

4. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA STAVOVA IZNAJMLJIVAČA SOBA I APARTMANA O TURISTIČKOJ PONUDI KVARNERA I NJEGOVIH DESTINACIJA

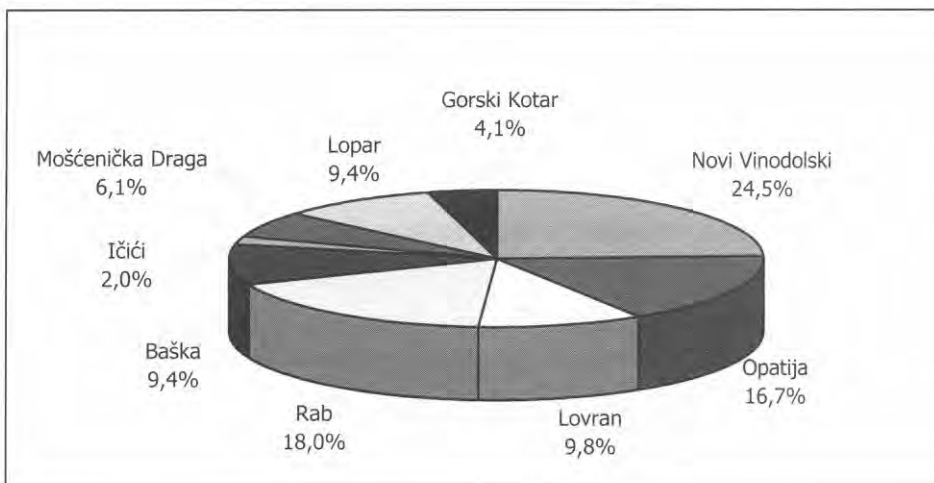
U okviru znanstveno-istraživačkog projekta "Turistička regionalizacija u globalnim procesima" izvršeno je anketiranje iznajmljivača. Iznajmljivači su anketirani tijekom svibnja i lipnja 2003. godine, na uzorku od ukupno 245 osoba (iznajmljivača). Iznimno, anketiranje nije izvršeno u Gradu Rijeci, zbog izuzetno malog broja evidentiranih iznajmljivača.

4.1. SOCIO-DEMOGRAFSKA OBILJEŽJA IZNAJMLJIVAČA

4.1.1. Mjesto ispitivanja

Anketiranje iznajmljivača izvršeno je u sljedećim destinacijama: Novi Vinodolski (60), Opatija (41), Lovran (24), Rab (44), Baška (23), Ičići (5), Mošćenička Draga (15), Lopar (23), Gorski kotar-Delnice, Fužine, Lokve (10). U zagradama je naveden broj ukupno prikupljenih upitnika po destinacijama. Ukupno je prikupljeno 245 anketnih upitnika.

Grafikon 4-1. **Mjesta ispitivanja iznajmljivača**

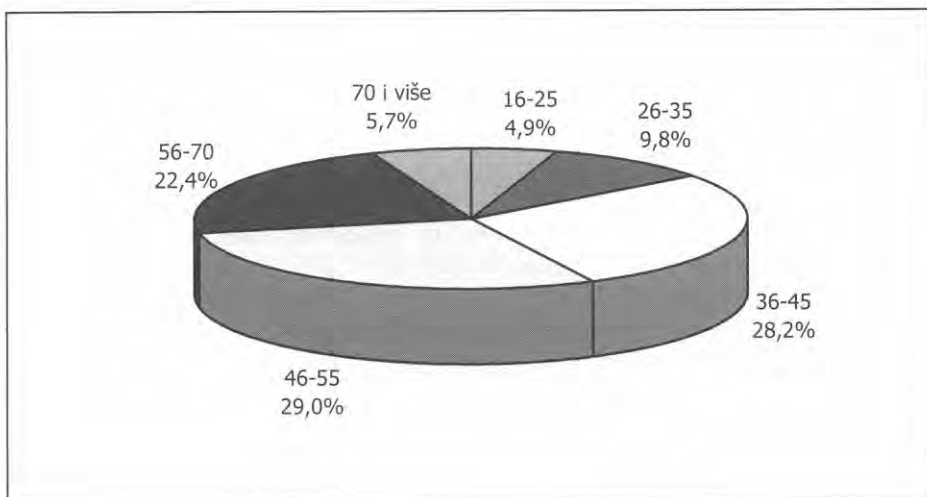


4.1.2. Starosna dob ispitanika

Anketirani su iznajmljivači od 16 godina starosti nadalje. Iz izračunate strukture proizlazi da je najveći broj iznajmljivača u starosnoj dobi između 46-55 godina (29,0%), dok vrlo blizu tog postotka je i skupina iznajmljivača stara između 36-45 godina. To znači da 57,2 % iznajmljivača se nalaze u starosnoj dobi između 36 i 55 godina. Starijih iznajmljivača preko 55 godina ima 28,1%, dok je najmanje najmlađih skupina, što je i razumljivo tj. 14,7%.

Najveća je relativna frekvencija kod dobnih skupina od 36 do 70 godina starosti.

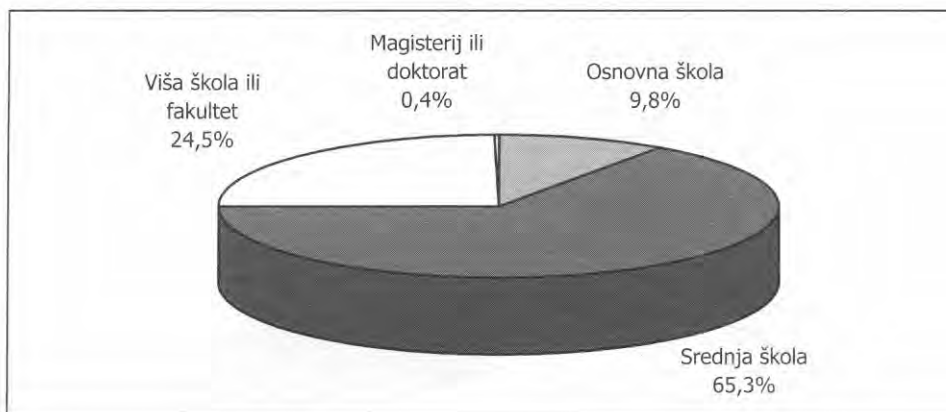
Grafikon 4-2. **Starosna dob ispitanika (iznajmljivači)**



4.1.3. Obrazovna struktura ispitanika

Od ispitanika, tj. iznajmljivača završenu osnovnu školu ima 9.8%, srednju školu 65.3%, višu školu ili fakultet 24.5%, te magisterij ili doktorat 0.4%.

Grafikon 4-3. **Obrazovna struktura ispitanika (iznajmljivači)**



4.2. SMJEŠTAJNI KAPACITETI I USLUGE IZNAJMLJIVAČA

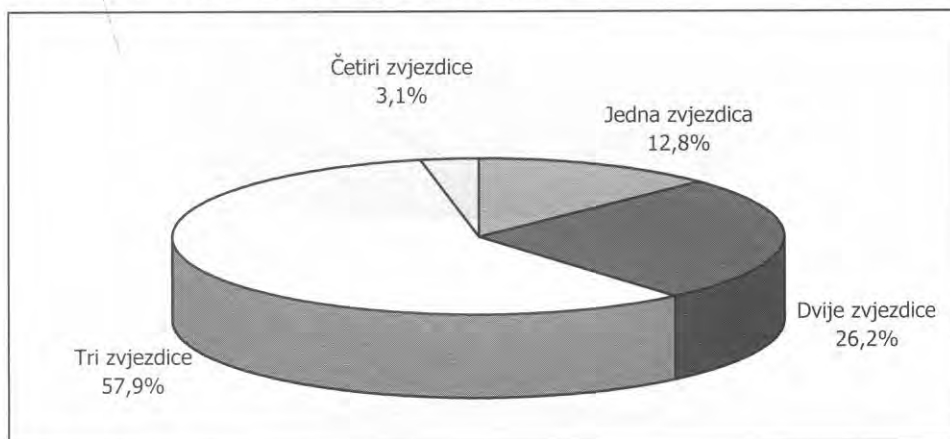
Prije nego se priđe detaljnoj analizi ocjene najvažnijih elemenata turističke ponude destinacija u cjelini i pojedinačno /48 elementa/ od strane iznajmljivača, na ovom mjestu analizirati će se dio pitanja /23/ postavljenih iznajmljivačima koji ukazuju na bitna Obilježja smještajne ponude koju nude i ostalih pitanja koja su u direktnoj vezi s njihovim radom: (analiza i ocjena ponuđenog smještaja iznajmljivača i korištenosti tog smještaja, način plasmana kapaciteta, osiguran parkirališni prostora za goste u svojim objektima za iznajmljivanje, ocjena potrebe za edukacijom iznajmljivača, organiziranost turističkih zajednica i menadžmenta turističke destinacije, pritužbe gostiju iznajmljivačima, osiguranje ekološke ravnoteže i ugroženost turističke ponude industrijskim razvojem, te politika namjene prostora i ugroženosti nekontroliranim razvojem u prostoru). Od ukupno 245 ispitanika njih 180 nudi smještaj u apartmanu (73.5%), dok ostali nude smještaj u sobama (26,5%).

