

SAŽETAK

Ovaj rad predstavlja rezultate druge faze istraživanja nastavnika Fakulteta za turistički i hotelski menadžment iz Opatije na projektu br. 0116003 «Turistička regionalizacija u globalnim procesima», čiju realizaciju podupire Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa RH. U pristupu istraživanju su postavljeni ambiciozni ciljevi, ali su dosadašnji rezultati dokazali da su navedeni ciljevi i realno ostvarivi, što predstavlja teorijski doprinos istraživanju kvalitete turističke ponude turističke destinacije, ali istovremeno ima i veliko praktično značenje u osiguranju informacijske osnovice za destinacijski menadžment.

Osigurati metodološku osnovicu i kontinuitet u pristupu osiguranja kvalitetne upravljačke informacijske osnovice prihvatio je istraživači tim kao temeljni operativni cilj u istraživanju koje je u funkciji destinacijskog menadžmenta turističke destinacije Kvarner. Navedeni pristup izabran je kao potpora scenariju uravnoteženog (održivog) turističkog razvoja Kvarnera, kao potpora aktivnostima restrukturiranja i reorganiziranja, radi formuliranja i ocjene strategija u okviru cjelokupnog koncepta upravljanja kvalitetom turističke destinacije (IQM-a). Navedeno istraživanje slijedi načela "Qualitest-a", kao koncepcije čiji je zadatak osigurati viši stupanj organiziranosti turističke destinacije ali i višu kvalitetu elemenata u strukturi turističkog proizvoda destinacije.

Navedeno se nadovezuje na rezultate prve faze istraživanja turističke ponude Kvarnera, provedenog tijekom 2003. godine, te publiciranog pod nazivom «OCJENA TURISTIČKE PONUDE KVARNERA» u časopisu «Tourism and hospitality Management» (br. 1/2004.). Novo je istraživanje uslijedilo i kao logična potreba da se kroz nastavak prethodnog istraživanja može stvoriti kvalificiran sud o tendencijama i dostignutom stupnju razvoja turističke ponude turističke destinacije Kvarner, a kao osnove za ocjenu regionalnog turističkog razvoja u RH. Istraživanje je provedeno tijekom ljeta 2005. i 2006. godine kako bi se osigurala usporedivost u prostoru i vremenu. No, istovremeno su uvaženi prijedlozi recenzenata vezani za unapređenje prethodnog istraživanja, kao i stavovi korisnika izrečeni tijekom niza prezentacija u užim turističkim destinacijama u okviru Kvarnera.

Drugu fazu istraživanja karakteriziraju određene inovacije provedene u metodološkom i sadržajnom pogledu. Temelje se na potrebi da se pronađu relevantni odgovori na otvorena pitanja ustroja optimalnog asortimana ponude na razini turističke destinacije Kvarner i njenih subregija, odnosno pojedinih turističkih mjesta. Naglasak je stavljen na sve faze životnog ciklusa turističkog proizvoda

turističke destinacije, koncipiranog u skladu s prihvaćenom koncepcijom održivog razvoja, te uz uvažavanje eko-pristupa. Naglasak je stavljen na istraživanje pretpostavki ponude određenih selektivnih oblika turizma, čijom će se implementacijom osigurati konkurentnost takvog turističkog proizvoda, koji će biti prihvatljiv i za ciljna tržišta ekološki svjesnih gostiju, koji traže sadržaje nove vrijednosti temeljene na ovim pretpostavkama i podržane relevantnim investicijskim ulaganjima.

