

Dr. sc. BRANKO BLAŽEVIĆ, izvanredni profesor
Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, Sveučilište u Rijeci

OCJENA TURISTIČKE PONUDE OPATIJE

UDK 338.482(497.5 Opatija)

UVOD

U okviru projekta "Turistička regionalizacija u globalnim procesima" koji je prihvaćen od strane Ministarstva znanosti i tehnologije, a koji je povjeren FTHM Opatija, tim istraživača sa svojim konzultantima iz inozemstva postavio je ambiciozne ali realne ciljeve istraživanja koji imaju svoje teorijsko ali i vrlo praktično značenje. Cilj istraživanja je odgovoriti na pitanje uspješnog upravljanja turističkom regijom i njezinim destinacijama na slučaju Kvarnera.

Globalizacija je postala temeljni megatrend svjetskog razvitka. U tome se kontekstu mijenja i priroda svjetske turističke industrije za koju se već danas tvrdi da je vodeća svjetska industrija. Globalni trend svjetskog turističkog tržišta fokusiran je na potrošačke preferencije koje se pak iz dana u dan mijenjaju uslijed brzih tehnoloških, kulturnih i gospodarskih promjena.

Opći cilj istraživanja je pravilna turistička regionalizacija kojom stvaramo pretpostavke za razvoj destinacijskog turizma, temeljenog na "ciljnom turističkom produktu", standardima kvalitete i izvješćivanja.

Svrha je istraživanja udovoljiti zahtjevima globalnog turističkog tržišta koje nameće potrebu da se prostorna regionalizacija temelji na komparativnim prednostima određene destinacije, ponuđene tržištu kroz turistički produkt visoke kvalitete.

Ova faza istraživanja daje odgovore na pitanja asortimana ponude na modelu turističke regije Kvarner i njegovih destinacija. Analizirana je konkurentnost "turističkog produkta", te posebno primjena načela održivog razvoja turizma, kao i mjera ekološkog razvoja u turističkoj regiji.

Primjena spoznaja do kojih se došlo istraživanjem u praksi daje mogućnost veće učinkovitosti turističkog djelovanja na svim razinama turističkog organiziranja. Istraživanje koje je provedeno u ovoj fazi, temelji se na sljedećim hipotezama:

- Kvaliteta ponude u konkretnoj turističkoj destinaciji Opatija se pogoršava – poboljšava?
- Zaštita i očuvanje okoliša u destinaciji Opatija se provodi / ne provodi prema zacrtanim ciljevima?
- Restriktivna politika namjene prostora u destinaciji Opatija se provodi / ne provodi prema zacrtanim ciljevima?

- Turistička zajednica Opatije ima/nema izgrađen sustav transparentnosti informiranja i kontrole?

Prva faza istraživanja obuhvaća snimak postojećeg stanja u turističkim destinacijama Kvarnera u čijem sustavu je analizirana i Opatija analizom na četiri razine i to:

- Turisti,
- Stanovništvo,
- Iznajmljivači soba i apartmana,
- Menadžment turističke destinacije.

Što se želi dobiti anketnim istraživanjem?

Kod turista:

- Ocjena ponude turističke destinacije,
- Motivi dolaska turista,
- Učestalost vraćanja u destinaciju,

Kod menadžmenta turističke destinacije:

- Ocjena ponude turističke destinacije od strane menadžmenta
- Obrazovna i starosna struktura menadžmenta
- Odnos menadžmenta tur. destinacije prema strateškim razvojnim dokumentima destinacije
- Ocjena vlastitog stava prema nekim pojavama u destinaciji
- Odnos menadžmenta prema pojavama u okruženju vezanim na prihvatni potencijal kao i ekološka ograničenja

Kod stanovništva:

- Stav prema turističkoj ponudi destinacije
- Stav prema turizmu u destinaciji
- Stav prema pojavama u okruženju vezanim na prihvatni potencijal i ekološka ograničenja.

