

IZVADAK IZ RECENZIJE

Akademika Vladimira Stipetića, prof.emer.

V. Tenžere 9

10 000 Z A G R E B

Za rukopis grupe autora pod naslovom OCJENA TURISTIČKE PONUDE KVARNERA, kao završne faze istraživanja na projektu „Turistička regionalizacija u globalnim procesima“.

MIŠLJENJE I PRIJEDLOG

1. Veličina rukopisa

Na recenziju dostavljen mi rukopis ima 408 stranica uredno pisanih. Uzorkom sam utvrdio da se na stranici nalazi u prosjeku 3.4000 znakova (uključujući i bjeline) pa je obujam dostavljenog rukopisa 1.387.000 slobodnih znakova, 46,2 autorska arka. Radi se prema tome o iznimno opširnom rukopisu. Po mom znanju bi bila najopsežnija anketa tj. studija o turizmu ikad tiskana u Hrvatskoj.

2. Sadržaj studije

Sadržaj se najlakše može predočiti sadržajem studije (njega nema u dostavljenom mi rukopisu !!) On sadrži:

Abstract

1. Uvod

2. Obilježja provedenog istraživanja

2.1. Metode i instrumenti

2.2. Obilježja statističkog uzorka

3. Rezultati empirijskog istraživanja stavova turista

3.1. Sociodemografski profil turista

3.2. Motiv i način dolaska

3.3. Ocjena kvalitete ponude

3.4. Stavovi turista o turističkoj ponudi

3.5. Stavovi turista o elementima ponude Crikveničko-vinodolske rivijere

- 3.6. Stavovi turista o Opatijskoj rivijeri
- 3.7. Stavovi turista subregije Otoci
- 3.8. Stavovi turista o Rijeci i okolici
- 3.9. Stavovi turista Gorskom kotaru
4. Rezultati empirijskog istraživanja stavova stanovništva o turističkoj ponudi Kvarnera
 - 4.1. Karakteristike uzorka
 - 4.2. Sociodemografska obilježja stanovništva
 - 4.3. Stavovi stanovništva prema razvoju turizma
 - 4.4. Odnos stanovništva prema održivom razvoju
 - 4.5. Razvoj menadžmenta turističkih destinacija Kvarnera
 - 4.6. Zadovoljstvo stanovništva turističkom ponudom
 - 4.7. Zadovoljstvo stanovništva elementima turističke ponude- Crikvenica
 - 4.8. Zadovoljstvo stanovništva elementima turističke ponude- Opatija
 - 4.9. Zadovoljstvo stanovništva elementima turističke ponude- Otoci
 - 4.10. Zadovoljstvo stanovništva elementima turističke ponude-Riječki prste
 - 4.11. Zadovoljstvo stanovništva elementima turističke ponude-Gorski kotar
 - 4.12. Zadovoljstvo stanovništva elementima turističke ponude- sinteza
5. Rezultati empirijskog istraživanja turističkog menadžmenta o turističkoj ponudi Kvarnera
 - 5.1. Pristup istraživanju i obilježja uzorka
 - 5.2. Upravljanje turističkom destinacijom
 - 5.3. Mogućnosti razvoja selektivnih oblika turizma
 - 5.4. Stavovi menadžmenta o elementima turističke ponude Kvarnera
6. Komparativna analiza elemenata turističke ponude
 - 6.1. Pristup komparativnoj analizi
 - 6.2. Zadovoljstvo elementima turističke ponude (Kvarnera)
 - 6.3. Zadovoljstvo ... (Crikveničko-Vinodolska rivijera)
 - 6.4. Zadovoljstvo ... (Opatijska rivijera)
 - 6.5. Zadovoljstvo ... (Otoci)
 - 6.6. Zadovoljstvo ... (Riječki prsten)
 - 6.7. Zadovoljstvo ... (Gorski kotar)

