

## 2. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA STAVOVA TURISTA O TURISTIČKOJ PONUDI KVARNERA I NJEGOVIH DESTINACIJA

U nastavku će se prikazati rezultati istraživanja na cijelom skupu ispitanika (za sve destinacije), te po pojedinim destinacijama u kojima je izvršeno ispitivanje turista. Rezultati će se prikazati tabelarno i grafički, dok se u popratnom tekstu ističu samo glavni rezultati istraživanja, dobiveni ispitivanjem turista u deset destinacija (Novi Vinodolski, Opatija, Lovran, Rijeka, Rab, Baška, Ičići, Mošćenička Draga, Lopar, Gorski Kotar – Delnice, Fužine, Lokve). Usporedne tablice nalaze se u prilogu.

### 2.1. SOCIO-DEMOGRAFSKI PROFIL TURISTA

Sociodemografski profil turista opisuje se uz pomoć sljedećih varijabli: zemlja porijekla, spol ispitanika, starosna dob, zanimanje, obrazovanje. Rezultati se prikazuju tabelarno ili putem odgovarajućih grafikona, dok se u popratnom tekstu ističu samo glavni rezultati istraživanja, te eventualna odstupanja.

#### 2.1.1. Zemlja porijekla turista

U promatranom razdoblju, u destinaciji je boravilo više stranih, nego domaćih turista. Većinu turista (84,4%) čine strani turisti, dok samo 15,6% čine domaći turisti. Najveći broj stranih turista dolazi iz Njemačke ((33,5%), zatim iz Italije (18,8%), te iz Nizozemske (13,5%). 18,7% gostiju dolazi iz ostalih europskih zemalja (Slovenija, Češka, Slovačka, Mađarska, Poljska, Austrija, Francuska, Izrael, SAD).

Tablica 2-1. Zemlja porijekla turista

Zemlja	%
Hrvatska	15,6
Njemačka	33,5
Italija	18,8
Slovenija	2,5
Češka	3,8
Slovačka	0,1
Mađarska	6,0
Poljska	4,8
Austrija	13,5
Nizozemska	0,8
Izrael	0,3
Francuska	0,1
SAD	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

### 2.1.2. Starosna dob turista

U ovom istraživanju zabilježen je najveći broj turista u dobi od 36 do 45 godina starosti (21,8%), uz podjednak broj mlađih turista (39,4%) i starijih turista (38,7%). Dakle, može se zaključiti, da je u promatranom vremenskom razdoblju i promatranim destinacijama, boravila mlađa dobna skupina ispitanika (mlađi od 45 godina – 61,2%). Prosječna starosna dob turista u promatranom uzorku je oko 40 godina.

Tablica 2-2. **Starosna dob turista**

Starosna dob	(%)
16 – 25	18,8
26 – 35	20,6
36 – 45	21,8
46 – 55	13,8
56 – 65	12,8
65 i više	12,1
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

### 2.1.3. Spol turista

Među ispitanicima je bilo nešto više žena (50,5%), nego muškaraca (49,5%).

Tablica 2-3. **Spol turista**

Spol	(%)
Muški	49,5
Ženski	50,5
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

### 2.1.4. Zanimanje turista

Najveći broj turista bili su umirovljenici (19,8%), zatim radnici (18%), zaposlenici koji se bave administrativnim poslovima (16,3%), te na četvrtom mjestu studenti/učenci (15,5%). Najmanji broj turista otpada na nezaposlene osobe, svega 2,7% turista.

Tablica 2-4. **Zanimanje turista**

<b>Zanimanje</b>	<b>(%)</b>
Privatni poduzetnik	12,7
Menadžer	6,7
Administracija	16,3
Tehnički poslovi	8,3
Radnik	18,0
Student/učenik	15,5
Umirovljenik	19,8
Nezaposlen	2,7
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

### 2.1.5. **Obrazovanje turista**

Polovica ispitanika ima srednjoškolsko obrazovanje (48,4%), slijedi udio turista koji su završili višu školu ili fakultet (36%), dok svega 6,7% turista ima magisterij ili doktorat. Može se zaključiti da u destinaciju dolaze turisti s niskim stupnjem obrazovanja.

Tablica 2-6. **Obrazovanje turista**

<b>Obrazovanje</b>	<b>(%)</b>
Osnovna škola	8,8
Srednja škola	48,4
Viša ili fakultet	36,0
Magisterij ili doktorat	6,7
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

## 2.2. **MOTIV I NAČIN DOLASKA U DESTINACIJU**

U ovoj cjelini objedinjeni su pokazatelji, koji govore o motivima i načinu dolaska turista na Kvarner i pojedine destinacije i to: motivi dolaska turista, motivi za dolazak izvan glavne sezone, mjesec posjete destinaciji, ponovni dolazak u destinaciju, odabir destinacije, oblik prijevoza, te organizacija turističkog putovanja.

### 2.2.1. **Motiv dolaska turista**

Odmor i relaksacija (54,6%) predstavlja glavni motiv dolaska turista u destinaciju. Na rang ljestvici slijedi grupa motiva približno podjednake

motivacijske snage: zabava i novi doživljaji (14%), provesti vrijeme s obitelji (12%), te ljepota prirode i krajolika (11,4%).

Tablica 2-5. **Motiv dolaska turista**

<b>Motiv dolaska</b>	<b>%</b>
Odmor i relaksacija	54,6
Provesti vrijeme s obitelji	12,0
Zabava i novi doživljaji	14,0
Ljepota prirode i krajolika	11,4
Kulturni sadržaj	0,4
Sportski sadržaj	0,4
Zdravstveni sadržaj	0,9
Posao i/ili kongresi	2,2
Hobi	1,4
Posjet rodbini ili prijateljima	1,7
Dobra hrana i piće	0,6
Ostalo	0,6
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

### 2.2.2. Motiv dolaska izvan glavne sezone

Na putovanje u Primorsko goransku županiju izvan glavne sezone najčešće motivira ljepota prirode (47,1%), te mir i dobra klima (31,2%). Ostali razlozi zbog kojih turisti najčešće dolaze izvan glavne sezone su: kulturna zbivanja, poslovni razlozi, sportska zbivanja, te niže cijene.

Tablica 2-6. **Motiv dolaska turista izvan sezone**

<b>Motivi dolaska</b>	<b>%</b>
Ljepota prirode	47,1
Mir i dobra klima	31,2
Kulturna zbivanja	1,7
Poslovni razlozi	4,4
Sportska zbivanja	2,0
Niže cijene	8,9
Ostalo	4,7
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

### 2.2.3. Mjesec posjete destinaciji

Turisti najčešće posjećuju destinaciju za vrijeme glavne sezone, u srpnju (16,7%) i kolovozu (48,5%), dok u predsezoni i posezoni manje. U travnju,

svibnju i lipnju, destinaciju je posjetilo 12,4% turista, dok je u rujnu mjesecu destinaciju posjetilo 22% gostiju.

Tablica 2-7. **Mjesec posjete destinaciji**

Mjesec	%
Prvi mjesec	0,1
Četvrti mjesec	0,1
Peti mjesec	0,5
Šesti mjesec	11,8
Sedmi mjesec	16,7
Osmi mjesec	48,5
Deveti mjesec	22,2
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

#### 2.2.4. Broj posjeta destinaciji

Tablica 2-8. **Broj posjeta destinaciji**

(%)

Broj posjeta	Kvarner-prosjek (%)	NOVI VINODOLSKI	OPATIJA	LOVRAN	RIJEKA	RAB	BAŠKA	IČIĆI	MOŠČENIČKA DRAGA	LOPAR	GORSKI KOTAR
<i>prvi put</i>	44	45	50	43	33	42	57	66	31	35	21
<i>2 – 5 puta</i>	33	39	35	27	31	32	23	17	33	43	21
<i>više od 5 puta</i>	23	16	15	30	36	26	20	17	36	22	58
<b>TOTAL</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Većina turista (44%) posjećuje Primorsko goransku županiju prvi put, dok je 56% turista posjetilo destinaciju više od 2 puta. U svim promatranim destinacijama, osim u Loparu, većina turista posjećuje destinaciju prvi put.

## 2.2.5. Ponovni dolazak u destinaciju

Tablica 2-9. **Ponovni dolazak u destinaciju**

(%)

Ponovni dolazak	Kvarner- prosjek (%)	NOVI VINODOLSKI	OPATIJA	LOVRAN	RIJEKA	RAB	BAŠKA	IČIĆI	MOŠČENIČKA DRAGA	LOPAR	GORSKI KOTAR
<i>Da</i>	70	62	66	72	83	76	63	33	77	60	100
<i>Ne</i>	5	10	6	4	3	3	2	0	4	9	0
<i>Ne znam</i>	25	28	28	24	14	21	35	67	19	31	0
<b>TOTAL</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Najveći broj turista (70%) ima namjeru ponovno posjetiti destinaciju, što svjedoči o vjernosti određenog segmenta turista. Manjina turista, tj. 25% turista još nije odlučilo o ponovnom dolasku. Samo 5% turista nema namjeru ponovno posjetiti destinaciju.

U većini promatranih destinacija, osim u Ičićima, turisti imaju namjeru ponovno posjetiti destinaciju. Gorski Kotar ima namjeru ponovno posjetiti čak 100% turista.

## 2.2.6. Odabir destinacije

Tablica 2-10. **Odabir destinacije**

(%)

Odabir destinacije	Kvarner- prosjek (%)	NOVI VINODOLSK	OPATIJA	LOVRAN	RIJEKA	RAB	BAŠKA	IČIĆI	MOŠČENIČ KA DRAGA	LOPAR	GORSKI KOTAR
<i>Preporuka prijatelja ili rođaka</i>	53	54	37	50	39	39	59	42	61	71	79
<i>Turistički sajam</i>	6	9	7	4	6	7	2	0	4	5	0
<i>Internet</i>	8	6	5	8	0	13	23	0	7	5	7
<i>Turističke agencije</i>	20	22	39	8	25	15	7	42	7	6	7
<i>Ostalo</i>	13	9	12	30	30	6	9	16	21	13	7
<b>TOTAL</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Preporuke i iskustva prijatelja ili rođaka (53%) su najčešće korišteni izvor podataka, tim prije što je za mnoge posjetitelje destinacija potpuno nepoznata, pa je i vlastito iskustvo skromno. U potrazi za informacijama često su konzultirane turističke agencije (20%), Internet (8%), turistički sajmovi (6%).

U svim promatranim destinacijama, osim u Opatiju, turisti su došli na preporuku prijatelja ili rođaka. U Opatiju je većina turista došla organizirano, putem agencije (39%). U Ičićima su turisti došli ili na preporuku prijatelja ili rođaka (42%) ili preko turističke agencije (42%).

### 2.2.7. Oblik prijevoza

Analiziraju se turisti s obzirom na prijevozno sredstvo kojim su doputovali u destinaciju, kako bi se dobila što potpunija slika o obilježjima putovanja turista u destinaciju. Automobilski prijevoz predstavlja dominantan oblik, kada je riječ o dolasku u destinaciju Kvarner. Većina turista (68%) dolazi u destinaciju osobnim automobilom. Turisti rado koriste i autobus (24%) za dolazak u destinaciju. Najmanji broj turista (10%) dolazi u destinaciju vlakom, brodom, plovilom, avionom ili motociklom/biciklom.

Isti je slučaj i u svim promatranim destinacijama, gdje turisti dolaze osobnim automobilom, osim u Opatiju, gdje turiste dolaze češće autobusom (čak 57% turista).

Tablica 2-11. **Oblik prijevoza**

(%)

Prijevozno sredstvo	Kvarner-prosjek (%)	NOVI VINODOLSKI	OPATIJA	LOVRAN	RIJEKA	RAB	BAŠKA	IČIČI	MOŠČENIČKA DRAGA	LOPAR	GORSKI KOTAR
<i>Osobni automobil</i>	68	86	31	75	58	78	75	92	86	100	77
<i>Autobus</i>	24	11	57	8	42	17	22	0	7	0	15
<i>Vlak</i>	3	0	4	9	0	0	0	0	4	0	8
<i>Brod</i>	1	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0
<i>Plovilo (jahta, charter)</i>	1	0	3	0	0	1	0	0	0	0	0
<i>Avion</i>	1	0	2	7	0	0	0	0	1	0	0
<i>Motocikl/bicikl</i>	2	3	1	1	0	3	3	8	1	0	0
<b>TOTAL</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

## 2.2.8. Organizacija turističkog putovanja

Tablica 2-12. **Organizacija turističkog putovanja**

(%)

Organizacija putovanja	Kvarner-prosjek (%)	NOVI VINODOLSKI	OPATIJA	LOVRAN	RIJEKA	RAB	BAŠKA	IČIĆI	MOŠČENIČKA DRAGA	LOPAR	GORSKI KOTAR
<i>Individualno</i>	75	88	40	80	61	85	91	83	97	95	100
<i>Organizirano (posredstvom agencije)</i>	25	12	60	20	39	15	9	17	3	5	0
<b>TOTAL</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Ogromna većina turista (75%) organizira u vlastitoj režiji dolazak i smještaj u destinaciji. Samo 25% turista u destinaciju dolazi organizirano, tj. posredstvom agencije.