Kod iznajmljivača soba i apartmana:

- Ocjena ponude turističke destinacije
- Stav prema turizmu u destinaciji
- Postotak vraćanja starih gostiju
- Stav iznajmljivača prema pojavama u okruženju vezanim na prihvatni potencijal i ekološka ograničenja

Cilj ovog istraživanja u kojem je definirano područje istraživanja i utvrđeni su prioriteti, dinamika i načini suradnje s nosiocima turističke politike, stvoriti solidnu osnovu za komparativnu analizu svake turističke destinacije u prostoru i vremenu tj. da se svaka destinacija može usporediti s ostalim destinacijama, ali i svake godine i sa samom sobom u kvaliteti svoje turističke ponude.

Glavni cilj istraživanja projekta "Turistička regionalizacija u globalnim procesima" je dobivanje pouzdanih i aktualnih osnovnih kvantitativnih i kvalitativnih informacija o stavovima turista, stanovništva, iznajmljivača i turističkog menadžmenta o turističkoj ponudi Kvarnera i njegovih destinacija. Dobiveni rezultati istraživanja pomoći će u utvrđivanju obilježja turističke ponude destinacije, te kontinuiranom praćenju trendova u duljem vremenskom razdoblju.

Osnovni instrument prikupljanja podataka u ovom istraživanju bili su upitnici, tiskani na jednom arku papira, i to na hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku. Pripremljene su četiri različite vrste upitnika i to za turiste, stanovništvo,

iznajmljivače i turistički menadžment. Prvi dio upitnika sadrži pitanja specifična za pojedinu grupu ispitanika, dok je drugi dio upitnika (ispitivanje zadovoljstva elementima turističke ponude) istovjetan za sve grupe ispitanika, kako bi se temeljem odgovora izradila komparativna analiza zadovoljstva elementima turističke ponude za Kvarner i pojedine destinacije.

U prikupljanju podataka korištena je većim dijelom metoda osobnog intervjuiranja, a manjim dijelom metoda samopopunjavanja anketnog upitnika. Terenski dio ispitivanja, anketiranje ispitanika, proveli su posebno instruirani studenti Fakulteta za turistički i hotelski menadžment Opatija. U istraživanju je učestvovalo 80 anketara. Svaki od anketara dobio je posebne upute u kojima su bile naznačene kvote ispitanika po vrstama anketa, destinacijama, nacionalnostima i vrsti smještajnog kapaciteta.

Anketiranje stanovništva, iznajmljivača i turističkog menadžmenta se odvijalo u razdoblju od 15. svibnja do 15. srpnja 2003. godine, dok se anketiranje turista odvijalo u razdoblju od 15. lipnja do 15. rujna 2003. godine. Ispitivanje turista je na taj način obuhvatilo, osim sezonskih mjeseci (srpanj i kolovoz), još i predsezonsko i posezonsko razdoblje (lipanj i rujan).

Istraživanje je provedeno u deset destinacija Kvarnera i to: Novom Vinodolskom, Opatiji, Lovranu, Rijeci, Rabu, Baški, Ičićima, Mošćeničkoj Dragi, Loparu i Gorskom Kotaru (Delnice, Fužine, Lokve). Rezultati istraživanja objavljeni su u cijelini u časopisu *Tourism & Hospitality Management* - Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, br. 1/2004.

ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE OPATIJE

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže destinacije Opatija, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 5), svih ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo, iznajmljivači, turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama, a dobiveni rezultati se mogu rangirati kako slijedi:

Rang prvi:	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (\bar{x} 3,90)
Rang drugi:	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (\bar{x} 3,54)
Rang treći:	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (\bar{x} 3,28)
Rang četvrti:	SADRŽAJI (\bar{x} 3,15)
Rang peti:	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (\bar{x} 3,11)

