

UDK/UDC: 338.482(497.5-3 Kvarner)

316.64-057.68

Dr. sc. BRANKO BLAŽEVIĆ

Dr. sc. MILENA PERŠIĆ

profesori na Fakultetu za turistički i hotelski menadžment, Opatija.

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

***s posebnim osvrtom na stavove turista o elementima
turističke ponude Crikveničko-vinodolske rivijere***

Stavovi turista o elementima turističke ponude Crikveničko-vinodolske rivijere, temeljem anketiranja na području Crikvenice, Novog Vinodolskog, Selca i Jadranova provedenog u 2005. i 2006. godini, objavljeni su u časopisu *Tourism and Hospitality Management* u izdanju Fakulteta za turistički i hotelski menadžment iz Opatije, a u okviru objavljivanja rezultata druge faze istraživanja na znanstvenom projektu «Turistička regionalizacija u globalnim procesima»¹. Istraživanje je objavljeno pod nazivom «Ocjena turističke ponude Kvarnera». Crikveničko-vinodolska rivijera, sa svojim destinacijama kao što su Crikvenica, Novi Vinodolski, Selce i Jadranovo promatrana je kao turistička subregija Kvarnera (podaci o Dramlju uključeni su u destinaciju Crikvenica).

¹ Znanstveni projekt Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa RH pod nazivom «Turistička regionalizacija u globalnim procesima» pod brojem 0116003 vodio je u razdoblju 2002.-2006. prof. dr. sc. Branko Blažević.

Broj posjeta destinaciji

Istraživanjem je ispitano koliki je udio turista koji se nakon prvog posjeta ponovno odlučuju za posjet nekoj od destinacija Kvarnera.

Tablica 1. Broj posjeta destinaciji (%)

<i>Broj posjeta</i>	<i>prvi puta</i>	<i>2 – 5 puta</i>	<i>više od 5 puta</i>	<i>TOTAL</i>
Kvarner-prosjek	51,9	31,8	16,3	100
Crikvenica	54,7	31,7	13,7	100
Novi Vinodolski	62,2	26,8	11	100
Selce	56,2	38,4	5,4	100
Jadranovo	46,7	26,7	26,6	100
Opatija	59,4	27,4	13,3	100
Lovran	29,6	45,9	24,5	100
Ičići	48	20	32	100
Medveja	46,2	30,8	23	100
Mošćenička Draga	31,4	41,1	27,5	100
Krk	57,6	32,2	10,2	100
Baška	31,1	50	18,9	100
Punat	44	32	24	100
Omišalj	53,3	17,3	29,3	100
Cres	52,8	22,6	24,5	100
Lošinj	66,5	22	11,5	100
Rab	37,5	44,3	18,2	100
Lopar	41,2	43,3	15,5	100
Rijeka	57,9	34,2	7,9	100
Kraljevica	54,2	37,5	8,3	100
Kostrena	90,9	9,1	0	100
Gorski kotar	31,3	39,6	29,1	100

Većina turista (51,9%) posjećuje Primorsko-goransku županiju prvi put, dok je 31,8% turista posjetilo destinaciju više od dva puta. U odnosu na rezultate istraživanja provedenog 2003. godine može se uočiti da raste broj turista koji Kvarner posjećuju po prvi puta. Te godine je udio turista koji su po prvi put posjetili Kvarner bio 44%.

Ponovni dolazak u destinaciju

Tablica 2. Ponovni dolazak u destinaciju (%)

<i>Ponovni dolazak</i>	<i>Da</i>	<i>Ne</i>	<i>Ne znam</i>	<i>TOTAL</i>
Kvarner-prosjek	61,5	6,4	32,1	100
Crikvenica	54,4	3,4	42,2	100
Novi Vinodolski	57,3	8,5	34,2	100
Selce	43,1	15,3	41,6	100
Jadranovo	53,3	20	26,7	100
Opatija	69,9	5,6	24,5	100
Lovran	59,2	6,1	34,7	100
Ičići	56	0	44	100
Medveja	53,8	0	46,2	100
Mošćenička Draga	82	0	18	100
Krk	64,4	5,1	30,5	100
Baška	67,1	4,1	28,8	100
Punat	54,1	2	43,9	100
Omišalj	62,7	9,3	28	100
Cres	67,3	2,8	29,9	100
Lošinj	57,8	5,2	37	100
Rab	62,8	8,1	29,1	100
Lopar	64,3	12,2	23,5	100
Rijeka	53,3	4	42,7	100
Kraljevica	45,8	16,7	37,5	100
Kostrena	9,1	54,5	36,4	100
Gorski kotar	81,3	6,3	12,4	100

Najveći broj turista (61,5%) ima namjeru ponovno posjetiti destinaciju Kvarner, što svjedoči o vjernosti određenog segmenta turista. Gotovo trećina turista neodlučna je u svezi eventualnog ponovnog posjeta istoj destinaciji. Samo 6,4% turista izričito nema namjeru ponovno posjetiti destinaciju.