Putovanja u vlastitom aranžmanu su dominantan oblik organizacije putovanja u svim promatranim destinacijama, osim u Opatiji gdje više turista (60%) dolazi organizirano, posredstvom turističkih agencija, i to najčešće autobusom.

Očekivani je rezultat da turisti koji dolaze individualno koriste osobni automobil kao prijevozno sredstvo, dok oni koji dolaze organizirano često koriste autobus.

## 2.3. OCJENA KVALITETE PONUDE DESTINACIJE

Uz ocjenu ukupne kvalitete ponude destinacije u ovoj cjelini obrađeni su podaci o vrsti smještaja u destinaciji, broju ostvarenih noćenja u destinaciji, te dnevnoj potrošnji po osobi.



### 2.3.1. Smještaj u destinaciji

Tablica 2-13. **Smještaj u destinaciji**

(%)

Vrsta Smještaja	Kvarner- prosjek (%)	NOVI VINODOLSKI	OPATIJA	LOVRAN	RIJEKA	RAB	BAŠKA	IČIĆI	MOŠČENIČK A DRAGA	LOPAR	GORSKI KOTAR
<i>Hotel s 4 ili 5 zvjezdica</i>	16	0	46	10	6	9	5	0	0	9	0
<i>Hotel s 3 ili manje zvjezdica</i>	31	40	34	53	64	18	5	50	41	15	0
<i>Privatni smještaj</i>	22	30	11	10	0	41	25	0	24	13	36
<i>Odmaralište ili turističko naselje</i>	4	10	1	0	3	10	2	0	1	0	7
<i>Kamp</i>	23	20	3	23	27	18	61	25	31	63	14
<i>Privatno (rodbina/prijatelji)</i>	4	0	5	4	0	4	2	25	3	0	43
<b>TOTAL</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

U promatranom razdoblju, većina turista boravila je u hotelu s 3 ili manje zvjezdica. Osim toga, turisti su najčešće boravili u kampovima (23%), privatnom smještaju (22%), te hotelima s 4 ili 5 zvjezdica (16%). Samo mali broj njih je boravilo u odmaralištima ili turističkim naseljima (4%) ili privatno kod rodbine ili prijatelja (4%).

U svim promatranim destinacijama, osim u Rabu, Baški, Loparu i Gorskom Kotaru, turisti su najčešće boravili u hotelima s 3 ili manje zvjezdica. Na Rabu je većina turista boravila u privatnom smještaju (41%), dok su u Baški (61%) i Loparu (63%) turisti uglavnom boravili u kampu. Jedino je u Gorskom Kotaru, većina turista (43%) bila smještena privatno kod rodbine, ili prijatelja.

### 2.3.2. Boravak u destinaciji

Najveći broj turista koji dolazi u destinaciju boravi više od 4 noćenja (86%). Čak 40% njih, boravi više od 7 noćenja u destinaciji. Svega 13% gostiju boravi 1-3 noćenja, dok samo 1% turista je na proputovanju, te ne boravi u destinaciji.

U većini promatranih destinacija (Novi Vinodolski, Opatija, Lovran, Baška, Ičići i Gorski Kotar) turisti borave od 4 do 7 noćenja. U Mošćeničkoj Dragi,

Rabu i Loparu, turisti borave više od 7 noćenja. U Rijeci, najveći broj turista boravi 1 do 3 noćenja. U svim destinacijama je najmanji broj turista koji ne noće u destinaciji.

Tablica 2-14. **Broj noćenja turista**

(%)

Broj noćenja	Kvarner-prosjek (%)	NOVI VINODOLSKI	OPATIJA	LOVRAN	RIJEKA	RAB	BAŠKA	IČIĆI	MOŠČENIČKA DRAGA	LOPAR	GORSKI KOTAR
<i>bez noćenja</i>	1	0	1	4	3	1	2	0	0	0	0
<i>1 – 3 noćenja</i>	13	16	14	14	44	7	15	8	6	9	7
<i>4 – 7 noćenja</i>	46	56	52	49	31	43	53	58	39	30	50
<i>više od 7 noćenja</i>	40	28	33	35	22	49	30	34	55	61	43
<b>TOTAL</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

### 2.3.3. Dnevna potrošnja po osobi

Tablica 2-15. **Dnevna potrošnja turista po osobi**

(%)

Iznos u EUR-ima	Kvarner-prosjek (%)	NOVI VINODOLSKI	OPATIJA	LOVRAN	RIJEKA	RAB	BAŠKA	IČIĆI	MOŠČENIČKA DRAGA	LOPAR	GORSKI KOTAR
<i>manje od 30 EUR-a</i>	32	20	28	35	56	28	38	0	42	41	50
<i>30 - 50 EUR-a</i>	46	59	44	44	31	48	45	75	38	41	50
<i>50 – 100 EUR-a</i>	17	18	16	15	3	22	17	25	19	18	0
<i>više od 100 EUR-a</i>	5	3	12	6	10	2	0	0	1	0	0
<b>TOTAL</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Najveći broj turista (46%) u destinaciji Kvarner dnevno troši 30 do 50 EUR-a. Najmanji je broj onih (5%) koji troše više od 100 EUR-a dnevno.

Manje od 30 EUR-a dnevno troše turisti u sljedećim destinacijama: Rijeci, Mošćeničkoj Dragi. Manje od 50 EUR-a dnevno po osobi troše turisti u svim destinacijama.

### 2.3.4. Ocjena ukupne kvalitete ponude destinacije

Najveći broj turista (52,1%) ocjenjuje ukupnu kvalitetu ponude destinacije "vrlo dobrom", dok je 15,3% turista smatra "izvrsnom". Kvalitetu ponude destinacije, 26,6% turista, ocjenjuje osrednjom, dok 5,9% turista smatra da je kvaliteta ponude slaba ili najniža.

Tablica 2-16. **Ocjena ukupne kvalitete ponude destinacije**

Ocjena kvalitete	%
Najniža kvaliteta	1,0
Slaba kvaliteta	4,9
Osrednja kvaliteta	26,6
Vrlo dobra kvaliteta	52,1
Odlična kvaliteta	15,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

## 2.4. STAVOVI TURISTA O ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE KVARNERA

Ispitanici su ocjenjivali stupanj zadovoljstva s 49 elemenata turističke ponude Kvarnera i njezinih destinacija koje su uključene u istraživanje. Raspon ocjena je bio od 1 do 6 (1 – jako nezadovoljan, 2 – nezadovoljan, 3 – niti zadovoljan, niti nezadovoljan, 4 – zadovoljan, 5 – jako zadovoljan, 6 – ne mogu ocijeniti ). Elementi turističke ponude grupirani su u pet grupa: a) prostor, resursi i okoliš, b) sadržaji, c) organiziranost destinacije, d) prepoznatljivost, sigurnost i informiranost, e) stanovništvo i zaposleni.

U nastavku će se opisati stavovi turista o elementima turističke ponude Kvarnera, a zatim i svake promatrane destinacije zasebno.

### 2.4.1. Stavovi turista o elementima turističke ponude Kvarnera

Stav turista o elementima turističke ponude Kvarnera analiziran je temeljem prikupljenih 813 anketa po svim promatranim destinacijama. Prosječna ocjena zadovoljstva turista elementima turističke ponude Kvarnera iznosi 3.75. Iz prethodnog se može zaključiti da su turisti zadovoljni turističkom ponudom Kvarnera. Slijedi analiza zadovoljstva turista po pojedinim definiranim grupama.

**Tablica 2-17. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Kvarnera**

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ</b>						
1	Zdrava klima u destinaciji	783	4,50	0,71	1	1
24	Ljepota krajolika	774	4,45	0,82	2	2
25	Očuvanost okoliša	718	4,05	0,96	9,5	4
26	Kvaliteta mora	732	4,32	0,91	3	3
<b>SADRŽAJI</b>						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	699	3,72	0,88	23,5	7
27	Sadržaji za djecu	533	3,45	1,09	42,5	16,5
31	Ponuda kulturnih događaja	625	3,50	0,96	39	14
32	Kvaliteta kulturnih događanja	591	3,54	0,93	36	12
33	Ponuda zabavnog sadržaja	658	3,38	1,08	46	21
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	633	3,39	1,04	45	20
35	Ponuda sportskog sadržaja	558	3,43	1,60	44	18,5
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	539	3,45	0,94	42,5	16,5
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	429	3,43	1,00	40,5	18,5
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	401	3,49	1,02	40,5	15
39	Ponuda za nautičare	338	3,70	1,44	27	8
40	Kvaliteta ponude za nautičare	342	3,68	0,96	29,5	9
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	584	3,93	0,87	13	5
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	578	3,67	0,93	31	10
43	Kvaliteta smještajnog objekta	729	3,95	0,84	12	4
44	Kvaliteta objekata za prehranu	744	3,96	0,88	11	3
45	Ponuda zdrave hrane	644	3,74	0,97	20,5	6
46	Kvaliteta kongresne ponude	274	3,53	1,13	37,5	13
47	Mogućnost izleta u okolinu	672	4,07	0,86	7	2
48	Odnos cijena i kvalitete	757	3,64	0,90	33	11
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	510	4,23	0,85	5	1
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>						
5	Prometna povezanost destinacije	700	3,56	0,96	35	10
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	197	3,22	1,25	48	13
7	Organizacija lokalnog prometa	618	3,32	1,00	47	12
8	Dostupni parkirališni prostor	661	3,11	1,16	49	14
15	Čistoća destinacije	774	3,90	0,95	14,5	1,5
16	Urbana skladnost i uređenost	729	3,74	0,90	20,5	6
17	Dostatnost i održavanje šetnica	751	3,85	0,93	17	4
18	Održavanje javne rasvjete	748	3,83	0,91	18	5
19	Uređenost parkova	740	3,87	0,91	16	3
20	Uređenost pročelja fasada	753	3,68	0,86	29,5	9
22	Uređenost plaža	719	3,73	0,96	22	7
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	675	3,53	1,10	37,5	11
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	698	3,90	1,50	14,5	1,5
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	691	3,72	1,21	23,5	8
<b>PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIR.</b>						
9	Dostupnost turističkim informa. (info-uredi, punkтови itd.)	695	3,71	0,85	19	2,5
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	700	3,71	0,85	25	2,5
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	687	3,70	1,80	27	4,5
12	Personality destinacije	625	3,70	0,85	27	4,5
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	432	3,65	0,88	32	6
14	Prepozn. smješt. objek. dest. na Internetu i mogućnost rezer.	415	3,63	0,93	34	7
28	Osobna sigurnost i zaštita	709	4,06	1,72	8	1
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	772	4,27	0,86	4	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	786	4,21	0,85	6	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	752	4,05	0,90	9,5	3

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

### • **Prostor, resursi, okoliš**

Turisti su najzadovoljniji prirodnim resursima Kvarnera u odnosu na ostale elemente turističke ponude, što predstavlja dobru osnovu za daljnji razvoj održivog turizma. Najvišu ocjenu dobili su zdrava klima (4.50), ljepota krajolika (4.45) i kvaliteta mora (4.32), a visoko je ocjenjena i očuvanost okoliša (4.05). Prosječna ocjena zadovoljstva turista prirodnim elementima turističke ponude Kvarnera iznosi 4.33, što odražava izrazito zadovoljstvo turista.

### • **Sadržaji**

Turisti su ocijenili sadržaje turističke ponude Kvarnera relativno niskim ocjenama (najviša ocjena 4.23, najniža ocjena 3.38). Prosječna ocjena zadovoljstva turista ponudom turističkih sadržaja iznosi 3.66. Nacionalne parkove i parkove prirode (4.23), mogućnost izleta u okolinu (4.07) i kvalitetu objekata za prehranu (3.96), turisti su ocijenili najvišom ocjenom. Najmanjom ocjenom, turisti su ocijenili sljedeće elemente: ponudu sadržaja zdravstvenog turizma (3.43), ponudu sportskog sadržaja (3.43) i sadržaje za djecu (3.45).