Svi ispitanici destinacije Opatija su prirodne resurse razvrstane u skupinu "PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ" locirali na prvo mjesto s prosječnom ocjenom 4,08. Treba naglasiti da su ocjene turista (4,16) i menadžmenta (4,08) znatno više od ocjena stanovništva (3,61) iznajmljivača (3,75). Za pretpostaviti je da su i iznajmljivači i domicilno stanovništvo svjesni "udara" na ove prirodne resurse, što dovodi do njihove drugačije percepcije u odnosu na onu koju imaju turisti, a svjesni činjenice da se prirodni resursi još uvijek ne valoriziraju dovoljno. Najvišu ocjenu u ovoj skupini dao je turistički menadžment ljepoti krajolika (4,67), čime se slažu i ostali ispitanici, no sa nešto nižom ocjenom (4,25 - 4,32). Slijedi ocjena također turističkog menadžmenta za zdravu klimu u destinaciji (4,40), čime se slažu i ostali ispitanici ali sa nižim ocjenama

(turisti 4,25; stanovništvo 3,95; iznajmljivači 3,85;). Najlošiju ocjenu prirodnim elementima turističke ponude dalo je stanovništvo elementu kvalitete mora (2,86), iako drugi ispitanici nisu takvog mišljenja, pošto je ocjena koju su dali turisti 4,02, turistički menadžment 3,44 i iznajmljivači 3,15.

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 3,54. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (4,13), slijedi turistički menadžment (3,59), dok su iznajmljivači i stanovništvo znatno kritičniji (3,07 - 3,37). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti znanju stranih jezika zaposlenih u turizmu (4,16), što je znatno više od ocjena u drugim destinacijama i od prosjeka Kvarnera. Slično su kategorizirali i ljubaznost zaposlenih u turizmu (4,15), dok je domicilno stanovništvo po njihovoj ocjeni nešto manje ljubazno (4,09). Najlošiju ocjenu u ovoj skupini dalo je stanovništvo ljubaznosti zaposlenim u turizmu (2,97), što bitno odstupa od stavova turista. Stanovništvo je i inače kritičnije po svim elementima, dok su ostali ispitanici dali dosta ujednačene ocjene svim istraživanim elementima (iznajmljivači 3,22 - 3,50; turistički menadžment 3,33 - 3,86).

Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata "PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST", a prosječnom ocjenom od 3,28. I u ovoj su skupini ocjene turista više od prosjeka (3,8), stavovi iznajmljivača i turističkog menadžmenta su izjednačeni (3,23), a stanovništvo je najkritičnije (2,86). I u ovoj je destinaciji u ovoj skupini elemenata najviša ocjena dobivena od turista za "osobnu sigurnost i zaštitu" (4,02), iako su i druge kategorije ispitanika dale ovom elementu relativno visoku ocjenu (3,23 - 3,84). Slijedi ocjena turista kategoriji kvalitete turističkog obilježavanja (3,86) i personality destinacije (3,80) iako ni ostale ocjene turista značajnije ne odstupaju (3,71 - 3,79), što ukazuje da su ocjene dobivene za ovu destinaciju nešto povoljnije od prosjeka Kvarnera. Najlošiju ocjenu među elementima turističke ponude dao je turistički menadžment za dostupnost turističkim informacijama (2,23), nad čime se svakako treba zabrinuti, pošto je ta kategorija relativno nisko ocijenjena i od strane drugih ispitanika (2,57 - 3,72). Nameće se općeniti zaključak, da su više ocijenjene zahtjevnije kategorije (sigurnost, personality...), a da se na manje zahtjevnim elementima bodovi gube (dostupnost turističkih informacija....) što nameće potrebu uvođenja bolje organizacije i koordinacije na lokalnoj razini.