Odabir destinacije

Tablica 3. Odabir destinacije (%)

<i>Ponovni dolazak</i>	<i>Preporuka prijatelja ili rođaka</i>	<i>Turistički sajam</i>	<i>Internet</i>	<i>Turističke agencije</i>	<i>Ostalo</i>	<i>TOTAL</i>
Kvarner-prosjek	34,5	4,3	13,5	14,8	32,9	100
Crikvenica	28,4	7,4	16,9	26,4	20,9	100
Novi Vinodolski	43,2	3,7	12,3	28,4	12,4	100
Selce	32,4	5,4	28,4	14,9	18,9	100
Jadranovo	33,3	6,7	0	6,7	53,3	100
Opatija	24,7	1,1	8,5	24,,0	41,7	100
Lovran	30,6	17,3	9,2	7,1	35,7	100
Ičići	44	0	20	0	36	100
Medveja	34,6	0	3,8	0	61,6	100
Mošćenička Draga	32,7	2	14,3	22,4	28,6	100
Krk	14,4	11,9	8,5	6,8	58,5	100
Baška	42,1	5,3	25	10	17,1	100
Punat	56	0	6	4	34	100
Omišalj	31,6	2,6	6,6	17,1	42,1	100
Cres	53,2	3,7	10,1	3,7	29,4	100
Lošinj	45,7	1,7	18,3	12,2	22,2	100
Rab	26,4	5,7	20,7	11,5	35,6	100
Lopar	23,7	0	16,5	14,4	45,4	100
Rijeka	40	5,3	17,3	18,7	18,7	100
Kraljevica	41,7	0	8,3	0	50	100
Kostrena	27,3	0	0	9,1	63,6	100
Gorski kotar	54,2	0	6,3	10,4	29,1	100

Preporuke i iskustva prijatelja ili rođaka (34,5%) 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 (14,8%), no potrebno je uočiti pad odabira destinacije temeljem tog izvora (2003. godine udio turista koji su odabrali destinaciju temeljem informacija od turističkih agencija bio je 20%). Za buduće marketinške aktivnosti posebno je važno što znatno raste udio turista koji su destinaciju odabrali temeljem pregleda Interneta: (sada je to 13,5%, dok je unatrag dvije godine taj udio bio 8%). Suprotno ovom trendu udio turista koji odabiru Kvarner temeljem turističkih sajmova pada, te je sada 4,3%, u odnosu na 6% koliko je bio 2003. godine.

Oblik prijevoza

Analiza je obuhvatila i načine na koje su turisti doputovali u destinaciju, tj. koji su način prijevoza odabrali. Kada je riječ o dolasku turista u destinaciju Kvarner, dominira automobilski prijevoz. Većina turista (76,4%) koristi se osobnim automobilom, a znatan dio turista pristiže autobusom (15%), dok je vrlo malio dio ostalih oblika prijevoza.

Tablica 4. Oblik prijevoza (%)

<i>Prijevozno sredstvo</i>	<i>Osobni automobil</i>	<i>Autobus</i>	<i>Vlak</i>	<i>Brod</i>	<i>Plovilo</i>	<i>Avion</i>	<i>Motocikl, bicikl</i>	<i>TOTAL</i>
Kvarner-prosjek	76,4	15,9	1,3	0,7	1,2	2,4	2,1	100
Crikvenica	75,5	21,8	0	0	0,7	1,4	0,7	100
Novi Vinodolski	69,6	26,8	1,2	0	0	1,2	1,2	100
Selce	72	18,7	1,3	0	0	2,7	5,3	100
Jadranovo	73,3	26,7	0	0	0	0	0	100
Opatija	58,2	24,7	2,1	0,3	2,8	5,6	6,3	100
Lovran	49,5	35,4	3	0	6,1	6,1	0	100
Ičići	75	20,8	0	0	0	0	4,2	100
Medveja	96,2	3,8	0	0	0	0	0	100
Mošćenička Draga	88,2	9,8	0	0	0	2	0	100
Krk	87,3	3,4	0,8	1,7	0	2,5	4,2	100
Baška	85,5	7,9	1,3	2,6	0	2,6	0	100
Punat	84	12	2	2	0	0	0	100
Omišalj	89,3	2,7	1,3	2,7	2,7	1,3	0	100
Cres	88,3	9,9	0	0	0	0	1,8	100
Lošinj	80,8	13,5	0,9	1,3	1,7	1,3	0,4	100
Rab	90,9	6,8	0	0	0	0	2,3	100
Lopar	82,5	13,4	1	1	0	2,1	0	100
Rijeka	67,1	21,1	3,9	1,3	1,3	1,3	3,9	100
Kraljevica	95,8	0	4,2	0	0	0	0	100
Kostrena	90	9,1	0	0	0	0	0	100
Gorski kotar	83,3	6,3	4,2	0	0	6,2	0	100

U odnosu na istraživanje provedeno 2003. godine uočava se porast udjela turista koji stižu osobnim automobilom (tada je bio 68%). Međutim, iako se radi o malom postotku vrijedi zabilježiti povećanje broja turista koji stižu avionom (2003. oni su činili samo 1%), što se može protumačiti jačim aktiviranjem Zračne luke Rijeka na Krku, te boljom prometnom povezanošću sa Zagrebom, čime je olakšan dolazak turista i iz Zračne luke Zagreb.