### • **Organiziranost destinacije**

Skupina elemenata turističke ponude koja se odnosi na organiziranost destinacije ocjenjena je najmanjom ocjenom (3.64) u odnosu na prosjek. Turisti imaju najviše primjedbi na dostupan parkirališni prostor (3.11) i organiziranost i sadržaj zračne luke (3.22), dok su najzadovoljniji čistoćom destinacije (3.90) i radnim vremenom uslužnih djelatnosti (3.90).

### • **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

Ova skupina uključuje sedam elemenata turističke ponude. Turisti su zadovoljni prepoznatljivošću i sigurnošću destinacije, te informiranosti o turističkoj ponudi Kvarnera, što dokazuje i visoka prosječna ocjena (3.74). To dokazuje i visoke prosječne ocjene, kojom su turisti ocijenili osobnu sigurnost i zaštitu (4.06), dostupnost turističkim informacijama (3.71) i kvalitetu turističkog obilježavanja (3.71). Međutim, turisti smatraju da smještajni objekti destinacije na Internetu nisu dovoljno prepoznatljivi, kao i mogućnost rezervacije smještajnih kapaciteta (3.63).

### • **Stanovništvo i zaposleni**

Turisti su jako zadovoljni ljubaznošću domicilnog stanovništva (4.27), ljubaznošću zaposlenih u turizmu (4.21) i znanjem stranih jezika zaposlenih u turizmu (4.05). To dokazuje i prosječna ocjena elemenata ove skupine (4.18).

Tablica 2-18. **Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Kvarnera**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni		10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni	
1. Zdrava klima u destinaciji	4,50	1. Dostupni parkirališni prostor	3,11
2. Ljepota krajolika	4,45	2. Organizacija i sadržaj zračne luke	3,22
3. Kvaliteta mora	4,32	3. Organizacija lokalnog prometa	3,32
4. Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,27	4. Ponuda zabavnog sadržaja	3,38
5. Nacionalni parkovi i parkovi prirode	4,23	5. Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,39
6. Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,21	6. Ponuda sportskog sadržaja	3,43
7. Mogućnost izleta u okolinu	4,07	7. Kvaliteta sportskog sadržaja	3,45
8. Osobna sigurnost i zaštita	4,06	8. Sadržaji za djecu	3,45
9. Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,05	9. Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,49
10. Očuvanost okoliša	4,05	10. Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,49

Tablica 2-18 pokazuje s čime su turisti najviše, odnosno najmanje zadovoljni. Turisti su najviše zadovoljni zdravom klimom, ljepotom krajolika i kvalitetom mora. Posebno valja istaknuti zadovoljstvo turista "osobnom sigurnošću i zaštitom", jer je to danas, možda odlučujući element za dolazak turista u Hrvatsku općenito, a posebno na Kvarner. Osim toga, bitno je naglasiti da su turisti svih deset elemenata ocijenili ocjenom višom od četiri, što pokazuje da su turisti jako zadovoljni navedenim elementima turističke ponude.

Turisti su nezadovoljni sa svim onim što čini kvalitetu turističke ponude, a to je: dostupnost destinaciji i parkirališna infrastruktura, te sport, zabava i zdravstveni turizam, što suvremeni turist najviše traži.

Analiza po pojedinim destinacijama ukazuje na manje ili veće sličnosti i razlike u odnosu na analizirani prosjek. Rezultati analize prikazuju se u nastavku.

#### **2.4.2. Stavovi turista o elementima turističke ponude Novi Vinodolski**

U nastavku se analiziraju stavovi turista o elementima turističke ponude Novi Vinodolskog.

**Tablica 2-19. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude  
 Novi Vinodolski**

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ</b>						
1	Zdrava klima u destinaciji	78	4,60	0,54	1	1
24	Ljepota krajolika	79	4,59	0,74	2	2
25	Očuvanost okoliša	80	4,17	0,91	6,5	3,5
26	Kvaliteta mora	80	4,17	0,91	6,5	3,5
<b>SADRŽAJI</b>						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	65	3,58	0,95	23,5	6,5
27	Sadržaji za djecu	38	3,03	1,20	42	16
31	Ponuda kulturnih događaja	64	3,20	1,04	38	12
32	Kvaliteta kulturnih događanja	65	3,18	1,04	39,5	13,5
33	Ponuda zabavnog sadržaja	77	2,61	1,16	48	21
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	75	2,68	1,21	47	20
35	Ponuda sportskog sadržaja	64	3,00	0,94	43	17
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	65	3,09	1,01	41	15
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	39	2,87	1,00	45	19
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	37	2,95	1,08	44	18
39	Ponuda za nautičare	17	3,24	1,25	36	10
40	Kvaliteta ponude za nautičare	17	3,22	1,17	37	11
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	50	3,62	0,85	22	5
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	55	3,18	1,02	39,5	13,5
43	Kvaliteta smještajnog objekta	78	3,76	0,94	18	3
44	Kvaliteta objekata za prehranu	79	3,85	0,95	16	2
45	Ponuda zdrave hrane	62	3,42	0,86	30	9
46	Kvaliteta kongresne ponude	11	3,73	0,65	19	4
47	Mogućnost izleta u okolinu	66	3,58	0,72	23,5	6,5
48	Odnos cijena i kvalitete	78	3,49	0,86	25,5	8
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	40	3,98	0,66	10	1
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>						
5	Prometna povezanost destinacije	80	3,30	0,75	33,5	11,5
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	4	2,75	0,50	46	13
7	Organizacija lokalnog prometa	63	3,30	0,66	33,5	11,5
8	Dostupni parkirališni prostor	75	2,56	1,13	49	14
15	Čistoća destinacije	81	3,94	0,86	13	5
16	Urbana skladnost i uređenost	81	3,68	0,83	20	8
17	Dostatnost i održavanje šetnica	81	3,86	0,72	15	7
18	Održavanje javne rasvjete	78	4,15	0,77	8	1
19	Uređenost parkova	80	3,95	0,84	12	4
20	Uređenost pročelja fasada	80	3,49	0,87	25,5	9
22	Uređenost plaža	81	4,00	0,91	9	2
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	78	3,91	1,07	14	6
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	80	3,97	0,99	11	3
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	79	3,43	1,15	29	10
<b>PREPOZDATLJIVOST, SIGURNOST, INFORM.</b>						
9	Dostupnost turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	72	3,75	0,90	17	2
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	69	3,46	0,90	27	3
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	66	3,29	0,92	35	7
12	Personality destinacije	64	3,44	0,77	28	4
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	26	3,31	0,68	32	6
14	Prepoz. smješt. objek. dest. na Intern. i moguć. rezerv.	23	3,39	1,03	31	5
28	Osobna sigurnost i zaštita	74	4,41	0,68	3,5	1
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	78	4,41	0,87	3,5	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	80	4,31	0,91	5	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	79	3,63	1,06	21	3

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

Rezultati analize stavova turista, koji su posjetili Novi Vinodolski u vrijeme kada je izvršeno ispitivanje turista, pokazuju da su turisti uglavnom zadovoljni turističkom ponudom, što dokazuje i prosječna ocjena zadovoljstva turista (3.56).

#### • **Prostor, resursi i okoliš**

Turisti su zadovoljni prostorom, resursima i okolišem (4.38). Najviše su zadovoljni zdravom klimom u destinaciji (4.60) i ljepotom krajolika (4.59). Ova dva elementa turističke ponude Novog Vinodolskog, ocijenjeni su najvišom ocjenom. Očuvanost okoliša i kvaliteta mora, turisti su također ocijenili visokom ocjenom (4.17).

#### • **Sadržaji**

Sadržaje destinacije, turisti su ocijenili prosječnom ocjenom 3.30. Tablica 2-21 pokazuje da su turisti ocijenili najvišom ocjenom sljedeće elemente turističke ponude: nacionalne parkove i parkove prirode (3.98), kvalitetu objekata za prehranu (3.85) i kvalitetu smještajnih objekata (3.76). Najmanjom ocjenom turisti su ocijenili ponudu zabavnog sadržaja (2.61) i kvalitetu zabavnog sadržaja (2.68).

#### • **Organiziranost destinacije**

Turisti su zadovoljni organiziranošću destinacije (3.59). Najbolje ocijenjeni elementi turističke ponude su: održavanje javne rasvjete (4.15), uređenost plaže (4.00) i radno vrijeme uslužnih djelatnosti (3.97). Prometna povezanost destinacije (3.30) i organizacija lokalnog prometa (3.30) su najlošije ocijenjeni elementi turističke ponude u ovoj skupini od strane turista.

#### • **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost destinacije Novi Vinodolski, turisti su ocijenili prosječnom ocjenom 3.58. Osobna sigurnost i zaštita, te dostupnost turističkim informacijama (3.75) ocijenjena je najvišom ocjenom, dok je prepoznatljivost destinacije ocijenjena najmanjom ocjenom (3.29) u ovoj skupini elemenata.

#### • **Stanovništvo i zaposleni**

Turisti su izrazito zadovoljni ljubaznošću domicilnog stanovništva (4.41), ljubaznošću zaposlenih u turizmu (4.31), kao i njihovim znanjem stranih jezika (3.63).



Tablica 2-20. **Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Novog Vinodolskog**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Zdrava klima u destinaciji	4,60	1.	Dostupan parkirališni prostor	2,56
2.	Ljepota krajolika	4,59	2.	Ponuda zabavnog sadržaja	2,61
3.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,41	3.	Kvaliteta zabavnog sadržaja	2,68
4.	Osobna sigurnost i zaštita	4,41	4.	Organizacija i sadržaj zračne luke	2,75
5.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,31	5.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	2,87
6.	Očuvanost okoliša	4,17	6.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	2,95
7.	Kvaliteta mora	4,17	7.	Ponuda sportskog sadržaja	3,00
8.	Održavanje javne rasvjete	4,15	8.	Sadržaji za djecu	3,03
9.	Uređenost plaža	4,00	9.	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,09
10.	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	3,98	10.	Kvaliteta kulturnih sadržaja Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	3,18

Analizirajući elemente turističke ponude Novog Vinodolskog, može se zaključiti da su turisti najviše zadovoljni zdravom klimom u destinaciji, ljepotom krajolika i ljubaznošću domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu, kao i osobnom sigurnosti i zaštitom, dok su najmanje zadovoljni dostupnošću parkirališnog prostora, ponudom i kvalitetom zabavnog sadržaja, te ponudom i kvalitetom zdravstvenog turizma (Tablica 2-22).

#### 2.4.3. Stavovi turista o elementima turističke ponude Opatije

U nastavku će se pokušati odgovoriti na pitanja – da li su turisti zadovoljni turističkom ponudom Opatije. Prosječne ocjene, odstupanja i rangovi, po pojedinim elementima, prikazani su u Tablici 2-23.

**Tablica 2-21. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Opatije**

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIS</b>						
1	Zdrava klima u destinaciji	189	4,25	0,82	4	2
24	Ljepota krajolika	193	4,32	0,98	2	1
25	Očuvanost okoliša	157	4,03	0,93	15	3
26	Kvaliteta mora	162	4,02	1,03	16,5	4
<b>SADRŽAJI</b>						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	165	3,90	0,85	19,5	6,5
27	Sadržaji za djecu	107	3,52	1,11	43	18
31	Ponuda kulturnih događaja	136	3,63	1,01	39	16
32	Kvaliteta kulturnih događanja	121	3,62	0,95	40	17
33	Ponuda zabavnog sadržaja	129	3,42	1,20	45,5	20,5
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	127	3,42	1,14	45,5	20,5
35	Ponuda sportskog sadržaja	103	3,43	1,04	44	19
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	102	3,67	1,00	37	15
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	92	3,88	0,90	23	10
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	89	3,89	0,90	21,5	8,5
39	Ponuda za nautičare	72	3,87	0,89	24	11
40	Kvaliteta ponude za nautičare	76	3,82	0,96	26	12
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	129	4,06	0,85	14	5
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	116	3,76	0,99	31	13
43	Kvaliteta smještajnog objekta	161	4,10	0,91	10	4
44	Kvaliteta objekata za prehranu	171	4,12	0,89	9	3
45	Ponuda zdrave hrane	144	3,90	1,11	19,5	6,5
46	Kvaliteta kongresne ponude	83	3,89	1,01	21,5	8,5
47	Mogućnost izleta u okolinu	157	4,29	0,71	3	2
48	Odnos cijena i kvalitete	170	3,75	1,02	32	14
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	156	4,37	0,73	1	1
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>						
5	Prometna povezanost destinacije	143	3,69	0,99	36	8
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	71	3,31	1,14	47	12
7	Organizacija lokalnog prometa	126	3,21	1,13	48	13
8	Dostupni parkirališni prostor	126	2,65	1,27	49	14
15	Čistoća destinacije	179	4,07	0,99	13	4
16	Urbana skladnost i uređenost	163	3,91	0,88	18	5
17	Dostatnost i održavanje šetnica	170	4,08	0,92	12	3
18	Održavanje javne rasvjete	171	4,13	0,86	8	2
19	Uređenost parkova	175	4,21	0,94	5	1
20	Uređenost pročelja fasada	172	3,80	0,84	27,5	6
22	Uređenost plaža	153	3,59	1,05	41	10
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	128	3,55	1,14	42	11
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	144	3,77	1,15	30	7
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	140	3,64	1,03	38	9
<b>PREPOZDATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST</b>						
9	Dostupnost turističkim infor. (info-uredi, punktovi itd.)	144	3,72	0,90	34	6
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	145	3,86	0,83	25	2
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	151	3,71	1,02	35	7
12	Personality destinacije	126	3,80	0,87	27,5	3
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	95	3,73	0,98	33	5
14	Prepoz. smješt. objek. dest. na Intern. i moguć. rezerv.	100	3,79	0,89	29	4
28	Osobna sigurnost i zaštita	157	4,02	0,92	16,5	1
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
2	Ljubaznost domicilinog stanovništva	186	4,09	1,07	11	3
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	191	4,15	1,06	7	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	180	4,16	0,93	6	1

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

### • **Prostor, resursi i okoliš**

Prostorom, resursima i okolišem, turisti su u Opatiji zadovoljni (4.16). Najviše su zadovoljni ljepotom krajolika (4.32), a najmanje kvalitetom mora (4.02), iako je ona ocjenjena relativno visokom ocjenom. Kvaliteta mora se na ukupnoj ljestvici elemenata turističke ponude nalazi na šesnaestom rang mjestu (Tablica 2-23).