Elementi turističke ponude predstavljani skupinom "SADRŽAJI", na način da su se odvojeno sagledavali asortiman i kvaliteta ponude razvrstani su na četvrto mjesto, što nikako nije zadovoljavajuće, ali su pozicionirani bolje od prosjeka Kvarnera, gdje je uglavnom ova skupina pozicionirana na zadnjem mjestu tj. na rangu 5. Dakle, s prosječnom ocjenom 3,15 sadržaji su pozicionirani bolje, ali ne i dovoljno dobro s obzirom na slavnu prošlost Opatije, te s obzirom na njene stvarne mogućnosti. No i ovdje su turisti dali znatno više ocjene od prosjeka (3,81), najkritičnije je stanovništvo, a iznajmljivači (3,08) i turistički menadžment (3,06) su dosta izjednačeni u ocjeni sadržaja. U ovoj su skupini najvišu ocjenu dali turisti mogućnosti izleta u okolinu (4,29), kvaliteti objekata za prehranu (4,12) i smještaj (4,10), kao i ponudi turističkih agencija (4,06). Nisu posebno kritični ni prema jednom elementu navedenom u ovoj skupini (3,42 - 3,90), što bi trebalo biti poticajno za proširenje asortimana i daljnje podizanje kvalitete ponude. Najlošija ocjena je dodijeljena od strane stanovništva (1,96) za kvalitetu zabavnog sadržaja, no ništa nisu manje kritični prema ponudi sadržaja za djecu (1,99), ponudi zabavnih i sportskih sadržaja (2,07), ponudi zdrave

hrane (2,14), kao i vezano za ponudu kulturnih događaja (2,33). Turistički menadžment i iznajmljivači su nešto umjereniji i u kritikama i u pohvalama. Ovako drastično izražene razlike zahtijevaju daljnja istraživanja, koja bi ukazala na njihove stvarne uzroke, jer je to pretpostavka da se isti otklone.

Elementi razvrstani u skupinu "ORGANIZIRANOST DESTINACIJE" zauzeli su u ovoj destinaciji posljednje, peto mjesto s prosječnom ocjenom 3,11. I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više od prosjeka (3,69), slijedi turistički menadžment (3,11), zatim iznajmljivači (3,04), a najkritičnije je domicilno stanovništvo (2,61). Najvišu ocjenu svih ispitanika su u ovoj skupini dobili PARKOVI (3,52 - 4,22), na način da su iznajmljivači (4,22) tu kategoriju ocijenili nešto više od turista (4,21). Slijedi po ocjeni turista održavanje javne rasvjete (4,13), dostatnost i održavanje šetnica (4,08), te čistoća destinacije (4,07), što su izrazito visoke ocjene za elemente Pete kategorije. Na razvrstavanje u rang Pete kategorije utjecale su pretežito izrazito niske ocjene velikog problema Opatije, a to je dostupan parkirališni prostor i organizacija lokalnog i dostupnost zračnog prometa (2,13 - 2,62) u čemu su i turisti najkritičniji (2,65 - 3,31). No stanovništvo to osjeća više i dublje, pa je dalo izrazito niske ocjene nedostatku dostupnog parkirališnog prostora (1,44), vezama sa zračnom lukom (1,88), uređenosti plaža i gužvama na plažama (1,95), dok je u ocjeni organizacije lokalnog prometa (2,11) bilo malo tolerantnije. Sličnog su mišljenja i druge ispitivane skupine.

Temeljem navedenog može se donijeti sljedeća sumarna ocjena. Zadovoljstvo elementima turističke ponude analizirano je za Opatiju kroz promatranje pet grupiranih obilježja ponude i to kroz (1) resursnu osnovu, (2) turističke sadržaje destinacije, (3) organiziranost destinacije, (4) prepoznatljivost, sigurnost, informiranost, te kroz (5) kvalitetu stanovništva i zaposlenih. U tablicama su vidljiva sva obilježja ponude usporediva međusobno po destinacijama, ali isto tako i po grupama ispitanika (turisti, stanovništvo, iznajmljivači soba i apartmana te turistički menadžment). Izračunata je i u prethodnom tekstu prezentirana konačna prosječna ocjena zadovoljstva svih grupa ispitanika po pojedinim elementima ponude, kao i rang odnosno ocjena ponude svake turističke destinacije u okviru destinacije Kvarner.