4.2.1. Smještajni kapaciteti - apartmani

Apartmani su najvećim dijelom kategorizirani s tri (57.9%) i dvije zvjezdice (26.2%). Pri tome se ističe da je čak 12% apartmanskog smještaja kategorizirano kao apartman s 1 zvjezdicom, a samo 3% apartmanskog smještaja je kategorizirano kao objekt s 4 zvjezdice.

Navedeni podaci ukazuju da je struktura kvalitete apartmanske smještajne ponude u ovom trenutku nezadovoljavajuća, te da su potrebne investicije u njegovo poboljšanje, u skladu s odrednicama razvoja turizma Primorsko-goranske županije, odnosno Kvarnera.

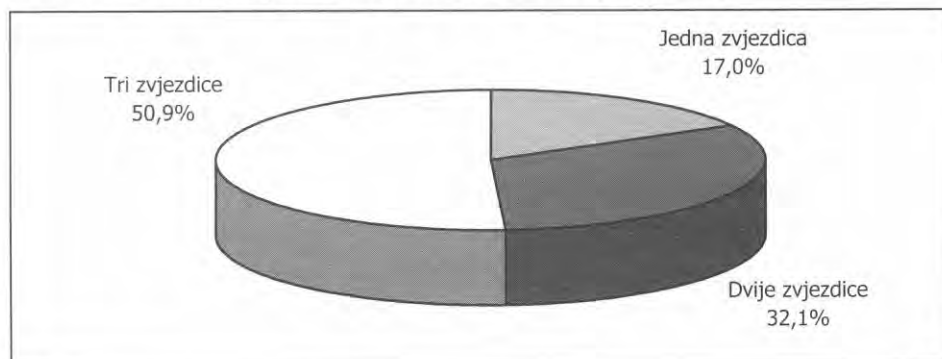
Grafikon 4-4. **Kategorizacija apartmana**



4.2.2. Smještajni kapaciteti - sobe

Sobe su kategorizirane s tri (52.9%), dvije zvjezdice (32.1%) i jednom zvjezdicom (17.0%). Iako kategorizacijom ovog oblika smještajne ponude (sobe) ne treba biti u potpunosti zadovoljan, treba naglasiti da je ukupna struktura kategoriziranih objekata u skladu sa sadašnjim trenutkom, a da se u bliskoj budućnosti očekuju bitna poboljšanja.

Grafikon 4-5. **Kategorizacija soba za iznajmljivanje**



4.2.3. Lojalnost gostiju

Kod ispitanika (iznajmljivača) uočava se veliki udio gostiju koji se ponovno vraćaju. Više od 50% gostiju ponovno se vraća u 44.5% slučajeva, a od 30-50% vraća se u 32.7% slučajeva. Manje od 30% povratka starih gostiju javlja se u 22.8% slučajeva.

Navedeno ukazuje na prosječno visoku lojalnost gostiju koji koriste smještaj u apartmanima i sobama kod privatnih iznajmljivača.

Ipak, potrebno je ukazati na bitne različitosti u odnosu na mjesto ispitivanja. Više od 50%-tni povratak bilježi se na otoku Rabu, dok je najmanji postotak vraćanja starih gostiju zabilježen u Novom Vinodolskom.

Tablica 4-1. **Vraćanje starih gostiju**

MJESTO ISPITIVANJA	POSTOTAK VRAĆANJA STARIH GOSTIJU			
	Više od 50 %	Između 50 i 30 %	Manje od 30 %	TOTAL
Novi Vinodolski	25,0	28,3	46,7	100,0
Opatija	27,5	50,0	22,5	100,0
Lovran	43,5	26,0	30,5	100,0
Rab	70,5	22,7	6,8	100,0
Baška	52,2	39,1	8,7	100,0
Ičići	80,0	20,0		100,0
Mošćenička Draga	53,3	40,0	6,7	100,0
Lopar	52,2	39,1	8,7	100,0
Gorski Kotar	75,0	25,0		100,0
Kvarner	44,5	32,7	22,8	100,0

4.2.4. Popunjenost (iskorištenost) kapaciteta

Od ukupno 245 ispitanika njih 27 (11.0%) bilježi popunjenost manju od 30 dana, 111 ispitanika (45.3%) bilježi popunjenost od 30-60 dana, 197 ispitanika (43.7%) ima popunjene kapacitete duže od 60 dana. Najveća iskorištenost kapaciteta bilježi se u Ičićima, Baškoj i Mošćeničkoj Dragi, dok je taj podatak najniži za Gorski kotar i Lovran.

Podaci o iskorištenosti kapaciteta kazuju o izraženoj sezonalnosti prisutnoj u turizmu Kvarnera, te o potrebi značajnog obogaćivanja turističke ponude izvan vršne sezone, kako bi se postigla bolja iskorištenost kapaciteta i veći financijski učinci.

Tablica 4-2. **Popunjenost kapaciteta**

MJESTO ISPITIVANJA	BROJ DANA POPUNJENOSTI			
	Više od 60 dana	Između 30 i 60 dana	Manje od 30 dana	TOTAL
Novi Vinodolski	30,0	55,0	15,0	100,0
Opatija	22,5	65,0	12,5	100,0
Lovran	25,0	50,0	25,0	100,0
Rab	61,4	34,1	4,5	100,0
Baška	73,9	26,1		100,0
Ičići	80,0	20,0		100,0
Mošćenička Draga	73,3	26,7		100,0
Lopar	56,5	43,5		100,0
Gorski Kotar	25,0	50,0	25,0	100,0
Kvarner	43,7	45,3	11,0	100,0

4.2.5. Namjera proširenja smještajnih kapaciteta

Ulaganje u izgradnju (proširenje) smještajnih kapaciteta namjerava učiniti 88 ispitanika (35.9%), dok je njih 157 (64.1%) na to pitanje odgovorilo negativno. Ulaganja bi u ovom periodu prvenstveno trebalo usmjeriti na povećanje kvalitete postojećih kapaciteta. Zanimljivo je uočiti namjeru širenja kapaciteta u Gorskom Kotaru kod čak 60% ispitanika, što je u skladu s prisutnim trendom okretanja ove destinaciji turizmu i rastućoj tržišnoj potražnji.

Tablica 4-3. **Namjera proširenja smještajnih kapaciteta**

MJESTO ISPITIVANJA	NAMJERA ŠIRENJA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA		
	DA	NE	TOTAL
Novi Vinodolski	39,7	60,3	100,0
Opatija	25,6	74,4	100,0
Lovran	45,8	54,2	100,0
Rab	27,3	72,7	100,0
Baška	30,4	69,6	100,0
Ičići	20,0	80,0	100,0
Mošćenička Draga	33,3	66,7	100,0
Lopar	47,8	52,2	100,0
Gorski Kotar	60,0	40,0	100,0
Kvarner	35,9	64,1	100,0

4.2.6. Presentacija na Internetu

Istraživanje je pokazalo da 88 ispitanih iznajmljivača (35.1%) prezentira svoju ponudu na Internetu. Iako postotak onih koji se prezentiraju putem Interneta treba povećati, ipak učinjen je bitan pozitivan pomak, te se uočava spremnost iznajmljivača da se uključe na turističko tržište putem novih sredstava komunikacije.

Potrebno je uočiti bitnu razliku u dobivenim odgovorima u zavisnosti od mjesta ispitivanja. Tako ističemo Bašku gdje je začuđujuće visoko postotak ispitanika odgovorio da se ne namjerava prezentirati putem Interneta (čak 90,5%), te bi trebalo razmotriti aktivnosti da im se približi i detaljnije ih upozna s važnošću i prednostima koje donosi ova tehnologija. S druge strane ističe se Gorski Kotar gdje je čak iznimno visokih 90% ispitanih iznajmljivača izjavilo da se prezentira putem Interneta. Razloge možemo tražiti i u tome što razvoj turizma u Gorskom Kotaru bilježi značajnije pomake tek u posljednjem desetljeću, pa su se i iznajmljivači pri ulasku u posao odmah odlučili na suvremeni način komunikacije s tržištem.

Tablica 4-4. **Presentacija ponude iznajmljivača na Internetu**

MJESTO ISPITIVANJA	PRESENTACIJA NA INTERNETU		
	DA	NE	TOTAL
Novi Vinodolski	18,6	81,4	100,0
Opatija	24,4	75,6	100,0
Lovran	37,5	62,5	100,0
Rab	45,5	54,5	100,0
Baška	9,5	90,5	100,0
Ičići	40,0	60,0	100,0
Mošćenička Draga	66,7	33,3	100,0
Lopar	56,5	43,5	100,0
Gorski Kotar	90,0	10,0	100,0
Kvarner	35,1	64,9	100,0

4.2.7. Parkirališni prostor za goste

Budući da gosti kod iznajmljivača dolaze uglavnom osobnim automobilom, a istraživanje turista i lokalnog stanovništva u Županiji ukazalo je da je jedan od najvećih problema upravo promet i parkirališni prostor, anketirali smo ispitanike (iznajmljivače) da li za svoje goste imaju osiguran parkirališni

prostor. Rezultati su pozitivni, te 218 ispitanika (89.0%) osigurava gostima parkirališni prostor, dok to nije u mogućnosti učiniti njih 27 (11.0%). Pri tome se nije analizirala kvaliteta tog prostora. U svakom slučaju riječ je o vrlo visokom udjelu ove ponude, koja je sastavni dio smještajne ponude iznajmljivača.