### • **Sadržaji**

Turisti su u Opatiji najmanje zadovoljni sadržajima koji se nude (3.82). Kada se govori o sadržajima, turisti su najviše zadovoljni nacionalnim parkovima i parkovima prirode (4.37) koje mogu posjetiti, kao i mogućnošću izleta u okolinu (4.29). Kvaliteta objekata za prehranu također je zadovoljavajuća (4.12). Ponudu i kvalitetu zabavnog sadržaja, turisti su najlošije ocijenili.

### • **Organiziranost destinacije**

Uređenost parkova (4.21) i održavanje javne rasvjete (4.13) i šetnica (4.08) predstavlja prednost turističke ponude u Opatiji. Turisti su također zadovoljni čistoćom destinacije (4.07) i urbanom skladnosti i uređenošću (3.91) destinacije. Dostupni parkirališni prostor i organizacija lokalnog prometa predstavljaju nedostatak turističke ponude Opatije.

### • **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

Turisti su i u Opatiji najviše zadovoljni osobnom sigurnosti i zaštitom (4.02) i kvalitetom turističkog obilježavanja (3.86), dok su najmanje zadovoljni prepoznatljivošću destinacije, što predstavlja problem i u drugim promatranim destinacijama.

### • **Stanovništvo i zaposleni**

Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu, njihova ljubaznost, kao i ljubaznost domicilnog stanovništva, turisti su ocijenili visokom prosječnom ocjenom (4.13).

Tablica 2-22. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Opatije

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	4,37	1.	Dostupni parkirališni prostor	2,65
2.	Ljepota krajolika	4,32	2.	Organizacija lokalnog prometa	3,21
3.	Mogućnost izleta u okolinu	4,29	3.	Organizacija i sadržaj zračne luke	3,31
4.	Zdrava klima u destinaciji	4,25	4.	Ponuda zabavnog sadržaja	3,42
5.	Uređenost parkova	4,21	5.	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,42
6.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,16	6.	Ponuda sportskog sadržaja	3,43
7.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,15	7.	Sadržaji za djecu	3,52
8.	Održavanje javne rasvjete	4,13	8.	Brojnost kupača na plažama	3,55
9.	Kvaliteta objekata za prehranu	4,12	9.	Uređenost plaža	3,59
10.	Kvaliteta smještajnog objekta	4,10	10.	Kvaliteta kulturnih događaja	3,62

Tablica 2-22 pokazuje čime su turisti u Opatiji najzadovoljniji, a čime su najmanje zadovoljni. Kao što je već prethodno istaknuto, najbolje ocijenjeni elementi turističke ponude u Opatiji su: nacionalni parkovi i parkovi prirode, ljepota krajolika, mogućnost izleta u okolinu, zdrava klima, uređenost parkova, znanje stranih jezika i ljubaznost zaposlenih u turizmu, održavanje javne rasvjete, te kvaliteta objekata za prehranu i smještajnih objekata.

Kao što je slučaj i u drugim promatranim destinacijama, turisti su najmanje zadovoljni: dostupnim parkirališnim prostorom, organizacijom lokalnog prometa, ponudom i kvalitetom zabavnog sadržaja, sadržajima za djecu, brojnošću kupača na plažama i uređenošću plaža, te kvalitetom kulturnih sadržaja.

#### 2.4.4. Stavovi turista o elementima turističke ponude Lovrana

Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Lovrana (3.67), nalazi se ispod prosječne ocjene zadovoljstva turista turističkom ponudom Kvarnera (3.75).

Tablica 2-23. **Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Lovrana**

R.B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIS</b>						
1	Zdrava klima u destinaciji	77	4,39	0,69	3	2
24	Ljepota krajolika	76	4,58	0,64	1	1
25	Očuvanost okoliša	68	3,78	0,96	19,5	4
26	Kvaliteta mora	76	3,93	1,00	11	3
<b>SADRŽAJI</b>						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	67	3,67	0,84	27,5	10
27	Sadržaji za djecu	43	3,02	1,18	45,5	17,5
31	Ponuda kulturnih događaja	62	3,26	1,04	41	16
32	Kvaliteta kulturnih događanja	56	3,43	0,91	36	14
33	Ponuda zabavnog sadržaja	62	2,98	1,17	47	19
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	55	3,02	1,01	45,5	17,5
35	Ponuda sportskog sadržaja	49	2,88	1,01	48	20
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	44	2,86	1,00	49	21
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	39	3,62	0,91	32	11
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	31	4,03	0,95	9	3
39	Ponuda za nautičare	20	3,40	1,10	37,5	15
40	Kvaliteta ponude za nautičare	20	3,70	0,86	25	9
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	62	3,81	0,90	16	6
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	57	3,56	0,91	34	13
43	Kvaliteta smještajnog objekta	72	3,89	0,80	12	5
44	Kvaliteta objekata za prehranu	77	4,01	0,79	10	4
45	Ponuda zdrave hrane	60	3,77	0,98	21,5	7,5
46	Kvaliteta kongresne ponude	20	3,60	1,31	33	12
47	Mogućnost izleta u okolinu	69	4,04	0,93	8	2
48	Odnos cijena i kvalitete	77	3,77	0,94	21,5	7,5
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	53	4,21	0,88	7	1
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>						
5	Prometna povezanost destinacije	71	3,46	0,97	35	8
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	30	3,67	0,80	27,5	6
7	Organizacija lokalnog prometa	62	3,13	1,05	43	13
8	Dostupni parkirališni prostor	69	3,09	1,30	44	14
15	Čistoća destinacije	77	3,74	0,99	23	5
16	Urbana skladnost i uređenost	68	3,66	1,00	29	7
17	Dostatnost i održavanje šetnica	75	3,83	1,07	14,5	1
18	Održavanje javne rasvjete	73	3,33	1,13	40	11
19	Uređenost parkova	75	3,79	0,83	18	3
20	Uređenost pročelja fasada	75	3,37	0,94	39	10
22	Uređenost plaža	75	3,40	1,22	37,5	9
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	66	3,15	1,24	42	12
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	67	3,78	1,07	19,5	4
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	66	3,80	0,98	17	2
<b>PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORM.</b>						
9	Dostupnost turističkim informacijama (info-uredi, punktovi itd.)	66	3,85	0,81	13	2
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	71	3,65	0,90	30	6
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	66	3,64	1,02	31	7
12	Personality destinacije	55	3,71	0,92	24	4
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	26	3,69	1,05	26	5
14	Prepoz. smješt. objek. dest. na Intern. i moguć. rezerv.	24	3,83	0,82	14,5	3
28	Osobna sigurnost i zaštita	73	4,25	0,74	6	1
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	75	4,36	0,78	4	2
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	78	4,42	0,67	2	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	74	4,26	0,79	5	3

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

### • **Prostor, resursi i okoliš**

I u Lovranu, turisti su najviše zadovoljni ljepotom krajolika, zdravom klimom u destinaciji, te kvalitetom mora. To potvrđuje i ukupna prosječna ocjena elemenata turističke ponude koji su uključeni u ovu skupinu elemenata turističke ponude (4.17).

### • **Sadržaji**

Zadovoljstvo turista sadržajima u ovoj destinaciji može se opisati zadovoljavajućim (3.55). Turisti su, kao i u Opatiji, najviše zadovoljni nacionalnim parkovima i parkovima prirode, te mogućnostima izleta u okolinu, dok su najmanje zadovoljni kvalitetom zabavnog sadržaja i sadržajima za djecu. To je uglavnom problem u cijeloj destinaciji Kvarner, pa tako i u Lovranu.

### • **Organiziranost destinacije**

Turisti su zadovoljni s organiziranošću destinacije Lovran (3.51). Tu činjenicu najviše potvrđuje dostatnost i održavanje šetnica, kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže, te uređenost parkova. Najlošije ocijenjeni elementi, koji se odnose na organiziranost destinacije su dostupni parkirališni prostor i organiziranost lokalnog prometa.

### • **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

Osobnu sigurnost i zaštitu, te dostupnost turističkim informacijama, turisti su ocijenili najvišom ocjenom u ovoj skupini elemenata (3.83). Najlošije su ocijenili prepoznatljivost destinacije (3.64).

### • **Stanovništvo i zaposleni**

Ljubaznost zaposlenih u turizmu i ljubaznost domicilnog stanovništva, te znanje stranih jezika, turisti su ocijenili visokom prosječnom ocjenom (4.35). Navedeni elementi turističke ponude Lovrana, zauzimaju visoko rangirana mjesta u ukupnoj ljestvici.

Tablica 2-24. **Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Lovrana**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Ljepota krajolika	4,58	1.	Kvaliteta sportskog sadržaja	2,86
2.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,42	2.	Ponuda sportskog sadržaja	2,88
3.	Zdrava klima u destinaciji	4,39	3.	Ponuda zabavnog sadržaja	2,98
4.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,36	4.	Sadržaji za djecu	3,02
5.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,26	5.	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,02
6.	Osobna sigurnost i zaštita	4,25	6.	Dostupni parkirališni prostor	3,09
7.	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	4,21	7.	Organizacija lokalnog prometa	3,13
8.	Mogućnost izleta u okolinu	4,04	8.	Brojnost kupača na plažama	3,15
9.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	4,03	9.	Ponuda kulturnih sadržaja	3,26
10.	Kvaliteta objekata za prehranu	4,01	10.	Održavanje javne rasvjete	3,33

Tablica 2-24 pokazuje da su u Lovranu turisti najviše zadovoljni sljedećim elementima turističke ponude: ljepotom krajolika i zdravom klimom, ljubaznošću zaposlenih u turizmu i domicilnog stanovništva, znanjem stranih jezika zaposlenih u turizmu, osobnom sigurnosti i zaštitom, nacionalnim parkovima i parkovima prirode, mogućnostima izleta u okolinu, kvalitetom sadržaja zdravstvenog turizma, te kvalitetom objekata za prehranu.

Turisti su najlošije ocijenili sljedeće elemente: ponudu i kvalitetu sportskog sadržaja, ponudu i kvalitetom zabavnog sadržaja, kulturnog sadržaja i sadržaja za djecu, dostupnim parkirališnim prostorom i organizacijom lokalnog prometa, te brojnošću kupača na plažama.

#### 2.4.5. Stavovi turista o elementima turističke ponude Rijeke

Ispitivanjem turista u Rijeci obuhvaćeno je svega 4,4% turista u ukupnom uzorku. To predstavlja ograničenje u reprezentativnosti rezultata dobivenim statističkom obradom i analizom podataka.

