
34.	Nautička ponuda	81	4,96		5,24		6,00		5,40
35.	Ponuda izleta	83	5,24		5,10		5,25		5,20
36.	Lokalna gastronomija	82	5,31		5,00		5,00		5,10
37.	Odnos cijene i kvalitete	83	4,82		4,34		4,50		4,55
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (3)				4,93		4,42		4,54	4,63
5.	Prometna dostupnost	83	4,54		4,24		4,75		4,51
6.	Lokalni promet	83	4,40		3,21		4,00		3,87
7.	Parkirališta	83	4,26		3,07		4,00		3,78
12.	Uređenost mjesta	82	4,98		5,00		4,75		4,91
13.	Urbana skladnost	82	4,86		4,07		4,00		4,31
14.	Šetnice	83	5,40		5,24		5,50		5,38
15.	Parkovi i zelene površine	83	5,16		5,21		5,50		5,29
17.	Uređenost i čistoća plaža	83	5,22		4,66		4,25		4,71
18.	Gužve na plažama	83	4,62		4,28		3,00		3,97
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	83	5,06		4,90		4,50		4,82
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	83	5,44		4,45		5,25		5,05
26.	Trgovine	82	5,22		4,71		5,00		4,98
PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (4)				5,03		4,36		4,31	4,57
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	83	4,72		3,79		3,75		4,09
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	83	5,70		4,07		3,75		4,51
11.	Suvenirni	83	4,52		4,72		3,75		4,33
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	81	5,18		4,86		6,00		5,35
STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI (2)				5,19		4,16		5,42	4,92
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	83	5,26		4,28		5,25		4,93
2.	Ljubaznost stanovništva	83	5,22		4,48		5,75		5,15
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	83	5,08		3,72		5,25		4,68
Prosječna ocjena na razini destinacije			4,86		4,43		4,71		4,67

Rezultati istraživanja ukazuju na slijedeći rang, koji su zauzeli slijedeće grupe elemenata turističke ponude:

Rang prvi:	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 5,33)
Rang drugi:	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 4,92)
Rang treći:	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 4,63)
Rang četvrti:	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 4,57)
Rang peti:	SADRŽAJI (ø 4,48)

Kao i u većini turističkih destinacija ove sub-regije, tako su i ispitanici turističke destinacije Punat prirodnim resursima iz skupine «prostor, resursi, okoliš» dali primat s visokom prosječnom ocjenom 5,33. Najviša ocjena u ovoj skupini pripada ljepoti krajolika (5,88) što je znatno iznad prosječne ocjene Kvarnera (5,32), no tome su manje doprinijeli stavovi menadžmenta (6,06) od stavova turista (4,93). Turisti uz ljepotu krajolika visoko ocjenjuju i čistoću mora (5,34), a najnižu ocjenu daju klimi (4,10), koja je i od ostalih ispitanika najlošije percipirana (4,87).

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «stanovništvo, zaposleni» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 4,92. Treba naglasiti da su ovdje ocjene turista (5,19) nešto više od prosjeka destinacije (5,03), iako su niže od ocjena menadžmenta (5,42). Ljubaznost stanovništva je najviše rangirani element turističke ponude (5,15) u čemu se svi slažu, iako je stanovništvo znatno više kritično prema ovom pa i ostalim elementima turističke ponude iz ove skupne (4,16), a posebno nisko ocjenjuje razinu znanja stranih jezika u turizmu (3,72).

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» i u ovoj su turističkoj destinaciji zauzeli treće mjesto s prosječnom ocjenom 4,63 uz naglasak da su prosječne ocjene turista nešto više (4,93) od prosjeka destinacije i od ocjena ostali ispitivanih skupina. Najvišu prosječnu ocjenu zaslužuju šetnice (5,38), uz koje gosti visoko rangiraju radno vrijeme ugostiteljskih objekata (5,44), uređenost i čistoću plaža i radno vrijeme trgovina (5,22), te parkove i zelene površine (5,16). Najslabija karika u strukturi elemenata ove skupine je nedostatak parkirališnog prostora (3,78), to je i najniža ocjena ove skupine koju su dodijelili turisti (4,26), s time što je lokalno stanovništvo znatno kritičnije (3,21), a menadžment kao posebno negativan element izdvaja gužve na plažama (3,00).

Četvrto mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost», a prosječnom ocjenom od 4,57, iako su ocjene turista nešto više od prosjeka destinacije (5,03), pri čemu turisti izdvajaju turističku signalizaciju u destinaciji (5,70), a menadžment osjećaj sigurnosti i zaštite, koji je i prosječno najviše rangirani element (5,35). Po

ocjeni ispitanika najnižu ocjenu zaslužuju turističke informacije koje turisti dobivaju prije dolaska u ovu destinaciju, što upućuje na bolje marketinško djelovanje na užem i širem planu.

Elementi iz skupine «sadržaji» i u ovoj turističkoj destinaciji zauzimaju zadnje, peto mjesto s prosječnom ocjenom 4,48, što je više od prosjeka Kvarnera (4,21). Iako su prosječne ocjene dosta ujednačene, ocjene turista su nešto više (4,67) od onih koje daju ostale ispitivane skupine. U ovoj su skupini najvišu ocjenu dali turisti lokalnoj gastronomiji (5,31), ponudi izleta (5,24), ugostiteljskim objektima (5,18), kao i kulturno-povijesnoj baštini i nautičkoj ponudi (4,96), s čime se slažu i ostali ispitanici, iako s nešto drugačijom visinom ocjena. Turisti su nešto kritičniji prema kvaliteti kongresne ponude (3,66), koja prosječno zauzima najniže mjesto u ovoj skupini (2,94). Niti je ponuda zdravstvenog turizma zadovoljavajuća (3,15), s čime se slažu i turisti, samo nisu toliko kritični kao ostali ispitanici (4,08).

6.5.5 Cres

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Cres utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7) svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo i turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama, a dobiveni rezultati prikazuje tablica 6.5–14.

Tablica 6.5-14: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Cres u 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	N	Tu-risti	Ø	Sta-nov.	Ø	Me-nadž.	Ø	Prosjek
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)				5,90		6,04		6,15	6,03
1.	Klima	150	5,84		6,00		5,92		5,92
19.	Ljepota krajolika	149	6,04		6,50		6,33		6,29
20.	Očuvanost okoliša	147	5,66		5,37		6,08		5,70
21.	Čistoća mora	148	6,07		6,30		6,25		6,21
SADRŽAJI (5)				4,95		4,10		4,01	4,36
10.	Događaji	146	4,82		3,37		3,00		3,73
16.	Kulturno-povijesna baština	148	5,35		5,37		5,67		5,46
22.	Sadržaji za djecu	147	4,96		3,71		4,17		4,28
27.	Objekti za smještaj	147	5,41		4,87		4,67		4,98
28.	Ugostiteljski objekti	145	5,14		4,72		4,58		4,81
29.	Kulturni sadržaji	144	4,88		3,84		3,83		4,18
30.	Zabavni sadržaji	147	4,80		3,34		3,33		3,82
31.	Sportski sadržaji	141	4,89		3,34		3,25		3,83
32.	Skupovi i kongresi	129	3,80		2,73		2,42		2,98
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	133	4,52		4,26		2,92		3,90
34.	Nautička ponuda	136	5,24		4,65		5,33		5,07
35.	Ponuda izleta	140	5,11		4,21		4,25		4,52
36.	Lokalna gastronomija	144	5,44		4,74		4,50		4,89
37.	Odnos cijene i kvalitete	150	4,95		4,29		4,25		4,50
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE(3)				5,20		4,49		4,76	4,82

5.	Prometna dostupnost	148	5,00		4,08		4,17		4,42	
6.	Lokalni promet	148	4,67		4,26		3,75		4,23	
7.	Parkirališta	149	4,66		3,55		3,33		3,85	
12.	Uređenost mjesta	149	5,71		5,00		4,92		5,21	
13.	Urbana skladnost	149	5,41		4,50		5,08		5,00	
14.	Šetnice	150	5,62		5,16		5,58		5,45	
15.	Parkovi i zelene površine	146	5,68		5,32		4,92		5,31	
17.	Uređenost i čistoća plaža	150	5,77		5,13		5,00		5,30	
18.	Gužve na plažama	149	5,20		3,68		4,42		4,43	
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	147	4,66		4,29		5,73		4,89	
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	146	5,21		4,61		5,08		4,97	
26.	Trgovine	148	4,84		4,24		5,17		4,75	
PREPOZNLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (4)				4,90		4,14		4,29		4,44
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	145	5,06		4,19		4,17		4,47	
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	146	4,80		3,53		3,58		3,97	
11.	Suveniri	145	4,49		3,87		3,83		4,06	
23.	Osjecaj sigurnosti i zaštite	146	5,24		4,95		5,58		5,26	
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (2)				5,64		4,71		4,91		5,09
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	150	5,65		4,92		4,58		5,05	
2.	Ljubaznost stanovništva	149	5,73		4,63		5,08		5,15	
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	148	5,53		4,59		5,08		5,07	
Prosječna ocjena na razini destinacije			5,18		4,49		4,59		4,75	

U okviru turističke destinacije Cres se prema stavovima ispitanika elementi turističke ponude rangiraju kako slijedi:

- Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (Ø 6,03)
 Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (Ø 5,09)
 Rang treći: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (Ø 4,82)
 Rang četvrti: PREPOZNLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (Ø 4,44)
 Rang peti: SADRŽAJI (Ø 4,36)

Svi ispitanici turističke destinacije Cres su prirodne resurse razvrstane u skupinu «prostor, resursi, okoliš» pozicionirani na prvo mjesto i to s izuzetno visokom prosječnom ocjenom 6,03, što je ujedno i najviša ocjena za ovu skupinu utvrđena na razini Kvarnera. Treba naglasiti da su ocjene svih ispitanika međusobno prilično ujednačene (5,90 - 6,15), te da su svi elementi visoko ocjenjeni (5,70 - 6,29). Tako se najviša prosječna ocjena povezuje s ljepotom krajolika (6,29) i čistoćom mora (6,21), pri čemu su ocjene menadžmenta i stanovnika (6,25 - 6,50) znatno iznad prosjeka grupe. Najniža ocjena se vezuje uz očuvanost okoliša (5,70), iako se radi o najbolje očuvanom okolišu u Kvarnerskom akvatoriju, s tendencijom da postane prepoznatljiv kao zeleni Eko-otok, što zahtijeva da se učini i mnogo više ako se žele ostvariti visoko postavljeni ciljevi.

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «stanovništvo, zaposleni» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 5,09 što je iznad prosjeka Kvarnera (4,96). Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista (5,64) znatno iznad prosjeka ove destinacije, pri čemu turisti primat daju ljubaznosti domicilnog stanovništva (5,73) i ljubaznosti zaposlenih u turizmu (5,65). Stanovništvo je najviše kritično, a najnižu ocjenu daje znanju stranih jezika zaposlenih u turizmu (4,59).

Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata "organiziranost destinacije" (4,82), uz naznaku da su i u ovoj skupini ocjene turista znatno više (5,20) od prosjeka ove destinacije. Po ocjeni ispitanika su prosječno najbolje rangirane šetnice (5,45), zatim slijede parkovi i zelene površine, uređenost i čistoća plaža, te uređenost mjesta (5,21 - 5,31), s čime se slažu i turisti, samo s nešto višom razinom ocjena (5,62 - 5,77). I u ovoj su turističkoj destinaciji najlošije rangirana parkirališta (3,85) i organizacija lokalnog prometa (4,23), a zamjetne su i gužve na plažama (4,43), što ukazuje na potrebu da se ovi problemi počnu rješavati na lokalnoj, ali i na regionalnoj razini.

Četvrto mjesto pripada elementima turističke ponude pod zajedničkim nazivnikom «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost», s prosječnom ocjenom 4,44. I za ovu su skupinu turisti (4,90) dali ocjenu iznad prosjeka destinacije. U ovoj skupini elemenata najviša je ocjena dobivena od strane turista za "osjećaj sigurnosti i zaštite" (5,24), što je i najviša prosječna ocjena u okviru ove skupine elemenata (5,26). Najniže se percipira kvaliteta turističke signalizacije u destinaciji (3,97), pri čemu je najkritičnije stanovništvo (3,53).

Elementi iz skupine «sadržaji» su s prosječnom ocjenom 4,36 razvrstani na zadnje, peto mjesto. I ovu su skupinu turisti ocijenili više od prosjeka destinacije (4,95), s posebnim naglaskom na kulturno-povijesnu baštinu (5,35), objekte za smještaj (5,41), nautičku ponudu (5,24), lokalnu gastronomiju (5,44), ugostiteljske objekte (5,14) i ponudu izleta (5,11). Na razini ove skupine se najniže prosječne ocjene vezuju uz nedostatak uvjeta za organizaciju skupova i kongresa (2,98), no nije dobro ocijenjena niti kvaliteta događaja, sportskih, zdravstvenih i zabavnih sadržaja (3,73-3,90).

6.5.6 Mali Lošinj

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Mali Lošinj utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7) ispitivanih skupina turisti i stanovništvo (podaci za turistički menadžment nisu bili dostupni), a o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama, a dobiveni rezultati prikazuje tablica 6.5. –15.

Tablica 6.5-15: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Mali Lošinj u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu-risti	Ø	Sta-novn.	Ø	Me-nadž.	Ø	Prosjeck
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)				5,92		5,31			5,61
1.	Klima	330	6,06		5,91				5,99
19.	Ljepota krajolika	331	6,11		5,16				5,64
20.	Očuvanost okoliša	331	5,40		4,91				5,16
21.	Čistoća mora	331	6,09		5,26				5,68
SADRŽAJI (5)				4,69		4,11			4,40
10.	Događaji	328	4,50		4,00				4,25
16.	Kulturno-povijesna baština	328	5,07		4,44				4,76
22.	Sadržaji za djecu	328	4,24		4,12				4,18
27.	Objekti za smještaj	328	5,36		4,81				5,09
28.	Ugostiteljski objekti	331	5,30		4,67				4,99
29.	Kulturni sadržaji	330	4,85		4,17				4,51
30.	Zabavni sadržaji	328	4,52		3,67				4,10
31.	Sportski sadržaji	329	4,48		3,47				3,98
32.	Skupovi i kongresi	326	3,10		2,90				3,00
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	330	4,15		4,06				4,11
34.	Nautička ponuda	330	4,46		4,01				4,24
35.	Ponuda izleta	330	5,53		5,09				5,31
36.	Lokalna gastronomija	329	5,48		4,52				5,00
37.	Odnos cijene i kvalitete	331	4,65		3,66				4,16
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (3)				5,10		4,42			4,76
5.	Prometna dostupnost	331	4,60		4,48				4,54
6.	Lokalni promet	330	4,42		4,49				4,46
7.	Parkirališta	330	4,48		4,10				4,29
12.	Uređenost mjesta	328	5,35		4,43				4,89
13.	Urbana skladnost	329	5,26		4,55				4,91
14.	Šetnice	330	5,49		4,63				5,06
15.	Parkovi i zelene površine	331	5,37		4,49				4,93
17.	Uređenost i čistoća plaža	328	5,33		4,51				4,92
18.	Gužve na plažama	328	5,00		4,04				4,52
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	326	5,24		4,35				4,80
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	331	5,41		4,60				5,01
26.	Trgovine	331	5,20		4,38				4,79
PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (4)				4,86		4,31			4,58
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	331	4,77		4,51				4,64
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	330	4,75		4,23				4,49
11.	Suvenirni	330	4,75		3,94				4,35
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	330	5,16		4,54				4,85
STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI (2)				5,62		5,12			5,37
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	331	5,68		5,26				5,47
2.	Ljubaznost stanovništva	330	5,63		5,09				5,36
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	330	5,55		5,02				5,29
Prosječna ocjena na razini destinacije			5,05		4,45				4,75

Elementi iz skupine «sadržaji» su i u ovoj turističkoj destinaciji pozicionirani na zadnje, peto mjesto, s prosječnom ocjenom 4,40, uz naglasak da su ocjene turista (4,69) i u ovoj destinaciji iznad ocjena stanovništva (4,11). Turisti apsolutni prioritet daju ponudi izleta (5,53) i lokalnoj gastronomiji (5,48), a jako su zadovoljni kvalitetom objekata za smještaj (5,36) i ugostiteljskim objektima (5,30), uz naglasak da su to i najviše rangirani elementi prosjeka turističke destinacije, ali je taj prosjek na nešto nižoj razini (4,99 - 5,31). Najniža ocjena ispitanika ove turističke destinacije dodijeljena je nedostatku uvjeta za održavanje skupova i kongresa (3,00), no ispitanici su prilično nezadovoljni ponudom sportskih, zdravstvenih i zabavnih sadržaja (3,98 - 4,11), pri čemu je stanovništvo nešto kritičnije (3,47 - 4,06).