Organizacija turističkog putovanja

Tablica 5. Organizacija turističkog putovanja (%)

Organizacija putovanja	Individualno	Organizirano	TOTAL
Kvarner-prosjek	79,4	20,6	100
Crikvenica	64,4	35,6	100
Novi Vinodolski	55,7	44,3	100
Selce	84,5	15,5	100
Jadranovo	100	0	100
Opatija	66,7	33,3	100
Lovran	70,4	29,6	100
Ičići	72	28	100
Medveja	100	0	100
Mošćenička Draga	70,6	29,4	100
Krk	77,1	22,9	100
Baška	89,2	10,8	100
Punat	88	12	100
Omišalj	87,5	12,5	100
Cres	90,7	9,3	100
Lošinj	87,4	12,6	100
Rab	96,6	3,4	100
Lopar	87,6	12,4	100
Rijeka	80,3	19,7	100
Kraljevica	100	0	100
Kostrena	100	0	100
Gorski kotar	85,4	14,6	100

Ogromna većina turista, gotovo 80%, dolazak i smještaj organiziraju u vlastitoj režiji, a samo 20,6% turista dolazi organizirano, tj. posredstvom agencije.

Razumljivo je da turisti koji dolaze individualno najčešće koriste osobni automobil, dok oni koji dolaze organizirano, često koriste autobus.

Ocjena kvalitete ponude destinacije

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

Tablica 6. Smještaj u destinaciji (%)

<i>Vrsta smještaja</i>	<i>Hotel 4 ili 5*</i>	<i>Hotel 3* ili manje</i>	<i>Privatni smještaj</i>	<i>Odmaraalište ili turističko naselje</i>	<i>Kamp</i>	<i>Privatno</i>	<i>TOTAL</i>
Kvarner-prosjek	10,8	22,4	26,4	3,7	28,3	8,4	100
Crikvenica	6	57,7	22,1	4,7	4,7	4,7	100
Novi Vinodolski	24,4	35,4	25,6	3,7	1,2	9,8	100
Selce	9,5	35,1	32,4	6,8	6,8	9,5	100
Jadranovo	0	0	73,3	6,7	0	20	100
Opatija	39,9	36,2	13	0	4,3	6,5	100
Lovran	28,6	29,6	20,4	5,1	0	16,3	100
Ičići	0	0	4,2	4,2	87,5	4,2	100
Medveja	0	3,8	30,8	0	61,6	3,8	100
Mošćenička Draga	0	32,7	32,7	0	14,3	20,3	100
Krk	0,8	3,4	29,7	4,2	55,9	5,9	100
Baška	0	6,8	24,7	1,4	58,9	8,2	100
Punat	0	18	20	0	50	12	100
Omišalj	2,6	17,1	26,3	2,6	34,2	17,1	100
Cres	0	1,8	30,9	0	63,6	3,6	100
Lošinj	3,9	20,2	24,1	3,5	44,3	3,9	100
Rab	0	10,3	49,4	8	20,7	11,5	100
Lopar	1	5,2	23,7	5,2	59,8	5,2	100
Rijeka	7,9	21,1	47,7	10,5	6,6	6,6	100
Kraljevica	0	0	41,7	0	58,3	0	100
Kostrena	0	9,1	45,4	0	36,4	9,1	100
Gorski kotar	2,1	8,3	29,2	18,8	14,6	27,1	100

U promatranom razdoblju, većina turista boravila je u kampovima i privatnom smještaju. U hotelima s tri ili manje zvjezdica boravilo je 22,4% turista, a u hotelima s 4 ili 5 zvjezdica boravilo je na razini Kvarnera 10,8%.

Boravak u destinaciji

Najveći broj turista boravi više od četiri noći (81,3%). Više od trećine ispitanih turista boravi više od sedam noći, što je u skladu s prevladavajućim motivom dolaska na Kvarner, a to je odmor i relaksacija. Svega 15,8% gostiju boravi 1-3 noći. Ovi podaci načelno ne odstupaju od rezultata istraživanja provedenog 2003. godine. Ne razlikuju se bitno po pojedinim gradovima/općinama, s izuzetkom grada Rijeke, gdje turisti u najvećem dijelu borave kraće (1-3 dana) što je osobitost urbanih destinacija svugdje u svijetu.

Tablica 7. Broj noćenja turista (%)

<i>Broj noćenja</i>	<i>Bez noćenja</i>	<i>1-3 noćenja</i>	<i>4-7 noćenja</i>	<i>Više od 7 noćenja</i>	<i>TOTAL</i>
Kvarner-prosjek	2,9	15,8	44,6	36,7	100
Crikvenica	0,7	5,5	54,8	39	100
Novi Vinodolski	0	2,5	70	27,5	100
Selce	0	10,7	61,3	28	100
Jadranovo	0	6,7	60	33,3	100
Opatija	5,6	27,7	42,1	24,6	100
Lovran	5,1	7,1	38,4	49,5	100
Ičići	8	16	16	60	100
Medveja	3,8	34,6	27	34,6	100
Mošćenička Draga	5,9	17,6	45,1	31,4	100
Krk	2,5	26,3	41,5	29,7	100
Baška	2,6	13,2	48,7	35,5	100
Punat	0	2	42	56	100
Omišalj	5,3	8	33,3	53,3	100
Cres	1,8	7,3	33,6	57,3	100
Lošinj	0,4	15,8	42,5	41,3	100
Rab	1,2	12,5	56,8	29,5	100
Lopar	0	7,2	39,2	53,6	100
Rijeka	0	27,6	50	22,4	100
Kraljevica	0	29,2	50	20,8	100
Kostrena	0	45,5	54,5	0	100
Gorski kotar	25,5	29,8	21,3	23,4	100