Na nivou destinacije Opatija najvišom prosječnom ocjenom zadovoljstva (3,9) ocjenjena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom "resursna osnova" u koji ubrajamo zdravu klimu, ljepotu krajolika, očuvani okoliš i kvalitetu mora. Po ovoj grupi elementa Opatija je ocijenjen niže od prosječne ocjene utvrđene za destinaciju Kvarner. Druga po visini ocjene je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom "kvaliteta stanovništva i zaposlenih" u koju ubrajamo: ljubaznost domicilnog stanovništva; ljubaznost zaposlenih u turizmu i znanje jezika zaposlenih u turizmu sa relativno dobrom prosječnom ocjenom od 3,54. Po ovom se elementu Opatija nalazi nešto ispod prosječne ocjene dobivene za Kvarner (3,59).

Na trećem mjestu po rangu zadovoljstva (3,28) dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom "prepoznatljivost sigurnost, informiranost". Ova grupa je u prosjeku također na nivou ocjene date za Kvarner (3,27). Unutar te grupe, element ponude "dostupnost turističkim informacijama" (info-uredi, punktovi i sl.) dobiva ocjene ispod tri, što se boljom organizacijom može eliminirati i u kratkom roku. Na četvrtom mjestu je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom "turistički sadržaji destinacije", odnosno njihov asortiman i kvaliteta. Ocjenom ispod ocjene 3 dobilo je 5 od 19 elemenata i to: sadržaji za djecu, ponuda i kvaliteta zabavnog sadržaja, ponuda i kvaliteta sportskog sadržaja, ponuda zdrave hrane.

Na zadnjem (petom) mjestu sa prosječnom ocjenom 3,11, sa nešto nižim prosjekom od Kvarnera (3,12), ali i za najvećim odstupanjima zabilježenim unutar jedne grupe je grupa elemenata ponude pod zajedničkim nazivom "organiziranost destinacije". Unutar ovih elemenata najlošije je ocijenjena dostupnost parkirališnog prostora, zadovoljstvo organizacijom i sadržajem zračne luke i organizacijom lokalnog prometa. Izraženo je nezadovoljstvo sa uređenošću plaža i brojnošću kupača na plažama. Njima nasuprot stoje veoma visoke ocjene (iznad 4) za uređenost parkova, šetnica, održavanje javne rasvjete, čistoći destinacije i drugo. Za ostale elemente ponude možemo smatrati da dobivaju prolaznu i zadovoljavajuću ocjenu (preko 3).

Ukupna ocjena turističke ponude Opatije svodi se na visoko zadovoljstvo resursnom osnovom tj. prirodnim atrakcijama, dok su najlošije ocijenjeni elementi koji čine sadržaj ponude i organiziranost destinacije. Poseban naglasak treba staviti na nezadovoljstvo ispitanika ukupnom ponudom i kvalitetom zabavnih i sportskih sadržaja, kao i sadržaja za djecu, ali i ponude zdrave hrane. 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.

TOP / +10 (Opatija)	
• ZDRAVA KLIMA	4,11
• LJETOPA KRAJOLIKA	4,38
• UREĐENOST PARKOVA	4,01
• OČUVANOST OKOLIŠA	3,74
• LJUBAZNOST DOMICILNOG STANOVNIŠTVA	3,66
• DOSTATNOST I ODRŽAVANJE ŠETNICA	3,59
• PERSONALITY OPATIJE	3,54
• ČISTOĆA OPATIJE	3,50
• ZNANJE STRANIH JEZIKA	3,50
• LJUBAZNOST ZAPOSLENIH U TURIZMU	3,46
KVALITETA MORA NA 26. MJESTU /OCJENA 3,37/	

TOP / -10 (Opatija)	
• DOSTUPAN PARKIRALIŠNI PROSTOR	2,13
• UREĐENOST PLAŽA	2,50
• KVALITETA ZABAVNOG SADRŽAJA	2,60
• OČUVANOST OKOLIŠA	3,74
• ORGANIZACIJA I SADRŽAJI ZRAČNE LUKE	2,61
• ORGANIZACIJA LOKALNOG PROMETA	2,62
• KVALITETA SPORTSKOG SADRŽAJA	2,68
• SADRŽAJI ZA DJECU	2,72
• BROJNOST KUPAČA NA PLAŽAMA	2,77
• PONUDA ZABAVNOG SADRŽAJA	2,81
• DOSTUPNOST TURIST. INFORMACIJA	2,91