Sadržajem, studija se temelji na anketnim istraživanjima tijekom godine 2005. i 2006. uspoređujući ih s prethodnim anketnim istraživanjem na istom području u godini 2003. (koje je već objavljeno u časopisu *Tourism and Hospitality Management* 1/2004.). Autori s pravom ističu da je njihovo istraživanje neophodno za utvrđivanje strategije razvitka turističke regije, koje mora objedinjavati ciljeve i zadatke turističkih mjesta kao samostalno razvojnih jedinica. S pravom autori ističu i da je dosad umjesto ciljnog turističkog produkta (regije – op. V.S) dominiralo svaštarenje s jednoličnom turističkom ponudom što je „rezultiralo s nedostatkom

turističkog identiteta.“ Zato ovo istraživanje ima veliko znanstveno, teorijsko ali i praktično značenje.

Anketirano je 1.828 turista (st.15.), 1.064 menadžmenta (str.16.) i 167 predstavnika menadžmenta (str.17.) koji su uglavnom proporcionalno razmješteni po priobalnim rivijerama, na „otocima“ i u zaleđu, a u skladu s posjetom turista godine 2005. (koja je uzeta kao podloga za uzorak). Ove brojke govore o velikom trudu, uloženom u ovo anketno istraživanje. Obrađeno je , naime čak 3.059 upitnika koji sadrže čak 37 pitanja pa je valjalo srediti više od 100.000 odgovora u pregledane tablice – po pojedinim turističkim destinacijama, rivijerama i otocima i Gorskom kotaru kao cjelini.

Autori su, prema tome, proveli iznimno veliku anketu, izvanredno grupirali odgovore i na toj osnovi dali ocjenu kvalitete turističke ponude. To je impresivno postignuće za koje valja odati iznimno priznanje autorima. Ono zaslužuje da bude tiskano u cijelosti kao primjer od koga treba polaziti u budućim analizama hrvatskog turizma kao najznačajnijeg hrvatskog izvoznog proizvoda. U ovom smislu studija „Ocjena turističke ponude Kvarnera“ zaslužuje najveću ocjenu.

Te visoke ocjene, međutim zahtijevaju da se prozbori o neskladima, koji u ocjenama istog fenomena od triju ispitanih grupa. U priloženoj tablici 1. ukazujemo na te male razlike u ocjenama turista „stanovništva“ i menadžmenta istih fenomena na jednoj lokaciji. Tablica pokazuje da su ocjene turista na svim stavkama više nego ih daje stanovništvo i menadžment. Najniže ocjene, daju se organizaciji skup kongresa (menadžment, koji ja za njih odgovoran), te je za tu kategoriju mizernih događajima te brizi za djecu. Nasuprot tome je ujednačena ocjena svih segmenata u pogledu lokalne gastronomije i odnosa i kvalitete.

Menadžment je nadalje vrlo kritičan u pogledu parkirališta, gužve na plažama i lokalnog prometa (znači djelatnosti za koje oni nisu odgovorni), u čemu se oni uglavnom slažu s ocjenama, koje daje stanovništvo. Turisti, nasuprot, naime, za sve te elemente organizacije daju više ocjene- čak i do 50 bolje. Zašto?

TABLICA 1. Razlike u ocjeni kvalitete turističke ponude na Kvarneru

POKAZATELJ	OCJENA ARITMETIČKE SREDINE		
	turista	stanovništva	menadžmenta
SADRŽAJI			
događaji	4,59	3,96	3,78
sadržaji za djecu	4,9	3,74	3,63
skupovi i kongresi	3,74	3,22	2,87
gastronomija	5,37	4,34	4,34

odnos cijene i kvalitete	5,27	4,05	4,29
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE			
prometna dostupnost	4,98	4,28	4,54
lokalni promet	4,74	3,84	3,78
parkirališta	4,73	3,49	3,1
uređenost mjesta	5,42	4,6	4,19
gužve na plažama	5,03	3,86	3,74
radno vrijeme	5,21	4,58	4,46
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST			
turističke informacije	5,09	4,12	3,97
signalizacija	5	4,11	4,24
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI			
ljubaznost zaposlenih u turizmu	5,51	4,74	4,95
ljubaznost stanovništva	5,4	4,72	5,01
znanje jezika u turizmu	5,25	4,51	4,75