Dnevna potrošnja po osobi

Tablica 8. Dnevna potrošnja turista po osobi (%)

<i>Iznos u EUR-ima</i>	<i>Manje od 30 EUR-a</i>	<i>30-50 EUR-a</i>	<i>50-100 EUR-a</i>	<i>Više od 100 EUR-a</i>	<i>TOTAL</i>
Kvarner-prosjek	27,2	45,7	23	4,1	100
Crikvenica	11,9	57,3	30,1	0,7	100
Novi Vinodolski	35,8	37	18,5	8,7	100
Selce	9,3	60	26,7	4	100
Jadranovo	86,7	13,3	0	0	100
Opatija	16,1	37,5	33,2	13,2	100
Lovran	49	39,8	11,2	0	100
Ičići	40	48	12	0	100
Medveja	32	60	4	4	100
Mošćenička Draga	12,2	63,3	24,5	0	100
Krk	36,3	55,1	18,6	0	100
Baška	13,3	46,7	34,7	5,3	100
Punat	28	40	24	8	100
Omišalj	31,9	40,3	22,2	5,6	100
Cres	28,3	44,3	25,5	1,9	100
Lošinj	21,6	47,6	29,1	1,8	100
Rab	29,4	49,4	21,2	0	100
Lopar	29,9	47,4	18,6	4,1	100
Rijeka	67,1	30,3	2,6	0	100
Kraljevica	58,3	37,5	4,2	0	100
Kostrena	54,5	36,4	9,1	0	100
Gorski kotar	40,4	48,9	6,4	4,3	100

Najveći broj turista (45,7%) u destinaciji Kvarner dnevno troši 30 do 50 EUR-a. Najmanji je broj (4,1%) onih koji troše više od 100 EUR-a dnevno. U odnosu na rezultate dobivene prethodnim istraživanjem udio turista koji ostvaruju dnevnu potrošnju od 30 do 50 EUR-a ostao je na istoj razini. Pozitivan je trend da se smanjio udio turista koji ostvaruju dnevnu potrošnju manju od 30 EUR-a (2003. godine taj je postotak iznosio 32%), a raste udio onih koji dnevno potroše od 50 do 100 EUR-a (2003. godine taj je postotak iznosio 17%).

Turistička destinacija CRIKVENICA

Stavovi turista o elementima turističke ponude Crikvenice dani su u tablicama i tekstu koji slijedi.

Tablica 9. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Crikvenice0

Red. br.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ						
1	Klima	142	4,99	0,97	3	3
19	Ljepota krajolika	140	5,03	1,16	2	2
20	Očuvanost okoliša	140	4,86	1,14	6	4
21	Čistoća mora	140	5,28	1,12	1	1
SADRŽAJI						
10	Događaji	140	4,09	1,14	27	7
16	Kulturno-povijesna baština	140	4,48	1,24	20	4
22	Sadržaji za djecu	139	4,63	1,04	13	1
27	Objekti za smještaj	141	4,62	1,19	14	2
28	Ugostiteljski objekti	141	4,52	1,17	19	3
29	Kulturni sadržaji	140	4,02	1,24	31	10
30	Zabavni sadržaji	139	4,06	1,23	29	9
31	Sportski sadržaji	138	3,87	1,03	33	11
32	Skupovi i kongresi	131	3,61	1,27	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	138	3,80	1,27	35	13
34	Nautička ponuda	138	3,87	1,34	34	12
35	Ponuda izleta	138	4,07	1,37	28	8
36	Lokalna gastronomija	142	4,26	1,44	23	5
37	Odnos cijene i kvalitete	142	4,13	1,36	26	6
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna dostupnost	139	4,24	1,03	24	10
6	Lokalni promet	140	3,98	1,13	32	11
7	Parkirališta	141	3,75	1,25	36	12
12	Uređenost mjesta	138	4,54	1,13	18	7
13	Urbana skladnost	141	4,45	1,14	21	8
14	Šetnice	140	4,81	1,23	10	5
15	Parkovi i zelene površine	141	4,82	1,26	9	4

17	Uređenost i čistoća plaža	141	4,92	1,18	4	1
18	Gužve na plažama	140	4,26	1,33	22	9
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	138	4,87	1,25	5	2
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	141	4,83	1,19	8	3
26	Trgovine	140	4,72	1,12	11	6
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	139	4,23	1,10	25	3
9	Turistička signalizacija	138	4,04	1,15	30	4
11	Suveniri	141	4,55	1,32	16	2
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	141	4,83	1,26	7	1
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva	142	4,54	1,06	17	3
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	141	4,57	1,06	15	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	139	4,63	0,95	12	1

Ljestvica ocjena: 1 do 7 (1 – izrazito nezadovoljan, 7 – izrazito zadovoljan)

Ispitivanje turista pokazuje da su turisti uglavnom zadovoljni turističkom ponudom Crikvenice, uz odstupanja procijenjenog zadovoljstva kod pojedinih elemenata ponude.

Prostor, resursi i okoliš

Turisti su izrazito zadovoljni čistoćom mora (5.28), ljepotom krajolika (5.03) i klimom (4.99). Ovi elementi turističke ponude Crikvenice ocijenjeni su najvišom ocjenom i na razini ukupnih elemenata ponude.