Tablica 4-5. **Osigurano parkiralište za goste**

MJESTO ISPITIVANJA	PARKIRALIŠTE ZA GOSTE		
	DA	NE	TOTAL
Novi Vinodolski	85,0	15,0	100,0
Opatija	73,2	26,8	100,0
Lovran	87,5	12,5	100,0
Rab	95,0	5,0	100,0
Baška	95,7	4,3	100,0
Ičići	100,0	0,0	100,0
Mošćenička Draga	100,0	0,0	100,0
Lopar	100,0	0,0	100,0
Gorski Kotar	100,0	0,0	100,0
Kvarner	89,0	11,0	100,0

4.2.8. Potreba za dodatnim znanjem ispitanika, edukacija

Na pitanje da li imaju potrebu za dodatnim znanjem iz turizma 90 ispitanika (36,7%) odgovorilo je pozitivno, dok je 155 ispitanika (63.3%) odgovorilo negativno na ovo pitanje.

To može značiti više toga:

- ili da iznajmljivači smatraju da sve znaju, a to nije dobro,
- ili da se radi o doživljavanju iznajmljivanja kao nečega što treba samo po sebi donijeti profit, a "ja kao iznajmljivač sam već i previše učinio što sam napravio svoju kuću i sada mogu samo iznajmljivati a ne ponovo raditi i učiti"

U svakom slučaju nije zanemariv postotak od 36,7% onih koji se žele educirati, te je to i prilika da se i sam postotak počne mijenjati na više.

I u ovom pitanju ističe se pozitivnim stavom Gorski Kotar, tj. iznajmljivači s tog područja pokazuju veću sklonost edukaciji (60%) od prosjeka.

Tablica 4-6. **Iskazana potreba za novim znanjima, edukacija**

MJESTO ISPITIVANJA	POTREBA ZA DODATNIM ZNANJEM IZ TURIZMA		
	DA	NE	TOTAL
Novi Vinodolski	35,0	65,0	100,0
Opatija	24,4	75,6	100,0
Lovran	25,0	75,0	100,0
Rab	54,5	45,5	100,0
Baška	34,8	65,2	100,0
Ičići	40,0	60,0	100,0
Mošćenička Draga	26,7	73,3	100,0
Lopar	39,1	60,9	100,0
Gorski Kotar	60,0	40,0	100,0
Kvarner	36,7	63,3	100,0

4.2.9. Stav prema razvoju turizma u destinaciji

Od ukupno 245 ispitanika njih je 144 (58.8%) izrazilo pozitivan stav prema razvoju turizma u destinaciji, 40 (16.3%) ih izražava negativan stav, dok neutralan stav ima 61 ispitanik (24.9%).

Ovo pitanje usko je povezano uz pitanje potrebe za edukacijom, te upravo potvrđuje veliku potrebu za dodatnim znanjima iz turizma.

Tablica 4-7. **Stav prema razvoju turizma**

MJESTO ISPITIVANJA	STAV PREMA RAZVOJU TURIZMA U DESTINACIJI			
	Pozitivan	Negativan	Neutralan	TOTAL
Novi Vinodolski	47,5	20,3	32,2	100,0
Opatija	61,0	14,6	24,4	100,0
Lovran	62,5	16,7	20,8	100,0
Rab	56,8	25,0	18,2	100,0
Baška	69,6	8,7	21,7	100,0
Ičići	80,0	0,0	20,0	100,0
Mošćenička Draga	46,7	13,3	40,0	100,0
Lopar	56,5	13,1	30,4	100,0
Gorski Kotar	100,0	0,0	0,0	100,0
Kvarner	58,8	16,3	24,9	100,0

4.3. MENADŽMENT TURISTIČKIH DESTINACIJA KVARNERA I ORGANIZIRANOST TURISTIČKIH ZAJEDNICA

Pitanje funkcioniranja javnog i turističkog menadžmenta u destinacijama Kvarnera zasluđuje posebnu pažnju i suptilniju analizu.

Činjenica je da iznajmljivači vide u turističkim zajednicama institucije i ljude najodgovornije za turizam destinacije (66,1%). To bi možda u drugim uvjetima funkcioniranja sustava i trebalo tako biti. Međutim, odgovornost javnog menadžmenta ili državne (gradske-općinske-županijske uprave) od 13,5% je daleko podcijenjena u odnosu na stvarni utjecaj tog menadžmenta na ukupnu i ključnu infrastrukturnu ponudu svake destinacije. Isto tako i uloga i odgovornost komercijalnog menadžmenta od 13,9% odgovornosti za turizam, također je podcijenjena. U svakom slučaju, i ovo istraživanje upravo ima jedno od ciljeva da odgovori na pitanje, kako uspješno upravljati turističkom destinacijom, i snositi odgovornost za realizaciju zacrtanih ciljeva i zadataka u kratkoročnom a posebno u srednjoročnim razvojnim planovima.

Nastavno na prvo pitanje i odgovori na drugo pitanje su logički iako u suštini vrlo upitni. Zbog nedovoljnog poznavanja piramide odgovornosti i realizacije postavljenih ciljeva, za iznajmljivače je ocjena rada turističkih zajednica dobila negativnu ocjenu (58,8% nedostavno i nezadovoljavajuće), dok je 41,2% ispitanika daje pozitivnu ocjenu rada turistički zajednicama. Upravo je zato i vrlo interesantan i indikativan pokazatelj o zadovoljstvu suradnjom sa turističkim zajednicama gdje iznajmljivači daju pozitivnu ocjenu u 60,8% slučajeva. Potrebno je uočiti bitnu razliku u dobivenim odgovorima u zavisnosti od mjesta ispitivanja.

To je na neki način i dokaz da odgovori na prethodna dva pitanja traže jače pojašnjenje, ali isto tako i edukaciju i obrazloženje o podijeli rada, ciljevima i odgovornostima između javnog i turističkog menadžmenta.

Na pitanja postavljena iznajmljivačima o osnovnim znanjima iznajmljivača o informacijama vezanim na posjedovanje turističke mape, njezinu distribuciju, te o cijeni takvih informacija, odgovori su u vrlo visokom postotku potvrdni, te stoga takvi da pokazuju da iznajmljivači barataju s pravilnim informacijama što se tiče ovih postavljenih pitanja. Namjera je istraživača prilikom formulacije ovog pitanja provjeriti da li iznajmljivači raspolažu osnovnim podacima (turistička mapa), budući su oni u dnevnom kontaktu s gostima, te se gosti najčešće njima obraćaju za informacije gdje mogu dobiti (ili kupiti) turističku mapu. U svim ispitanim destinacijama iznajmljivači s više od 90% odgovaraju da znaju za postojanje turističke mape, izuzev Opatije gdje je pozitivan odgovor zabilježen kod 82,9% ispitanika – iznajmljivača.

233 ispitanika (95.1%) odgovorilo je da su turističke informacije besplatne, dok je svega njih 6 (4.9%) na ovo pitanje odgovorilo negativno.

Tablica 4-8. **Ocjena odgovornosti turističkog menadžmenta destinacije**

MJESTO ISPITIVANJA	ODGOVORNOST TURISTIČKOG MENADŽMENTA				
	Državna uprava	Komercijalni menadžment	Turistička zajednica	Ostalo	TOTAL
Novi Vinodolski	5,2	8,6	81,0	5,2	100,0
Opatija	27,5	10,0	60,0	2,5	100,0
Lovran	12,5	12,5	58,3	16,7	100,0
Rab	7,0	30,2	60,5	2,3	100,0
Baška	13,0	26,1	56,5	4,4	100,0
Ičići	20,0	0,0	60,0	20,0	100,0
Mošćenička Draga	6,7	6,7	86,6	0,0	100,0
Lopar	34,8	8,7	52,2	4,3	100,0
Gorski Kotar	0,0	0,0	100,0	0,0	100,0
Kvarner	13,5	13,9	66,1	6,5	100,0

Tablica 4-9. **Ocjena rada turističke zajednice**

MJESTO ISPITIVANJA	OCJENA RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE U DESTINACIJI			
	Pozitivno	Nedostatno	Nezadovoljavajuće	TOTAL
Novi Vinodolski	30,0	45,0	25,0	100,0
Opatija	43,9	41,5	14,6	100,0
Lovran	20,8	58,4	20,8	100,0
Rab	52,3	34,1	13,6	100,0
Baška	47,8	47,8	4,4	100,0
Ičići	100,0	0,0	0,0	100,0
Mošćenička Draga	66,7	33,3	0,0	100,0
Lopar	30,4	47,8	21,8	100,0
Gorski Kotar	30,0	60,0	10,0	100,0
Kvarner	41,2	42,9	15,9	100,0

Tablica 4-10. Ocjena zadovoljstva suradnjom s turističkom zajednicom

MJESTO ISPITIVANJA	ZADOVOLJSTVO SURADNJOM S TURISTIČKOM ZAJEDNICOM		
	DA	NE	TOTAL
Novi Vinodolski	45,0	55,0	100,0
Opatija	65,9	34,1	100,0
Lovran	54,2	45,8	100,0
Rab	72,1	27,9	100,0
Baška	60,9	39,1	100,0
Ičići	100,0	0,0	100,0
Mošćenička Draga	93,3	6,7	100,0
Lopar	39,1	60,9	100,0
Gorski Kotar	80,0	20,0	100,0
Kvarner	60,8	39,2	100,0

4.4. PRITUŽBE TURISTA (GOSTIJU)

S obzirom da su ispitanici (iznajmljivači) u neposrednom dnevnom kontaktu sa svojim gostima, upitani su o intenzitetu i vrsti pritužbi koje dobivaju od gostiju. Pritužbe su klasificirane u pritužbe na cijenu smještaja, nedostatak restorana, problem parkirališnog prostora, prometne gužve, gužve na plažama, gužve na ulici, nepostojanje informacijskog punkta i ostale (otvoreno pitanje).