Velik sklad ovih triju grupa ocjenjivača postoji kod stavaka koje označavaju prepoznatljivost, sigurnost i informiranost o destinaciji kao i pri ocjeni ljudi koji rade u turističkoj destinaciji. Očito je, pri svim tim razlikama koje postoje pri odgovorima na ista pitanja od različitih kategorija sudionika turističkog prometa proističe iz različitog pristupa o tom fenomenu. I stanovništvo i menadžment drži da je nedostatak parkirališta kriv (ili „zaslužan“) za slabiji posjet, dok turisti na to gledaju nešto više blagonaklono (sjećaju se vjerojatno gužvi s parkiralištima u mjestima iz kojih dolaze). Jednako tako, drukčije gledaju na odnose cijene i kvalitete, misleći na cijene u svojim zemljama.

Držim da bi studija dobila na vrijednosti da su autori više upozoravani na komparativnost značajki skupova koji su prisutni u anketi jer bi u tom slučaju odgovori dobili na vrijednosti.

3. Ocjena postignutih rezultata.

Autori s pravom konstatiraju da je „daljnja globalizacija postala temeljni megatrend svjetskog raz...“, pri čemu se mijenja i turistički promet. Autori također s pravom ističu da je „globalni trend svjetskog turističkog tržišta fokus na potrošačke preferencije, koje se pak iz dana u dan mijenjaju uslijed brzih tehnoloških, kulturnih i gospodarskih promjena“ (str.9).

Autori zato anketom utvrđuju u kojoj se mjeri Kvarner kao turistička destinacija prilagođava tim novim uvjetima svjetskih turističkih kretanja, kako kvalitetom i sadržajem ponude, tako i poboljšicama u pristupu gostima, koji tu dolaze.

Provedena je analiza izvršena na 3 razine:

- turisti
- stanovništvo
- menadžment turističke destinacije

Već ovaj uvid u strukturu rada govori da su odgovorima turista („njegova veličanstva- potrošača“) poklonili najmanje prostora ovih stranica, dok je težište rada u odgovorima onih, koji nude svoj proizvod- turističku uslugu ukupno 303 stranice. U odgovorima „stanovništvo“ nalaze se, naime, i iznajmljivači soba i apartmana (vidi str. 11) dok su u okviru „menadžmenta turističke destinacije“ predstavnici hotelske industrije turističkih zajednica i drugih aktera na strani ponude.

Sve to govori da je ponder ponude u ocjeni kvalitete predimenzioniran odnosno da je minimizirao značenje ocjene turizma od strane gostiju. A, nema dvojbe, da je to za ocjenu turizma daleko najznačajniji čimbenik.

Unatoč tom prigovoru smatram da je studija dala sjajan doprinos poznavanju turističke ponude Kvarnera i bit će, siguran sam, miljokaz pri svim budućim istraživanjima. Držim da je ona u potpunosti odgovorila zamišljenim ciljevima studije, ali je istodobno postavila i zahtjeve prema dodatnim istraživanjima (prvenstveno prema utvrđivanju uzoraka sporije dinamike rasta, kvalitete i količine ponude istraživanja nedostatnog informacija do potencijalnih tržišta).

4. Prijedlog

Recenzent drži da omašni rukopis predstavlja značajni doprinos i znanosti kao temeljito anketno istraživanje turizma na Kvarneru i praktičnoj gospodarskoj politici (budući da pruža mnogobrojne sugestije za razvitak turizma na ovom području). Moj je prijedlog stoga tiskati rukopis nakon što se uklone neke slabosti, o kojima govorim.

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.