**Tablica 2-25.Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Rijeke**

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIS</b>						
1	Zdrava klima u destinaciji	36	4,44	0,84	6	4
24	Ljepota krajolika	36	4,61	0,77	2	1
25	Očuvanost okoliša	33	4,55	0,75	4	2
26	Kvaliteta mora	31	4,48	0,93	5	3
<b>SADRŽAJI</b>						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	33	3,97	0,98	18,5	7,5
27	Sadržaji za djecu	22	3,27	1,16	45	19
31	Ponuda kulturnih događaja	27	3,81	1,18	29	14
32	Kvaliteta kulturnih događanja	21	3,90	1,14	23	11
33	Ponuda zabavnog sadržaja	21	3,86	1,11	25	12,5
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	20	4,00	0,92	16,5	5,5
35	Ponuda sportskog sadržaja	16	3,06	1,06	49	21
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	13	3,23	0,93	47	20
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	16	3,69	0,87	37,5	17
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	14	4,00	0,78	16,5	5,5
39	Ponuda za nautičare	10	4,80	6,14	1	1
40	Kvaliteta ponude za nautičare	11	3,91	1,04	22	10
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	22	4,14	0,89	12	3
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	21	3,95	0,92	20	9
43	Kvaliteta smještajnog objekta	31	3,74	0,82	35,5	16
44	Kvaliteta objekata za prehranu	29	3,97	0,98	18,5	7,5
45	Ponuda zdrave hrane	27	4,07	0,78	14	4
46	Kvaliteta kongresne ponude	5	3,60	0,89	41	18
47	Mogućnost izleta u okolinu	22	3,86	1,17	25	12,5
48	Odnos cijena i kvalitete	36	3,78	0,96	30	15
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	21	4,57	0,60	3	2
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>						
5	Prometna povezanost destinacije	35	3,86	1,17	25	5
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	4	3,25	0,96	46	13
7	Organizacija lokalnog prometa	32	3,37	1,34	44	12
8	Dostupni parkirališni prostor	25	3,08	1,41	48	14
15	Cistoća destinacije	36	3,69	1,26	37,5	9
16	Urbana skladnost i uređenost	35	3,83	0,95	28	7
17	Dostatnost i održavanje šetnica	26	3,85	0,88	27	6
18	Održavanje javne rasvjete	33	3,61	1,17	40	11
19	Uređenost parkova	26	4,12	0,82	13	3
20	Uređenost pročelja fasada	34	3,74	1,08	35,5	8
22	Uređenost plaža	29	4,03	0,87	15	4
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	31	3,65	0,95	39	10
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	30	4,23	0,90	10	2
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	28	4,29	0,85	8	1
<b>PREPOZDATLJIVOST, SIGURNOST, INFORM.</b>						
9	Dostupn. turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	31	3,55	1,23	43	7
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	32	3,75	1,11	33	4
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	32	3,59	1,04	42	6
12	Personality destinacije	30	3,77	0,86	31	2
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	8	3,75	1,28	33	4
14	Prepoz. smješ. objek. dest. na Intern. i moguć. rezerv.	8	3,75	1,28	33	4
28	Osobna sigurnost i zaštita	33	3,94	1,00	21	1
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	32	4,22	1,04	11	3
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	36	4,25	0,87	9	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	32	4,34	0,90	7	1

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



Iako je promatrani uzorak turista u Rijeci relativno mali, u nastavku se prikazuju rezultati analize dobiveni statističkom obradom i analizom podataka.

Ukupno zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Rijeke je zadovoljavajuća, što dokazuje i ukupna prosječna ocjena 3.91.

#### • **Prostor, resursi i okoliš**

Kao i u drugim promatranim destinacijama, turisti su najviše zadovoljni ljepotom krajolika, očuvanošću okoliša, kvalitetom mora i zdravom klimom u destinaciji. Sve ove elemente, turisti su ocijenili prosječnom ocjenom 4.52. Dakle, može se zaključiti da su turisti jako zadovoljni prostorom, resursima i okolišem u ovoj destinaciji.

#### • **Sadržaji**

Ponudom različitih sadržaja u Rijeci, turisti su zadovoljni (3.91). Najviše su zadovoljni ponudom za nautičare, nacionalnim parkovima i parkovima prirode, te ponudom turističkih agencija, dok su najmanje ponudom i kvalitetom sportskog sadržaja, te sadržajima za djecu.

#### • **Organiziranost destinacije**

Turisti u Rijeci su zadovoljni organiziranošću destinacije (3.76). Najvišom prosječnom ocjenom turisti su ocijenili sljedeće elemente: kvalitetu i opskrbljenost trgovačke mreže, radno vrijeme uslužnih djelatnosti i uređenost parkova. Najlošije su ocijenili: dostupni parkirališni prostor, organizaciju i sadržaj zračne luke i organiziranost lokalnog prometa.

#### • **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

I u ovoj destinaciji, turisti su ocijenili najvišom ocjenom osobnu sigurnost i zaštitu (3.94), te personalnost destinacije (3.77). Dostupnost turističkim informacijama i prepoznatljivost destinacije, turisti su najlošije ocijenili. Međutim, prepoznatljivošću, sigurnošću i informiranošću, turisti su zadovoljni, što potvrđuje i ukupna prosječna ocjena elemenata u ovoj skupini (3.73).

#### • **Stanovništvo i zaposleni**

Turisti su zadovoljni ljubaznošću domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu, kao i njihovim znanjem stranih jezika, što potvrđuje i ukupna prosječna ocjena (4.27).

**Tablica 2-26. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Rijeke**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni		10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni			
1.	Ponuda za nautičare	4,80	1.	Ponuda sportskog sadržaja	3,06
2.	Ljepota krajolika	4,61	2.	Dostupni parkirališni prostor	3,08
3.	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	4,57	3.	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,23
4.	Očuvanost okoliša	4,55	4.	Organizacija i sadržaj zračne luke	3,25
5.	Kvaliteta mora	4,48	5.	Sadržaji za djecu	3,27
6.	Zdrava klima u destinaciji	4,44	6.	Organizacija lokalnog prometa	3,37
7.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,34	7.	Dostupnost turističkih informacija	3,55
8.	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	4,29	8.	Prepoznatljivost destinacije	3,59
9.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,25	9.	Održavanje javne rasvjete	3,61
10.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	4,23	10.	Brojnost kupaca na plažama	3,65

Tablica 2-26 pokazuje da je struktura elemenata s kojima su turisti zadovoljni, odnosno nezadovoljni u Rijeci, slična strukturi elemenata u ostalim promatranim destinacijama.

Turisti su najviše zadovoljni ponudom za nautičare, te su tom elementu i dodijelili najvišu prosječnu ocjenu (4.80). Isto tako, turisti su zadovoljni ljepotom krajolika, nacionalnim parkovima i parkovima prirode, očuvanošću okoliša, kvalitetom mora, zdravom klimom u destinaciji, znanjem stranih jezika i ljubaznosti zaposlenih u turizmu, kvalitetom i opskrbljenosti trgovačke mreže i radnim vremenom uslužnih djelatnosti.

Najlošije su turisti ocijenili sljedeće elemente: ponudu i kvalitetu sportskog sadržaja, dostupnost parkirališnog prostora, organizaciju i sadržaj zračne luke, sadržaje za djecu, organizaciju lokalnog prometa, dostupnost turističkim informacijama, prepoznatljivost destinacije, održavanje javne rasvjete, te brojnost kupaca na plažama.

#### **2.4.6. Stavovi turista o elementima turističke ponude Raba**

Turisti, koji su u promatranom razdoblju (ljetu 2003.) posjetili Rab, zadovoljni su turističkom ponudom Raba, što dokazuje i ukupna prosječna ocjena zadovoljstva turista (3.80).

Tablica 2-27. **Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Raba**

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIS</b>						
1	Zdrava klima u destinaciji	192	4,71	0,55	1	1
24	Ljepota krajolika	186	4,27	0,82	3	2
25	Očuvanost okoliša	183	3,84	0,96	18	4
26	Kvaliteta mora	189	4,24	0,85	4	3
<b>SADRŽAJI</b>						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	169	3,83	0,76	19	7
27	Sadržaji za djecu	169	3,54	0,90	44	17
31	Ponuda kulturnih događaja	162	3,72	0,77	30	13
32	Kvaliteta kulturnih događanja	161	3,79	0,79	20,5	8
33	Ponuda zabavnog sadržaja	176	3,77	0,81	24,5	9
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	172	3,75	0,81	26	10
35	Ponuda sportskog sadržaja	161	3,55	0,82	43	16
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	159	3,51	0,81	45	18
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	126	3,38	0,99	47,5	20,5
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	119	3,41	0,98	46	19
39	Ponuda za nautičare	129	3,71	0,86	31	14
40	Kvaliteta ponude za nautičare	123	3,73	0,82	28	11,5
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	167	4,07	0,82	8	3
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	164	3,85	0,80	17	6
43	Kvaliteta smještajnog objekta	185	3,98	0,81	9,5	4
44	Kvaliteta objekata za prehranu	187	3,92	0,81	15	5
45	Ponuda zdrave hrane	167	3,73	0,85	28	11,5
46	Kvaliteta kongresne ponude	104	3,38	1,10	47,5	20,5
47	Mogućnost izleta u okolinu	178	4,13	0,83	7	2
48	Odnos cijena i kvalitete	185	3,56	0,77	42	15
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	131	4,15	0,90	6	1
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>						
5	Prometna povezanost destinacije	179	3,70	0,89	32	7
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	40	2,90	1,39	49	14
7	Organizacija lokalnog prometa	162	3,68	0,86	33,5	8
8	Dostupni parkirališni prostor	178	3,67	0,81	35	9
15	Čistoća destinacije	188	3,78	0,83	22,5	4,5
16	Urbana skladnost i uređenost	180	3,65	0,78	38,5	11
17	Dostatnost i održavanje šetnica	190	3,73	0,86	28	6
18	Održavanje javne rasvjete	189	3,66	0,85	36,5	10
19	Uređenost parkova	184	3,79	0,84	20,5	3
20	Uređenost pročelja fasada	186	3,78	0,75	22,5	4,5
22	Uređenost plaža	186	3,60	0,85	40,5	12,5
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	177	3,60	0,89	40,5	12,5
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	177	3,98	0,78	9,5	1
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	183	3,90	0,75	16	2
<b>PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORM.</b>						
9	Dostupnost turist. inform. (info-uredi, punktovi itd.)	180	3,97	0,80	11	1
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	179	3,77	0,76	24,5	4
11	Prepoz. smješt. objek. dest. na Intern. i moguć. rezerv.	173	3,95	3,19	13	2
12	Personality destinacije	167	3,65	0,88	38,5	7
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	162	3,66	0,78	36,5	6
14	Prepoznatljivost smještajnih objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	149	3,68	0,84	33,5	5
28	Osobna sigurnost i zaštita	181	3,94	0,83	14	3
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	191	4,36	0,66	2	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	190	4,21	0,68	5	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	188	3,96	0,80	12	3

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

### • **Prostor, resursi i okoliš**

Turisti su najviše zadovoljni zdravom klimom u destinaciji. Ovaj element turističke ponude Raba ocijenjen je najvišom prosječnom ocjenom (4.71), te zauzima prvo rang mjesto i u skupini koja se odnosi na prostor, resurse i okoliš, kao i u ukupnoj ljestvici elemenata. Osim toga, turisti su zadovoljni i ljepotom krajolika (4.27), kvalitetom mora (4.24) i očuvanošću okoliša (3.84). Elemente turističke ponude koji se odnose na prostor, resurse i okoliš, turisti su ocijenili visokom prosječnom ocjenom 4.27.

### • **Sadržaji**

Turisti su zadovoljni sadržajima koje nudi destinacija Rab (3.74). Posebno su zadovoljni nacionalnim parkovima i parkovima prirode, mogućnostima izleta u okolinu, te ponudom turističkih agencija. Manje su zadovoljni ponudom i kvalitetom sadržaja zdravstvenog turizma, te kvalitetom kongresne ponude.

### • **Organiziranost destinacije**

Radno vrijeme uslužnih djelatnosti i kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže, kao i uređenost parkova, turisti su ocijenili najvećom prosječnom ocjenom. Najmanjom prosječnom ocjenom turisti su ocijenili organizaciju i sadržaj zračne luke, uređenost plaža i brojnost kupača na plažama. Međutim, prosječna ocjena elemenata turističke ponude koji se odnose na organiziranost destinacije (3.67) govori da su turisti zadovoljni s organizacijom destinacije.

### • **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

Kao i u većini promatranih destinacija, i na Rabu, turisti su najviše zadovoljni dostupnošću turističkim informacijama, prepoznatljivošću destinacije, te osobnom sigurnosti i zaštitom. Personaliteta destinacije i prepoznatljivost destinacije na Internetu, turisti su ocijenili najmanjom ocjenom. Prosječna ocjena elemenata koji se odnose na prepoznatljivost, sigurnost i informiranost (3.80) dokazuje da su turisti uglavnom zadovoljni prethodno navedenim elementima.