6.5.7 Lopar

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Lopar utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7) ispitivanih skupina turisti i stanovništvo (podaci za turistički menadžment nisu bili dostupni), a o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama, a dobivene rezultate prikazuje tablica 6-5.16.

Tablica 6.5-16: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Mali Lošinj u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu-risti	Ø	Sta-novn.	Ø	Me-nadž.	Ø	Prosjek
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)				5,65		5,38		5,90	5,64
1.	Klima	117	5,44		5,63		5,40		5,49
19.	Ljepota krajolika	117	6,03		5,63		6,40		6,02
20.	Očuvanost okoliša	115	5,46		5,44		5,40		5,43
21.	Čistoća mora	115	5,68		4,81		6,40		5,63
SADRŽAJI (5)				5,05		5,16		4,27	4,83
10.	Događaji	112	4,84		5,37		3,80		4,67
16.	Kulturno-povijesna baština	114	5,48		6,37		4,40		5,42
22.	Sadržaji za djecu	112	5,02		4,88		5,40		5,10
27.	Objekti za smještaj	114	5,44		5,88		6,20		5,84
28.	Ugostiteljski objekti	115	5,39		5,67		6,20		5,75
29.	Kulturni sadržaji	113	5,24		5,88		3,80		4,97
30.	Zabavni sadržaji	112	4,90		5,44		4,00		4,78
31.	Sportski sadržaji	114	4,85		4,94		4,20		4,66
32.	Skupovi i kongresi	112	3,53		3,56		2,00		3,03
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	111	3,92		3,12		2,20		3,08
34.	Nautička ponuda	112	5,21		5,38		3,20		4,60
35.	Ponuda izleta	112	5,76		5,31		4,40		5,16
36.	Lokalna gastronomija	114	5,68		5,12		5,40		5,40
37.	Odnos cijene i kvalitete	114	5,49		5,38		4,60		5,16
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (4)				5,17		4,84		4,70	4,91
5.	Prometna dostupnost	117	5,18		3,50		3,60		4,09
6.	Lokalni promet	116	4,49		3,56		3,60		3,88
7.	Parkirališta	116	4,36		3,75		3,60		3,90
12.	Uređenost mjesta	113	5,52		5,62		4,80		5,31
13.	Urbana skladnost	116	5,17		5,19		3,80		4,72

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

14.	Šetnice	117	5,41		5,13		5,00		5,18	
15.	Parkovi i zelene površine	115	5,38		5,50		4,60		5,16	
17.	Uređenost i čistoća plaža	116	5,53		5,56		4,40		5,16	
18.	Gužve na plažama	118	5,15		4,81		5,00		4,99	
24.	Radno vrijeme djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	112	5,18		5,00		6,00		5,39	
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	113	5,47		5,37		6,00		5,61	
26.	Trgovine	115	5,22		5,13		6,00		5,45	
PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (3)					5,15		4,78		4,85	4,93
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	115	5,11		4,50		4,60		4,74	
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	116	5,12		5,44		5,00		5,19	
11.	Suveniri	113	5,41		4,88		4,00		4,76	
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	114	4,97		4,31		5,80		5,03	
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (2)					5,56		5,50		5,13	5,40
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	117	5,46		5,63		5,40		5,50	
2.	Ljubaznost stanovništva	116	5,46		5,37		5,20		5,34	
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	117	5,75		5,50		4,80		5,35	
Prosječna ocjena na razini destinacije			5,21		5,07		4,72			

U okviru turističke destinacije Lopar se prema stavovima ispitanika, elementi turističke ponude rangiraju kako slijedi:

Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (\bar{x} 5,64)
 Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (\bar{x} 5,40)
 Rang treći: PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (\bar{x} 4,93)
 Rang četvrti: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (\bar{x} 4,91)
 Rang peti: SADRŽAJI (\bar{x} 4,83)

I u turističkoj destinaciji Lopar su ispitanici pozicionirali prirodne resurse iz skupine «prostor, resursi, okoliš» na prvo mjesto s prosječnom ocjenom 5,64. Kao i u najvećem broju turističkih destinacija, ispitanici prioritet daju ljepoti krajolika (prosječno 6,02), iako je apsolutno najvišu ocjenu u ovoj skupini (6,40) menadžment ravnopravno dodijelio ljepoti krajolika i čistoći mora. Najniža prosječna ocjena je dodijeljena očuvanosti okoliša (5,43), iako turisti smatraju da najnižu ocjenu u ovoj skupini zaslužuje klima (5,44).

Dobro je da se i u ovoj turističkoj destinaciji skupina elemenata turističke ponude «stanovništvo, zaposleni» plasirala na drugo mjesto s prosječnom ocjenom 5,40, a prilično se ujednačeno dodjeljuje svim ispitivanim elementima (ljubaznosti zaposlenih u turizmu, ljubaznost stanovništva i znanje stranih jezika u turizmu), iako turisti najvišu ocjenu dodjeljuju znanju stranih jezika zaposlenih u turizmu (5,75).

Treće mjesto, s prosječnom ocjenom 4,93 pripada grupi elemenata turističke ponude «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost», iako su i u ovoj skupini

ocjene turista (5,15) nešto više od prosjeka destinacije. Najviši rang se u ovoj skupini vezuje uz "turističku signalizaciju u destinaciji" (5,19), iako turisti apsolutnu prednost daju kvaliteti ponude suvenira (5,41) što je rijetkost u ostalim destinacijama Kvarnera. Menadžment smatra da je osjećaj sigurnosti i zaštite veoma visok u ovoj turističkoj destinaciji (5,80), ali to mišljenje u cijelosti ne dijele ostale skupine ispitanika (4,31 - 4,91).

Četvrto mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata "organiziranost destinacije" (\bar{x} 4,91). I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više (5,17) od ocjena stanovništva i menadžmenta. Turisti apsolutni prioritet daju uređenosti mjesta (5,52), iako je zbog dominantnog stava menadžmenta najviši rang u ovoj skupini pripao radnom vremenu ugostiteljskih objekata (5,61). Ispitanici visoko pozicioniraju i radno vrijeme uslužnih djelatnosti (5,39), te porast ponude u trgovinama (5,45). Ocjenu iznad prosjeka zaslužuje još i uređenost mjesta, te uređenost i čistoća plaža na kojima nema gužvi, te šetnice parkovi i zelene površine (4,99 - 5,18). Na najniži rang u ovoj skupini je pozicioniran lokalni promet i dostatnost parkirališnog prostora (3,88 - 3,90), no i ovdje je znatno viša ocjena turista (4,36 - 4,49).

Elementi iz skupine «sadržaji» su na petom odn. posljednjem mjestu s prosječnom ocjenom 4,83, uz naglasak da su ocjene stanovništva (5,16) iznad ocjena turista (5,05), a pogotovo iznad stavova menadžmenta (4,27) koji je najkritičniji. Turisti apsolutni prioritet daju ponudi izleta (5,76), no ne manje kvalitetna je za njih i ponuda lokalne gastronomije, kulturno-povijesne baštine i kulturnih sadržaja, pri čemu imaju visoko mišljenje i o kvaliteti objekata za smještaj i prehranu, kao i o visokom odnosu kvalitete i cijene (5,24 - 5,68). Najniža ocjena ispitanika ove turističke destinacije dodijeljena je nedostatku uvjeta za održavanje skupova i kongresa (3,03) kao i uvjeta za organizaciju zdravstveno - turističke ponude (3,08), pri čemu je menadžment najviše kritičan (2,00 - 2,20).

6.5.8 Rab

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Rab utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7) ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo i menadžment), a o relevantnim elementima turističke ponude, grupiranih po skupinama što prikazuje tablica 6-5.17.

Tablica 6.5-17: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Mali Lošinj u 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	N	Tu-risti	Ø	Sta-novn.	Ø	Me-nadž.	Ø	Prosjeck
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ(2)				6,10		6,15		5,65	5,97
1.	Klima	111	5,85		6,44		6,00		6,10
19.	Ljepota krajolika	110	6,45		6,56		6,40		6,47
20.	Očuvanost okoliša	110	6,02		6,17		5,00		5,73
21.	Čistoća mora	110	6,08		5,44		5,20		5,57
SADRŽAJI (4)				5,59		5,58		4,51	5,23
10.	Događaji	109	5,49		6,17		3,80		5,15
16.	Kulturno-povijesna baština	110	6,28		6,39		6,00		6,22
22.	Sadržaji za djecu	110	5,44		5,28		4,20		4,97
27.	Objekti za smještaj	110	6,14		5,94		5,40		5,83
28.	Ugostiteljski objekti	110	6,06		6,00		5,20		5,75
29.	Kulturni sadržaji	110	5,85		6,00		4,80		5,55
30.	Zabavni sadržaji	110	5,71		5,50		4,00		5,07
31.	Sportski sadržaji	110	5,20		5,56		3,80		4,85
32.	Skupovi i kongresi	107	3,56		3,44		3,40		3,47
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	107	4,51		4,22		3,40		4,04
34.	Nautička ponuda	108	5,76		5,67		4,20		5,21
35.	Ponuda izleta	110	6,06		6,11		4,60		5,59
36.	Lokalna gastronomija	110	6,39		6,06		5,40		5,95
37.	Odnos cijene i kvalitete	110	5,80		5,72		5,00		5,51
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (5)				5,54		5,33		4,67	5,18
5.	Prometna dostupnost	110	5,46		4,72		4,80		4,99
6.	Lokalni promet	109	4,77		3,67		4,40		4,28
7.	Parkirališta	107	4,59		4,24		3,00		3,94
12.	Uređenost mjesta	110	5,77		6,28		4,80		5,62
13.	Urbana skladnost	110	5,43		4,94		4,80		5,06
14.	Šetnice	110	6,14		5,78		5,00		5,64
15.	Parkovi i zelene površine	110	5,84		6,33		5,40		5,86
17.	Uređenost i čistoća plaža	109	5,92		5,72		4,40		5,35
18.	Gužve na plažama	110	5,49		4,89		4,20		4,86
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	110	5,67		5,72		4,60		5,33
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	110	5,78		5,89		5,60		5,76
26.	Trgovine	110	5,64		5,72		5,00		5,45
PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (3)				5,69		5,67		4,55	5,30
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	109	5,62		5,39		4,00		5,00
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	110	5,57		5,78		4,60		5,32
11.	Suveniri	109	5,81		6,00		4,20		5,34
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	108	5,75		5,50		5,40		5,55
STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI (1)				6,08		6,11		5,73	5,98
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	111	6,01		5,94		5,80		5,92
2.	Ljubaznost stanovništva	110	6,03		6,11		5,80		5,98
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	110	6,21		6,28		5,60		6,03
Prosječna ocjena na razini destinacije			5,68		5,61		4,79		5,36

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže destinacije Rab može se rangirati kako slijedi:

Rang prvi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 5,98)
Rang drugi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 5,97)
Rang treći: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST,
INFORMIRANOST (ø 5,30)
Rang četvrti: SADRŽAJI (ø 5,23)
Rang peti: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 5,18)

Ovo je jedna od rijetkih turističkih destinacija koja elemente iz skupine «stanovništvo, zaposleni» rangira na prvo mjesto i to s prosječnom ocjenom 5,98, pri čemu su ocjene turista i stanovništva više od ocjena menadžmenta. Turisti apsolutan prioritet daju znanju stranih jezika u turizmu (6,21), što je i najbolje prosječno rangiran element u okviru ove ispitivane skupine (6,03), iako se i ostalim elementima daje ne manji značaj (ljubavnosti domicilnog stanovništva - 5,98 odn. - ljubavnost zaposlenih u turizmu 5,92).

Skupina «prostor, resursi, okoliš» je s prosječnom ocjenom 5,97 rangirana na drugo mjesto, no ne znači da ovi elementi za turističku destinaciju Rab nemaju manje značenje, jer su ovi elementi skoro izjednačeni s prvom skupinom (5,98). Ocjene turističkog menadžmenta (4,51) su znatno niže od ocjena turista i stanovništva (5,58 - 5,59). Najvišu ocjenu ispitanici su dodijelili ljepoti krajolika (6,47) i klimi (6,10), iako su druga dva elementa nešto lošije rangirani (5,57 - 5,73). Tako je menadžment mišljenja da je u ovoj skupini najlošija čistoća mora (5,20), a turisti taj epitet dodjeljuju (klimi).

Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» s prosječnom ocjenom 5,30, pri čemu su ocjene turista više od prosjeka ove destinacije (5,69) dok su ocjene turističkog menadžmenta znatno niže (4,55). U ovoj skupini elemenata su turisti najvišu ocjenu dodijelili autohtonom suveniru (5,81) što je prednost ove u odnosu na druge destinacije na Kvarneru. S druge strane se najviša prosječna ocjena vezuje uz «osjećaj sigurnosti i zaštite na prvom mjestu» (5,55), dok su niže rangirana ostala dva elementa, iako se u visini ocjene u cijelosti ne slažu sve ispitivane kategorije.

Turistička destinacija Rab je specifična i po tome, što su elementi iz skupine «sadržaji» po mišljenu ispitanika zauzeli četvrto mjesto iako je to rijetkost u destinacijama na Kvarneru. Ocjene turista i stanovništva (5,58 - 5,59) su znatno iznad ocjena menadžmenta (4,51). Apsolutno najviši rang svih ispitanika pripada kulturno-povijesnoj baštini (6,22), iako taj prioritet turisti dodjeljuju lokalnoj gastronomiji (6,39). Ispitanici su prepoznali i kvalitetu objekata za smještaj i ugostiteljskih objekata (5,75 - 5,83), pri čemu su ocjene turista znatno iznad prosjeka (6,06 - 6,14). Prosječno je najlošije ocijenjena ponuda skupova i kongresa (3,47) kao i kvaliteta sadržaja za zdravstveni

turizam (4.04), u čemu je menadžment znatno kritičniji (3,40), što bi svakako trebalo unaprijediti, ako se zna da je i ova turistička destinacija svoj prvotni razvoj temeljila n cjelogodišnjem poslovanju.

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» su zauzeli u turističkoj destinaciji Rab zauzeli posljednje peto mjesto iako s prosječno visokom ocjenom 5,18, što izuzetak u odnosu na druge destinacije u okviru Kvarnera kao cjeline. U ovoj su kategoriji su ocjene turista i stanovništva (5,33 - 5,54) iznad ocjena koje za iste elemente dodjeljuje turistički menadžment (4,67). Prosječno su najviše rangirani parkovi i zelene površine (5,86), iako po ocjeni turista prioritet pripada šetnicama (6,14). Po značenju slijedi radno vrijeme ugostiteljskih objekata, uređenost mjesta, i ponuda u trgovinama (5,45 - 5,76). Uobičajeno se najniža prosječna ocjena vezuje uz nedostatak parkirališta (3,94) i neorganiziranost lokalnog prometa (4,28) iako su i ovdje turisti znatno blaži u kritici u odnosu na ostale skupine ispitanika (4,59-4,77).

6.6 ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (RIJEKA I RIJEČKI PRSTEN)

Da bi se dobila ocjena zadovoljstva ispitanika elementima turističke ponude na razini sub-regije Rijeka i riječki prsten sumirani su stavovi turista, stanovništva i turističkog menadžmenta, a prikupljeni putem anketnog upitnika u slijedećim turističkim destinacijama ove sub-regije:

- o Kostrena
- o Kraljevica
- o Rijeka

U nastavku se u tablici 6-6.1. prikazuju rezultati za cijelu sub-regiju i za njene uže turističke destinacije, koje su izabrane kao reprezentativni uzorak.