Okvir ovog istraživanja prihvaćen je i kao polazište izgradnje jedinstvene baze podataka na razini turističke destinacije, na koje će se nadovezivati daljnja istraživanja ove vrste, ali i drugi inputi neophodni destinacijskom menadžmentu u procesu poslovnog odlučivanja. Ovim se pristupom pristupilo stvaranju vrijedne dokumentacijske osnovice nezaobilazne za komparativnu analizu dostignutog stupnja razvoja turističke destinacije Kvarner i njenih sub-regija. Zajedničko za prethodno i ovo istraživanje je provođenje anketnog upitnika radi ocjene dostignutog stupnja kvalitete nekih najznačajnijih elemenata turističke ponude turističke destinacije Kvarner. Razlika je u odnosu na prethodno istraživanje u tome, što su sada na reprezentativnom uzorku ocjenjivali stavovi TURISTA, STANOVNIŠTVA i TURISTIČKOG MENADŽMENTA, dok je u prethodnom istraživanju bila izdvojena i ciljna skupina IZNAJMLJIVAČI, koja je sada na prijedlog recenzentata izostavljena.

Istraživanjem se utvrđuje, a kroz komparativnu analizu uspoređuje percepcija svake ciljne skupine o istim elementima turističke ponude, kako bi se ukazalo na dostignuti stupanj razvoja ali i na ona područja u kojima se javlja potreba prioritarnog djelovanja. Stoga se kao rezultat istraživanja iskazuju pojedinačne i zajednička ocjena o istom istraživanom problemu. Osim toga su za svaku ciljnu skupinu ocjenjivani i stavovi o onim pitanjima, koja su od posebnog interesa samo za tu ciljnu interesnu skupinu. Prihvaćena je sugestija da se dosadašnja ljestvica ocjenjivanja (1 do 5) proširi, pa je u okviru ovog istraživanja prihvaćena nova ljestvica (1 do 7), a za svaki istraživani element turističke ponude je iskazan broj ispitanika, broj dobivenih odgovora, te izračunata aritmetička sredina i standardna devijacija. U obradi podataka korišteno je programsko rješenje SPSS.

Slijedom iskustava iz prethodnog istraživanja, a uz uvažavanje koncepcije "Qualitesta", dobivene ocjene po pojedinim elementima turističke ponude, razmatrane su unutar ciljnih skupina, koje predstavljaju zajednički nazivnik srodnih elemenata. Najviši rang pripada skupini elemenata pod nazivom PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (Ø ocjena 5,32), a kao rezultat pojedinačnih cijena turista, stanovništva i turističkog menadžmenta dodijeljenih klimi, ljepoti krajolika, očuvanosti okoliša i čistoći mora. Slijedi skupina STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (Ø ocjena 4,96), gdje se istim pristupom ocjenjivala ljubaznost stanovništva,

ljubaznost zaposlenih u turizmu i znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu. ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (\emptyset ocjena 4,53) je na trećem mjestu a odnosi se na rezultate ocjenjivanja prometne dostupnosti, lokalnog prometa, parkirališnog prostora, uređenosti mjesta, urbane skladnosti, šetnica, parkova i zelenih površina, uređenosti i čistoće plaža, gužvi na plažama, radnog vremena ugostiteljskih i drugih uslužnih djelatnosti (banke, trgovine...), kao kvalitete ponude trgovačke mreže.

Turističke informacije prije dolaska u destinaciju, turistička signalizacija u destinaciji, ponuda suvenira, te osjećaj sigurnosti i zaštite dijelovi su skupine elemenata PREPOZNAVANJE, SIGURNOST, INFORMIRANOST (\emptyset ocjena 4,40) po stavovima ispitanika zauzimaju četvrto mjesto, dok su SADRŽAJI s \emptyset ocjenom 4,21 posljednji u rangu, a upravo su oni polazište u oblikovanju konkurentnog turističkog proizvoda. Navedeno nameće obvezu turističkom menadžmentu destinacije da podigne sadašnju razinu i kvalitetu ukupne turističke ponude u koju spadaju događaji, kulturno-povijesna baština, sadržaji za djecu, objekti za smještaj, ugostiteljski objekti, kulturni sadržaji, zabavni sadržaji, sportski sadržaji, skupovi i kongresi, sadržaji za zdravstveni turizam, nautička ponuda, ponuda izleta, lokalna gastronomija, kako bi se odnos cijene i kvalitete podigao na zadovoljavajuću razinu.