### • **Stanovništvo i zaposleni**

Ljubaznost domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu, te njihovo znanje stranih jezika, turisti su ocijenili visokom prosječnom ocjenom 4.18.

Tablica 2-28. **Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Raba**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Zdrava klima u destinaciji	4,71	1.	Organizacija i sadržaj zračne luke	2,90
2.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,36	2.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,38
3.	Ljepota krajolika	4,27	3.	Kvaliteta kongresne ponude	3,38
4.	Kvaliteta mora	4,24	4.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,41
5.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,21	5.	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,51
6.	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	4,15	6.	Sadržaji za djecu	3,54
7.	Mogućnost izleta u okolinu	4,13	7.	Ponuda sportskog sadržaja	3,55
8.	Ponuda turističkih agencija	4,07	8.	Odnos cijene i kvalitete	3,56
9.	Kvaliteta smještajnih objekata	3,98	9.	Uređenost plaža	3,60
10.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,98	10.	Brojnost kupaca na plažama	3,60

Tablica 2-26 pokazuje da su turisti najviše zadovoljni zdravom klimom i ljepotom krajolika, ljubaznošću domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu, nacionalnim parkovima i parkovima prirode, mogućnostima izleta u okolinu, ponudom turističkim agencija, kvalitetom smještajnih objekata i radnim vremenom uslužnih djelatnosti.

Turisti su najmanje zadovoljni organizacijom i sadržajem zračne luke, ponudom i kvalitetom zdravstvenog turizma, kvalitetom kongresne ponude, kvalitetom sportskih sadržaja i sadržaja za djecu, odnosom cijene i kvalitete, te uređenošću plaža i s brojnosti kupaca na plažama.

Međutim, može se zaključiti da su turisti na Rabu zadovoljni turističkom ponudom, što dokazuju i visoke prosječne ocjene po pojedinim elementima koji su se u istraživanju promatrali.

#### 2.4.7. Stavovi turista o elementima turističke ponude Baške

Što turisti misle o turističkoj ponudi Baške? Na to pitanje odgovoriti će se u nastavku, analizirajući elemente turističke ponude Baške po elementima i skupinama.

**Tablica 2-29. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Baške**

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIS</b>						
1	Zdrava klima u destinaciji	55	4,42	0,79	4	4
24	Ljepota krajolika	56	4,75	0,58	2	2
25	Očuvanost okoliša	50	4,58	0,70	3	3
26	Kvaliteta mora	54	4,89	0,46	1	1
<b>SADRŽAJI</b>						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	51	3,51	0,70	29	10
27	Sadržaji za djecu	33	3,06	1,12	47	20
31	Ponuda kulturnih događaja	44	3,23	0,91	38	14
32	Kvaliteta kulturnih događanja	42	3,17	0,85	40	15
33	Ponuda zabavnog sadržaja	48	3,15	0,97	41	16
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	49	3,31	0,94	36	13
35	Ponuda sportskog sadržaja	47	4,11	0,53	11	3
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	46	3,57	0,83	26	9
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	35	3,14	0,88	42	17
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	34	3,09	0,87	46	19
39	Ponuda za nautičare	18	3,11	1,13	45	18
40	Kvaliteta ponude za nautičare	19	3,42	1,22	31	11
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	44	4,05	0,75	13	4
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	44	3,41	0,69	32	12
43	Kvaliteta smještajnog objekta	53	4,04	0,48	14,5	5
44	Kvaliteta objekata za prehranu	53	3,81	0,65	20	6
45	Ponuda zdrave hrane	51	3,67	0,79	23	8
46	Kvaliteta kongresne ponude	9	2,89	1,45	49	21
47	Mogućnost izleta u okolinu	52	4,17	0,58	8,5	2
48	Odnos cijena i kvalitete	55	3,69	0,63	22	7
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	14	4,29	0,83	6	1
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>						
5	Prometna povezanost destinacije	50	3,12	0,82	44	13
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	8	3,13	1,25	43	12
7	Organizacija lokalnog prometa	43	2,95	0,87	48	14
8	Dostupni parkirališni prostor	48	3,21	0,94	39	11
15	Čistoća destinacije	56	4,32	0,86	5	1
16	Urbana skladnost i uređenost	51	3,61	0,87	25	5
17	Dostatnost i održavanje šetnica	54	4,04	0,78	14,5	3
18	Održavanje javne rasvjete	53	3,83	0,73	19	4
19	Uređenost parkova	52	3,35	0,93	34	8
20	Uređenost pročelja fasada	54	3,37	0,81	33	7
22	Uređenost plaža	54	4,17	0,69	8,5	2
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	53	3,34	1,19	35	9
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	54	3,56	0,90	27	6
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	49	3,29	0,87	37	10
<b>PREPOZDATLJIVOST, SIGURNOST, INFORM.</b>						
9	Dostupnost turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	53	3,92	0,62	17	2
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	50	3,84	0,71	18	3
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	51	3,65	0,63	24	5
12	Personality destinacije	51	3,71	0,70	21	4
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	34	3,50	0,90	30	7
14	Prepoz. smješt. objek. dest. na Intern. i moguć. rezerv.	33	3,52	0,94	28	6
28	Osobna sigurnost i zaštita	50	4,18	5,65	7	1
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	56	4,11	0,98	11	1,5
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	56	4,11	0,82	11	1,5
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	53	4,02	0,80	16	3

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

### • **Prostor, resursi i okoliš**

Četiri elementa turističke ponude koji se odnose na prostor, resurse i okoliš, turisti su ocijenili visokom prosječnom ocjenom 4.66. Iz toga se može zaključiti da su turisti jako zadovoljni kvalitetom mora, ljepotom krajolika, očuvanošću okoliša i zdravom klimom u destinaciji.

### • **Sadržaji**

Turisti u Baškoj, zadovoljni su sadržajima koje destinacija nudi (3.52). Najviše su zadovoljni nacionalnim parkovima i parkovima prirode, mogućnostima izleta u okolinu, te ponudom sportskog sadržaja. Kada se govori o sadržajima, turisti su najlošije ocijenili kvalitetu kongresne ponude, sadržaje za djecu i kvalitetu sadržaja zdravstvenog turizma.

### • **Organiziranost destinacije**

Turisti su zadovoljni s organizacijom destinacije Baška (3.52). Najvišu ocjenu dodijelili su sljedećim elementima iz ove skupine: čistoća destinacije, uređenost plaža i dostatnost i održavanje šetnica. Turisti najlošijim elementima turističke ponude koji se odnose na organiziranost destinacije smatraju: organizaciju i sadržaj zračne luke, prometna povezanost destinacije i organizacija lokalnog prometa.

### • **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

I u ovoj destinaciji, turisti su osobnu sigurnost i zaštitu ocijenili najvišom ocjenom. Najmanjom ocjenom turisti su ocijenili prepoznatljivost destinacije na Internetu.

### • **Stanovništvo i zaposleni**

Ljubaznost domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu, kao i njihovo znanje stranih jezika turisti su ocijenili prosječnom ocjenom 4.08. Iz toga slijedi, da su turisti zadovoljni sa stanovništvom i zaposlenima u destinaciji Baška.

Tablica 2-30. **Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Baške**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Kvaliteta mora	4,89	1.	Kvaliteta kongresne ponude	2,89
2.	Ljepota krajolika	4,75	2.	Organizacija lokalnog prometa	2,95
3.	Očuvanost okoliša	4,58	3.	Sadržaji za djecu	3,06
4.	Zdrava klima u destinaciji	4,42	4.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,09
5.	Čistoća destinacije	4,32	5.	Ponuda za nautičare	3,11
6.	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	4,29	6.	Prometna povezanost destinacije	3,12
7.	Osobna sigurnost i zaštita	4,18	7.	Organizacija i sadržaj zračne luke	3,13
8.	Mogućnost izleta u okolinu	4,17	8.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,14
9.	Uređenost plaža	4,17	9.	Ponuda zabavnog sadržaja	3,15
10.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,11	10.	Kvaliteta kulturnih događaja	3,17
	Ljubaznost zaposlenih u turizmu				
	Ponuda sportskog sadržaja				

Kao i u većini promatranih destinacija, tako i u Baškoj, turisti su najzadovoljniji prostorom, resursima i okolišem (kvaliteta mora, ljepota krajolika, očuvanost okoliša, zdrava klima u destinaciji), sadržajima (nacionalni parkovi i parkovi prirode, mogućnost izleta u okolinu), organizacijom u destinaciji (uređenost plaža), osobnom sigurnošću i zaštitom, ali i s ljubaznim domicilnim stanovništvom i zaposlenima u turizmu.

Turisti su najmanje zadovoljni sa sljedećim elementima turističke ponude Baške: kvalitetom kongresnog turizma, organizacijom lokalnog prometa, sadržajima za djecu, kvalitetom i ponudom zdravstvenog turizma, ponudom za nautičare, prometnom povezanosti destinacije, ponudom zabavnog sadržaja i kvalitetom kulturnih događaja.

#### 2.4.8. Stavovi turista o elementima turističke ponude Ičića

U odnosu na sve promatrane destinacije, turisti u Ičićima su najmanje zadovoljni turističkom ponudom u toj destinaciji (2.87). S kojim elementima turističke ponude Ičića su turisti najviše, odnosno najmanje zadovoljni, analizirati će se u nastavku.



Tablica 2-31. **Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Ičića**

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ</b>						
1	Zdrava klima u destinaciji	12	4,08	0,51	5	3
24	Ljepota krajolika	12	4,25	0,62	3,5	2
25	Očuvanost okoliša	12	3,58	0,90	12,5	4
26	Kvaliteta mora	10	4,80	0,42	1	1
<b>SADRŽAJI</b>						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	11	2,64	0,81	45	19
27	Sadržaji za djecu	6	3,17	0,75	29,5	12
31	Ponuda kulturnih događaja	11	2,82	0,98	40,5	16,5
32	Kvaliteta kulturnih događanja	11	2,82	0,98	40,5	16,5
33	Ponuda zabavnog sadržaja	12	2,67	0,98	43,5	18
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	12	3,00	0,74	34,5	14
35	Ponuda sportskog sadržaja	7	2,43	1,13	46	20
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	4	2,00	1,41	47	21
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	2	3,50	0,71	16,5	8
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	2	3,50	0,71	16,5	8
39	Ponuda za nautičare	1	3,00	0,00	34,5	14
40	Kvaliteta ponude za nautičare	4	3,75	0,50	7,5	3
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	6	3,67	1,03	10	4,5
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	7	3,43	0,98	19	10
43	Kvaliteta smještajnog objekta	11	3,55	0,69	14	6
44	Kvaliteta objekata za prehranu	10	3,50	0,85	16,5	8
45	Ponuda zdrave hrane	3	3,33	1,15	23	11
46	Kvaliteta kongresne ponude	1	3,00	0,00	34,5	14
47	Mogućnost izleta u okolinu	11	3,91	0,83	6	2
48	Odnos cijena i kvalitete	12	3,67	0,78	10	4,5
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	4	4,25	0,50	3,5	1
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>						
5	Prometna povezanost destinacije	12	2,92	0,67	37,5	10
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	-	-	-	49	
7	Organizacija lokalnog prometa	12	2,75	0,75	42	11
8	Dostupni parkirališni prostor	12	1,83	0,72	48	13
15	Čistoća destinacije	12	3,67	0,89	10	2
16	Urbana skladnost i uređenost	12	3,25	0,75	25,5	6,5
17	Dostatnost i održavanje šetnica	12	3,42	1,08	21	4
18	Održavanje javne rasvjete	12	3,25	0,75	25,5	6,5
19	Uređenost parkova	12	3,42	0,67	21	4
20	Uređenost pročelja fasada	12	3,08	0,67	32	8
22	Uređenost plaža	12	3,42	0,67	21	4
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	11	3,00	1,34	34,5	9
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	12	2,67	0,98	43,5	12
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	12	4,75	5,77	2	1
<b>PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIR.</b>						
9	Dostupnost turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	12	3,25	0,62	25,5	1,5
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	12	2,92	0,51	37,5	6
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	12	2,83	0,94	39	7
12	Personality destinacije	11	3,18	0,60	28	3
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	6	3,17	0,75	29,5	4
14	Prepoz. smješt. objek. dest. na Intern. i moguć. rezerv.	4	3,25	0,50	25,5	1,5
28	Osobna sigurnost i zaštita	9	3,11	0,78	31	5
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	12	3,75	0,62	7,5	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	12	3,50	0,52	16,5	3
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	12	3,58	0,51	12,5	2

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

### • **Prostor, resursi i okoliš**

Turisti su prostorom, resursima i okolišem u Ičićima najviše zadovoljni (4.18), u odnosu na ostale elemente turističke ponude. Tu se posebno misli na: kvalitetu mora, ljepotu krajolika, zdravu klimu u destinaciji i očuvanost okoliša.