Tablica 6.6-1. Ocjena elementa turističke ponude turističke sub-regije Rijeka i riječki prsten

R.br.	Elementi turističke ponude	Kostrena	Kraljevica	Rijeka	Ø Ø
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (3)		4,46	4,93	4,77	4,72
1.	Klima	4,38	4,82	4,77	4,66
19.	Ljepota krajolika	4,38	5,01	5,32	4,90
20.	Očuvanost okoliša	4,33	4,90	4,38	4,54
21.	Čistoća mora	4,76	4,99	4,61	4,79
SADRŽAJI (5)		3,52	3,66	4,27	3,82
10.	Događaji	3,98	4,56	4,65	4,40
16.	Kulturno-povijesna baština	3,95	4,85	4,85	4,55
22.	Sadržaji za djecu	2,31	2,27	3,83	2,80

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

27.	Objekti za smještaj	4,34	4,10	4,50	4,31
28.	Ugostiteljski objekti	4,78	4,95	4,79	4,84
29.	Kulturni sadržaji	3,84	4,61	4,43	4,29
30.	Zabavni sadržaji	4,04	4,34	4,47	4,28
31.	Sportski sadržaji	4,60	3,38	3,68	3,89
32.	Skupovi i kongresi	1,32	1,28	3,46	2,02
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	1,76	1,61	3,60	2,32
34.	Nautička ponuda	2,94	3,04	3,90	3,29
35.	Ponuda izleta	2,86	2,69	4,54	3,36
36.	Lokalna gastronomija	4,01	4,51	4,80	4,44
37.	Odnos cijene i kvalitete	4,55	5,08	4,24	4,62
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (2)		4,86	4,97	4,36	4,73
5.	Prometna dostupnost	5,54	5,92	4,95	5,47
6.	Lokalni promet	5,19	4,77	4,24	4,73
7.	Parkirališta	5,53	5,63	3,30	4,82
12.	Uređenost mjesta	4,33	4,76	4,66	4,58
13.	Urbana skladnost	3,89	5,09	4,67	4,55
14.	Šetnice	5,69	4,84	3,95	4,83
15.	Parkovi i zelene površine	4,34	4,55	3,90	4,26
17.	Uređenost i čistoća plaža	4,53	4,69	4,31	4,51
18.	Gužve na plažama	3,72	4,47	3,59	3,93
24.	Radno vrijeme usluz. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	4,90	5,06	4,94	4,97
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	5,38	5,10	4,89	5,12
26.	Trgovine	5,28	4,74	4,88	4,97
PREPOZNTALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (4)		4,27	4,46	4,56	4,43
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	4,52	5,00	4,77	4,76
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	5,21	4,90	4,66	4,92
11.	Suvenirni	3,04	2,86	3,96	3,29
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	4,32	5,08	4,83	4,74
STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI (1)		4,91	5,51	5,17	5,20
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,84	5,48	5,21	5,18
2.	Ljubaznost stanovništva	5,02	5,74	5,41	5,39
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,86	5,31	4,90	5,02
Prosječna ocjena na razini destinacije		4,25	4,46	4,39	4,45

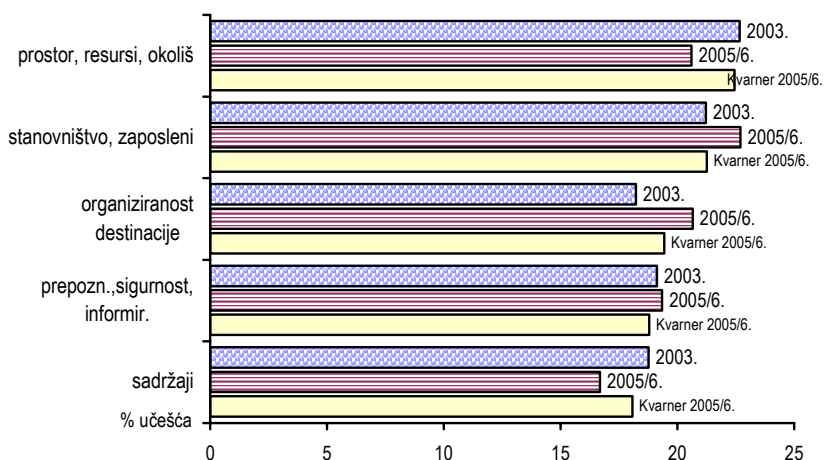
Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini sub-regije Rijeka i riječki prsten utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang 1 - 7) svih ciljnih skupina ispitivanih 2005/6. godine, a koji se u nastavku uspoređuju s podacima dobivenim istraživanjem u 2003. godini (rang 1 - 5), kao i s prosjekom Kvarnera. Svi ispitanici sub regije Rijeka i riječki prsten su jedinstveni u ocjeni da su kadrovski resursi odn. "stanovništvo i zaposleni" najjači adut ove destinacije, jer su zauzeli prvo mjesto s prosječnom ocjenom 5,20, što je nešto povoljnije od prosjeka turističke destinacije Kvarner (5,00) gdje najveći broj ispitanika primat daje skupini elemenata «prostor, resursi, okoliš» (5,28), dok su oni u ovoj destinaciji tek na trećem mjestu (4,72), iako su u prethodnom istraživanju i u ovoj destinaciji bili na prvom mjestu. Ostale relacije između sadašnjeg i prethodnog istraživanja za Rijeku i riječki prsten, te u odnosu na prosjek Kvarnera, prikazane su u tablici 6-6.2. i na slici 6-6.1.

Tablica 6.6-2. Rang grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005/6. godini

Rang:	Grupe elemenata turističke ponude:	Sub regija		
		Rijeka i riječki prsten	Kvarner	
		Ø ocjena 2003.	Ø ocjena 2005/6.	Ø ocjena 2005/6.
(1)	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI	3,54 (21,22%)	5,20 (22,70%)	5,00 (21,26%)
(2)	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE	3,04 (18,22%)	4,73 (20,65%)	4,57 (19,43%)
(3)	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ	3,78 (22,66%)	4,72 (20,61%)	5,28 (22,44%)
(4)	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST	3,19 (19,12%)	4,43 (19,34%)	4,42 (18,79%)
(5)	SADRŽAJI	3,13 (18,76%)	3,82 (16,68%)	4,25 (18,07%)

Rijeka i riječki prsten se tek profiliraju kao prepoznatljiva sub regija, pa se mogu uočiti značajne razlike između rezultata istraživanja provedenog 2003. godine, a kako je već primijećeno i u odnosu na prosjek Kvarnera. Dakle, na razini ove sub-regije grupa elemenata turističke ponude "stanovništvo, zaposleni" sa drugog mjesta 2003. godine, sada sa zapaženim rezultatom preuzima vodeću poziciju, a sa posljednjeg mjesta u 2003. godini, sada na visoko drugo mjesto dolaze grupe elemenata turističke ponude iz skupine "organiziranost destinacije", a skupina "sadržaji" sa izrazito niskom ocjenom sada pada na posljednje, peto mjesto. Navedene su relacije daleko uočljivije na slici br. 6.6–1. kako slijedi:

Slika 6.6-1: Relativni odnosi grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005/6. godini



Apsolutno i relativno izražene prosječne ocjene dobivene ispitivanjem ciljnih skupina u turističkoj sub-regiji Rijeka i riječki prsten će se u nastavku sagledati s polazišta karakteristika svake pojedine skupine elemenata turističke ponude, pošto je došlo do značajnih odstupanja u odnosu na 2003. godinu, a ona su značajna i u odnosu na prosjek Kvarnera. Specifičnost je ove sub-regije što je došlo do značajne promjene ranga između pojedinih grupa elemenata turističke ponude, a kasnije će se ukazati na pojedine elemente, kao utjecajne činitelje i percepciju pojedinih ciljnih skupina u toj strukturi.

Rezultati istraživanja provedenog u 2005/6. godini ukazuju da su značajni pozitivni pomaci u odnosu na 2003., ali i u odnosu na prosjek Kvarnera zabilježeni prvenstveno u kvaliteti kadrovskih potencijala, zatim u organiziranosti destinacije, a nešto i u podizanju prepoznatljivosti destinacije, višoj kvaliteti informiranosti, te osjećaju sigurnosti koji gosti u ovoj turističkoj destinaciji doživljavaju. U nastavku će se detaljnije sagledati razlozi što je došlo da značajnog pada percepcije gostiju u skupini elemenata "prostor, resursi, okoliš", a pogotovo u skupini elemenata "sadržaji". Naime, može se prihvatiti da urbane sredine ne mogu bitno utjecati na unapređenje ponude elemenata iz strukture prirodnih resursa, ali ne i spoznaja da je došlo do značajnog pada u strukturi sadržaja, čiju ponudu bi trebalo sustavno podizati i prilagođavati stvarnim potrebama i željama gostiju s ciljnih tržišta na koja se ova turistička destinacija želi orijentirati.

Može se uočiti da su ispitanici turističke destinacije Kraljevica dodijelili prosječno najvišu ocjenu u okviru sub-regije Rijeka i riječki prsten i to elementu prometne dostupnosti (5,92), te elementu ljubaznosti stanovništva (5,74), a kako su to i prosječno najbolje ocijenjeni elementi turističke ponude (5,39 - 5,47), ove su ocjene sigurno doprinijele dobrom pozicioniranju skupina kojima ovi elementi pripadaju. Njima nasuprot su ispitanici izdvojili nedostatak uvjeta za organiziranje skupova i kongresa kao posebno negativan element ponude (2,02) iza čega slijedi nedostatak sadržaja za zdravstveni turizam (2,32), kao i sadržaja za djecu (2,80). Navedeno ukazuje na potrebu ustrojavanja destinacijskog menadžmenta, s ciljem da se komparativne prednosti i pozitivni primjeri u strukturi ponude još više istaknu, te da se sustavno pristupi rješavanju uskih grla, pri čemu treba uzeti u obzir i rezultate ovog istraživanja.

Turistička sub-regija Rijeka i riječki prsten je jedna od rijetkih koja skupinu elemenata "stanovništvo, zaposleni" razvrstava na prvo mjesto na rang listi privlačnosti. Time se ukazuje na vrijednost kadrovskih resursa i to pogotovo za one turističke destinacije, koje još traže svoje mjesto u turističkom gospodarstvu regije, pa će se u nastavku sagledati ova skupina elemenata turističke ponude, a temeljeno na rezultatima istraživanja iz 2003. godine u usporedbi sa srodnim rezultatima iz 2005/6. godine.

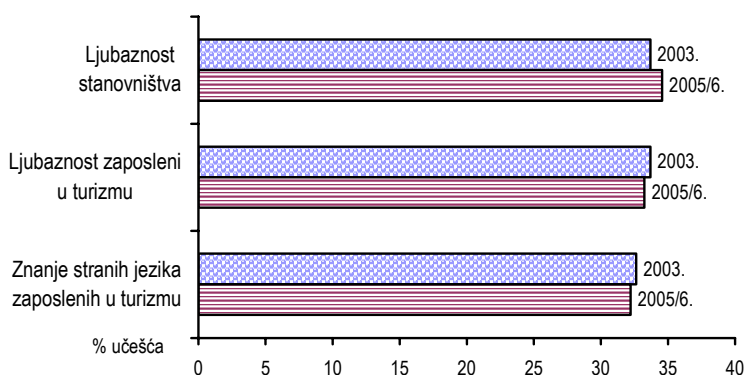
Tablica 6.6-3: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
2	Ljubaznost stanovništva	3,58	7	33,68	5,39	2	34,57
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,58	8	33,68	5,18	3	33,23
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	3,47	15	32,64	5,02	5	32,20
	prosječno/ukupno	10,63	2	100%	15,59	2	100%

S prosječnom ocjenom 5,20, skupina elemenata "stanovništvo, zaposleni" nosi prvi rang u turističkoj destinaciji Rijeka i riječki prsten. Tako je najviša ocjena dodijeljena ljubaznosti stanovništva (5,39), a najnižu ocjenu zaslužuje razina znanja stranih jezika zaposlenih u turizmu (5,02), uz naznaku da je i ova ocjena izrazito visoka. U strukturi ovih elemenata se apsolutan prioritet daje ljubaznosti zaposlenih u Kraljevici (5,74), što dokazuje tezu da je stanovništvo u manjim mjestima svjesno toga što turizam znači za njihov razvoj i za podizanje ukupnog životnog standarda stanovništva.

Znanju stranih jezika se dodjeljuju znatno niže ocjene u svim destinacijama (4,86 - 5,31), iako je u ovoj skupini najniža ocjena dodijeljena ljubaznosti zaposlenih u turizmu u turističkoj destinaciji Kostrena (4,84). Usporede li se podaci dobiveni istraživanjem u 2003. godine sa podacima istraživanja iz 2005/6. godine može se uočiti da je došlo do pozitivnih pomaka samo u ljubaznosti stanovništva, dok se kod ostala dva elementa bilježi relativni pad, iako su i ostale ocjene još uvijek visoke.

Slika 6.6-2: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini



Navedeno ipak ukazuje na potrebu zapošljavanja stručnih i školovanih kadrova, kojima ova regija raspolaže, ali i uvođenje sustava permanentne naobrazbe onih koji su već uključeni u radni proces, kako bi se podigla razina znanja stranih jezika, ali i ukupna kvaliteta ophođenja s gostima, što će onda gosti moći percipirati i kao višu razinu ljubaznosti zaposlenih u turizmu.

Rijeka i riječki prsten je jedna od rijetkih sub-regija koja je elementi turističke ponude iz skupine "organiziranost destinacije" rangirala na drugo mjesto (4,73), što je iznad prosjeka Kvarnera, što je značajan pomak u odnosu na 2003. godinu, kada je ova skupina elemenata posljednja u rangu. Prosječno najvišu ocjenu su ovom elementu dodijelili ispitanici iz turističke destinacije Kraljevica (4,97), dok je Rijeka na začelju (4,36). Koji su to pozitivni pomaci doprinijeli pomicanju ove skupine elemenata turističke ponude sa posljednjeg mjesta prema istraživanju provedenom u 2003. godini, na sada visoko drugo mjesto prema rezultatima istraživanja u 2005/6. godini, može se pratiti temeljem podataka prikazanih u tablici 6-6.4. i na slici br. 6-6.3.

Ispitanici apsolutno najvišu ocjenu dodjeljuju prometnoj dostupnosti (5,47), što znači da su sve ispitivane skupine prepoznali vrijednost novoizgrađenih prometnica za daljnji razvoj turizma na ovom području, iako se posebno u tome prepoznaju stavovi ispitanika iz Kraljevice (5,92). Po značenju slijedi radno vrijeme ugostiteljskih objekata (5,12), iako su s tim elementom najviše zadovoljni ispitanici u Kostreni (5,39), a najmanje oni u Rijeci (4,89), slijedi (4,97) radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.) kao i kvaliteta ponude u trgovačkoj mreži, iako je bilo za očekivati da će ovaj element turističke ponude biti više naglašen u turističkoj destinaciji Rijeka (4,88), što ovdje nije slučaj.

Tablica 6.6-4: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003.²⁸ i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	3,51	14	9,54	5,12	4	9,02
26.	Trgovine	3,77	3	10,25	4,97	7	8,76
14.	Šetnice	3,02	31	8,21	4,83	11	8,51

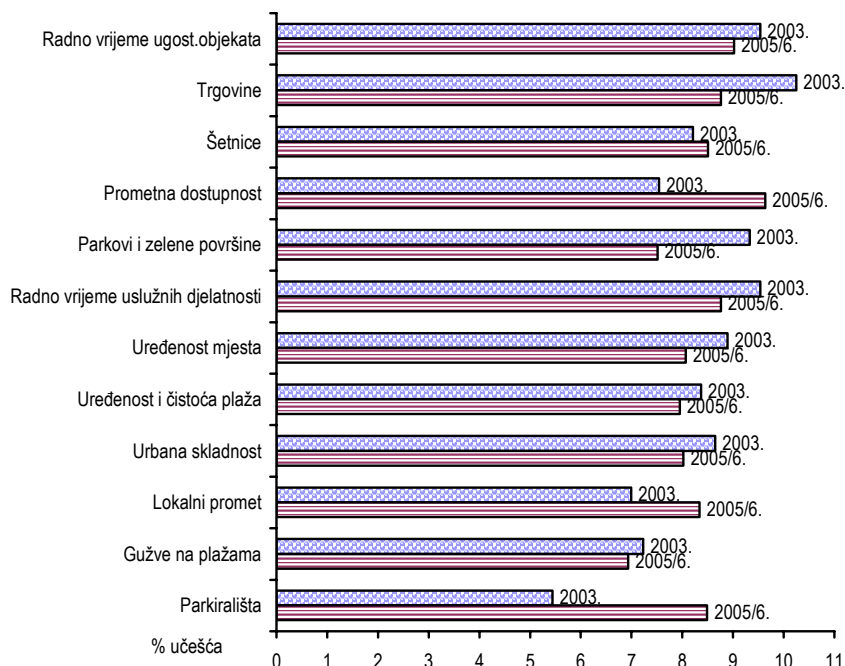
²⁸ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "prometna dostupnost" i "uređenost mjesta"..