Odgovori su rangirani od 1 – 4 (1 – uopće ih ne dobivam, 2 – dnevno pristižu pritužbe, 3 – tjedno, 4- mjesečno).

Istraživanje pokazuje da su najmanje pritužbe na cijenu smještaja i postojanje restorana, manje su i rjeđe pritužbe na nepostojanje informacijskog punkta i gužve na ulici. Najučestalije su pritužbe na problem parkirališnog prostora, prometne gužve, te gužve na plažama.

Ove podatke dobivene od strane ispitanih iznajmljivača potrebno je usporediti sa stavovima turista., da bi se mogle donijeti konkretne preporuke i mjere.

Tablica 4-11. **Pritužbe turista iznajmljivačima na nedostatan/
preskup smještaj**

MJESTO ISPITIVANJA	PRITUŽBE OD TURISTA – NEDOSTATAN/PRESKUP SMJEŠTAJ				
	Uopće ih ne dobivam	Dnevno	Tjedno	Mjesečno	TOTAL
Novi Vinodolski	82,5	3,5	3,5	10,5	100,0
Opatija	70,8	7,3	7,3	14,6	100,0
Lovran	66,6	4,2	4,2	25,0	100,0
Rab	70,5	4,5	4,5	20,5	100,0
Baška	65,3	4,3	21,7	8,7	100,0
Ičići	80,0	0,0	0,0	20,0	100,0
Mošćenička Draga	40,0	6,7	0,0	53,3	100,0
Lopar	68,2	22,8	4,5	4,5	100,0
Gorski Kotar	66,7	11,1	0,0	22,2	100,0
Kvarner	71,0	6,5	5,7	8,6	91,8

Tablica 4-12. **Pritužbe turista iznajmljivačima na brojnost
restorana**

MJESTO ISPITIVANJA	PRITUŽBE OD TURISTA – NEDOVOLJNO RESTORANA				
	Uopće ih ne dobivam	Dnevno	Tjedno	Mjesečno	TOTAL
Novi Vinodolski	74,1	6,9	13,8	5,2	100,0
Opatija	65,9	2,4	14,6	17,1	100,0
Lovran	50,0	16,7	25,0	8,3	100,0
Rab	90,5	0,0	0,0	9,5	100,0
Baška	87,0	4,3	0,0	8,7	100,0
Ičići	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Mošćenička Draga	26,7	0,0	26,7	46,6	100,0
Lopar	81,8	9,1	9,1	0,0	100,0
Gorski Kotar	33,3	0,0	55,6	11,1	100,0
Kvarner	71,8	4,9	12,7	10,6	100,0

Tablica 4-13. **Pritužbe turista iznajmljivačima u svezi raspoloživog parkirališnog prostora**

MJESTO ISPITIVANJA	PRITUŽBE OD TURISTA – PROBLEM PARKIRALIŠNOG PROSTORA				
	Uopće ih ne dobivam	Dnevno	Tjedno	Mjesečno	TOTAL
Novi Vinodolski	50,0	24,1	15,5	10,4	100,0
Opatija	14,6	48,8	24,4	12,2	100,0
Lovran	4,2	79,1	12,5	4,2	100,0
Rab	45,5	9,1	34,1	11,3	100,0
Baška	13,1	30,4	39,1	17,4	100,0
Ičići	80,0	20,0	0,0	0,0	100,0
Mošćenička Draga	20,0	40,0	33,3	6,7	100,0
Lopar	40,9	13,6	31,9	13,6	100,0
Gorski Kotar	50,0	25,0	0,0	25,0	100,0
Kvarner	34,3	31,0	23,3	11,4	100,0

Tablica 4-14. **Pritužbe turista iznajmljivačima na prometne gužve**

MJESTO ISPITIVANJA	PRITUŽBE OD TURISTA – PROMETNA GUŽVA				
	Uopće ih ne dobivam	Dnevno	Tjedno	Mjesečno	TOTAL
Novi Vinodolski	42,1	28,1	15,8	14,0	100,0
Opatija	14,6	51,2	26,8	7,4	100,0
Lovran	0,0	70,8	20,8	8,4	100,0
Rab	22,7	31,8	15,9	29,6	100,0
Baška	13,0	26,1	43,5	17,4	100,0
Ičići	40,0	60,0	0,0	0,0	100,0
Mošćenička Draga	6,7	39,9	26,7	26,7	100,0
Lopar	22,7	31,8	4,5	4,5	63,5
Gorski Kotar	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Kvarner	26,5	36,7	22,4	14,4	100,0

Tablica 4-15. **Pritužbe turista iznajmljivačima u svezi gužvi na plažama**

MJESTO ISPITIVANJA	PRITUŽBE OD TURISTA – GUŽVE NA PLAŽAMA				
	Uopće ih ne dobivam	Dnevno	Tjedno	Mjesečno	TOTAL
Novi Vinodolski	56,2	17,5	17,5	8,8	100,0
Opatija	41,5	19,5	26,8	12,2	100,0
Lovran	29,2	33,3	20,8	16,7	100,0
Rab	34,1	25,0	18,2	22,7	100,0
Baška	4,3	52,2	21,7	21,8	100,0
Ičići	60,0	20,0	0,0	0,0	80,0
Mošćenička Draga	13,3	73,4	0,0	0,0	86,7
Lopar	31,8	36,4	22,7	9,1	100,0
Gorski Kotar	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Kvarner	40,0	28,2	9,8	22,0	100,0

Tablica 4-16. **Pritužbe turista iznajmljivačima u svezi gužvi na ulicama**

MJESTO ISPITIVANJA	PRITUŽBE OD TURISTA – GUŽVE NA ULICI				
	Uopće ih ne dobivam	Dnevno	Tjedno	Mjesečno	TOTAL
Novi Vinodolski	80,7	7,0	10,5	1,8	100,0
Opatija	70,8	14,6	12,2	2,4	100,0
Lovran	50,0	16,7	12,5	20,8	100,0
Rab	55,8	18,6	11,6	14,0	100,0
Baška	65,3	13,0	13,0	8,7	100,0
Ičići	80,0	20,0	0,0	0,0	100,0
Mošćenička Draga	66,7	0,0	20,0	13,3	100,0
Lopar	45,5	27,3	13,6	13,6	100,0
Gorski Kotar	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Kvarner	67,3	13,1	11,4	8,2	100,0

Tablica 4-17. Pritužbe turista iznajmljivačima na nedostatak informacijskog punkta

MJESTO ISPITIVANJA	PRITUŽBE OD TURISTA – NEMA INFORMACIJSKOG PUNKTA				
	Uopće ih ne dobivam	Dnevno	Tjedno	Mjesečno	TOTAL
Novi Vinodolski	64,3	14,3	12,5	8,9	100,0
Opatija	70,8	22,0	2,4	4,8	100,0
Lovran	41,6	16,7	25,0	16,7	100,0
Rab	81,3	4,7	4,7	9,3	100,0
Baška	82,6	4,3	13,1	0,0	100,0
Ičići	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Mošćenička Draga	73,3	0,0	6,7	20,0	100,0
Lopar	54,6	27,3	13,6	4,5	100,0
Gorski Kotar	55,6	0,0	33,3	11,1	100,0
Kvarner	69,0	12,2	10,6	8,2	100,0

4.5. UTJECAJI RAZVOJA TURIZMA NA LOKALNU ZAJEDNICU (NEGATIVE DRUŠTVENE POJAVE, EKOLOŠKA RAVNOTEŽA, NAMJENA PROSTORA)

4.5.1. Negativni društveni utjecaji turizma

Upitani da ocjene da li je razvoj turizma povećao u promatranoj destinaciji negativne pojave kao što su droga, kriminal, prostitucija i slično, 52 ispitanika odgovorilo je da smatra da jest (21.2%), 103 ispitanika (42.0%) da nije, dok navedene utjecaje nije moglo ocijeniti 90 ispitanika (36.7%).