Sadržaji

Sadržaje destinacije turisti su ocijenili ocjenama u rasponu od 4.63 (sadržaji za djecu) do 3.61 (skupovi i kongresi). Dobre ocjene dobili su objekti za smještaj, ugostiteljski objekti, kulturno-povijesna baština, te lokalna gastronomija. Ipak, treba uočiti da su elementi ove skupine ocijenjeni nešto nižom ocjenom u odnosu na prosjek Kvarnera, uz izuzetak sadržaja za djecu koji su ocijenjeni višom ocjenom u odnosu na Kvarner u cjelini.

Organiziranost destinacije

Turisti su zadovoljni organiziranošću destinacije, a najbolje su ocijenjeni elementi turističke ponude: uređenost i čistoća plaža (4.92) što je jedan

od najjačih aduta ponude Crikvenice. Dobro je ocijenjeno i radno vrijeme uslužnih djelatnosti (4.87) i ugostiteljskih objekata (4.83), a kao najslabije točke identificirani su prometni problemi: parkirališta (3.75) i lokalni promet (3.98).

Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost

Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost na području Crikvenice, turisti su ocijenili vrijednostima višim od četiri. Osjećaj sigurnosti i zaštite ocijenjen je najvišom ocjenom od 4.83.

Stanovništvo i zaposleni

Turisti su vrlo zadovoljni ljubaznošću domicilnog stanovništva (4.54), ljubaznošću zaposlenih u turizmu (4.57), kao i njihovim znanjem stranih jezika (4.63).

Tablica 10. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Crikvenice

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Čistoća mora	5,28	1.	Skupovi i kongresi	3,61
2.	Ljepota krajolika	5,03	2.	Parkirališta	3,75
3.	Klima	4,99	3.	Sadržaji za zdravstveni turizam	3,80
4.	Uređenost i čistoća plaža	4,92	4.	Nautička ponuda Sportski sadržaji	3,87
5.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	4,87	5.	Lokalni promet	3,98
6.	Očuvanost okoliša	4,86	6.	Kulturni sadržaji	4,02
7.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata Osjećaj sigurnosti i zaštite	4,83	7.	Turistička signalizacija	4,04
8.	Parkovi i zelene površine	4,82	8.	Zabavni sadržaji	4,06
9.	Šetnice	4,81	9.	Ponuda izleta	4,07
10.	Trgovine	4,72	10.	Događaji	4,09

Analizom elemenata turističke ponude Crikvenice može se zaključiti da su turisti najviše zadovoljni čistoćom mora, ljepotom krajolika i zdravom klimom, zatim uređenošću i čistoćom plaža, te radnim vremenom uslužnih dje-

latnosti. Najmanje su zadovoljni elementima turističke ponude iz skupine «sadržaji».

Turistička destinacija NOVI VINODOLSKI

Stavovi turista o elementima turističke ponude Novog Vinodolskog dani su u tablicama i tekstu koji slijedi.

Tablica 11. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Novi Vinodolski

Red. br.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ						
1	Klima	75	4,67	2,40	30	4
19	Ljepota krajolika	75	6,08	0,96	2	2
20	Očuvanost okoliša	73	5,40	1,29	14	3
21	Čistoća mora	75	6,11	0,95	1	1
SADRŽAJI						
10	Događaji	75	4,31	1,47	34	11
16	Kulturno-povijesna baština	74	5,32	1,28	17	6
22	Sadržaji za djecu	72	5,04	1,37	24	7
27	Objekti za smještaj	75	5,59	1,07	10	3
28	Ugostiteljski objekti	73	5,36	1,13	16	5
29	Kulturni sadržaji	75	4,93	1,24	27	8
30	Zabavni sadržaji	73	4,77	1,32	28	9
31	Sportski sadržaji	71	4,11	1,43	36	13
32	Skupovi i kongresi	52	3,25	1,60	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	64	4,31	1,49	35	12
34	Nautička ponuda	70	4,66	1,35	31	10
35	Ponuda izleta	75	5,37	1,05	15	4
36	Lokalna gastronomija	73	5,88	0,88	3	1
37	Odnos cijene i kvalitete	75	5,69	1,04	6	2
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna dostupnost	75	4,75	1,50	29	10
6	Lokalni promet	71	4,46	1,32	33	12

7	Parkirališta	75	4,48	1,60	32	11
12	Uređenost mjesta	74	5,26	0,98	19	7
13	Urbana skladnost	75	5,24	1,16	20	8
14	Šetnice	75	5,64	1,02	7	3
15	Parkovi i zelene površine	75	5,60	1,24	9	4
17	Uređenost i čistoća plaža	74	5,57	1,29	13	6
18	Gužve na plažama	74	5,07	1,31	23	9
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	74	5,58	1,28	11	5
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	74	5,77	0,93	4	1
26	Trgovine	75	5,77	0,95	5	2
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	74	5,22	1,22	21	2
9	Turistička signalizacija	73	4,95	1,17	25	3
11	Suveniri	75	4,93	1,31	26	4
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	74	5,27	1,32	18	1
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva	76	5,63	1,34	8	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	75	5,57	1,12	12	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	74	5,20	1,42	22	3

Ljestvica ocjena: 1 do 7 (1 – izrazito nezadovoljan, 7 – izrazito zadovoljan)

Prostor, resursi i okoliš

Turisti su zadovoljni prostorom, resursima i okolišem. Najviše su zadovoljni čistoćom mora (6.11), ljepotom krajolika (6.08), te očuvanošću okoliša (5.40). Svi elementi ove skupine dobili su bitno bolje ocjene u odnosu na rezultate iz istraživanja 2003. g., provedenog istom metodologijom.