### • **Sadržaji**

Ponudjenim sadržajima u Ičićima, turisti su niti zadovoljni, niti nezadovoljni, što dokazuje i ukupna prosječna ocjena elemenata turističke ponude iz ove skupine (3.22). Međutim, kada se govori o sadržajima, turisti su najviše zadovoljni nacionalnim parkovima i parkovima prirode, mogućnostima izleta u okolinu i kvalitetom ponude za nautičare, dok su najmanje zadovoljni ponudom i kvalitetom sportskih sadržaja i stanjem spomeničke i kulturne baštine.

### • **Organiziranost destinacije**

Turisti su nezadovoljni s organizacijom destinacije (2.75). Posebno su nezadovoljni s: dostupnim parkirališnim prostorom, radnim vremenom uslužnih djelatnosti i organizacijom lokalnog prometa. Relativno visokom ocjenom, turisti su ocijenili kvalitetu i opskrbljenost trgovačke mreže (4.75) i čistoću destinacije (3.67).

### • **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

Turisti su najviše zadovoljni s prepoznatljivošću smještajnih objekata destinacije na Internetu i mogućnostima rezervacije, te s dostupnošću turističkim informacijama. Manje su zadovoljni s prepoznatljivošću destinacije (simbol, suvenir i sl.), te kvalitetom turističkog obilježavanja.

### • **Stanovništvo i zaposleni**

Turisti su zadovoljni domicilnim stanovništvom i zaposlenima u turizmu destinacije (3.61).

Tablica 2-32. **Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Ičića**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Kvaliteta mora	4,80	1.	Dostupni parkirališni prostor	1,83
2.	Kvaliteta i opskrba trgovačke mreže	4,75	2.	Kvaliteta sportskog sadržaja	2,00
3.	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	4,25	3.	Ponuda sportskog sadržaja	2,43
4.	Ljepota krajolika	4,25	4.	Stanje spomeničke i kulturne baštine	2,64
5.	Zdrava klima u destinaciji	4,08	5.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	2,67
6.	Mogućnost izleta u okolinu	3,91	6.	Ponuda zabavnog sadržaja	2,67
7.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	3,75	7.	Organizacija lokalnog prometa	2,75
8.	Kvaliteta ponude za nautičare	3,75	8.	Ponuda kulturnih događaja	2,82
9.	Čistoća destinacije	3,67	9.	Kvaliteta kulturnih događaja	2,82
10.	Ponuda turističkih agencija Odnos cijena i kvalitete	3,67	10.	Prepoznatljivost destinacije	2,83

Tablica 2-32. prikazuje 10 elemenata turističke ponude Ičića s kojima su turisti najviše zadovoljni i 10 elemenata s kojima su turisti najmanje zadovoljni.

Iz tablice je vidljivo da su turisti najviše zadovoljni prostorom, resursima i okolišem, a najmanje su zadovoljni s organiziranošću destinacije.

#### 2.4.9. Stavovi turista o elementima turističke ponude Mošćeničke Drage

Stavovi turista o elementima turističke ponude Mošćeničke Drage, analizirati će se u nastavku. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude o ovoj destinaciji (3.80), nalazi se iznad prosječne ocjene elemenata turističke ponude Kvarnera (3.76).

**Tablica 2-33. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude  
 Mošćeničke Drage**

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIS</b>						
1	Zdrava klima u destinaciji	68	4,59	0,70	1	1
24	Ljepota krajolika	69	4,52	0,80	3	3
25	Očuvanost okoliša	63	4,30	0,80	5,5	4
26	Kvaliteta mora	68	4,56	0,76	2	2
<b>SADRŽAJI</b>						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	65	3,77	0,90	27	8
27	Sadržaji za djecu	56	3,64	1,15	32	11
31	Ponuda kulturnih događaja	61	3,75	0,77	28	9
32	Kvaliteta kulturnih događanja	59	3,73	0,78	29	10
33	Ponuda zabavnog sadržaja	67	3,51	0,91	39	17
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	63	3,52	0,98	37	15
35	Ponuda sportskog sadržaja	49	3,51	0,89	39	17
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	45	3,51	0,87	39	17
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	40	3,47	0,91	41	19
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	37	3,38	0,98	44	20
39	Ponuda za nautičare	33	3,55	0,90	34,5	13
40	Kvaliteta ponude za nautičare	32	3,56	1,01	33	12
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	57	3,82	0,80	25	6
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	57	3,79	1,00	16	7
43	Kvaliteta smještajnog objekta	66	3,94	0,84	16	4,5
44	Kvaliteta objekata za prehranu	69	4,13	0,84	9	2
45	Ponuda zdrave hrane	63	3,94	0,82	16	4,5
46	Kvaliteta kongresne ponude	21	3,33	1,28	45	21
47	Mogućnost izleta u okolinu	57	4,05	0,91	10	3
48	Odnos cijena i kvalitete	70	3,54	0,86	36	14
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	42	4,14	0,87	8	1
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>						
5	Prometna povezanost destinacije	60	3,55	0,87	34,5	10
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	22	3,05	1,36	49	14
7	Organizacija lokalnog prometa	57	3,23	0,78	46	12
8	Dostupni parkirališni prostor	64	3,16	1,07	47	13
15	Čistoća destinacije	69	4,04	0,85	11	1
16	Urbana skladnost i uređenost	66	4,00	0,98	12,5	2,5
17	Dostatnost i održavanje šetnica	69	3,94	0,94	16	4,5
18	Održavanje javne rasvjete	66	3,91	0,76	21	7,5
19	Uređenost parkova	64	3,94	0,83	16	4,5
20	Uređenost pročelja fasada	69	3,86	0,84	23	9
22	Uređenost plaža	70	4,00	0,82	12,5	2,5
23	Brojnost kupača na plažama (gužve)	68	3,43	1,15	43	11
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	65	3,91	0,80	21	7,5
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	65	3,92	0,78	19	6
<b>PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST</b>						
9	Dostupnost turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	65	3,83	0,94	24	3
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	69	3,70	0,71	31	5
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	67	3,72	0,77	30	4
12	Personality destinacije	54	3,91	0,83	21	2
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	32	3,44	0,76	42	6
14	Prepoz. smješt. objek. dest. na Intern. i moguć. rezerv.	33	3,06	1,17	48	7
28	Osobna sigurnost i zaštita	64	3,94	1,01	16	1
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	69	4,51	0,63	4	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	69	4,29	0,77	7	3
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	69	4,30	0,69	5,5	2

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

### • **Prostor, resursi i okoliš**

Ovim elementima turističke ponude, turisti su jako zadovoljni (4.49). Elementima, kao što su zdrava klima u destinaciji (4.59), kvaliteta mora (4.56), ljepota krajolika (4.52) i očuvanost okoliša (4.30), turisti su dodijelili visoke ocjene.

### • **Sadržaji**

Turisti su sadržajima u destinaciji relativno zadovoljni (3.69). Najviše su zadovoljni nacionalnim parkovima i parkovima prirode, kvalitetom objekata za prehranu i mogućnostima izleta u okolinu, dok su najmanje zadovoljni kvalitetom kongresne ponude, ponudom i kvalitetom sadržaja zdravstvenog turizma.

### • **Organiziranost destinacije**

Čistoćom destinacije, urbanom skladnosti i uređenosti i uređenošću plaža, turisti su najviše zadovoljni. Međutim, turisti su najmanje zadovoljni dostupnim parkirališnim prostorom i organizacijom lokalnog prometa.

### • **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

Turisti su najviše zadovoljni osobnom sigurnosti i zaštitom, personality-em destinacije i sa dostupnošću turističkim informacijama. Najlošije su ocijenjeni sljedeći elementi turističke ponude iz ove skupine: prepoznatljivost smještajnih objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije, i prepoznatljivost destinacije na Internetu.

### • **Stanovništvo i zaposleni**

Uz prostor, resurse i okoliš, turisti su u ovoj destinaciji posebno zadovoljni ljubaznošću domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu, kao i njihovim znanjem stranih jezika (4.37).

Tablica 2-34. **Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Mošćeničke Drage**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Zdrava klima u destinaciji	4,59	1.	Organizacija i sadržaj zračne luke	3,05
2.	Kvaliteta mora	4,56	2.	Prepoznatljivost smještajnih objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,06
3.	Ljepota krajolika	4,52	3.	Dostupni parkirališni prostor	3,16
4.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,51	4.	Organizacija lokalnog prometa	3,23
5.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,30	5.	Kvaliteta kongresne ponude	3,33
6.	Očuvanost okoliša	4,30	6.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,38
7.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,29	7.	Brojnost kupaca na plažama	3,43
8.	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	4,14	8.	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,44
9.	Kvaliteta objekata za prehranu	4,13	9.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,47
10.	Mogućnost izleta u okolinu	4,05	10.	Ponuda zabavnog sadržaja Ponuda sportskog sadržaja	3,51

S kojim elementima turističke ponude u Mošćeničkoj Dragi su turisti najviše zadovoljni? Turisti su najviše zadovoljni prostorom, resursima i okolišem, te ljubaznošću domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu.

S kojim elementima turističke ponude su turisti najmanje zadovoljni? Turisti su najmanje zadovoljni s prepoznatljivošću turističke destinacije i sadržajima koji se nude u destinaciji.

#### 2.4.10. Stavovi turista o elementima turističke ponude Lopara

Stavovi turista o elementima turističke ponude Lopara, analizirati će se u nastavku. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude o ovoj destinaciji (3.67), nalazi se ispod prosječne ocjene elemenata turističke ponude Kvarnera (3.76).

Tour. hosp. manag. God. 10, Br. 1, Str.1-260  
**REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA STAVOVA TURISTA O TURISTIČKOJ PONUDI  
 KVARENERA I NJEGOVIH DESTINACIJA**

**Tablica 2-35. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Lopara**

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIS</b>						
1	Zdrava klima u destinaciji	62	4,60	0,61	2	1
24	Ljepota krajolika	63	4,44	0,76	3	2
25	Očuvanost okoliša	58	3,83	1,17	10	4
26	Kvaliteta mora	62	4,34	0,87	4	3
<b>SADRŽAJI</b>						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	59	3,42	1,00	40	16
27	Sadržaji za djecu	54	3,76	1,11	15	4
31	Ponuda kulturnih događaja	46	3,20	0,91	46	19
32	Kvaliteta kulturnih događanja	43	3,33	0,84	42	17
33	Ponuda zabavnog sadržaja	55	3,65	0,80	21	7
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	50	3,46	0,81	39	15
35	Ponuda sportskog sadržaja	50	3,58	0,78	28,5	10
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	50	3,68	0,87	18	5
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	39	3,10	1,05	49	21
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	37	3,19	1,10	47	20
39	Ponuda za nautičare	38	3,53	1,18	35	13
40	Kvaliteta ponude za nautičare	39	3,62	1,11	23,5	8
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	44	3,61	0,92	25	9
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	47	3,57	0,99	30	11
43	Kvaliteta smještajnog objekta	61	3,90	0,91	9	2
44	Kvaliteta objekata za prehranu	55	3,91	0,80	8	1
45	Ponuda zdrave hrane	53	3,66	0,90	20	6
46	Kvaliteta kongresne ponude	19	3,26	1,15	44	18
47	Mogućnost izleta u okolinu	47	3,55	1,02	31,5	12
48	Odnos cijena i kvalitete	61	3,48	1,07	38	14
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	36	3,81	0,00	11	3
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>						
5	Prometna povezanost destinacije	56	3,34	1,15	41	11
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	18	3,22	1,77	45	13
7	Organizacija lokalnog prometa	49	3,16	1,12	48	14
8	Dostupni parkirališni prostor	52	3,27	1,05	43	12
15	Čistoća destinacije	62	3,60	1,09	26	6
16	Urbana skladnost i uređenost	59	3,58	1,05	28,5	8
17	Dostatnost i održavanje šetnica	60	3,50	1,16	36,5	9,5
18	Održavanje javne rasvjete	59	3,71	0,85	17	4
19	Uređenost parkova	58	3,59	1,16	27	7
20	Uređenost pročelja fasada	57	3,79	0,86	13	2,5
22	Uređenost plaža	58	3,79	0,83	13	2,5
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	62	3,50	1,18	36,5	9,5
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	55	4,67	4,11	1	1
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	55	3,67	0,82	19	5
9	Dostupnost turističkim informacijama (info-uredi, punktovi itd.)	58	3,64	1,00	22	3
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	59	3,54	1,02	33,5	6,5
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	56	3,55	0,89	31,5	5
12	Personality destinacije	53	3,62	0,84	23,5	4
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	38	3,79	0,93	13	1
14	Prepoz. smješt. objek. dest. na Intern. i moguć. rezerv.	39	3,54	1,00	33,5	6,5
28	Osobna sigurnost i zaštita	54	3,74	0,97	16	2
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	59	4,22	0,77	5	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	61	4,07	0,75	7	3
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	58	4,21	0,95	6	2

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

### • **Prostor, resursi i okoliš**

Ovim elementima turističke ponude, turisti su jako zadovoljni (4.30), kao i u drugim destinacijama Kvarnera. Turisti su dodijelili visoke ocjene pojedinim elementima grupe, kao što su zdrava klima u destinaciji (4.60), kvaliteta mora (4.56), ljepota krajolika (4.44) i kvaliteta mora (4.34), dok je očuvanost okoliša ocjenjena relativno nižom ocjenom zadovoljstva (3.83).