Potrebno je uočiti bitnu razliku u dobivenim odgovorima u zavisnosti od mjesta ispitivanja. Vrlo visoki postoci ispitanika s područja Baške (52,2%), Lopara (39,1%) i Raba (36,4%) odgovorili su o negativnom društvenim utjecajima turizma. Nasuprot tome ispitanici s područja Gorskog Kotara, Ičića i Mošćeničke Drage istaknuli su u velikim postocima da turizam nije potencirao negativne društvene pojave.

Tablica 4-18. Uzročna-posljedična veza između turizma i negativnih društvenih pojava

MJESTO ISPITIVANJA	NEGATIVNE POJAVE ZBOG TURIZMA			
	Da	Ne	Ne mogu ocijeniti	TOTAL
Novi Vinodolski	10,0	41,6	48,4	100,0
Opatija	10,3	41,0	48,7	100,0
Lovran	8,3	54,2	37,5	100,0
Rab	36,4	34,1	29,5	100,0
Baška	52,2	26,1	21,7	100,0
Ičići	20,0	80,0	0,0	100,0
Mošćenička Draga	6,7	66,7	2,6	76,0
Lopar	39,1	21,8	39,1	100,0
Gorski Kotar	10,0	90,0	0,0	100,0
Kvarner	21,2	42,1	36,7	100,0

4.5.2. Osiguranje ekološke ravnoteže

Kvarner je ugroženim od strane industrijskog razvoja ocijenilo 158 ispitanika (64.5%), dok 87 ispitanika (35.5%) smatra da takav oblik ugroženosti nije prisutan.

Problematika litoralizacije, a posebno razvojnih projekata i programa koji na malo dužu stazu mogu stvoriti neodrživi razvoj na ovom uskom prostoru uz more, govori o tome da će se upravo na ovom vrlo osjetljivom području morati imati puno više senzibilnosti za nove projekte koji se dugoročno razvojno sukobljavaju i mogu ugroziti osnovnu resursnu osnovu i ambiciozno postavljene ciljeve u Glavnom planu razvoja turizma PGŽ.

Tablica 4-19. Ocjena ugroženosti Kvarnera industrijskim razvojem

MJESTO ISPITIVANJA	UGROŽENOST KVARNERA INDUSTRIJSKIM RAZVOJEM		
	DA	NE	TOTAL
Novi Vinodolski	71,7	28,3	100,0
Opatija	51,2	48,8	100,0
Lovran	62,5	37,5	100,0
Rab	61,4	38,6	100,0
Baška	78,3	21,7	100,0
Ičići	40,0	60,0	100,0
Mošćenička Draga	80,0	20,0	100,0
Lopar	50,0	50,0	100,0
Gorski Kotar	80,0	20,0	100,0
Kvarner	64,5	35,5	100,0

Na pitanje **o ugroženosti područja nekontroliranom izgradnjom apartmana i stanova**, koja je posljedica svjesnog ili nesvjesnog zapostavljanja prostornog planiranja, ali i odsustva političke volje da se već doneseni prostorni planovi dosljedno provode, stavlja ovu problematiku uz prethodno spomenutu na prvo mjesto po pitanju ograničavajućih razvojnih čimbenika. 69,4 % ispitanika odgovara da su njihove destinacije ugrožene ovim stihijskim razvojem, te to traži od javnog menadžmenta ne samo da se očituje, nego da povlači vrlo konkretne mjere i donosi odluke u cilju zaustavljanja negativnih trendova.

Tablica 4-20. **Ugroženost destinacija izgradnjom apartmana i stanova**

MJESTO ISPITIVANJA	UGROŽENOST IZGRADNJOM APARTMANA I STANOVA		
	DA	NE	TOTAL
Novi Vinodolski	72,9	27,1	100,0
Opatija	61,0	39,0	100,0
Lovran	50,0	50,0	100,0
Rab	81,8	18,2	100,0
Baška	91,3	8,7	100,0
Ičići	100,0	0,0	100,0
Mošćenička Draga	60,0	40,0	100,0
Lopar	78,3	21,7	100,0
Gorski Kotar	0,0	100,0	100,0
Kvarner	69,4	30,6	100,0

Ispitanici su upitani **o njihovoj ocjeni prihvatnog potencijala destinacije**. Od svih ispitanika njih 84 (34.3%) smatra da je njihova destinacija u ljetnim mjesecima premašila prihvatni potencijal, dok njih 161 (65.7%) smatra da nije. Ova ocjena bitno varira u skladu s lokalnim specifičnostima, a u zavisnosti o promatranoj destinaciji (gradu/mjestu). Ističe se vrlo visoki postotak ispitanika u Mošćeničkoj Dragi (86,7%) koji su ocijenili da je prihvatni potencijal njihove destinacije u ljetnim mjesecima premašen. U konkretnom slučaju bitan utjecaj na takvu situaciju ima dnevni priliv velikog broja kupaca, stanovnika iz okolnih područja i Grada Rijeke. Premašenost prihvatnog potencijala ocjenjuje i 69,6% ispitanika iz Baške. Razlozi su, osim velikog broja stacionarnih turista u Baškoj, zasigurno i iznimno atraktivna plaža na koju dnevno dolazi mnogo turista i lokalnog stanovništva iz bližeg okruženja.

Dobiveni rezultati istraživanjem, posebno lokalne specifičnosti dobar su signal da se na vrijeme (odmah) ne poduzmu konkretne akcije i mjere; u suprotnom ovi pokazatelji već u narednom istraživanju biti će sigurno lošiji, a tada je cijena njihove sanacije multiplikativno veća, a negdje će sama sanacija stanja biti i nemoguća.

Tablica 4-21. **Procjena premašenosti prihvatnog potencijala destinacije**

MJESTO ISPITIVANJA	PREMAŠENOST PRIHVATNOG POTENCIJALA U LJETNIM MJESECIMA		
	DA	NE	TOTAL
Novi Vinodolski	20,3	79,7	100,0
Opatija	19,5	80,5	100,0
Lovran	20,8	79,2	100,0
Rab	43,2	56,8	100,0
Baška	69,6	30,4	100,0
Ičići	0,0	100,0	100,0
Mošćenička Draga	86,7	13,3	100,0
Lopar	43,5	56,5	100,0
Gorski Kotar	0,0	100,0	100,0
Kvarner	34,3	65,7	100,0

4.6. STAVOVI IZNAJMLJIVAČA O ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE KVARNERA

U cilju preglednije prezentacije rezultata istraživanja elementi turističke ponude koje su ocjenjivali ispitanici grupirani su u pet skupina: (a) prostor, resursi i okoliš, (b) sadržaji, (c) organiziranost destinacije, (d) prepoznatljivost, sigurnost, informiranost, (e) stanovništvo, zaposleni.

Tablica 4-22. **Zadovoljstvo iznajmljivača elementima turističke ponude – ukupno za sve destinacije**

Red. br.	Elementi turističke ponude	N Valid	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS						
1	Zdrava klima u destinaciji	240	4,12	1,05	3	2
24	Ljepota krajolika	241	4,32	0,89	1	1
25	Očuvanost okoliša	244	3,78	1,01	5	4
26	Kvaliteta mora	225	3,87	1,15	4	3
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	240	3,10	0,99	23	8
27	Sadržaji za djecu	236	4,18	1,2	2	1
32	Ponuda kulturnih događanja	237	2,78	1,10	36	10
33	Ponuda zabavnog sadržaja	241	2,71	1,12	37	11
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	233	2,55	1,10	43	16
35	Ponuda sportskog sadržaja	232	2,66	1,14	40	14
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	227	2,63	1,13	41	15
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	218	2,39	1,22	46	18
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	214	2,33	1,20	48	19
39	Ponuda za nautičare	189	2,67	1,10	39	13
40	Kvaliteta ponude za nautičare	184	2,98	1,72	29	9
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	231	3,12	1,04	22	7
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	234	3,16	1,04	20	6
43	Kvaliteta smještajnog objekta	241	3,50	0,82	8	2
44	Kvaliteta objekata za prehranu	240	3,41	0,82	12	4
45	Ponuda zdrave hrane	220	2,70	1,19	38	12
46	Kvaliteta kongresne ponude	193	2,46	1,33	44	17
47	Mogućnost izleta u okolinu	231	3,48	1,09	10	3
48	Odnos cijena i kvalitete	236	3,17	0,92	19	5
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	237	3,07	1,05	24	7
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	115	2,33	1,12	47	15
7	Organizacija lokalnog prometa	231	2,62	1,01	42	13
8	Dostupni parkirališni prostor	244	2,43	1,23	45	14
15	Cistoća destinacije	244	3,18	1,05	18	6
16	Urbana skladnost i uređenost	239	2,99	1,05	28	8
17	Dostatnost i održavanje šetnica	241	3,38	1,03	13	2
18	Održavanje javne rasvjete	244	3,32	1,15	16	5
19	Uređenost parkova	239	3,33	1,23	15	4
20	Uređenost pročelja fasada	240	2,95	0,99	31	9
22	Uređenost plaža	227	2,78	1,22	35	12
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	214	2,79	1,14	33	11
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	243	3,44	1,07	11	1
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	242	3,36	0,98	14	3
31	Odnos prema obrtu i malom gospodarstvu	217	2,84	0,98	32	10
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORM.						
9	Dostupnost turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	241	3,05	1,16	26	4
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	241	3,06	1,05	25	3
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	240	2,78	1,18	34	7
12	Personality (identitet) destinacije	229	3,14	1,14	21	2
13	Prezentacije destinacije na Internetu	192	3,01	1,13	27	5
14	Prezent. smješt. objek. dest.na Inter. i moguć. rezerv.	200	2,96	1,07	30	6
28	Osobna sigurnost i zaštita	239	3,49	1,06	9	1
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	243	3,74	0,92	6	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	240	3,56	0,91	7	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	233	3,27	0,86	17	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 na razini Kvarnera**

Ispitanici (iznajmljivači) pri ocjeni elemenata turističke ponude očekivano su vrlo visoko ocijenili elemente prostora, resursa i okoliša. Pri tome su na prvo mjesto istaknuli ljepotu krajolika, te zdravu klimu, no treba napomenuti da je i kvaliteta mora i očuvanost okoliša ocijenjena vrlo dobro.