Općenito se može zaključiti da su TURISTI u prosjeku pojedinim elementima dodijelili znatno više ocjene (\emptyset ocjena 4,93) od TURISTIČKOG MENADŽMENTA (\emptyset ocjena 4,29) i STANOVNIŠTVA (\emptyset ocjena 4,32), pa se može zaključiti da je veća njihova veća kritičnost rezultat boljeg poznavanja situacije, prepoznavanje mogućnosti za djelovanje a u cilju podizanja kvalitete ukupne turističke ponude, boljeg pozicioniranja na ciljnom tržištu i ostvarivanja željenih poslovnih rezultata,. Može se zaključiti da su spoznaje do kojih se došlo ovim istraživanjem, otvorile mogućnosti neposrednog djelovanja u praksi, pogotovo u pogledu područja u kojem se očekuje bolje turističko organiziranje, kvalitetniji sadržaji, te bolja valorizacija komparativnih prednosti, a kao pretpostavke izgradnje konkurentnog i tržišno prepoznatljivog turističkog proizvoda turističke destinacije Kvarner.

Rezultati ovog istraživanja se mogu "čitati" od razine turističkog mjesta do razine turističke regije i šire, mogu se uspoređivati međusobno, ali i sa srodnim istraživanjima druge vrste, čime se osigurava polazišna dokumentacijska osnovica za pripremu upravljačkih informacija neophodnih turističkom menadžmentu u procesu odlučivanja o novom asortimanu i višoj kvaliteti ponude u okviru temeljnih prioriteta svake hijerarhijske razine odlučivanja. Tijekom istraživanja je postignut visoki stupanj suradnje s nosiocima turističke politike na lokalnoj i regionalnoj

razini, što će vjerujemo osigurati prihvata i implementaciju rezultata istraživanja u praksi.

Korištena relevantna znanstveno-istraživačka i metodološki utemeljena osnova u prikupljanju i interpretiranju rezultata istraživanja, provedenog na reprezentativnom uzorku turističke destinacije Kvarner, njenih sub-regija i turističkih mjesta kao najužih dijelova ove turističke destinacije. Osim što su istraženi specifični stavovi svake ciljane skupine (turisti, stanovništvo i turistički menadžment), poseban je naglasak stavljen na ocjenu stavova svake ciljane skupine o istim elementima turističke ponude. Na ovim su polazištima sva poglavlja strukturirana prema unaprijed postavljenim ciljevima, od značaja za unapređenje turističke ponude turističke destinacije Kvarner odnosno za oblikovanje njenog konkurentnog turističkog proizvoda koji će uvažavati specifičnosti svake njene uže destinacije unutar ove turističke regije kao cjeline.

Rezultati istraživanja su sadržani u pojedinačnim i zbirnim tablicama te primjenom odgovarajućih grafikona. Interpretacija rezultata istraživanja ima za cilj prikazati stanje i promjene u strukturi turističke ponude turističke destinacije Kvarner, ali prvenstveno potaknuti čitatelja na razmišljanje i na daljnja istraživanja, kao i na konkretne oblike operativnog djelovanja u praksi, kako bi se djelovanje s razine pojedinog gospodarskog subjekta i organizacije podignulo na razinu turističke destinacije kao cjeline. Cijelo ovo istraživanje stavlja poseban naglasak na osiguranje informacijske osnovice upravljanja turističkom destinacijom, tim više što je moguće sagledati stav ispitanika o svakom elementu turističke ponude i svakoj hijerarhijskoj razini istraživanja, te sumarno i prosječno za različite ispitanike i mogućnosti ponude turističke destinacije Kvarner prepoznatljive po "jedinstvu različitosti" u mogućnostima i ostvarenim rezultatima ukupne turističke ponude.

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.