Sadržaji

Tablica pokazuje da su turisti najvišu ocjenu dali sljedećim elementima turističke ponude iz ove skupine: lokalna gastronomija (5.88), odnos cijene i kvalitete (5.69), objekti za smještaj (5.59), kulturno-povijesna baština (5.32). U odnosu na rezultate istraživanja iz 2003., svi su elementi ponude iz ove skupine dobili bitno više ocjene, što kazuje o znatnom unapređenju kvalitete sadržaja.

Organiziranost destinacije

Turisti su zadovoljni organiziranošću destinacije. Najbolje ocijenjeni elementi turističke ponude su radno vrijeme uslužnih djelatnosti (5.77) i trgovine (5.77), te šetnice (5.64) i uređenost zelenih površina (5.60). Kao najslabije točke identificirani su prometni problemi: lokalni promet, parkirališta i prometna dostupnost.

Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost

Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost destinacije Novi Vinodolski turisti su ocijenili vrlo visokom ocjenom. Osobna sigurnost i zaštita (5.27), te dostupnost turističkim informacijama (5.22) ocijenjeni su najvišom ocjenom, a visoke ocjene dobile su i turistička signalizacija i ponuda suvenira. U odnosu na rezultate istraživanja iz 2003., svi su elementi ponude iz ove skupine dobili bitno više ocjene.

Stanovništvo i zaposleni

Turisti su izrazito zadovoljni ljubaznošću domicilnog stanovništva (5.63), ljubaznošću zaposlenih u turizmu (5.57), kao i njihovim znanjem stranih jezika (5.20).

Tablica 12. 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.	Čistoća mora	6,11	1.	Skupovi i kongresi	3,25
2.	Ljepota krajolika	6,08	2.	Sportski sadržaji	4,11
3.	Lokalna gastronomija	5,88	3.	Sadržaji za zdravstveni turizam Događaji	3,31
4.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata Trgovine	5,77	4.	Lokalni promet	4,46
5.	Odnos cijene i kvalitete	5,69	5.	Parkirališta	4,48
6.	Šetnice	5,64	6.	Nautička ponuda	4,66
7.	Ljubaznost stanovništva	5,63	7.	Klima	4,67
8.	Parkovi i zelene površine	5,60	8.	Prometna dostupnost	4,75
9.	Objekti za smještaj	5,59	9.	Zabavni sadržaji	4,77
10.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine)	5,58	10.	Suveniri	4,93

Analizom elemenata turističke ponude Novog Vinodolskog, može se zaključiti da su turisti najviše zadovoljni čistoćom mora, ljepotom krajolika, radnim vremenom uslužnih djelatnosti i ponudom trgovina. Odnos cijene i kvalitete također je visoko ocijenjen.

Turistička destinacija SELCE

Stavovi turista o elementima turističke ponude Selca dani su u tablicama i tekstu koji slijedi.

Tablica 13. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Selca

<i>Red. br.</i>	<i>Elementi turističke ponude</i>	<i>N</i>	<i>Aritmetička sredina</i>	<i>Standardna devijacija</i>	<i>Rang</i>	<i>Rang grupe</i>
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ						
1	Klima	74	5,53	0,80	5	2
19	Ljepota krajolika	73	5,53	0,76	6	3
20	Očuvanost okoliša	73	5,47	0,91	8	4
21	Čistoća mora	74	5,82	0,89	2	1
SADRŽAJI						
10	Događaji	73	4,78	1,02	28	10
16	Kulturno-povijesna baština	74	5,01	1,05	23	8
22	Sadržaji za djecu	74	4,58	1,20	33	12
27	Objekti za smještaj	73	5,51	1,91	7	2
28	Ugostiteljski objekti	73	5,55	1,04	4	1
29	Kulturni sadržaji	74	4,93	1,08	27	9
30	Zabavni sadržaji	74	5,33	1,11	13	3
31	Sportski sadržaji	72	5,06	1,07	21	7
32	Skupovi i kongresi	71	4,03	1,22	36	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	73	4,52	1,16	34	13
34	Nautička ponuda	72	4,60	1,21	32	11
35	Ponuda izleta	73	5,11	1,09	19	6
36	Lokalna gastronomija	74	5,19	0,99	17	5
37	Odnos cijene i kvalitete	75	5,28	1,09	14	4
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna dostupnost	73	5,08	0,95	20	8
6	Lokalni promet	74	4,61	1,24	31	10

7	Parkirališta	74	2,71	1,43	37	12
12	Uređenost mjesta	74	5,34	0,90	12	4
13	Urbana skladnost	74	5,12	0,94	18	7
14	Šetnice	73	5,57	0,92	3	1
15	Parkovi i zelene površine	74	5,38	1,07	10	3
17	Uređenost i čistoća plaža	74	4,46	1,05	35	11
18	Gužve na plažama	74	5,01	1,05	24	9
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	74	5,23	1,07	15	5
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	74	5,42	1,11	9	2
26	Trgovine	74	5,22	1,09	16	6
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	73	4,68	1,38	29	4
9	Turistička signalizacija	73	4,93	0,97	26	3
11	Suveniri	74	5,05	0,93	22	1
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	74	4,95	1,05	25	2
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva	74	5,36	0,99	11	2
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	74	6,12	1,54	1	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	74	4,64	1,12	30	3