• **Sadržaji na razini Kvarnera**

Ocjenjujući sadržaje turističke ponude na razini Kvarnera može se uočiti da su ocijene variraju u širem rasponu. S najvišom ocjenom vrednovani su sadržaji za djecu (4,18), zatim kvaliteta smještajnih objekata (3,50), dok su najniže ocijenjeni ponuda i kvaliteta zdravstvenog turizma, kvaliteta kongresne ponude i kvaliteta zabavnih sadržaja. Zbog objektivnosti interpretiranja rezultata, potrebno je reći da je ocjena elemenata turističke ponude razvrstanih u ovu skupinu bitno različita u pojedinim mjestima ispitivanja (destinacijama).

• **Organiziranost destinacije na razini Kvarnera**

Elementi svrstani u skupinu "organiziranost destinacije" u cjelini su ocijenjeni relativno nisko. Najnižu ocjenu dobivaju organiziranost i sadržaji zračne luke (2,33) i problem parkirališnog prostora (2,43), te organiziranost lokalnog prometa (2,63). Bitno je uočiti da usprkos visokim ocjenama koje je dobila ljepota krajolika i uopće kvaliteta okoliša, ispitanici su kao problem istaknuli uređenost plaža (2,78), te brojnost kupaca na plažama (2,79). Najvišu ocjenu u ovoj skupini dobilo je radno vrijeme uslužnih djelatnosti (3,44).

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost na razini Kvarnera**

Ocjene elemenata svrstanih u skupinu "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" od strane iznajmljivača variraju oko ocjene 3. Najvišu je ocjenu odbila osobna sigurnost i zaštita (3,49). Visoko su ocijenjeni personality destinacije (3,14) iako generalno sagledavajući nije riječ o dobroj ocijeni, budući da upravo osobite značajke, elementi diferenciranja destinacije, imaju veliki značaj za uspjeh na turističkom tržištu. Kvaliteta turističkog obilježavanja ocijenjena je prosječnom ocjenom 3,06, dostupnost turističkim informacijama s ocjenom 3,05, prezentacija destinacije na Internetu 3,01, prezentacija smještajnih objekata na Internetu i mogućnost rezervacije 2,96.

• **Stanovništvo, zaposleni na razini Kvarnera**

Ljubaznost domicilnog stanovništva i ljubaznost zaposlenih u turizmu na razini Kvarnera od strane iznajmljivača ocijenjena je dobrom do vrlo dobrom. Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu ocijenjeno je s 3,27.

• Top +/- 10 na razini Kvarnera

Ispitanici su zamoljeni da ocijene zadovoljstvo sa 48 elemenata ponude turističke destinacije.

Stanovništvo je ocjenjivalo 48 pokazatelja o elementima turističke ponude s ljestvicom 1-6 (1- jako nezadovoljan, 2- nezadovoljan, 3- niti zadovoljan niti nezadovoljan, 4 -zadovoljan, 5- jako zadovoljan, 6- ne mogu ocijeniti). Ocjenjivana je prirodna resursna osnova kao i turistička nadgradnja (kvaliteta smještajne i ukupne turističke ponude). Detektirane su osnovne prednosti i nedostaci destinacije koji čine bazu za razvojne šanse ali isto tako opasnost za budući turistički i ukupan razvoj.

Na razini Kvarnera standardna devijacija po ocjenama pojedinih elemenata ponude ne ukazuje na značajna odstupanja (od 0,82 do 1,72).

Zbirno, na razini Kvarnera kao najbolji elementi ponude ocijenjeni su: ljepota krajolika (4,32), sadržaji za djecu (4,18), zdrava klima (4,12), kvaliteta mora (3,87), očuvanost okoliša (3,78), ljubaznost domicilnog stanovništva (3,74), ljubaznost zaposlenih u turizmu (3,65), kvaliteta smještajnog objekta (3,50), osobna sigurnost i zaštita (3,49), mogućnost izleta (3,48).

Zbirno, na razini Kvarnera kao najlošiji elementi ponude ocijenjeni su: organizacija i sadržaj zračne luke (2,17), kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma (2,33), ponuda sadržaja zdravstvenog turizma (2,39), dostupni parkirališni prostor (2,43), kvaliteta kongresne ponude (2,46), kvaliteta zabavnog sadržaja (2,55), organizacija lokalnog prometa (2,62), kvaliteta sportskog sadržaja (2,63), ponuda sportskog sadržaja (2,66), te ponuda za nautičare (2,67).

Tablica 4-23. **10 najboljih i najlošijih elemenata turističke ponude Kvarnera**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Ljepota krajolika	4,32	1.	Organizacija i sadržaj zračne luke	2,33
2.	Sadržaji za djecu	4,18	2.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	2,33
3.	Zdrava klima	4,12	3.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	2,39
4.	Kvaliteta mora	3,87	4.	Dostupni parkirališni prostor	2,43
5.	Očuvanost okoliša	3,78	5.	Kvaliteta kongresne ponude	2,46
6.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	3,74	6.	Kvaliteta zabavnog sadržaja	2,55
7.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,56	7.	Organizacija lokalnog prometa	2,62
8.	Kvaliteta smještajnog objekta	3,50	8.	Kvaliteta sportskog sadržaja	2,63
9.	Osobna sigurnost i zaštita	3,49	9.	Ponuda sportskog sadržaja	2,66
10.	Mogućnost izleta u okolinu	3,48	10.	Ponuda za nautičare	2,67

Cjelokupna analiza ocjene elemenata ponude od strane iznajmljivača svodi se na dobru i još uvijek neugroženu resursnu osnovu kroz rang na prvih pet mjesta od 48 analiziranih elemenata. Isto tako isti ti iznajmljivači dobronamjerno ukazuju na ugroženost te resursne osnove (poglavlje 2.7 i 2.8.) kao je baze za daljnji turistički i ukupan razvoj.

Na visokom mjestu po ocjeni iznajmljivača spada nešto što je dio bogate turističke tradicije na ovim prostorima a to je ljubaznost ne samo zaposlenih u turizmu već i čitavog domicilnog stanovništva. Nije zanemariva i dobra ocjena kvalitete smještajnih objekata, iako njihova ocjena nije jednaka za sve destinacije, kao i osobna sigurnost i zaštita gostiju, što spada, kada je riječ o turizmu u sam vrh elemenata ponude.

Negativnosti su vidljive upravo na sadržajima primjerenim suvremenim turistima, ali na prvom mjestu se to odnosi na infrastrukturu koja je u domeni rješavanja javnog menadžmenta a odnosi se na rješavanje problema zračne luke, parkirališnog prostora i lokalnog prometa. U svakom slučaju riječ je o prometnim problemima.

Ono što bi spadalo u domenu destinacijskog turističkog menadžmenta bili bi problemi prave ponude zdravstvenog turizma, kongresnog, zabavnih sadržaja, sportskog i nautičkog turizma.

4.7. STAVOVI IZNAJMLJIVAČA O ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE DESTINACIJA

4.7.1. Stavovi iznajmljivača o elementima turističke ponude Novog Vinodolskog

U Novom Vinodolskom je anketirano 60 iznajmljivača. Svi elementi turističke ponude su slično ocjenjeni i rangirani kao na razini Kvarnera.

REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA STAVOVA IZNAJMLJIVAČA SOBA I APARTMANA O
TURISTIČKOJ PONUDI KVARNERA I NJEGOVIH DESTINACIJA

Tablica 4-24. **Zadovoljstvo iznajmljivača elementima turističke ponude - Novi Vinodolski (Ukupno anketa N=60)**

R. B.	Elementi turističke ponude	N Valid	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ						
1	Zdrava klima u destinaciji	58	4,07	1,11	2	2
24	Ljepota krajolika	60	4,18	0,85	1	1
25	Očuvanost okoliša	60	3,43	1,00	11	4
26	Kvaliteta mora	59	4,05	1,17	3	3
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	57	3,21	0,94	18	5
27	Sadržaji za djecu	55	2,73	1,18	36	11
32	Ponuda kulturnih događanja	56	2,88	1,24	28	9
33	Ponuda zabavnog sadržaja	59	2,66	1,14	37	12
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	55	2,51	1,10	41	14
35	Ponuda sportskog sadržaja	56	2,75	1,15	34	10
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	54	2,57	1,13	40	13
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	51	2,06	1,12	46	17
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	49	1,98	1,16	48	19
39	Ponuda za nautičare	44	2,07	1,13	45	16
40	Kvaliteta ponude za nautičare	44	3,61	1,55	7	1
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	55	3,07	1,10	23	8
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	56	3,09	1,01	21	7
43	Kvaliteta smještajnog objekta	58	3,36	0,79	12	3
44	Kvaliteta objekata za prehranu	60	3,50	0,98	10	2
45	Ponuda zdrave hrane	52	2,44	1,29	43	15
46	Kvaliteta kongresne ponude	44	2,05	1,14	47	18
47	Mogućnost izleta u okolinu	57	3,30	1,10	14	4
48	Odnos cijena i kvalitete	54	3,11	0,98	20	6
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	59	3,24	0,86	16	5
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	33	2,42	1,17	44	14
7	Organizacija lokalnog prometa	53	2,79	1,03	32	12
8	Dostupni parkirališni prostor	60	2,60	1,24	38	13
15	Čistoća destinacije	59	3,08	1,06	22	7
16	Urbana skladnost i uređenost	58	3,05	1,08	24	8
17	Dostatnost i održavanje šetnica	59	3,02	1,11	26	9
18	Održavanje javne rasvjete	60	3,33	1,11	13	3
19	Uređenost parkova	57	3,23	1,05	17	6
20	Uređenost pročelja fasada	58	3,02	1,12	25	9
22	Uređenost plaža	58	3,29	1,12	15	4
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	55	2,91	0,95	27	10
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	60	3,57	0,95	8	2
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	60	3,67	0,95	6	1
31	Odnos prema obrtu i malom gospodarstvu	50	2,84	0,98	29	11
PREPOZNALJIVOST, SIGURNOST, INFORMIR.						
9	Dostupnost turističkim informacijama (info-uredi, punktovi itd.)	58	2,76	1,17	33	3
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	59	2,75	1,09	35	4
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	58	2,59	1,14	39	5
12	Personality (identitet) destinacije	57	2,81	0,99	31	2
13	Prezentacije destinacije na Internetu	41	2,51	1,16	42	6
14	Prezent. smješt. objek. dest.na Inter. i moguć. rezerv.	43	2,81	1,16	30	2
28	Osobna sigurnost i zaštita	58	3,57	0,94	9	1
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	60	3,72	0,99	4	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	58	3,69	0,86	5	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	55	3,15	0,70	19	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**

Na razini destinacije Novi Vinodolski elementi prostora, resursa i okoliša ocijenjeni su u skladu s prosječnim ocjenama na razini Kvarnera. Pri ukupnoj analizi ocijenjenim elemenata turističke ponude, upravo ovi elementi zauzimaju vodeće pozicije.

• **Sadržaji**

Ocjenujući sadržaje turističke ponude ispitanici su najvišu ocjenu dodijelili kvaliteti ponude za nautičare (3,61), kvaliteti objekata za prehranu (3,50), kvaliteti smještajnih objekata (3,36), te mogućnosti izleta u okolinu (3,30). Ipak treba naglasiti da su i ove najviše ocjenom, relativno niske, budući niti jedan element sadržaja nije dobio prosječnu ocjenu veću od 4. Najlošiji elementi ove skupine turističke ponude u Novom Vinodolskom su ponuda (2,06) i kvaliteta (1,98) sadržaja zdravstvenog turizma, kvaliteta kongresne ponude (2,05), te ponuda zdrave hrane (2,44).

• **Organiziranost destinacije**

Ocjene elemenata organiziranosti destinacije prosječno su više od ocjena sadržaja. Iznajmljivači su kao pozitivne elemente istaknuli kvalitetu i opskrbljenost trgovačke mreže i radno vrijeme uslužnih djelatnosti. Kao i u slučaju analize ponude Kvarnera u cjelini kao najlošiji elementi ove skupine ističu se organizacija i sadržaji zračne luke, problematika parkirališnog prostora i organizacija lokalnog prometa.

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Svi ocjenjivani elementi skupine "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" ocijenjeni su niskim ocjenama (nižim od 3), izuzev najviše ocijenjene osobne sigurnosti i zaštita. Kao najlošije ocijenjena je prezentacija Novog Vinodolskog na Internetu i prepoznatljivost destinacije (u smislu suvenira, simbola i sl.).

• **Stanovništvo, zaposleni**

Ispitanici su elemente vezane uz stanovništvo i zaposlene u turizmu ocijenili kao dobrima, te su ljubaznost stanovništva ocijenili s 3,72, ljubaznost zaposlenih u turizmu s 3,69, a znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu ocijenili su s 3,15.

• **Top +/- 10**

Sumirajući sve prethodno navedeno za destinaciju Novi Vinodolski zaključujemo da su iznajmljivači kao najbolje elemente istaknuli ljepotu

krajojlika, zdravu klimu, kvalitetu mora, te ljubaznost stanovništva i zaposlenih.

Najlošije je ocjenjena kvaliteta i ponuda sadržaja zdravstvenog turizma, kvaliteta kongresne ponude, ponuda za nautičare, organizacija i sadržaji zračne luke.

Tablica 4-25. **10 najboljih i najlošijih elemenata 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.	Ljepota krajolika	4,32	1.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	1,98
2.	Zdrava klima u destinaciji	4,07	2.	Kvaliteta kongresne ponude	2,33
3.	Kvaliteta mora	4,05	3.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	2,06
4.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	3,72	4.	Ponuda za nautičare	2,07
5.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,69	5.	Organizacija i sadržaji zračne luke	2,42
6.	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,67	6.	Ponuda zdrave hrane	2,44
7.	Kvaliteta ponude za nautičare	3,61	7.	Prezentacija destinacije na Internetu	2,51
8.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,57	8.	Kvaliteta zabavnog sadržaja	2,51
9.	Osobna sigurnost i zaštita	3,57	9.	Kvaliteta sportskog sadržaja	2,57
10.	Kvaliteta objekata za prehranu	3,50	10.	Prepoznatljivost destinacije	2,59

4.7.2. Stavovi iznajmljivača o elementima turističke ponude Opatije

U Opatiji je anketiran 41 iznajmljivač. Rezultati ankete ne odstupaju bitno od rezultata na razini Kvarnera.

REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA STAVOVA IZNAJMLJIVAČA SOBA I APARTMANA O TURISTIČKOJ PONUDI KVARNERA I NJEGOVIH DESTINACIJA

Tablica 4-26. **Zadovoljstvo iznajmljivača elementima turističke ponude Opatije**

Red. br.	Elementi turističke ponude	N Valid	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS						
1	Zdrava klima u destinaciji	41	3,85	1,04	3	2
24	Ljepota krajolika	39	4,28	0,94	1	1
25	Očuvanost okoliša	41	3,71	0,98	7	3
26	Kvaliteta mora	40	3,15	1,10	29	4
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	40	3,38	0,84	18	7
27	Sadržaji za djecu	39	2,41	1,09	44	17
32	Ponuda kulturnih događanja	40	2,85	0,83	36	12
33	Ponuda zabavnog sadržaja	38	2,74	0,89	39	13
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	35	2,46	0,89	43	16
35	Ponuda sportskog sadržaja	33	2,39	0,86	45	18
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	33	2,48	0,87	42	15
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	39	3,38	0,88	19	7
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	38	3,39	0,79	16	6
39	Ponuda za nautičare	34	3,29	0,84	22	9
40	Kvaliteta ponude za nautičare	28	3,25	0,80	24	10
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	39	3,41	0,82	14	5
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	40	3,42	0,98	11	3
43	Kvaliteta smještajnog objekta	41	3,54	0,71	8	2
44	Kvaliteta objekata za prehranu	41	3,32	0,69	21	8
45	Ponuda zdrave hrane	37	2,51	1,10	41	14
46	Kvaliteta kongresne ponude	41	3,73	1,00	6	1
47	Mogućnost izleta u okolinu	36	3,42	1,11	12	4
48	Odnos cijena i kvalitete	39	3,08	0,84	32	11
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	38	3,18	0,98	27	7
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	26	2,58	1,10	40	12
7	Organizacija lokalnog prometa	41	2,37	0,97	46	13
8	Dostupni parkirališni prostor	41	1,76	0,94	48	15
15	Čistoća destinacije	41	3,41	0,95	13	4
16	Urbana skladnost i uređenost	41	3,39	0,92	15	5
17	Dostatnost i održavanje šetnica	40	3,48	1,37	10	3
18	Održavanje javne rasvjete	40	3,85	0,77	4	2
19	Uređenost parkova	41	4,22	0,94	2	1
20	Uređenost pročelja fasada	40	3,15	0,92	28	8
22	Uređenost plaža	40	2,03	1,07	47	14
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	33	2,79	1,08	37	10
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	41	3,02	1,11	35	9
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	39	3,36	0,99	20	6
31	Odnos prema obrtu i malom gospodarstvu	35	2,77	0,84	38	11
PREPOZNATLJIVOST, INFORMIRANOST, SIGURNOST,						
9	Dostupnost turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	39	3,13	0,86	30	4
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	41	3,07	0,93	33	5
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	40	3,25	1,30	23	2
12	Personalit. (identitet) destinacije	40	3,78	1,03	5	1
13	Prezentacije destinacije na Internetu	32	3,13	0,98	31	4
14	Prezent. smješt. objek. dest.na Inter. i moguć. rezerv.	32	3,03	1,03	34	6
28	Osobna sigurnost i zaštita	39	3,23	1,13	25	3
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	40	3,50	0,82	9	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	40	3,38	0,77	17	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	40	3,22	0,92	26	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**

Svi elementi kojima su ispitanici ocjenjivali prostor i okoliš dobili su na području destinacije Opatija ocjene na razini onih dobivenih za područje Kvarnera.