5.	Prometna dostupnost	3,22 <u>2,33</u> 2,78	23 <u>46</u> 35	7,54	5,47	1	9,64
15.	Parkovi i zelene površine	3,43	16	9,33	4,26	29	7,51
24.	Radno vrij. usluž. djelatn. (banke, trgovine i sl.)	3,51	14	9,54	4,97	6	8,76
12.	Uređenost mjesta	3,27 3,53 <u>3,01</u> 3,27	21 12 <u>34</u> 22	8,89	4,58	19	8,07
17.	Uređenost i čistoća plaža	3,08	28	8,37	4,51	23	7,95
13.	Urbana skladnost	3,18	24	8,65	4,55	21	8,02
6.	Lokalni promet	2,57	45	6,99	4,73	16	8,34
18.	Gužve na plažama	2,66	44	7,23	3,93	30	6,93
7.	Parkirališta	2,00	47	5,44	4,82	12	8,49
	prosječno/ukupno	36,78	3	100%	56,74	3	100%

Među elemente turističke ponude, koji su u ovoj turističkoj destinaciji najlošije ocijenjeni spadaju prvenstveno gužve na plažama (3,93), iako ih najviše osjećaju ispitanici u turističkoj destinaciji Rijeka (3,59), koji su ipak najviše kritični prema nedostatku odgovarajućeg parkirališnog prostora (3,30). Pored toga se može primijetiti da ispitanici u Kostreni (3,89) imaju posebno negativan stav prema nedostatku urbane skladnosti, koja u načelu uvijek naselja koja tek traže svoj pravi identitet. Za razliku od ostalih turističkih destinacija, ispitanici turističke destinacije Rijeka uočavaju nedostatak parkova, zelenih površina i šetnica (3,90-3,95), koji su značajan činitelj u strukturi ukupne turističke ponude svake turističke destinacije.

Rezultati istraživanja provedenog u 2005/6. godini sagledati će se i u odnosu na prethodne rezultate istraživanja (iz 2003. godine), kako bi se mogli uočiti pozitivni ili negativni pomaci u strukturi pojedinih elemenata turističke ponude. Može se uočiti da su ispitanici mišljenja kako su učinjeni značajni pozitivni pomaci u većoj prometnoj dostupnosti i unapređenju lokalnog prometa, nešto je bolja situacija u kvaliteti ponude šetnica, no najveći je pomak uočen u osiguranju kvalitetnog parkirališnog prostora, neovisno što taj stav nije jedinstven u svim turističkim destinacijama ove sub-regije (Rijeka).

Slika 6.6-3: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003. i 2005/6. godini



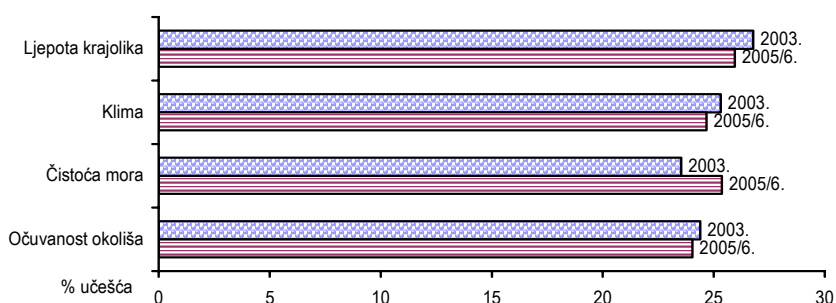
Iako se to čini neobičnim, uočava se u odnosu na prethodno istraživanje da pada kvaliteta ponude u trgovinama, da je radno vrijeme ugostiteljskih objekata ali i ostalih uslužnih djelatnosti manje povoljno no ranije, da je prisutan drastičan pad u dostupnosti parkova i zelenih površina, uočavaju se posljedice nekontrolirane izgradnje i njen utjecaj na narušavanje urbane skladnosti, kao i da se manje pažnje posvećuje uređenosti mjesta i čistoći plaža, na kojima su gužve sve veće.

Navedeno ukazuje da su postignuti značajni pozitivni pomaci, no da je potrebno i dalje ulagati napore na unapređenju organiziranosti ove sub-regije i turističkih destinacija u njenoj strukturi. Pri tom treba imati na umu da se radi o sub-regiji sa heterogenom strukturom, u okviru koje se pokušavaju na zajednički nazivnik svesti i određene značajne različitosti, imanentne orijentaciji na određeni tip turističke ponude, koja se npr. kreće od gradskog (Rijeka), preko odmorišnog (Kraljevica) do mogućih drugih selektivnih oblika turizma (Kostrena), što nameće potrebu da se gornje spoznaje sagledaju i u svjetlu specifičnosti svake pojedine uže turističke destinacije ove sub-regije. Već je ranije naglašeno da je sub-regija Rijeka i riječki prsten jedna od rijetkih u kojoj je skupina elemenata turističke ponude "prostor, resursi, okoliš", po ocjeni ispitanika razvrstana tek na treće mjesto s prosječnom ocjenom 4,72.

Tablica 6.6-5: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" u 2003. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
19	Ljepota krajolika	4,05	1	26,77	4,9	9	25,94
1	Klima	3,83	2	25,31	4,66	17	24,67
20	Očuvanost okoliša	3,69	5	24,39	4,54	22	24,03
21	Čistoća mora	3,56	9	23,53	4,79	13	25,36
	prosječno/ukupno	15,13	(1)	100%	18,89	(1)	100%

Slika 6.6-4: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" za 2003. i 2005/6. godinu



Ovoj skupini elemenata turističke ponude najvišu prosječnu ocjenu daju stanovnici Kraljevice (4,93), dok su ispitanici u Kostreni najkritičniji (4,46). U strukturi elemenata turističke ponude ove sub-regije najviše je ocijenjena ljepota krajolika (4,90) u svim destinacijama (5,01 - 5,32), osim Kostrene (4,38), gdje uz klimu dijeli drugo i treće mjesto. Prosječno najlošije ocijenjen element je "očuvanost okoliša", osim u turističkoj destinaciji Kraljevica, gdje ispitanici na začelje stavljaju klimu (4,82).

Usporednom analizom rezultata istraživanja u ovoj skupini, može se uočiti da su pozitivni pomaci u odnosu na 2003. godinu zabilježeni kod osiguranja veće čistoće mora, što je nedvojbeno posljedica napora uloženi na zbrinjavanju otpadnih voda, zaštitnim mjerama koje potencijalni zagađivači uvode na otklanjanju negativnih utjecaja na okoliš i u podizanju svijesti o važnosti čistoće mora za ukupni razvoj turizma. Ostali elementi turističke ponude u

okviru ove skupine su sada nešto lošije ocijenjeni u odnosu na prethodno istraživanje.

"Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost" su elementi turističke ponude koji su prema rezultatima prethodnog istraživanja na razini sub-regije Rijeka i riječki prsten bili pozicionirani na treće mjesto, a temeljem istraživanja u 2005/6. godini su pozicionirani na četvrto mjesto (što odgovara prosjeku Kvarnera), ali s prosječnom ocjenom 4,43 koja je nešto više od prosjeka Kvarnera (4,40). Da bi se mogli ocijeniti pomaci u strukturi ove skupine, potrebno je sagledati odnose prikazane u tablici 6.6.–6. i na slici 6.6–5.

Tablica 6.6-6: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003²⁹. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	3,73	4	28,98	4,74	15	26,76
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	3,14 <u>3,1</u> 3,12	26 <u>27</u> 27	24,24	4,92	8	27,78
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,04 3,42 <u>3,06</u> 3,17	30 17 <u>29</u> 25	24,66	4,76	14	26,88
11.	Suveniri	2,85	39	22,14	3,29	34	18,58
	prosječno/ukupno	12,87	4	100%	17,71	4	100%

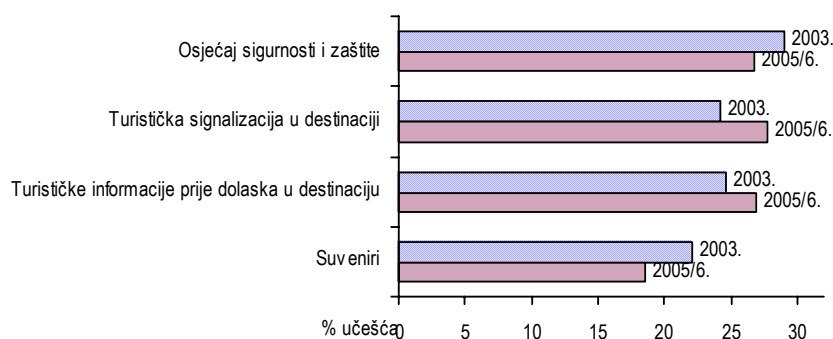
Najvišu prosječnu ocjenu ovim elementima turističke ponude dali su ispitanici u turističkoj destinaciji Rijeka (4,56), a najnižu u Kostreni (4,27). Najviše pozicionirani element je turistička signalizacija u destinaciji (4,92), čemu su najviše doprinijeli ispitanici u Kostreni (5,21). Najlošije je ocijenjen nedostatak autohtonog suvenira (3,29), pri čemu su najkritičniji ispitanici u Kraljevici (2,86). Usporede li se rezultati istraživanja iz 2003. godine s rezultatima tekućeg istraživanja, može se uočiti da je došlo do pozitivnih pomaka u području kvalitetnije signalizacije u ovoj sub-regiji kao turističkoj destinaciji, ali i u kvaliteti informacija koje turisti dobivaju prije dolaska u ovu turističku destinaciju, što je svakako rezultat uspješnog djelovanja turističkih zajednica i uloženi napora lokalne uprave i samouprave.

Zabrinjava što pada osjećaj sigurnosti i zaštite, što je uglavnom prisutno i u drugim destinacijama u okviru Kvarnera, a vjerojatno je posljedica općeg

²⁹ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "turistička signalizacija u destinaciji" i "turističke informacije prije dolaska u destinaciju".

osjećaja nesigurnosti, kao i drugih negativnim pojavama povezanim s neoliberalnim kapitalizmom. Na žalost se i u ovoj destinaciji bilježi nezadovoljstvo ispitanika ponudom autohtonog suvenira, pa bi na tom planu trebalo poduzeti određene akcije, posebno što je u ovoj sub-regiji i Grad Rijeka, a poznato je značenje autohtonog suvenira u razvoju gradskog turizma.

Slika 6.6-5: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003. i 2005/6. godini



"Sadržaji" su kao skupina veoma značajnih elemenata turističke ponude u sub-regiji Rijeka i riječki prsten razvrstani na posljednje peto mjesto s izuzetno niskom prosječnom ocjenom 3,82, što je znatno niže od prosjeka Kvarnera (4,21). Pored toga je potrebno naglasiti da je ova skupina bila u prethodnom istraživanju pozicionirana na predzadnjem, četvrtom mjestu. Treba naglasiti da je turistička destinacija Rijeka (4,27) pozicionirana znatno bolje od ostale dvije destinacije (3,52-3,66). Ispitanici su mišljenja da je odnos cijene i kvalitete ove turističke destinacije iznad prosjeka (4,62), ali i da postoji veliki raskorak između pojedinih elemenata u strukturi ponude. Tako se u prvi plan stavlja kulturno-povijesna baština (4,55), lokalna gastronomija (4,44) i prepoznatljivi događaji (4,40).

S druge strane su ispitanici posebno kritični u odnosu na nedostatak uvjeta za održavanje skupova i kongresa, na nedostatak sadržaja za zdravstveni turizam, kao i sadržaja za djecu (2,02 - 2,80), svjesni da su upravo ovi elementi pretpostavka za uspješan razvoj cjelogodišnjeg turističkog poslovanja. Navedeni elementi su ujedno i najniže ocijenjeni elementi na razini ukupne sub-regije Rijeka i riječki prsten. Da bi se mogle sagledati promjene u odnosu na prethodno istraživanje, a kroz relativan odnos pojedinih elemenata turističke ponude skupine "sadržaji" na razini ove turističke destinacije, isti su analitički prezentirani u tablici 6.6-7 i grafički na slici 6.6-6.

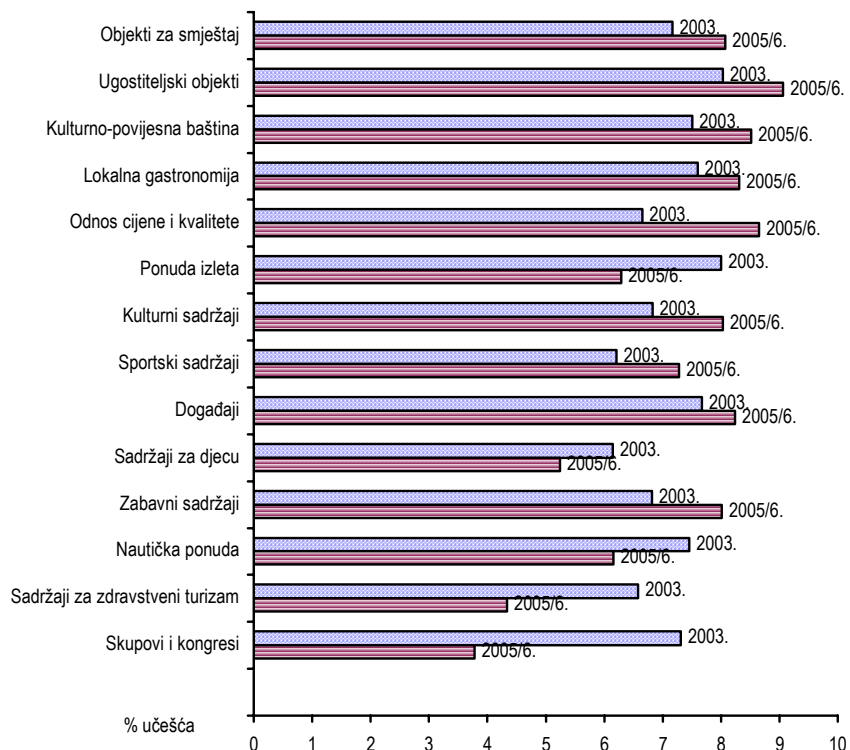
Tablica 6.6-7: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003³⁰. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
27.	Objekti za smještaj	3,16	25	7,17	4,31	26	8,07
28.	Ugostiteljski objekti	3,54	10	8,03	4,84	10	9,06
16.	Kulturno-povijesna baština	3,31	20	7,51	4,55	20	8,52
36.	Lokalna gastronomija	3,35	19	7,60	4,44	24	8,31
37.	Odnos cijene i kvalitete	2,93	37	6,65	4,62	18	8,65
35.	Ponuda izleta	3,52	13	8,00	3,36	32	6,29
		3,53	11				
		3,53	12				
29.	Kulturni sadržaji	3,01	32	6,83	4,29	27	8,03
31.	Sportski sadržaji	2,74	41	6,21	3,89	31	7,28
		2,73	42				
		2,74	42				
10.	Događaji	3,38	18	7,67	4,4	25	8,24
22.	Sadržaji za djecu	2,71	43	6,15	2,8	35	5,24
30.	Zabavni sadržaji	3,00	35	6,82	4,28	28	8,01
		3,01	33				
		3,01	34				
34.	Nautička ponuda	3,67	6	7,46	3,29	33	6,16
		2,90	38				
		3,29	22				
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	2,82	40	6,58	2,32	36	4,34
		2,98	36				
		2,90	38				
32.	Skupovi i kongresi	3,22	22	7,31	2,02	37	3,78
	Prosječno/ukupno	44,06	5	100%	53,41	5	100%

Neovisno o niskoj poziciji elemenata turističke ponude obuhvaćenih pod zajedničkim nazivom "sadržaji", najveći je pozitivni pomak zabilježen u odnosu cijene i kvalitete, a najviše zbog porasta kvalitete objekata za smještaj i ugostiteljskih objekata, u kojima se sve češće nude specijaliteti lokalne gastronomije, što gosti posebno cijene. Pozitivan pomak je u ovih nekoliko godina učinjen i u kvalitetnijoj ponudi kulturno-povijesne baštine, značajno prisutne u ovoj turističkoj destinaciji. Pozitivni pomaci se bilježe u ponudi značajnih događaja, kao i u kvaliteti sportskih, kulturnih i zabavnih sadržaja, za čiju organizaciju postoje infrastrukturni, kadrovski i financijski preduvjeti.