Ljestvica ocjena: 1 do 7 (1 – izrazito nezadovoljan, 7 – izrazito zadovoljan)

Prostor, resursi i okoliš

Turisti su zadovoljni prostorom, resursima i okolišem, te ocjene ovih elemenata ne odstupaju bitno od prosjeka na razini Kvarnera. Najviše su zadovoljni čistoćom mora (5.82), klimom (5.53) i ljepotom krajolika (5.53).

Sadržaji

Tablica pokazuje da su turisti najviše ocjene dali sljedećim elementima turističke ponude iz ove skupine: ugostiteljski objekti (5.55), objekti za smještaj (5.51), zabavni sadržaji (5.33). Može se konstatirati da su svi elementi iz ove skupine dobili visoke ocjene, raspon kojih se kreće od 5.55 do 4.03 (za skupove i kongrese).

Organiziranost destinacije

Turisti su zadovoljni organiziranošću destinacije, a raspon ocjena se kreće od 5.57 - kako su ocijenjene šetnice - do 4.46 kako su ocijenjene plaže. Dok su ove ocjene visoke, parkirališta, koja turisti smatraju velikim problemom, dobila su slabu ocjenu (2.71) i to je najniža ocjena dobivena istraživanjem.

Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost

Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost Selca turisti su ocijenili visokom ocjenom. Suvenir (5.05), osobna sigurnost i zaštita (4.95), te turistička signalizacija (4.93) ocijenjeni su najvišom ocjenom.

Stanovništvo i zaposleni

Turisti su izrazito zadovoljni ljubaznošću zaposlenih u turizmu (6.12), kao i njihovim znanjem stranih jezika (4.64), te ljubaznošću domicilnog stanovništva (5.36). Ocjene ovih elemenata više su od prosječnih ocjena na razini Kvarnera.

Tablica 14. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Selca

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	6,12	1.	Parkirališta	2,71
2.	Čistoća mora	5,82	2.	Skupovi i kongresi	4,03
3.	Šetnice	5,57	3.	Uređenost i čistoća plaža	4,46
4.	Ugostiteljski objekti	5,55	4.	Sadržaji za zdravstveni turizam	4,52
5.	Klima Ljepota krajolika	5,53	5.	Sadržaji za djecu	4,58
6.	Objekti za smještaj	5,51	6.	Nautička ponuda	4,60
7.	Očuvanost okoliša	5,47	7.	Lokalni promet	4,61
8.	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	5,42	8.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,64
9.	Parkovi i zelene površine	5,38	9.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	4,68
10.	Ljubaznost stanovništva	5,36	10.	Događaji	4,78

Analizom elemenata turističke ponude Selca može se zaključiti da su turisti najviše zadovoljni ljubaznošću zaposlenih u turizmu, čistoćom mora,

šetnicama, te ugostiteljskim objektima. Daleko najnižu ocjenu dobila je (ne) mogućnost parkiranja.

Turistička destinacija JADRANOVO

Stavovi turista o elementima turističke ponude Jadranova dani su u tablicama i tekstu koji slijedi.

Tablica 15. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Jadranova

Red. br.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ						
1	Klima	13	6,54	0,52	1	1
19	Ljepota krajolika	13	6,23	0,83	3	2
20	Očuvanost okoliša	13	5,85	1,28	11	4
21	Čistoća mora	13	6,00	1,00	6	3
SADRŽAJI						
10	Događaji	13	4,38	1,66	31	11
16	Kulturno-povijesna baština	13	5,38	1,19	18	4
22	Sadržaji za djecu	12	5,67	0,98	13	3
27	Objekti za smještaj	13	5,23	1,09	22	6
28	Ugostiteljski objekti	13	5,23	1,36	23	7
29	Kulturni sadržaji	13	4,38	1,71	32	12
30	Zabavni sadržaji	13	4,46	1,81	30	10
31	Sportski sadržaji	13	4,15	1,77	35	13
32	Skupovi i kongresi	10	3,40	1,96	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	13	5,31	1,18	20	5
34	Nautička ponuda	10	5,10	1,20	25	9
35	Ponuda izleta	13	5,23	1,09	24	8
36	Lokalna gastronomija	13	6,00	0,82	7	1
37	Odnos cijene i kvalitete	13	5,92	0,86	9	2
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna dostupnost	13	4,85	1,46	27	10
6	Lokalni promet	13	4,77	1,74	29	11
7	Parkirališta	13	4,15	1,86	34	12
12	Uređenost mjesta	13	5,08	1,26	26	9
13	Urbana skladnost	13	5,46	0,97	16	6

14	Šetnice	13	6,00	0,71	4	1
15	Parkovi i zelene površine	13	6,00	0,82	5	2
17	Uređenost i čistoća plaža	13	5,54	1,13	14	4
18	Gužve na plažama	13	5,85	1,07	10	3
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	13	5,54	0,88	15	5
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	13	5,31	1,11	19	8
26	Trgovine	13	5,46	0,97	17	7
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	13	4,23	1,83	33	3
9	Turistička signalizacija	13	4,08	1,80	36	4
11	Suveniri	13	4,85	1,52	28	2
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	13	5,77	0,83	12	1
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva	13	6,38	0,96	2	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	13	5,92	1,12	8	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	13	5,23	1,42	21	3

Ljestvica ocjena: 1 do 7 (1 – izrazito nezadovoljan, 7 – izrazito zadovoljan)

Prostor, resursi i okoliš

Turisti su iznimno zadovoljni prostorom, resursima i okolišem, te su ocjene ovih elemenata više od prosječnih na razini Kvarnera. Najviše su zadovoljni klimom (6.54) i ljepotom krajolika (6.23).