### • **Sadržaji**

Turisti su sadržajima u destinaciji relativno zadovoljni (3.54). Najviše su zadovoljni kvalitetom objekata za prehranu i kvalitetom smještajnih objekata, nacionalnim parkovima i parkovima prirode, te sadržajima za djecu, dok su najmanje zadovoljni ponudom i kvalitetom sadržaja zdravstvenog turizma, ponudom i kvalitetom kulturnih događanja, te kvalitetom kongresne ponude.

### • **Organiziranost destinacije**

Turisti su relativno zadovoljni organiziranošću destinacije (3.60). Radnim vremenom uslužnih djelatnosti, uređenošću pročelja fasada i plaža, te održavanjem javne rasvjete turisti su najviše zadovoljni. Dok su turisti najmanje zadovoljni organizacijom i sadržajima zračne luke, organizacijom lokalnog prometa, dostupnim parkirališnim prostorom i prometnom povezanošću destinacije.

### • **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

Turisti su najviše zadovoljni prezentacijom destinacije na Internetu, osobnom sigurnosti i zaštitom i sa dostupnošću turističkim informacijama. Najlošije su ocijenjeni sljedeći elementi turističke ponude iz ove skupine: kvaliteta turističkog obilježavanja, prepoznatljivost smještajnih objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije, te personality destinacije.

### • **Stanovništvo i zaposleni**

Uz prostor, resurse i okoliš, turisti su u ovoj destinaciji posebno zadovoljni ljubaznošću domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu, kao i njihovim znanjem stranih jezika (4.17), što su iskazali visokom ocjenom zadovoljstva.



Tablica 2-36. **Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Lopara**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni		10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni	
1. Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	4,67	1. Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,10
2. Zdrava klima u destinaciji	4,60	2. Organizacija lokalnog prometa	3,16
3. Ljepota krajolika	4,44	3. Ponuda kulturnih događaja	3,20
4. Kvaliteta mora	4,34	4. Organizacija i sadržaj zračne luke	3,22
5. Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,22	5. Kvaliteta kongresne ponude	3,26
6. Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,21	6. Dostupni parkirališni prostor	3,27
7. Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,07	7. Kvaliteta kulturnih događaja	3,33
8. Kvaliteta objekata za prehranu	3,91	8. Prometna povezanost destinacije	3,34
9. Kvaliteta smještajnih objekata	3,90	9. Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,42
10. Očuvanost okoliša	3,83	10. Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,65

S kojim elementima turističke ponude u Loparu su turisti najviše zadovoljni? Turisti su najviše zadovoljni prostorom, resursima i okolišem, te ljubaznošću domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu.

S kojim elementima turističke ponude su turisti najmanje zadovoljni? Turisti su najmanje zadovoljni elementima ponude koji se nedovoljno nude u destinaciji (zdravstveni turizam, kulturni i zabavni sadržaji), te prometnom infrastrukturom i povezanošću destinacije.

#### 2.4.11. Stavovi turista o elementima turističke ponude Gorskog kotara

Stavovi turista o elementima turističke ponude Gorskog kotara, analizirati će se u nastavku. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Gorskog kotara iznosi (4.08), što znači da se nalazi iznad prosječne ocjene elemenata turističke ponude Kvarnera (3.76). Pri analizi elemenata turističke ponude Gorskog kotara turisti nisu ocjenjivali sljedeće elemente: ponuda sadržaja zdravstvenog turizma, kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma, kvaliteta kongresne ponude, uređenost plaža, brojnost kupaca na plažama, organizacija i sadržaj zračne luke, kvaliteta mora, ponuda za nautičare i kvaliteta ponude za nautičare.

**Tablica 2-37. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude  
 Gorskog kotara**

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIS</b>						
1	Zdrava klima u destinaciji	14	5,00	0,00	4	1
24	Ljepota krajolika	14	4,93	0,27	9	2,5
25	Očuvanost okoliša	14	4,93	0,27	9	2,5
26	Kvaliteta mora					
<b>SADRŽAJI</b>						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	14	3,29	1,07	30	9
27	Sadržaji za djecu	5	4,20	1,79	17	4
31	Ponuda kulturnih događaja	12	2,92	1,00	33,5	11,5
32	Kvaliteta kulturnih događanja	12	2,92	1,00	33,5	11,5
33	Ponuda zabavnog sadržaja	11	2,82	0,98	36	13
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	10	2,70	0,95	37	14
35	Ponuda sportskog sadržaja	12	4,08	0,51	19	6
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	11	4,09	0,54	18	5
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma					
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma					
39	Ponuda za nautičare					
40	Kvaliteta ponude za nautičare					
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	3	1,67	0,58	42	16
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	10	3,40	1,07	29	8
43	Kvaliteta smještajnog objekta	11	4,27	1,01	15	3
44	Kvaliteta objekata za prehranu	14	3,21	1,76	31	10
45	Ponuda zdrave hrane	14	2,64	1,74	38	15
46	Kvaliteta kongresne ponude					
47	Mogućnost izleta u okolinu	13	5,00	0,00	4	1,5
48	Odnos cijena i kvalitete	13	4,00	0,82	22	7
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	13	5,00	0,00	4	1,5
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>						
5	Prometna povezanost destinacije	14	4,93	0,27	9	1
6	Organizacija i sadržaji zračne luke					
7	Organizacija lokalnog prometa	12	3,67	1,15	25	6
8	Dostupni parkirališni prostor	12	3,17	1,03	32	9
15	Čistoća destinacije	14	3,79	0,97	23	4
16	Urbana skladnost i uređenost	14	3,71	0,99	24	5
17	Dostatnost i održavanje šetnica	14	3,43	1,16	27,5	7,5
18	Održavanje javne rasvjete	14	4,43	0,51	12	2
19	Uređenost parkova	14	3,43	1,16	27,5	7,5
20	Uređenost pročelja fasada	14	3,64	0,74	26	3
22	Uređenost plaža					
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)					
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	14	2,86	0,95	35	10
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	14	2,00	0,39	40,5	11
<b>PREPOZNTLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST</b>						
9	Dostupnost turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	14	4,07	0,83	20,5	6,5
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	14	4,07	1,00	20,5	6,5
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	13	4,31	0,75	14	4
12	Personality destinacije	14	4,21	0,89	16	5
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	5	5,00	0,00	4	2
14	Prepoz. smješt. objek. dest. na Intern. i moguć. rezerv.	2	5,00	0,00	4	2
28	Osobna sigurnost i zaštita	14	5,00	0,00	4	2
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	14	4,64	0,63	11	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	13	4,38	0,87	13	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	7	2,57	0,53	39	3

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

### • **Prostor, resursi i okoliš**

Ovim elementima turističke ponude, turisti su jako zadovoljni (4.95). Turisti su pojedinim elementima dodijeli izrazito visoke ocjene zadovoljstva: zdrava klima u destinaciji (5.00), ljepota krajolika (4.93) i očuvanost okoliša (4.93).

### • **Sadržaji**

Turisti su sadržajima u destinaciji najmanje zadovoljni (3.51). Najviše su zadovoljni nacionalnim parkovima i parkovima prirode, mogućnostima izleta u okolinu, te kvalitetom smještajnog objekata, dok su najmanje zadovoljni kvalitetom kongresne ponude, ponudom i kvalitetom sadržaja zdravstvenog turizma.

### • **Organiziranost destinacije**

Održavanjem javne rasvjete, dostatnosti i održavanjem šetnica, te uređenosti parkova, turisti su najviše zadovoljni. Međutim, turisti su najmanje zadovoljni uređenosti pročelja fasada, organizacijom lokalnog prometa i urbanom skladnosti i uređenosti.

### • **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

Turisti su najviše zadovoljni osobnom sigurnosti i zaštitom, te prepoznatljivosti destinacije i smještajnih objekata na Internetu. Najlošije su ocijenjeni sljedeći elementi turističke ponude iz ove skupine: dostupnost turističkim informacijama i kvaliteta turističkog obilježavanja.

### • **Stanovništvo i zaposleni**

Ljubaznost domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu, te njihovo znanje stranih jezika turisti su ocijenili kao relativno zadovoljno (3.86).

S kojim elementima turističke ponude u Gorskom Kotaru su turisti najviše zadovoljni? Turisti su najviše zadovoljni prostorom, resursima i okolišem, prezentacijom destinacija na Internetu i osobnom sigurnošću.

S kojim elementima turističke ponude su turisti najmanje zadovoljni? Turisti su najmanje zadovoljni sadržajima koji se nude.

**Tablica 2-38. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Gorskog kotara**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Zdrava klima u destinaciji	5,00	1.	Ponuda turističkih agencija	1,67
2.	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	5,00	2.	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	2,00
3.	Prepoznatljivost smještajnih objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	5,00	3.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	2,57
4.	Osobna sigurnost i zaštita	5,00	4.	Ponuda zdrave hrane	2,64
5.	Mogućnost izleta u okolinu	5,00	5.	Kvaliteta zabavnog sadržaja	2,70
6.	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	5,00	6.	Ponuda zabavnog sadržaja	2,82
7.	Prometna povezanost destinacije	4,93	7.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	2,86
8.	Ljepota krajolika	4,93	8.	Kvaliteta kulturnih događanja	2,92
9.	Očuvanost okoliša	4,93	9.	Ponuda kulturnih događanja	2,92
10.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,64	10.	Kvaliteta objekata za prehranu	3,21

### **Čime su turisti zadovoljni, a čime nezadovoljni?**

**Tablica 2-39. Prosječne ocjene elemenata turističke ponude destinacije Kvarner i njenih destinacija**

Elementi turističke ponude	PGŽ-prosjek (%)	NOVI VINODOLSKI	OPATIJA	LOVRAN	RIJEKA	RAB	BAŠKA	IČIĆI	MOŠĆENIČKA DRAGA	LOPAR	GORSKI KOTAR
<i>Prostor, resursi i okoliš</i>	4.33	4.38	4.16	4.17	4.52	4.27	4.66	4.18	4.49	4.30	3.95
<i>Sadržaji</i>	3.66	3.30	3.82	3.55	3.91	3.74	3.52	3.22	3.69	3.54	3.12
<i>Organiziranost destinacije</i>	3.64	3.59	3.69	3.51	3.76	3.67	3.52	2.75	3.71	3.60	3.54
<i>Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost</i>	3.74	3.58	3.80	3.80	3.73	3.80	3.76	3.10	3.66	3.63	4.52
<i>Stanovništvo i zaposleni</i>	4.18	4.12	4.13	4.35	4.27	4.18	4.08	3.61	4.37	4.17	3.86
<b>Prosječna ocjena</b>	<b>3.75</b>	<b>3.56</b>	<b>3.83</b>	<b>3.67</b>	<b>3.91</b>	<b>3.80</b>	<b>3.68</b>	<b>2.87</b>	<b>3.80</b>	<b>3.67</b>	<b>3.63</b>

Turisti su nezadovoljni sa svim onim što čini kvalitetu turističke ponude, a to je: dostupnost destinaciji i parkirališna infrastruktura, te sport, zabava i zdravstveni turizam, što suvremeni turist najviše traži.

Analiza po pojedinim destinacijama ukazuje na manje ili veće sličnosti i razlike u odnosu na analizirani prosjek (Tablica 2-41 u prilogu). Turisti su bili najviše zadovoljni turističkom ponudom u Rijeci (3.91), Opatiji (3.83), Rabu (3.80) i Mošćeničkoj Dragi (3.80), a najmanje zadovoljni u Ičićima (2.87).