³⁰ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "ponuda izleta" i "sportski sadržaji", "zabavni sadržaji", "nautička ponuda", te "sadržaji za zdravstveni turizam".

Slika 6.6-6: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003. i 2005/6. godini



Kao i u mnogim destinacijama Kvarnera i ovdje se bilježi značajan pad asortimana i kvalitete izleta, što ukazuje na nedovoljno iskorištene realne i potencijalne mogućnosti. Nedostaju odgovarajući sadržaji za djecu, što znači i preduvjeti za razvoj obiteljskog turizma. Pad u ponudi nautičkih sadržaja neoprostiv je za destinaciju koja je uvijek bila otvorena moru, što je nedvojbeno jedna od nedovoljno iskorištenih potencijalnih mogućnosti. Nedostatak pretpostavki za organizaciju zdravstvenog i poslovnog turizma je u ovoj turističkoj destinaciji posebno izraženo, što nosi posebnu težinu kada se zna da se radi o geoprometno dobro pozicioniranoj i sadržajima bogatoj sub-regiji, koja upravo ovoj strukturi gostiju može ponuditi više.

Sagledaju li se globalni odnosi na razini sub-regije Rijeka i riječki prsten, tada se nameće općeniti zaključak da se radi o destinaciji koja ima značajne pretpostavke i određene resurse da sustavno preraste u prepoznatljivu turističku destinaciju čija će okosnica biti gradski turizam oplemenjen ostalim selektivnim oblicima turističke ponude. Mogu se prepoznati uloženi naponi turističkih zajednica i lokalne samouprave, no također i mnogi otvoreni

problemi koje sustavno treba rješavati. Da bi i ova sub-regija postala prepoznatljivom u okviru turističke destinacije Kvarner, potrebno je bolje koristiti njene komparativne prednosti koje prvenstveno proizlaze iz elemenata turističke ponude koje čine vrh privlačnosti (top 10+) ove turističke destinacije, ali i potrebu da se prepoznaju oni elementi turističke ponude kojima ispitanici sada nisu zadovoljni ili su im najmanje privlačni (top 10 -), pa ih treba sustavno poboljšavati, a prikazuju se u nastavku (tablice 6.6–8 i 6.6–9).

Tablica 6.6-8: Rang najprivlačnijih elemenata turističke ponude u 2003. i 2005/6. godini

Rang	Top (10 +) Elementi turističke ponude (ocjene)		Apsolutni i relativni prosjek	
	2005/06	2003	2003.	2005/06
1	Prometna dostupnost			5,47 (11,92%)
2	Ljubaznost stanovništva		3,58 (8,54%)	5,39 (11,75%)
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu		3,58 (8,54%)	5,18 (11,29%)
4	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata			5,12 (11,16%)
5	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu			5,02 (10,94%)
6	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)			4,97 (10,83%)
7	Trgovine		3,77 (9,00%)	4,97 (10,83%)
8	Turistička signalizacija u destinaciji			4,92 (10,72%)
9	Ljepota krajolika		4,05 (9,67%)	4,9 (11,69%)
10	Ugostiteljski objekti		3,54 (8,45%)	4,84 (10,55%)
	Zdrava klima u destinaciji		3,83 (9,14%)	
	Osobna sigurnost i zaštita		3,73 (8,90%)	
	Očuvanost okoliša		3,69 (8,81%)	
	Ponuda za nautičare		3,67 (8,76%)	
	Kvaliteta mora		3,56 (8,50%)	
	Prosječno		3,81	5,10
	Ukupno		100%	100%

Podaci u tablici 6.6.–8 ukazuju na značajne promjene koje su se desile u strukturi najprivlačnijih elemenata turističke ponude od 2003. do 2005/6. godine. Može se uočiti da su samo četiri elementa turističke ponude uspjela opstati na vrhu ljestvice top 10+ (ljubaznost stanovništva, ljubaznost zaposlenih u turizmu, ugostiteljski objekti, trgovine i ljepota krajolika), no

apsolutni je primat preuzela prometna dostupnost (prvo mjesto na ljestvici), u sredini ljestvice se pozicioniralo radno vrijeme ugostiteljskih objekata i uslužnih djelatnosti, kao i znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu. Na ljestvici se sada nalazi i kvaliteta turističke signalizacije u destinaciji, kao i ponuda u ugostiteljskim objektima. Sa ljestvice top 10+ nestali su oni prirodni elementi turističke ponude (klima, kvaliteta mora, okoliš), koji se obično nalaze pri vrhu ostalih turističkih destinacija. Negativno je što je sa ljestvice nestao element osobne sigurnosti i zaštite koju su do sada turisti osjećali u ovoj sub-regiji, te spoznaja o sustavnom padu kvalitetne ponude za nautičare.

Tablica 6.6-9: Rang elemenata turističke ponude koji su u 2003. i 2005/6. godini najlošije ocijenjeni

Rang	Top (10 -)		Apsolutni i relativni prosjek	
	Elementi turističke ponude (ocjene)		2003.	2005/06
	2005/06	2003		
1	Skupovi i kongresi			2,02 (6,04%)
2	Sadržaji za zdravstveni turizam		2,82 (10,72%)	2,32 (6,94%)
3	Sadržaji za djecu		2,71 (10,30%)	2,80 (8,37%)
4	Suveniri		2,85 (10,83%)	3,29 (9,84%)
5	Nautička ponuda			3,29 (9,84%)
6	Ponuda izleta			3,36 (10,05%)
7	Sportski sadržaji		2,74 (10,41%)	3,89 (11,63%)
8	Gužve na plažama		2,66 (10,11%)	3,93 (11,75%)
9	Parkovi i zelene površine			4,26 (12,74%)
10	Zabavni sadržaji			4,28 (12,80%)
	Dostupni parkirališni prostor		2,00 (7,60%)	
	Organizacija i sadržaji zračne luke		2,33 (8,86%)	
	Organizacija lokalnog prometa		2,57 (9,77%)	
	Kvaliteta sportskog sadržaja		2,73 (10,38%)	
	Kvaliteta ponude za nautičare		2,9 (11,02%)	
	Prosječno		2,63	3,34
	Ukupno		100%	100%

Vidljivo je (tablica 6.6.–9.) da neslavno prvo mjesto u strukturi najlošijih elemenata turističke ponude drži novi element, koji nije bio prisutan 2003. godine, a to je nedostatak sadržaja za skupove i kongrese (2,02). Sa začelja

tablice top 10- nisu se pomakli neki elementi, koji ne bi u bliskoj budućnosti trebali ovdje ostati (sadržaji za zdravstveni turizam, sadržaji za djecu, sportski sadržaji, autohtoni suvenir i gužve na plažama). Novo neugodno iznenađenje a ljestvici predstavlja nedostatak odgovarajuće nautičke ponude i ponude izleta, zabavnih sadržaja, te parkova i zelenih površina.

U nastavku će se pojedinačno sagledati karakteristike turističke ponude svake pojedine uže turističke destinacije, a prema prosječnoj ocjeni dobivenoj ispitivanjem turista koji posjećuju svaku pojedinu užu turističku destinaciju unutar sub-regija Opatijska rivijera, a u usporedbi s ocjenama menadžmenta i stanovništva koje na tom području živi i djeluje.

6.6.1 Kostrena

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Kostrena utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo, turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama, a dobiveni su rezultati prikazani u tablici 6.6–10.

Tablica 6.6-10: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Kostrena u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu- risti	Ø	Sta- nov.	Ø	Me- nadž.	Ø	PROSJEK
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (3)				4,71		4,03		4,66	4,46
1.	Klima	37	3,09		5,33		4,73		4,38
19.	Ljepota krajolika	37	4,73		3,33		5,09		4,38
20.	Očuvanost okoliša	37	5,36		3,73		3,91		4,33
21.	Čistoća mora	37	5,64		3,73		4,90		4,76
SADRŽAJI (5)				3,66		4,16		2,73	3,52
10.	Događaji	37	4,64		4,67		2,64		3,98
16.	Kulturno-povijesna baština	37	4,09		4,93		2,82		3,95
22.	Sadržaji za djecu	37	2,18		2,20		2,55		2,31
27.	Objekti za smještaj	37	4,82		4,93		3,27		4,34
28.	Ugostiteljski objekti	37	5,09		5,80		3,45		4,78
29.	Kulturni sadržaji	37	4,09		4,87		2,55		3,84
30.	Zabavni sadržaji	37	4,73		4,93		2,45		4,04
31.	Sportski sadržaji	37	4,36		5,80		3,64		4,60
32.	Skupovi i kongresi	37	1,00		1,13		1,82		1,32
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	37	1,18		2,20		1,91		1,76
34.	Nautička ponuda	37	2,27		4,00		2,55		2,94
35.	Ponuda izleta	37	3,18		3,13		2,27		2,86
36.	Lokalna gastronomija	37	4,55		4,47		3,00		4,01
37.	Odnos cijene i kvalitete	37	5,09		5,20		3,36		4,55
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE(2)				5,30		5,27		4,01	4,86
5.	Prometna dostupnost	37	5,64		5,80		5,18		5,54
6.	Lokalni promet	37	5,45		5,93		4,18		5,19
7.	Parkirališta	37	5,55		6,13		4,91		5,53

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

12.	Uređenost mjesta	37	4,82		4,80		3,36		4,33
13.	Urbana skladnost	37	4,45		4,40		2,82		3,89
14.	Šetnice	37	6,09		6,33		4,64		5,69
15.	Parkovi i zelene površine	37	5,09		4,67		3,27		4,34
17.	Uređenost i čistoća plaža	36	5,18		4,50		3,90		4,53
18.	Gužve na plažama	37	4,91		3,07		3,18		3,72
24.	Radno vrijeme usluz. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	37	5,27		5,53		3,90		4,90
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	37	5,64		5,87		4,64		5,38
26.	Trgovine	37	5,55		6,20		4,09		5,28
PREPOZNLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (4)				4,43		4,50		3,89	4,27
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	37	5,00		4,47		4,09		4,52
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	37	4,91		5,73		5,00		5,21
11.	Suvenirir	37	3,73		3,47		1,91		3,04
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	37	4,09		4,33		4,55		4,32
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (1)				4,73		5,72		4,27	4,91
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	37	4,55		5,60		4,36		4,84
2.	Ljubaznost stanovništva	37	5,00		6,07		4,00		5,02
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	36	4,64		5,50		4,45		4,86
Prosječna ocjena na razini destinacije			4,48		4,67		3,60		4,25

Podaci iskazani u prethodnoj tablici ukazuju na rang koji je pojedina grupa elemenata turističke ponude, zauzela prema stavovima ispitanika u turističkoj destinaciji Kostrena, kako slijedi:

Rang prvi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (Ø 4,91)
 Rang drugi: ORGANIZIRANOT DESTINACIJE (Ø 4,86)
 Rang treći: PROSTOR, RESURSI, OKILIŠ (Ø 4,46)
 Rang četvrti: PREPOZNLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (Ø 4,27)
 Rang peti: SADRŽAJI (Ø 3.52)

U turističkoj destinaciji Kostrena primat pripada skupini elemenata turističke ponude "stanovništvo, zaposleni", s prosječnom ocjenom 4,91, čemu je najviše doprinijela ocjena stanovništva (5,72), koja je znatno iznad ocjena koje su ovom elementu turističke ponude dali ostali ispitanici. Tako se primat daje ljubaznosti zaposlenih u turizmu (5,02), pri čemu je ocjena koje daje stanovništvo (6,07) daleko iznad ocjene menadžmenta (4,00), dok je ocjena turista najbliža prosjeku (5,02). Ljubaznost zaposlenih u turizmu i njihovo znanje stranih jezika se percipiraju na približno istoj razini (4,84 - 4,86), pri čemu su ocjene stanovništva (5,50 - 5,60) znatno iznad ocjena ostalih ispitanika.

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» zauzeli su drugo mjesto s prosječnom ocjenom 4,42. I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više od prosjeka (4,86), pri čemu je menadžment znatno kritičniji (4.01) od

ostalih skupina ispitanika (5,27 - 5,30). Ispitanici najvišu prosječnu ocjenu daju šetnicama (5,69), kojima su veoma zadovoljni turisti (6,09), a posebno lokalno stanovništvo (6,33). Visoko je ocijenjena prometna dostupnost (5,54), kao i dostatnost parkirališnog prostora (5,53), što je inače čest nedostatak ostalih turističkih destinacija Kvarnera. Ocjenu iznad prosjeka također zaslužuje lokalni promet, ponuda u trgovinama, radno vrijeme ugostiteljskih objekata i drugih uslužnih djelatnosti. Može se primijetiti da su u ovoj skupini elemenata turističke ponude najniže ocijenjene gužve na plažama (3,72) kao i nedovoljnoj urbanoj skladnosti (3,89), pri čemu je tom elementu najnižu ocjenu dao menadžment (2,82), koji je i inače puno kritičniji po svakom pojedinom elementu turističke ponude u okviru ove skupine.

Skupina elemenata turističke ponude "prostor, resursi, okoliš" rangirani su tek na treće mjesto s prosječnom ocjenom 4,46. Ocjene koje je ovim elementima daju turisti (4,71) i menadžment (4,66), su znatno više od ocjena stanovništva (4,03), što je potpuno različita situacija u odnosu na prethodno obrađene dvije grupe elemenata turističke ponude. Najvišu prosječnu ocjenu zaslužila je čistoća mora (4,76) a najviše kritika je upućeno očuvanosti okoliša (4,33) što je i ovdje vjerojatno posljedica nekontrolirane izgradnje i neadekvatnih arhitektonskih rješenja. Najvišu i najnižu ocjenu u ovoj skupini su dodijelili turisti i to najvišu čistoći mora (5,64) i najnižu klimi (3,09), iako oni očuvanost okoliša razvrstavaju tek na drugo mjesto (5,36).

Elementi turističke ponude razvrstani u skupinu «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» razvrstani su na četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 4,27, pri čemu je menadžment najkritičniji (3,89). Najvišu ocjenu zaslužila je turistička signalizacija u destinaciji (5,21), čime je posebno zadovoljno stanovništvo (5,73). Nedostatak autohtonog suvenira je i u ovoj turističkoj destinaciji najslabije ocijenjen element turističke ponude (3,04), pri čemu je najviše kritičan menadžment (1,91), koji je ovom elementu dodijelio i najnižu ocjenu u ovoj skupini. Turisti su najpovoljnijim ocijenili turističke informacije koje dobivaju prije dolaska u destinaciju (5,00), a istom je ocjenom menadžment ocijenio turističku signalizaciju u destinaciji.

Peto, odn. posljednje mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «sadržaji» s prosječnom ocjenom 3,52, pri čemu su turisti na razini prosjeka (3,66), stanovnici su prosječno puno zadovoljniji sadržajima (4,16), a turistički menadžment je znatno kritičniji (2,73). Najbolje ocijenjeni elementi turističke ponude iz ove skupine su ugostiteljski objekti i sportski sadržaji, a tu spada i mišljenje ispitanika da je odnos cijene i kvalitete (4,55), koji je znatno iznad prosjeka, pri čemu posebno treba uvažiti mišljenje turista (5,09). Može se primijetiti da su i objekti za smještaj solidno ocijenjeni (4,34), a slijede ih zabavni sadržaji (4,04), te lokalna gastronomija (4,01) uz naznaku da su sve navedene elemente turisti ocijenili povoljnije od prosjeka (4,55 - 4,82) Izrazito nisku prosječnu ocjenu zaslužila je ponuda odn. nedostatak odgovarajuće ponude skupova i kongresa (1,32) i sadržaja za zdravstveni

turizam (1,76), a i sadržaji za djecu bi mogli biti na višoj razini (2,31). Rezultati ovog istraživanja između ostalog ukazuju i na potrebu da se bolje valoriziraju komparativne prednosti ove turističke destinacije, kao i blizina urbanog središta, te da se iste djelovanjem novog destinacijskog menadžmenta sustavno pretvore i u njene konkurentske prednosti.

6.6.2 Kraljevica

Zadovoljstvo elementima turističke ponude turističke destinacije Kraljevica, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7) ispitivanih skupina "turisti" i "stanovništvo", dok su odgovori turističkog menadžmenta u ovom istraživanju izostali. Dobiveni rezultati istraživanja su grupirani u skupine srodnih elemenata turističke ponude i prikazani u tablici br. 6-6.11.