Sadržaji

Tablica pokazuje da su turisti ocijenili najvišom ocjenom sljedeće elemente turističke ponude iz ove skupine: lokalna gastronomija (6.00), odnos cijene i kvalitete (5.92), sadržaji za djecu (5.67). Svi su elementi dobili viske ocjene, s izuzetkom skupova i kongresa koji su ocijenjeni prosječno s 3.40 i ujedno su najlošije ocijenjen element turističke ponude Jadrana u cijelom istraživanju.

Organiziranost destinacije

Turisti su zadovoljni organiziranošću destinacije, a raspon ocjena se kreće od 6.00 čime su ocijenjene šetnice, parkovi i zelene površine, do 4.15 koju ocjenu su dobila parkirališta.

Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost

Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost Jadranova turisti su ocijenili visokom ocjenama od 5.77 do 4.08.

Stanovništvo i zaposleni

Turisti su na području Jadranova zadovoljni ljubaznošću stanovništva (6.38), ljubaznošću zaposlenih u turizmu (5.92) kao i njihovim znanjem stranih jezika (5.23).

Tablica 16. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Jadranova

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Klima	6,54	1.	Skupovi i kongresi	3,40
2.	Ljubaznost stanovništva	6,38	2.	Turistička signalizacija	4,08
3.	Ljepota krajolika	6,23	3.	Parkirališta Sportski sadržaji	4,15
4.	Čistoća mora Lokalna gastronomija Šetnice Parkovi i zelene površine	6,00	4.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	4,23
5.	Odnos cijene i kvalitete Ljubaznost zaposlenih u turizmu	5,92	5.	Kulturni sadržaj Događaji	4,38
6.	Očuvanost okoliša Gužve na plažama	5,85	6.	Zabavni sadržaji	4,46
7.	Osjećaj sigurnosti i zaštite	5,77	7.	Lokalni promet	4,77
8.	Sadržaji za djecu	5,67	8.	Suveniri Prometna dostupnost	4,85
9.	Uređenost i čistoća plaža Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	5,54	9.	Uređenost mjesta	5,08
10.	Urbana skladnost Trgovine	5,46	10.	Nautička ponuda	5,10

Analizom elemenata turističke ponude Jadranova može se zaključiti da su turisti najviše zadovoljni klimom, ljubaznošću stanovništva, ljepotom krajolika, štenicama, te parkovima i zelenim površinama. Ocjenom nižom od četiri ocijenjena je ponuda za skupove i kongrese.

Sažetak

Stavovi turista o elementima turističke ponude Crikveničko-vinodolske rivijere, temeljem anketiranja na području Crikvenice, Novog Vinodolskog, Selca i Jadranova provedenog u 2005. i 2006. godini, objavljeni su u časopisu *Tourism and Hospitality Management* u izdanju Fakulteta za turistički i hotelski menadžment iz Opatije, a u okviru objavljivanja rezultata druge faze istraživanja na znanstvenom projektu «Turistička regionalizacija u globalnim procesima». Istraživanje je objavljeno pod nazivom «Ocjena turističke ponude Kvarnera». Crikveničko-vinodolska rivijera, sa svojim destinacijama kao što su Crikvenica, Novi Vinodolski, Selce i Jadranovo promatrana je kao turistička subregija Kvarnera (podaci o Dramlju uključeni su u destinaciju Crikvenica).

Ključne riječi

Empirijsko istraživanje, turisti, Kvarner, Crikveničko-vinodolska rivijera.

Summary

Dr. sc. Branko Blažević

Dr. sc. Milena Peršić

RESULTS OF THE EMPIRICAL RESEARCH OF THE

OPINIONS

OF TOURISTS CONCERNING THE OFFERS OF KVARNER AND THEIR DESTINATIONS

With a special overview of the opinions of tourists concerning the elements of tourist offers in the Crikvenica-Vinodol Riviera

Opinions of the tourists concerning the elements of tourist offers in Crikvenica-Vinodol Riviera, based on the surveys carried out in the region of Crikvenica, Novi Vinodolski, Selce and Jadranovo in the years 2005. and 2006., are published in the magazine *Tourism and Hospitality Management*. They are published in the edition of the Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija, within a framework of publishing results of the second phase of research on the scientific project «Turistička regionalization in global processes». The research is published under the title «The rating of Kvarner's tourist offers». The Crikvenica-Vinodol riviera with its destinations, such as Crikvenica, Novi Vinodolski, Selce and Jadranovo, is viewed as a tourist sub-region of Kvarner (the information concerning Dramalj is included within the destination Crikvenica).