UGROŽENOST KVARNERA INDUSTRIJSKIM RAZVOJEM

Modalitet	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički Menadžment	Prosjek
DA	68,4	51,2	88,9	68,5
NE	31,6	41,8	11,1	31,5

UGROŽENOST NEKONTROLIRANOM IZGRADNjom APARTMANA I STANOVA

Modalitet	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički Menadžment	Prosjek
DA	59,7	61,0	86,8	64,3
NE	40,3	39,0	13,2	35,7

DNEVNA POTROŠNJA U DESTINACIJI OPATIJA

	<i>EUR-a dnevno po osobi</i>
• MANJE OD 30	27,6%
• 30 – 50	43,5%
• 50 – 100	16,4%
• VIŠE OD 100	12,5%

Tablica 1. Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Opatija

R br	Elementi turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljiva- či	Turistički menadž.	Prosječno zadovolj. po elemen.
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Zdrava klima u destinaciji	4,25	3,95	3,85	4,40	4,11
24	Ljepota krajolika	4,32	4,25	4,28	4,67	4,38
25	Očuvanost okoliša	4,03	3,39	3,71	3,82	3,74
26	Kvaliteta mora	4,02	2,86	3,15	3,44	3,37
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,16	3,61	3,75	4,08	3,9
	SADRŽAJI					
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,90	2,74	3,38	3,35	3,34
27	Sadržaji za djecu	3,52	1,99	2,41	2,95	2,72
31	Ponuda kulturnih događaja	3,63	2,33	2,85	3,35	3,04
33	Ponuda zabavnog sadržaja	3,42	2,07	2,74	3,01	2,81
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,42	1,96	2,46	2,55	2,6
35	Ponuda sportskog sadržaja	3,43	2,07	2,39	2,83	2,68
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,67	2,27	2,48	2,87	2,82
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,88	2,75	3,38	2,82	3,21
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,89	2,88	3,39	2,87	3,26
39	Ponuda za nautičare	3,87	2,96	3,29	2,56	3,17
40	Kvaliteta ponude za nautičare	3,82	2,95	3,25	2,59	3,15
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	4,06	3,23	3,41	3,30	3,5
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifest.	3,76	2,87	3,42	3,44	3,37
43	Kvaliteta smještajnog objekta	4,10	3,04	3,54	3,53	3,55
44	Kvaliteta objekata za prehranu	4,12	3,07	3,32	3,58	3,52
45	Ponuda zdrave hrane	3,90	2,14	2,51	2,74	2,82
46	Kvaliteta kongresne ponude	3,89	3,41	3,73	3,15	3,55
47	Mogućnost izleta u okolinu	4,29	3,31	3,42	3,24	3,57
48	Odnos cijena i kvalitete	3,75	2,26	3,08	3,46	3,14
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,81	2,65	3,08	3,06	3,15
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna povezanost destinacije	3,69	2,55	3,18	2,63	3,01
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	3,31	1,88	2,58	2,67	2,61
7	Organizacija lokalnog prometa	3,21	2,11	2,37	2,78	2,62
8	Dostupni parkirališni prostor	2,65	1,44	1,76	2,68	2,13
15	Čistoća destinacije	4,07	3,07	3,41	3,60	3,54
16	Urbana skladnost i uredenost	3,91	3,03	3,39	3,44	3,44
17	Dostatnost i održavanje šetnica	4,08	3,32	3,48	3,48	3,59
18	Održavanje javne rasvjete	4,13	3,25	3,85	3,21	3,61
19	Uredenost parkova	4,21	4,07	4,22	3,52	4,01
20	Uredenost pročelja fasada	3,80	2,51	3,15	3,23	3,17
22	Uredenost plaža	3,59	1,95	2,03	2,44	2,5
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	3,55	1,95	2,79	2,77	2,77
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,77	2,49	3,02	3,54	3,21
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,64	2,86	3,36	3,56	3,36
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,69	2,61	3,04	3,11	3,11

PREPOZDATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
9	Dostupnost turističkim informacijama	3,72	2,57	3,13	2,23	2,91
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	3,86	2,68	3,07	3,19	3,2
11	Prepoznatljivost destinacije	3,71	2,77	3,25	2,45	3,05
12	Personality destinacije	3,80	2,98	3,78	3,58	3,54
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,73	2,99	3,13	3,69	3,39
14	Prepoznatlj. smješt. objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,79	2,74	3,03	3,65	3,3
28	Osobna sigurnost i zaštita	4,02	3,31	3,23	3,84	3,6
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,8	2,86	3,23	3,23	3,28
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,09	3,19	3,50	3,86	3,66
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,15	2,97	3,38	3,33	3,46
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,16	3,04	3,22	3,58	3,5
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,13	3,07	3,37	3,59	3,54

Ljestvica ocjena: 1 – jako nezadovoljan, 2 – nezadovoljan, 3 – niti zadovoljan, niti nezadovoljan, 4 – zadovoljan, 5 – jako zadovoljan, 6 – ne mogu ocijeniti

UKUPNA OCJENA KVALITETE PONUDE DESTINACIJE OPATIJA /TURISTI/

- | | | | |
|-------------------------------|-------|--|---|
| • Najniža kvaliteta ponude | 0,5% | | |
| • Slaba kvaliteta ponude | 6,2% | | ← |
| • Osrednja kvaliteta ponude | 25,5% | | |
| • Vrlo dobra kvaliteta ponude | 46,6% | | |
| • Odlična kvaliteta ponude | 21,2% | | |

UMJESTO ZAKLJUČKA

- ✓ Destinacija Opatija ima komparativne prednosti u kvaliteti svoje resursne osnove, te prioritet razvojne politike mora biti održanje i očuvanje tog prirodnog resursa
- ✓ Ponuda i kvaliteta turističkih usluga još je uvijek nedostatna što umanjuje konkurentnost destinacije
- ✓ Opatija kao turistička destinacija dobila je odgovor koliko se njezina ponuda razlikuje od drugih, da li je bolja ili lošija i koje su joj konkurentske prednosti
- ✓ Stvoren je model za praćenje zaštite i očuvanja okoliša Opatije, pod uvjetom nastavka praćenja stanja na terenu
- ✓ Destinacija Opatija mora pristupiti izradi studije o izračunu svog prihvatnog potencijala
- ✓ Destinacija Opatija mora pristupiti radikalnijim mjerama za rješavanje parkirališnog prostora i organiziranosti lokalnog prometa
- ✓ TZ Opatijepokazuje da uloženi naponi na izgradnji sustava informacija daju rezultate, s time da je taj sustav moguće i potrebno stalno unapređivati i dorađivati
- ✓ Restriktivna politika zaštite prostora došla je u pitanje, te je opravdana bojazan ispitanika oko ugroženosti resursne osnove.
- ✓ Razvoj javnog menadžmenta i menadžmenta turističke destinacije Opatije je presudni činitelj ukupnog turističkog razvoja
- ✓ Politika decenarlizacije i oblikovanja sadržaja traži uključivanje svih sudionika
- ✓ Stvara se čvršća veza između menadžmenta turističke destinacije Opatije i Fakultata za turistički i hotelski menadžment iz Opatija
- ✓ Za realnost ocjene kvalitete turističke ponude Opatije izvršena je usporedba sa svim destinacijama Kvarnera /vidi rezultate objavljenog istraživanja/
- ✓ Radi usporedbe i izvođenja kvalitetnih zaključaka, kao i radi kvalitetnog upravljanja destinacijom Opatija, istraživanje treba provoditi kontinuirano, te stvoriti solidnu bazu podataka za vođenje turističke politike opatije.
- ✓ Kvaliteno upravljanje Opatijom, mora počivati na kvalitetnom istraživanju, jer Opatija će samo takvim upravljanjem stvarati uvjete da dostigne ambiciozian ali realan cilj - postati prestižna destinacija Mediterana.