Tablica 6.6-11: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Kraljevica u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu-risti	Ø	Sta-novn.	Ø	Me-nadž.	Ø	Prosijek
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (3)				4,79		5,07			4,93
1.	Klima	69	3,75		5,89				4,82
19.	Ljepota krajolika	69	5,00		5,02				5,01
20.	Očuvanost okoliša	69	4,83		4,96				4,90
21.	Čistoća mora	68	5,58		4,39				4,99
SADRŽAJI (5)				3,31		4,01			3,66
10.	Događaji	69	3,33		5,78				4,56
16.	Kulturno-povijesna baština	69	3,58		6,11				4,85
22.	Sadržaji za djecu	69	1,96		2,58				2,27
27.	Objekti za smještaj	69	4,79		3,40				4,10
28.	Ugostiteljski objekti	69	4,38		5,51				4,95
29.	Kulturni sadržaji	69	3,42		5,80				4,61
30.	Zabavni sadržaji	68	3,35		5,33				4,34
31.	Sportski sadržaji	69	3,83		2,93				3,38
32.	Skupovi i kongresi	69	1,17		1,38				1,28
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	69	1,29		1,93				1,61
34.	Nautička ponuda	69	2,71		3,36				3,04
35.	Ponuda izleta	69	2,71		2,67				2,69
36.	Lokalna gastronomija	69	4,62		4,40				4,51
37.	Odnos cijene i kvalitete	69	5,25		4,91				5,08
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (2)				4,84		5,09			4,96
5.	Prometna dostupnost	69	5,96		5,87				5,92
6.	Lokalni promet	69	4,63		4,91				4,77
7.	Parkirališta	69	5,63		5,62				5,63
12.	Uredenost mjesta	69	4,29		5,22				4,76
13.	Urbana skladnost	69	4,50		5,67				5,09
14.	Šetnice	69	4,96		4,71				4,84
15.	Parkovi i zelene površine	69	4,42		4,67				4,55
17.	Uredenost i čistoća plaža	69	5,04		4,33				4,69
18.	Gužve na plažama	68	5,04		3,89				4,47
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	69	4,75		5,36				5,06

25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	69	4,71		5,49			5,10	
26.	Trgovine	68	4,17		5,31			4,74	
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (4)				4,05		4,87			4,46
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	69	5,00		5,00			5,00	
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	69	4,38		5,42			4,90	
11.	Suveniri	69	2,54		3,18			2,86	
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	69	4,29		5,87			5,08	
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (1)				5,28		5,73			5,51
3.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	69	5,13		5,82			5,48	
2.	Ljubaznost stanovništva	69	5,58		5,89			5,74	
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	69	5,13		5,49			5,31	
Prosječna ocjena na razini destinacije			4,21		4,70			4,46	

Podaci iskazani u prethodnoj tablici ukazuju na rang koji je pojedina grupa elemenata turističke ponude, zauzela prema stavovima ispitanika u turističkoj destinaciji Kraljevica, kako slijedi:

Rang prvi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (Ø 5,51)
 Rang drugi: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (Ø 4,96)
 Rang treći: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (Ø 4,93)
 Rang četvrti: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (Ø 4,46)
 Rang peti: SADRŽAJI (Ø 3,66)

Ispitanici turističke destinacije Kraljevica su jedinstveni u ocjeni, da su kadrovski resursi razvrstani u skupinu elemenata "stanovništvo, zaposleni" (5,51) najjači adut ove destinacije, iako to nije opći trend turističke destinacije Kvarner. Na prvo mjesto se svrstava ljubaznost stanovništva (5,74), slijedi ljubaznost zaposlenih u turizmu (5,48), dok je znanje stranih jezika na posljednjem mjestu (5,31), iako su sve ocjene visoke i iznad prosjeka sub-regije Rijeka i riječki prsten (5,20), kao i Kvarnera u cjelini (4,96).

Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» zauzeli su drugo mjesto s prosječnom ocjenom 4,96, iako su turisti elemente u ovoj skupini rangirali nešto lošije od prosjeka (4,84). Turisti iz strukture ove skupine posebno izdvajaju prometnu dostupnost (5,96) i dostupnost parkirališnog prostora (5,63), s čime se slaže i stanovništvo, pa su ovi elementi prosječno najviše rangirani (5,63 - 5,92). Osim navedenog, turisti izdvajaju kvalitetne kupališne uvjete odn. uređenost i čistoću plaža i minimum gužvi na plažama (5,04). S druge strane stanovništvo u prvi plan stavlja uređenost mjesta, urbanu skladnost, trgovačku ponudu i radno vrijeme ugostiteljskih objekata i uslužnih djelatnosti (5,22 - 5,67), s čime se turisti ne slažu u cijelosti, jer trgovačku ponudu ocjenjuju najnižom ocjenom u ovoj skupini (4,17).

Prirodni elementi turističke ponude razvrstani u skupinu "prostor, resursi, okoliš" su u ovoj turističkoj destinaciji zauzeli tek treće mjesto s prosječnom ocjenom 4,93, pri čemu su ocjene stanovništva (5,07) iznad ocjena koje su tim elementima dodijelili turisti (4,79). Najviša se ocjena daje ljepoti krajolika (5,01), a najniže klimi (4,82), pri čemu su posebno kritični turisti (3,75). Turisti su apsolutno najvišu ocjenu dodijelili čistoći mora (5,58), s čime nije suglasno stanovništvo, koje ovoj elementu daje najnižu ocjenu u skupini (4,39).

Četvrto mjesto na rang listi ispitanika i to s prosječnom ocjenom od 4,46 pripalo je skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost», uz napomenu da su u ovoj skupini ocjene turista niže od prosjeka, odn. od ocjena stanovništva (4,87). Ispitanici se u potpunosti slažu u pogledu kvalitete turističkih informacija koje turisti dobivaju prije dolaska u turističku destinaciju (5,00), iako stanovništvo daje prednost osjećaju sigurnosti i zaštite u destinaciji (5,87), s čime turisti nisu u cijelosti suglasni i taj element na žalost razvrstavaju tek na treće mjesto u okviru ove skupine (4,29). Najlošije ocijenjen element turističke ponude su suveniri (2,86), što bi svakako trebalo unaprijediti.

«Sadržaji» su rangirani tek na peto odn. zadnje mjesto s niskom prosječnom ocjenom 3,66, uz naglasak da su turisti (3,31) znatno kritičniji, iako apsolutno najvišu ocjenu daju odnosu cijene i kvalitete (5,25), što je i najbolje prosječno rangirani element turističke ponude u ovoj skupini (5,08). Od ostalih elemenata turističke ponude, s prosječno visokim ocjenama se posebno izdvajaju ugostiteljski objekti i ponuda lokalne gastronomije uz kulturno-povijesnu baštinu, kulturne sadržaje i prepoznatljive događaje (4,51 - 4,95), iako turisti posebno izdvajaju i objekte za smještaj (4,79). S druge strane, ispitanici asortiman i kvalitetu ponude određenih sadržaja ocjenjuju izrazito nisko, a tu spada nedostatak uvjeta za organiziranje skupova i kongresa kao i za ponudu zdravstvenog turizma, nema odgovarajućih sadržaja za djecu, niti je ponuda izleta zadovoljavajuća (1,38 - 2,67), pri čemu su turisti smatraju i nautičku ponudu nezadovoljavajućom.

6.6.3 Rijeka

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže turističke destinacije Rijeka, utvrđivano je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 7), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo i turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude, koji su grupirani u srodne skupine i prikazani u tablici br. 6.6–12.

Tablica 6.6-12: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude turističke destinacije Rijeka u 2005/6. godini

R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu- ris	Ø	St- nov.	Ø	Me- nad	Ø	PROSJEK
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (2)				4,96		4,29		5,07	4,77
1.	Klima	83	4,79		4,08		5,43		4,77
19.	Ljepota krajolika	82	5,76		4,50		5,71		5,32
20.	Očuvanost okoliša	83	4,28		4,30		4,57		4,38
21.	Čistoća mora	83	5,00		4,26		4,57		4,61
SADRŽAJI (5)				4,33		4,11		4,37	4,27
10.	Događaji	81	3,99		4,11		5,86		4,65
16.	Kulturno-povijesna baština	83	4,62		4,36		5,57		4,85
22.	Sadržaji za djecu	235	4,00		3,93		3,57		3,83
27.	Objekti za smještaj	235	4,69		4,52		4,29		4,50
28.	Ugostiteljski objekti	235	4,72		4,37		5,29		4,79
29.	Kulturni sadržaji	236	3,97		4,31		5,00		4,43
30.	Zabavni sadržaji	236	4,42		4,14		4,86		4,47
31.	Sportski sadržaji	235	3,89		3,86		3,29		3,68
32.	Skupovi i kongresi	235	2,95		3,58		3,86		3,46
33.	Sadržaji za zdrav. turizam	235	3,88		3,92		3,00		3,60
34.	Nautička ponuda	236	4,75		4,08		2,86		3,90
35.	Ponuda izleta	236	5,04		4,16		4,43		4,54
36.	Lokalna gastronomija	236	5,57		4,25		4,57		4,80
37.	Odnos cijene i kvalitete	236	4,12		3,88		4,71		4,24
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (4)				4,26		4,21		4,60	4,36
5.	Prometna dostupnost	83	4,86		4,28		5,71		4,95
6.	Lokalni promet	83	3,59		4,00		5,14		4,24
7.	Parkirišta	82	2,63		3,57		3,71		3,30
12.	Uređenost mjesta	83	4,86		4,27		4,86		4,66
13.	Urbana skladnost	82	4,17		4,84		5,00		4,67
14.	Šetnice	83	4,05		4,23		3,57		3,95
15.	Parkovi i zelene površine	83	4,12		4,16		3,43		3,90
17.	Uređenost i čistoća plaža	83	4,82		4,12		4,00		4,31
18.	Gužve na plažama	82	3,65		3,99		3,14		3,59
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	82	4,70		4,28		5,83		4,94
25.	Radno vrijeme ug. objek.	83	4,88		4,35		5,43		4,89
26.	Trgovine	83	4,79		4,41		5,43		4,88
PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (3)				4,55		4,05		5,07	4,56
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	82	4,81		4,06		5,43		4,77
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	83	4,45		3,97		5,57		4,66
11.	Suveniri	83	4,36		3,96		3,57		3,96
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	78	4,58		4,20		5,71		4,83
STANOVIŠTVO, ZAPOSLENI (1)				5,28		4,43		5,81	5,17
3.	Ljubaznost zap. u turizmu	83	5,50		4,27		5,86		5,21
2.	Ljubaznost stanovništva	83	5,57		4,67		6,00		5,41
4.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	82	4,77		4,36		5,57		4,90
Prosječna ocjena na razini destinacije			4,47		4,18		4,714		4,45

Podaci iskazani u prethodnoj tablici ukazuju na rang koji je pojedina grupa elemenata turističke ponude, zauzela prema stavovima ispitanika u turističkoj destinaciji Rijeka, kako slijedi:

Rang prvi:	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 5,17)
Rang drugi:	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 4,77)
Rang treći:	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 4,56)
Rang četvrti:	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 4,36)
Rang peti:	SADRŽAJI (ø 4,27)

Ispitanici u turističkoj destinaciji Rijeka su kao i mnogi u okviru ove sub-regije primat dali skupini elemenata turističke ponude «stanovništvo, zaposleni» s visokom prosječnom ocjenom 5,17, što je nešto niža ocjena u odnosu na prosjek sub-regije (5,20) ali znatno viša u odnosu na prosjek Kvarnera kao cjeline (4,96). U ovoj se skupini može uočiti da su ocjene menadžmenta (5,81) više od ocjena turista (5,28), a posebno stanovništva (4,43). Apsolutno najvišu ocjenu su turisti dodijelili ljubaznosti stanovništva (5,57) što je i najviše ocijenjeni element turističke ponude u ovoj skupini (5,41). Ispitanici su jedinstveni u ocjeni da je znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu (4,90) najlošija karika ove skupine, pogotovo što je ocjena turista niža od prosjeka (4,77). Općenito se može zaključiti da je ovako visoko pozicioniranje kadrovskih resursa od velikog značaja za daljnji razvoj Rijeke kao prepoznatljive turističke destinacije gradskog turizma, koje naravno moraju pratiti i drugi elementi turističke ponude.

Prirodni resursi obuhvaćeni u okviru skupine «prostor, resursi, okoliš» su po ocjeni ispitanika razvrstani na drugo mjesto s prosječnom ocjenom 4,77. Apsolutni primat ispitanici daju ljepoti krajolika (5,32), a najlošije ocijenjen element turističke ponude je očuvanost okoliša (4,38), što se može shvatiti i kao upozorenje, da se nekontroliranom izgradnjom ne naruši još uvijek prisutnu ljepotu krajolika.

Skupini elemenata «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» su ispitanici dodijelili treće mjesto s prosječnom ocjenom 4,56, pri čemu su ocjene turista bliže prosjeku, stanovništvo je kritičnije (4,05) a ocjene menadžmenta su znatno više od prosjeka (5,07). Ispitanici prioritet daju dostupnosti turističkih informacija prije dolaska turista u ovu turističku destinaciju (4,77) pri čemu su najviše ocjene menadžmenta (5,43) koji se za to smatra i najzaslužnijim, iako su i turisti tom elementu dali najvišu ocjenu. Kao i u većini turističkih destinacija ove sub-regije ali i Kvarnera u cjelini, najlošiju ocjenu su ispitanici dodijelili nedostatku autohtonog suvenira (3,96), koji bi trebalo razvijati na temeljima prepoznatljivih događaja koje ova turistička destinacija nudi.

Elementi koji čine «organiziranost destinacije» su u turističkoj destinaciji Rijeka zauzeli tek četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 4,36. Apsolutni prioritet su

ispitanici dali prometnoj dostupnosti, radnom vremenu ugostiteljskih objekata i uslužni djelatnosti, te asortimanu ponude u trgovinama (4,88 - 4,95), nakon čega slijedi uređenost mjesta i urbana skladnost (4,66 - 4,67). Turisti podržavaju ove stavove, no još posebno izdvajaju uređenost i čistoću plaža, šetnice, parkove i zelene površine (4,05 - 4,82). Najlošiji element turističke ponude u turističkoj destinaciji Rijeka je nedostatak odgovarajućeg parkirališnog prostora (3,30), pri čemu su turisti (2,63) posebno kritični.

Asortiman i kvaliteta ponude razvrstani u okviru skupine «sadržaji» su oni elementi turističke ponude koji čine najznačajniji dio turističkog proizvoda radi kojeg bi turisti trebali odlučiti doći u ovu turističku destinaciju. No s prosječnom ocjenom 4,27, ova je skupina turističke ponude razvrstana na zadnje peto mjesto, pri čemu su ocjene stanovništva (4,11) nešto niže od ostalih ispitanika. Apsolutni prioritet ispitanici daju kulturno-povijesnoj baštini, lokalnoj gastronomiji i općenito kvaliteti ponude u ugostiteljskim objektima (4,79 - 4,85), pri čemu turisti posebno izdvajaju lokalnu gastronomiju (5,57) a menadžment s istom ocjenom kulturno-povijesnu baštinu. Iznadprosječnu ocjenu zaslužuju još prepoznatljiviji događaji, objekti za smještaj, zabavni sadržaji i ponuda izleta (4,47 - 4,65). Turisti su posebno kritični u odnosu na nedostatak sadržaja za održavanje skupova i kongresa (2,95), no kritiku su uputili također kulturnim i zabavnim sadržajima kao i sadržajima za zdravstveni turizam (3,88 - 3,97), koji nedvojbeno trebaju imati posebno mjesto i u ponudi ove turističke destinacije.

6.7 ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (GORSKI KOTAR)

Da bi se dobila ocjena zadovoljstva ispitanika elementima turističke ponude na razini sub-regije Gorski Kotar, sumirani su stavovi turista, stanovništva i turističkog menadžmenta, a prikupljeni putem anketnog upitnika u više turističkih destinacija ove sub-regije.

Tablica 6.7-1: Ocjena elementa turističke ponude turističke sub-regije Gorski Kotar

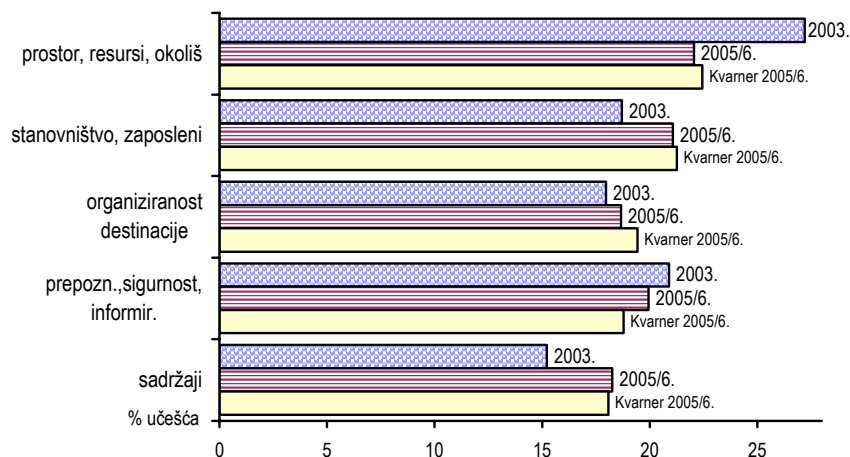
R.br.	Elementi turističke ponude	N	Tu-risti	Ø	Sta-nov.	Ø	Me-nadž.	Ø	Prosjek
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (1)				4,44		4,82		5,55	4,94
1.	Klima	108	5,90		4,00		4,69		4,86
19.	Ljepota krajolika	107	6,23		5,20		6,46		5,96
20.	Očuvanost okoliša	105	5,62		5,20		5,85		5,56
SADRŽAJI (5)				4,17		3,83		4,27	4,09
10.	Događaji	107	3,98		3,57		3,92		3,82
16.	Kulturno-povijesna baština	107	4,64		3,92		4,62		4,39
22.	Sadržaji za djecu	104	4,15		3,86		4,08		4,03
27.	Objekti za smještaj	107	5,00		4,07		5,08		4,72

Da bi se moglo realno procijeniti da li je došlo o promjena u zadovoljstvu ispitanika elementima turističke ponude na razini sub-regije Gorski Kotar, usporediti će se rezultati ocjenjivanja iz 2005/6. godine s rezultatima dobivenim istraživanjem u 2003. godini i s prosjekom Kvarnera, što razvrstano po skupinama prikazuje tablica 6-7.2 i slika 6-7.1 u nastavku.

Tablica 6.7-2: Rang grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005/6. godini

Rang:	Grupe elemenata turističke ponude:	Sub regija Gorski Kotar		Kvarner
		Ø ocjena 2003.	Ø ocjena 2005/6.	Ø ocjena 2005/6.
(1)	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ	4,83 (27,21%)	4,94 (22,05%)	5,28 (22,44%)
(2)	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI	3,32 (18,70%)	4,72 (21,07%)	5,00 (21,26%)
(3)	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST	3,71 (20,90%)	4,47 (19,95%)	4,42 (18,79%)
(4)	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE	3,19 (17,97%)	4,18 (18,66%)	4,57 (19,43%)
(5)	SADRŽAJI	2,70 (15,21%)	4,09 (18,26%)	4,25 (18,07%)

Slika 6.7-1: Relativni odnosi grupa elemenata turističke ponude prema rezultatima istraživanja u 2003. i 2005/6. godini



Sagleda li se situacija na razini destinacije Gorski kotar kao cjeline, može se uočiti da je najviša prosječna ocjena dodijeljena ljepoti krajolika (5,96), pri čemu su ocjene turista i menadžmenta znatno iznad prosjeka (6,23 - 6,46), a najniže su ocjene dodijeljene onim elementima turističke ponude za koje ova

destinacija nema uvjeta (ponuda vezana za korištenje mora), pogotovo ako ispitanici nisu bili u mogućnosti istovremeno koristiti blagodati priobalne i gorske ponude ove sub-regije. Iz navedenih su razloga posebno niske ocjene dodijeljene nautičkoj ponudi (1,54), uređenosti i čistoći plaža kao i gužvama na plažama (2,41 - 2,84).

U usporedbi sa rezultatima istraživanja provedenog u 2003. godini došlo je do promjena u redoslijedu samo određenih skupina istraživanih elemenata, pa će se iste sagledati međusobno u odnosu na prethodno istraživanje i u odnosu na prosjek Kvarnera. Primjećuje se da čelnu poziciju konstantno drži skupina "prostor, resursi, okoliš" u čemu slijede i prosjek Kvarnera. Odstupanja se bilježe u drugom rangu, gdje je skupina elemenata "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" ustupila mjesto skupini "stanovništvo, zaposleni", a ostatak tablice je u rangu prosjeka Kvarnera.

Apsolutno izražene prosječne ocjene dobivene ispitivanjem ciljnih skupina u sub-regiji Gorski Kotar, a svedene na relativan odnos pokazuju tendencije u percepciji ispitanika u odnosu na pojedine ciljne skupine elemenata. Tako se može uočiti visok relativan pad značenja grupe elemenata "prostor, resursi, okoliš" prema stavu ispitanika u 2005/6. godini u odnosu na 2003. godinu, a i mali relativni pad u odnosu na prosjek Kvarnera. Relativan pad u odnosu na 2003. godinu se bilježi i u grupi "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost", iako su rezultati iznad prosjeka Kvarnera. Relativan porast značenja bilježi skupina "stanovništvo, zaposleni", "organiziranost destinacije" a posebno "sadržaji", pri čemu na isti način ove promjene ne prati i prosjek Kvarnera.

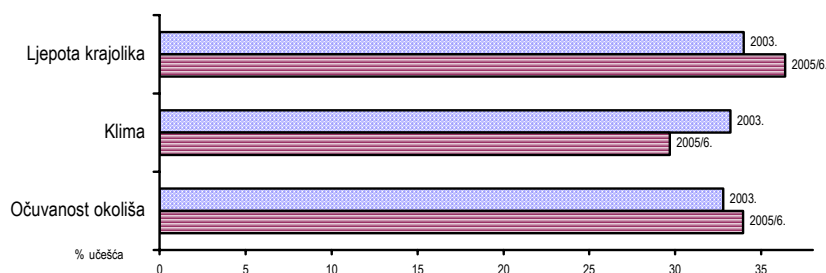
Tablica 6.7-3: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" u 2003. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
19	Ljepota krajolika	4,92	1	33,98	5,96	1	36,38
1	Klima	4,81	2	33,22	4,86	9	29,67
20	Očuvanost okoliša	4,75	3	32,80	5,56	2	33,94
	prosječno / ukupno	14,48	(1)	100%	16,38	(1)	100%

Svi ispitanici destinacije Gorski Kotar su jedinstveni u ocjeni da su prirodni resursi najjači adut ove destinacije, što je i opći trend cijele destinacije Kvarner. Naime, elementi razvrstani u skupinu «prostor, resursi, okoliš» su zauzeli visoko prvo mjesto s prosječnom ocjenom 4,94. Nameće se zaključak da se komparativne prednosti koje proizlaze iz prirodnih resursa ne valoriziraju dovoljno, te da treba uložiti napore kako one postale i konkurentske prednosti ove destinacije. Najvišu ocjenu dali turisti ljepoti krajolika u destinaciji (6,23) a istog je mišljenja i menadžment, što nije zanemarivo i trebalo bi to bolje valorizirati u marketinškoj promociji ove turističke destinacije. Turisti visoko

ocjenjuju i druge elemente turističke ponude, osim elementa čistoće mora (0,00) pošto je ovaj element bilo teško ocjenjivati, uz naznaku da je možda alternativno trebalo ocijeniti čistoću i atraktivnost jezera i rijeka, koje su u Gorskom Kotaru sigurno veoma značajan element turističke ponude.

Slika 6.7-2: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prostor, resursi, okoliš" za 2003. i 2005/6. godinu



Usporednom analizom rezultata istraživanja u ovoj skupini (bez elemenata čistoće mora) može se uočiti da su ispitanici u odnosu na 2003. godinu više zadovoljni ljepotom krajolika, kao i sa razinom očuvanosti okoliša, dok klimu percipiraju lošijom, koju vjerojatno sagledavaju u kontekstu globalnih klimatskih promjena, koje ne osiguravaju pretpostavke za kvalitetan razvoj bijelih sportova, za koje postoje brojne druge pretpostavke.

I Gorski Kotar slijedi trend mnogih turističkih destinacija, kao i prosjek turističke destinacije Kvarner, gdje je grupa elemenata turističke ponude "stanovništvo, zaposleni" razvrstana na drugo mjesto u rang listi privlačnosti. Time se ponovno dokazuje visoka vrijednost kvalitete ljudskih potencijala u turističkom gospodarstvu (ljubaznost zaposlenih i znanje stranih jezika), ali i na razini turističke destinacije (ljubaznost stanovništva). U nastavku će se sagledati ova skupina elemenata turističke ponude na relaciji 2003. - 2005/6 (tablica 6-7.4 i slika 6-7.3)

Tablica 6.7-4: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini

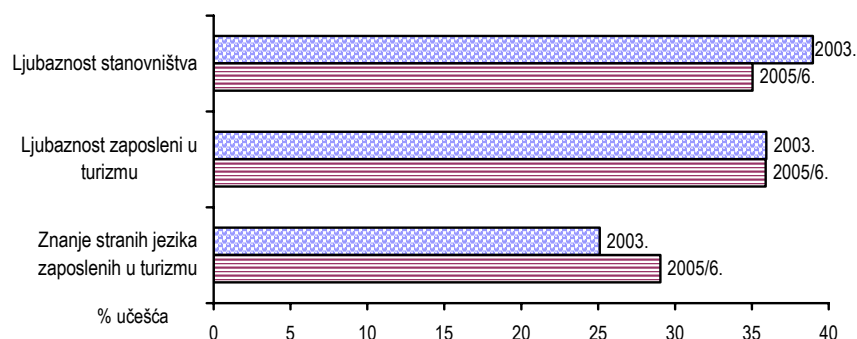
R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
2	Ljubaznost stanovništva	3,88	8	38,96	4,96	7	35,05
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,58	12	35,94	5,08	6	35,90
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	2,50	37	25,10	4,11	25	29,05
	prosječno / ukupno	9,96	2	100%	14,15	2	100%

Skupina elemenata turističke ponude «stanovništvo, zaposleni» je u Gorskom Kotaru ocijenjena s prosječnom ocjenom 4,72, uz naznaku da su ocjene turista

znatno više od prosjeka (5,36) a najstrože u ocjeni je lokalno stanovništvo (4,07), koje se još uvijek nije u potpunosti prilagodilo zahtjevima turizma. Najviše je ocijenjena ljubaznost zaposlenih u turizmu (5,08), uz naznaku da su turisti tim elementom više zadovoljni (5,77) u odnosu na ostale ispitanike. I u ovoj je turističkoj destinaciji znanje stranih jezika najniže ocijenjeno (4,11) uz naznaku da su i ovdje turisti manje kritični (4,72). Navedeno navodi na zaključak da je potrebno znatno više ulagati u edukaciju svih sudionika turističke ponude, što znači i u permanentnu naobrazbu stanovništva, a radi njegovog što šireg uključivanja u turističku ponudu, a to znači i boljeg razumijevanja mogućnosti koje ovoj atraktivnoj turističkoj destinaciji turizam može pružiti.

Može se uočiti da je ljubaznost zaposlenih u turizmu u ovoj sub-regiji konstanta, da je u odnosu na posljednje istraživanje podignuta razina znanja stranih jezika zaposlenih u turizmu, no ljubaznost stanovništva je znatno manja, što samo potvrđuje poduzimanje prethodno predloženih edukativnih i drugih mjera prilagođavanja ove sub-regije zahtjevima suvremenog turističkog razvoja.

Slika 6.7-3: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "stanovništvo, zaposleni" u 2003. i 2005/6. godini



"Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost" su elementi turističke ponude koji su na razini sub-regije Gorski Kotar pozicionirani na treće mjesto s prosječnom ocjenom 4,47, što je bolje od prosjeka Kvarnera, gdje su ovi elementi pozicionirani na četvrto mjesto. Da bi se mogli ocijeniti pomaci u strukturi ove skupine, potrebno je sagledati odnose prikazane u tablici 6-7.5. i na slici 6-7.4.

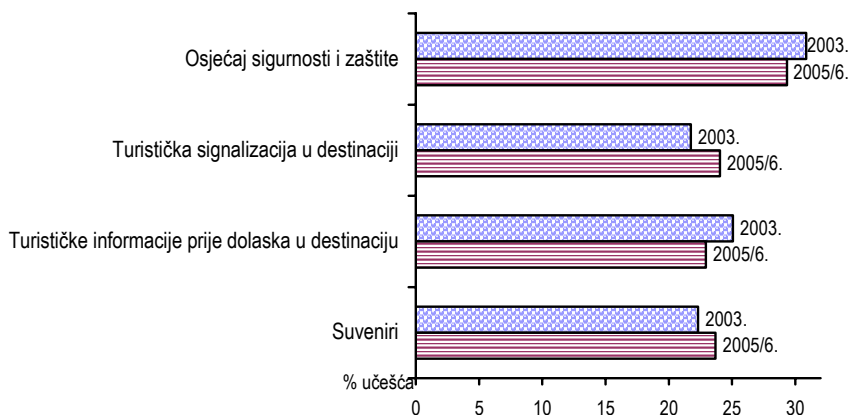
Pozitivno je što najvišu ocjenu u ovoj skupni zaslužuje "osjećaj sigurnosti i zaštite" (5,25), koji je u suvremenoj turističkoj ponudi izuzetno značajan element konkurentnosti na turističkom tržištu. Ostale elemente turističke ponude u ovoj skupini ispitanici percipiraju na istoj prosječnoj razini (4,10 - 4,30), pri čemu turisti prioritet daju kvaliteti turističke signalizacije u destinaciji

(4,53). U nastavku će se sagledati relativni odnosi ovog u odnosu na prethodno istraživanje.

Tablica 6.7-5: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003³¹. i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
23.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	4,66	4	30,86	5,25	3	29,35
9.	Turistička signalizacija u destinaciji	3,22 <u>3,35</u> 3,29	21 <u>18</u> 20	21,75	4,30	20	24,04
8.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	3,34 4,15 <u>3,87</u> 3,79	19 7 <u>9</u> 12	25,08	4,10	26	22,92
11.	Suveniri	3,37	17	22,32	4,24	22	23,70
	prosječno/ukupno	15,10	4	100%	17,89	4	100%

Slika 6.7-4: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" u 2003. i 2005/6. godini



Može se uočiti da najviše ocijenjen element turističke ponude u ovoj skupini (osjećaj sigurnosti i zaštite) bilježi laganu tendenciju pada u odnosu na 2003. godinu, isto kao i kvaliteta turističkih informacija koje turisti dobivaju prije dolaska u turističku destinaciju. Do pozitivnih pomaka došlo je u području

³¹ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "turistička signalizacija u destinaciji" i "turističke informacije prije dolaska u destinaciju".

kvalitetnije turističke signalizacije u ovoj sub-regiji kao turističkoj destinaciji, a nešto je poboljšana i ponuda autohtonog suvenira.

Tablica 6.7-6: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003.³² i 2005/6. godini

R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
25.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	2,99	31	9,70	4,81	11	9,60
26.	Trgovine	2,54	36	8,24	4,47	16	8,92
14.	Šetnice	3,01	30	9,76	4,54	15	9,06
5.	Prometna dostupnost	4,24 2,57 3,41	6 35 21	11,04	5,15	5	10,28
15.	Parkovi i zelene površine	3,08	26	9,99	4,90	8	9,78
24.	Radno vrij. usluž. djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	2,99	31	9,70	4,21	23	8,40
12.	Uređenost mjesta	3,66 3,81 3,03 3,50	11 10 28 16	11,35	4,36	19	8,70
17.	Uređenost i čistoća plaža				2,84	35	5,67
13.	Urbana skladnost	3,18	22	10,31	4,06	27	8,10
6.	Lokalni promet	3,12	24	10,12	4,25	21	8,48
18.	Gužve na plažama				2,41	36	4,81
7.	Parkirališta	3,02	29	9,79	4,11	24	8,20
	prosječno / ukupno	30,84	3	100%	50,11	3	100%

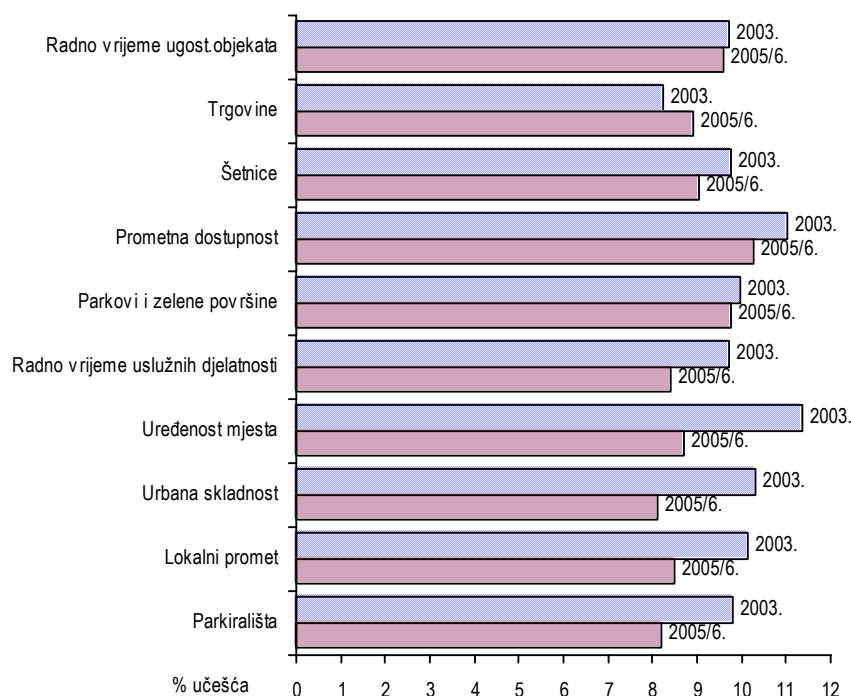
Elementi razvrstani u skupinu «organiziranost destinacije» zauzeli su četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 4,18. U ovoj je skupini najviša prosječna ocjena svih ispitanika dodijeljena prometnoj dostupnosti (5,15), iako turisti smatraju da su najjači adut ove destinacije parkovi i zelene površine (5,41). Visoke ocjene po stavovima turista pored navedenog zaslužuju još i šetnice, te radno vrijeme ugostiteljskih objekata, uređenost mjesta i lokalni promet (4,71-5,00). Niske ocjene se uglavnom vezuju za one elemente turističke ponude kojima ova destinacija primarno ne raspolaže (nautička ponuda - 1,54) što je prvenstveno posljedica korištenja istog upitnika, a ne nedostatak kvalitete određenog elementa turističke ponude u ovoj turističkoj destinaciji.

Turisti nisu posebno kritični ni po jednom elementu u ovoj skupini, iako su najnižu ocjenu dodijelili elementu "urbana skladnost" (4,51). Stanovništvo smatra da su najjači adut turističke ponude ove destinacije parkovi i zelene

³² Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "prometna dostupnost" i "uređenost mjesta"..

površine (4,83), a istovremeno smatraju da lokalni promet i parkirališta nisu na zavidnoj razini (3,72 - 3,76). Turistički menadžment ocjenjuje da je prometna dostupnost najznačajnija za razvoj ove turističke destinacije (5,62), a ako se izuzmu gužve na plažama koje nisu tipične za ovu destinaciju, kao najlošiji element ocjenjuju nedostatak urbane skladnosti (3,62) što svakako treba imati u vidu pri donošenju prostornih planova i u koncipiranju turističkog razvoja ove destinacije koja puno obećava.

Slika 6.7-5: Promjene u stavovima ispitanika o elementa turističke ponude u skupini "organiziranost destinacije" u 2003. i 2005/6. godini



Usporednim pregledom rezultata istraživanja iz 2003. i 2005/6. godine, uz prethodno eliminiranje onih elemenata koji nisu tipični za ovu turističku destinaciju, može se uočiti da je do značajnog pozitivnog pomaka došlo u području podizanja kvalitete ponude u trgovinama, dok se kod ostalih elemenata turističke ponude bilježi veći ili manji relativni pad kvalitete. Tako su ispitanici prilično nezadovoljni radnim vremenom ugostiteljskih objekata i drugih uslužnih djelatnosti te kvalitetom ponude u nacionalnim parkovima i načinom održavanja zelenih površina i šetnica. Kritični su i u odnosu na infrastrukturna rješenja i to od načina kako se u praksi osigurava valorizacija prometne dostupnosti i organizira lokalni promet, nedovoljnu brigu oko

uređenosti mjesta i osiguranje preduvjeta za podizanje urbane skladnosti i proširenje parkirališnog prostora. Općeniti je zaključak da su uloženi veliki naponi na turističkom oblikovanju ove destinacije, ali da je potrebno još dosta učiniti da bi s organizacijskog aspekta ova sub-regija zaista poprimila karakteristike turistički orijentirane turističke destinacije, koja je u potpunosti zadovoljiti sve realne zahtjeve turista s ciljnih tržišta.

Tablica 6.7-7: Rezultati istraživanja elemenata turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003³³. i 2005/6. godini

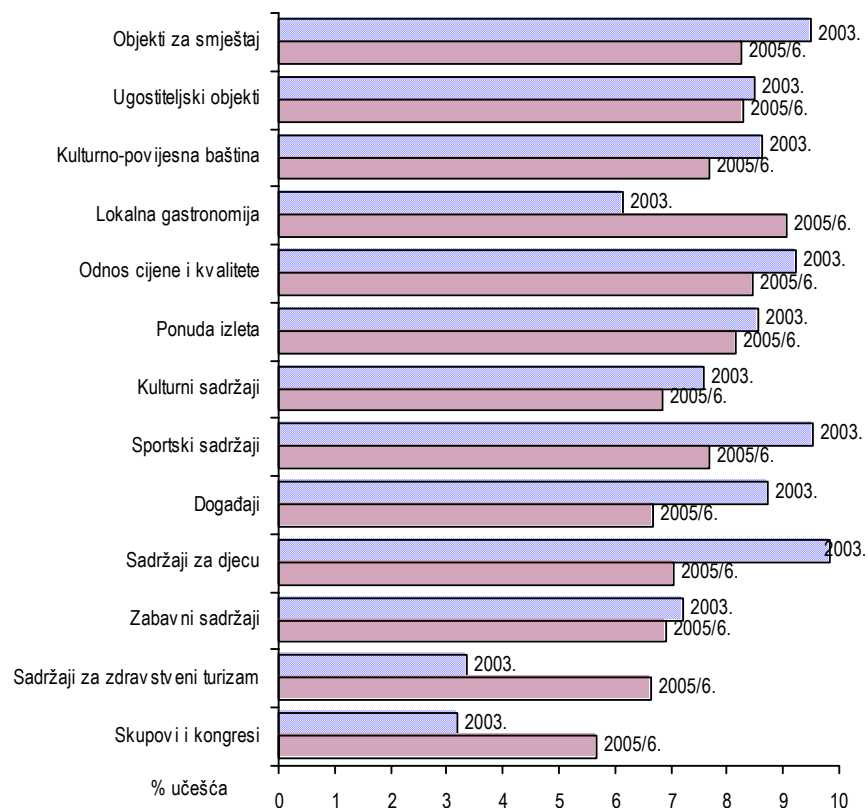
R. br.	Elementi turističke ponude	2003			2005		
		Aritmet. sred.	Rang	%	Aritmet. sred.	Rang	%
27.	Objekti za smještaj	3,39	16	9,50	4,72	13	8,24
28.	Ugostiteljski objekti	3,03	27	8,49	4,75	12	8,30
16.	Kulturno-povijesna baština	3,08	25	8,63	4,39	18	7,67
36.	Lokalna gastronomija	2,19	38	6,14	5,18	4	9,05
37.	Odnos cijene i kvalitete	3,29	20	9,22	4,83	10	8,44
35.	Ponuda izleta	1,67 4,45 3,06	39 5 22	8,57	4,66	14	8,14
29.	Kulturni sadržaji	2,71	32	7,59	3,93	30	6,86
31.	Sportski sadržaji	3,40 3,40 3,40	14 15 15	9,53	4,40	17	7,69
10.	Događaji	3,12	23	8,74	3,82	31	6,67
22.	Sadržaji za djecu	3,51	13	9,83	4,03	28	7,04
30.	Zabavni sadržaji	2,58 2,57 2,58	33 34 34	7,21	3,95	29	6,90
34.	Nautička ponuda				1,54	37	2,69
33.	Sadržaji za zdravstveni turizam	1,22 1,17 1,20	40 41 41	3,35	3,80	32	6,64
32.	Skupovi i kongresi	1,14	42	3,19	3,25	34	5,68
	Prosječno/ukupno	35,69	5	100 %	57,25	5	100 %

Rezultati istraživanja provedeni u sub-regiji Gorski Kotar ukazuju da su u ovoj turističkoj destinaciji, kao i u mnogima na razini Kvarnera, elementi turističke ponude iz grupe "sadržaji" razvrstani na posljednje mjesto s prosječnom ocjenom 4,09, što je nešto niže od prosjeka Kvarnera (4,21). Može se uočiti da je lokalna gastronomija najbolje ocijenjeni element turističke ponude u ovoj skupini (5,18), iako su turisti (5,40) kao i turistički menadžment (5,58)

³³ Obzirom da je u istraživanju provedenom 2003. godine anketnim upitnikom bio obuhvaćen nešto veći broj elemenata u odnosu na istraživanje provedeno u 2005/6. godini, u usporednom pregledu se srodni elementi iz 2003. iskazuju kao prosjek, te uspoređuju s elementima iste vrste obuhvaćenim anketnim upitnikom za 2005/6. godinu, što je u ovoj tablici prisutno u kategorijama "ponuda izleta" i "sportski sadržaji", "zabavni sadržaji", "nautička ponuda", te "sadržaji za zdravstveni turizam".

mišljenja da taj element turističke ponude zaslužuje i više, te da bi ga trebalo bolje marketinški koristiti da bi njegove komparativne prednosti mogle postati i konkurentne prednosti ove turističke destinacije. Odnose unutar ostalih elemenata turističke ponude, koji su bili predmetom istraživanja u okviru ove turističke destinacije prikazuje tablica 6-7.7 i slika 6-7.6.

Slika 6.7-6: Promjene u stavovima ispitanika o elementima turističke ponude u skupini "sadržaji" u 2003. i 2005/6. godini



Može se uočiti da su osim navedenog, turisti veoma zadovoljni objektima za smještaj i prehranu (5,00 - 5,09) a isto tako smatraju da je odnos kvalitete i cijene pozitivan (5,09), što ukazuje da su otvorene mogućnosti za bolju valorizaciju turističke ponude Gorskog Kotara u bliskoj budućnosti. Pošto mišljenje turista u pogledu navedenih elemenata turističke ponude na isti način dijeli i turistički menadžment (5,00 - 5,08), za očekivati je da će se sustavno ulagati napor na unapređenju i ostalih elemenata iz skupine "sadržaji".

Ako se izuzmu oni elementi za koje u ovom trenutku sub-regija Gorski Kotar nema prirodnih preduvjeta (nautička ponuda - 1,54), najlošijim elementom turističke ponude je po ocjeni ispitanika, nedostatak uvjeta za održavanje skupova i kongresa (3,25), što bi s obzirom na dobar geoprometni položaj i dobru prometnu povezanost svakako trebalo bolje iskoristiti. Ocjene znatno ispod prosjeka su po ocjeni ispitanika također dodijeljene nedostatku sadržaja za zdravstveni turizam, nedostatku prepoznatljivih događaja, kulturnih i zabavnih sadržaja (3,80 - 3,95), koje bi u perspektivi trebalo prilagoditi specifičnostima i stvarnim mogućnostima ove destinacije, što će znatno doprinijeti njenoj prepoznatljivosti na nacionalnom i međunarodnom tržištu.

Usporednim pregledom rezultata istraživanja iz 2003. i 2005/6. godine u skupini "sadržaji", ali uz prethodno eliminiranje elemenata koji nisu tipični za ovu turističku destinaciju, može se uočiti da je do značajnog pozitivnog pomaka došlo u ponudi "lokalne gastronomije", a također je unaprijeđena ponuda skupova i kongresa, te posebno sadržaja za zdravstveni turizam. Obzirom da su upravo ovi elementi turističke ponude bili u ranijem istraživanju najlošije ocijenjeni unutar ove skupine, navedeni pomaci ohrabruju i ukazuju na put osiguranja uvjeta za razvoj cjelogodišnjeg turizma.

Na žalost, svi ostali elementi turističke ponude bilježe manji ili veći pad u odnosu na prethodno istraživanje, pri čemu se najznačajniji pad bilježi kod događaja, sportskih sadržaja i sadržaja za djecu, a ne treba posebno naglašavati, koliko je ovaj oblik ponude značajan upravo za razvoj ove turističke destinacije. U nastavku će se za sub-regiju Gorski Kotar prikazati oni elementi turističke ponude koji se u ovoj turističkoj destinaciji izdvajaju u sam vrh privlačnosti (top 10+ / tablica 6-7.8), te njima nasuprot oni elementi, za koje ispitanici smatraju da su najmanje privlačni (top 10 - / tablica 6-7.9).

U tablici 6.7.8 je istaknut usporedni pregled najprivlačnijih elemenata turističke ponude temeljeno na rezultatima istraživanja iz 2003. i 2005/6. godine. Može se uočiti da određeni elementi turističke ponude sustavno drže vrh ljestvice najprivlačnijih elemenata, a tu spada: ljepota krajolika, očuvanost okoliša, osjećaj sigurnosti i zaštite, prometna dostupnost, ljubaznost stanovništva i klima. Visoko na ljestvicu elemenata 10+ popeli su se i neki novi elementi turističke ponude, kojih nije bilo u prethodnom istraživanju. Tako se sada na četvrtom mjestu najprivlačnijih elemenata sada pozicionirala lokalna gastronomija, na šesto ljubaznost zaposlenih u turizmu, a osmo su zauzeli parkovi i zelene površine.

Ova ljestvica pokazuje da gosti u Gorskom Kotaru dobivaju znatno višu kvalitetu u odnosu na cijenu koju plaćaju, što je pozitivno i otvara nove mogućnosti za bolju ekonomsku valorizaciju najprivlačnijih elemenata turističke ponude. Zbog promjene strukture upitnika, ali i zbog promjene stava ispitanika, među visoko pozicionirane elemente turističke ponude više ne spada kvaliteta informacija koje turisti o ovoj turističkoj destinaciji dobivaju prije dolaska u

Tablica 6.7-9: Rang elemenata turističke ponude koji su u 2003. i 2005/6. godini najlošije ocijenjeni

Top (10 -)		Apsolutan i relativan prosjek	
Rang	Elementi turističke ponude (ocjene) 2005/06 2003	2003.	2005/06
1	Nautička ponuda		1,54 (4,68%)
2	Gužve na plažama		2,41 (7,32%)
3	Uređenost i čistoća plaža		2,84 (8,62%)
4	Skupovi i kongresi	1,14 (5,60%)	3,25 (9,87%)
5	Čistoća mora		3,36 (10,20%)
6	Sadržaji za zdravstveni turizam	1,22 (5,99%)	3,8 (11,54%)
7	Događaji		3,82 (11,60%)
8	Kulturni sadržaji	2,71 (13,31%)	3,93 (11,93%)
9	Zabavni sadržaji	2,58 (12,67%)	3,95 (12,00%)
10	Sadržaji za djecu		4,03 (12,24%)
	Ponuda turistič. agencija (ponuda izleta)	1,67 (8,20%)	
	Ponuda zdrave hrane	2,19 (10,76%)	
	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	2,54 (12,48%)	
	Organizacija i sadržaji zračne luke	2,57 (12,62%)	
	Prosječno	2,04	3,29
	Ukupno	100%	100%

Novi elementi koji su pali na začelje ljestvice povezani su nedostatkom prepoznatljivih događaja, te odgovarajućih sadržaja za djecu. Unapređenje kvalitete u ponudi određenih elemenata turističke ponude dovelo je do pozitivnih pomaka u ponudi izleta, ponudi zdrave hrane a posebno lokalne gastronomije, a i trgovačka mreža je bolje opskrbljena, pa su ovi elementi napustili začelje tablice elemenata iz strukture top 10-. Obzirom da je element "organizacija i sadržaji zračne luke" u novom upitniku povezan s ostalim pitanjima vezanim za promet, njegovo izostajanje s ove tablice može se također ocijeniti pozitivnim, pošto su u ovoj turističkoj destinaciji prometni problemi sada manje izraženi.

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.