• **Sadržaji**

Ocjene sadržaja na razini Opatije variraju od 3,73 do 2,39.

Najviše su ocjenjeni elementi: kvaliteta kongresne ponude (3,73), kvaliteta smještajnih objekata (3,54), prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija (3,42), te mogućnost izleta u okolinu (3,42).

Najlošije je ocjenjena ponuda sportskog sadržaja (2,39), sadržaji za djecu (2,74), kvaliteta zabavnog sadržaja (2,74) i kvaliteta sportskog sadržaja ((2,39).

• **Organiziranost destinacije**

Kod ocjene organiziranosti destinacije očekivano su bitno najvišu ocjenu dobili parkovi, tj. njihova uređenost (4,22). Uz to je visoko ocjenjeno održavanje javne rasvjete, dostatnosti i održavanje šetnica i čistoća.

Iznimno nisku ocjenu dobila je dostupnost parkirališnog prostora (1,76), uređenost plaža (2,03), organizacija lokalnog prometa (2,37) i sadržaji zračne luke (2,58).

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Personality destinacije ocijenjen je s 3,78, prepoznatljivost destinacije s 3,25, dok je najlošije ocjenjena prezentacija smještajnih kapaciteta na Internetu i mogućnost rezervacije (3,03).

• **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost domicilnog stanovništva, te ljubaznost zaposlenih, kao i njihovo znanje stranog jezika ocijenjeni su u razini ocjena Kvarnera u cjelini (3,22-3,50).

• **Top +/- 10**

Najbolji elementi po ocjeni iznajmljivača jesu ljepota krajolika, uređenost parkova, klima, održavanje javne rasvjete, te personality destinacije.

Daleko najlošiju ocjenu dobila je dostupnost parkirališnog prostora, ređenost plaža, što su poznati problemi na području Opatije. Loše su, uz organizaciju lokalnog prometa, ocijenjeni i ponuda sportskog sadržaja, sadržaji za djecu, te kvaliteta zabavnih sadržaja.

Tablica 4-27. **10 najboljih i najlošijih elemenata turističke ponude Opatije**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Ljepota krajolika	4,28	1.	Dostupni parkirališni prostor	1,76
2.	Uređenost parkova	4,22	2.	Uređenost plaža	2,03
3.	Zdrava klima u destinaciji	3,85	3.	Organizacija lokalnog prometa	2,37
4.	Održavanje javne rasvjete	3,85	4.	Ponuda sportskog sadržaja	2,39
5.	Personality (identitet) destinacije	3,78	5.	Sadržaj za djecu	2,41
6.	Kvaliteta kongresne ponude	3,73	6.	Kvaliteta zabavnog sadržaja	2,46
7.	Očuvanost okoliša	3,71	7.	Kvaliteta sportskog sadržaja	2,48
8.	Kvaliteta smještajnog objekta	3,54	8.	Ponuda zdrave hrane	2,51
9.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	3,50	9.	Organizacija i sadržaj zračne luke	2,58
10.	Dostatnost i održavanje šetnica	3,48	10.	Ponuda zabavnog sadržaja	2,74

4.7.3. Stavovi iznajmljivača o elementima turističke ponude Lovrana

U Lovranu je anketirano 24 iznajmljivača. Rezultati znatno odstupaju od rezultata na razini Kvarnera.

Tablica 4-28. Zadovoljstvo iznajmljivača elementima turističke ponude Lovrana

Red. br.	Elementi turističke ponude	N Valid	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ						
1	Zdrava klima u destinaciji	23	3,87	1,25	3	3
24	Ljepota krajolika	22	4,00	0,76	2	2
25	Očuvanost okoliša	23	4,04	0,93	1	1
26	Kvaliteta mora	22	3,64	1,00	10	4
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	23	3,39	1,08	20	7
27	Sadržaji za djecu	23	2,77	1,12	40	15
32	Ponuda kulturnih događanja	22	3,14	1,04	28	10
33	Ponuda zabavnog sadržaja	23	3,13	1,14	29	11
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	22	3,05	1,13	32	14
35	Ponuda sportskog sadržaja	22	3,09	1,19	31	13
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	20	3,10	1,25	30	12
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	19	2,74	1,33	42	16
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	18	2,56	1,20	46	17
39	Ponuda za nautičare	18	3,17	0,86	27	9
40	Kvaliteta ponude za nautičare	18	3,28	0,89	25	8
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	19	3,53	0,77	15	6
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	23	3,39	0,89	21	7
43	Kvaliteta smještajnog objekta	22	3,86	0,99	4	1
44	Kvaliteta objekata za prehranu	22	3,64	0,95	11	5
45	Ponuda zdrave hrane	23	3,78	1,00	5	2
46	Kvaliteta kongresne ponude	16	2,50	1,10	47	18
47	Mogućnost izleta u okolinu	22	3,77	0,81	7	3
48	Odnos cijena i kvalitete	23	3,70	0,93	8	4
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	23	2,57	0,90	44	12
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	12	2,00	1,04	48	13
7	Organizacija lokalnog prometa	21	2,57	0,93	45	12
8	Dostupni parkirališni prostor	23	2,70	1,33	43	11
15	Čistoća destinacije	23	2,74	1,05	41	10
16	Urbana skladnost i uređenost	22	2,91	1,02	36	8
17	Dostupnost i održavanje šetnica	22	2,91	1,15	37	8
18	Održavanje javne rasvjete	23	3,52	1,08	17	3
19	Uređenost parkova	22	2,82	1,40	39	9
20	Uređenost pročelja fasada	22	2,95	1,00	35	7
22	Uređenost plaža	22	3,36	1,26	23	4
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	22	3,77	0,97	6	1
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	22	3,59	1,10	14	2
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	23	3,04	0,56	34	6
31	Odnos prema obrtu i malom gospodarstvu	22	3,23	0,92	26	5
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
9	Dostupnost turističkim informacijama (info-uredi, punktovi itd.)	23	3,04	1,26	33	5
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	23	3,30	1,02	24	4
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	23	2,87	1,06	38	6
12	Personalitet (identitet) destinacije	19	3,63	1,21	12	1
13	Prezentacije destinacije na Internetu	19	3,63	1,16	13	1
14	Prezent. smješt. objek. dest.na Inter. i moguć. rezerv.	21	3,52	0,98	16	2
28	Osobna sigurnost i zaštita	22	3,50	1,10	18	3
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	23	3,65	0,98	9	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	23	3,43	0,99	19	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	22	3,36	0,95	22	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**

Elementi klime, krajolika, okoliša i kvaliteta mora dobili su očekivano visoke ocjene na području Lovrana, od strane iznajmljivača.

• **Sadržaji**

Svi elementi koji su ocjenjivani u skupini sadržaji dobili su relativno nedostatne ocjene. Najvišu ocjenu dobila je kvaliteta smještajnog objekta (3,38), zatim prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija (3,50), kvaliteta objekata za prehranu (3,17). Najlošiji ocjenjeni elementi od strane iznajmljivača jesu ponuda i kvaliteta sportskog sadržaja (1,88; 1,98), sadržaji za djecu (1,92), te kvaliteta zabavnog sadržaja (2,17).

• **Organiziranost destinacije**

Kao i slučaju Opatije i u Lovranu su najvišom ocjenom označeni parkovi (4,13), te radno vrijeme uslužnih djelatnosti (3,09).

Izrazito lošu ocjenu dobila je dostupnost parkirališnog prostora (1,33), uređenost plaža (1,98), te organizacija i sadržaji zračne luke (2,08).

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Za razliku od ostalih ispitivanih destinacija na području Lovrana ispitanici – iznajmljivači izrazito su ispod prosječnih vrijednosti na području Kvarnera ocijenili elemente ove skupine. Tako je dostupnost turističkim informacijama ocijenjena sa samo 1,83, prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir) sa 2,21, a ocjenu do maksimum 2,50 dobili su i svi ostali ispitivani elementi (prezentacija na Internetu i mogućnost rezervacije, turističko obilježavanje, personality destinacije. Iznimno, u odnosu na ostale elemente skupine visoko je ocijenjena osobna sigurnost i zaštita.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost stanovništva i zaposlenih u turizmu, te znanje stranih jezika ocijenjeni su ocjenama od 3,29 do 3,83, te su u okvirima prosjeka Kvarnera.

• **Top +/-10**

Najvišu ocjenu od strane ispitanih iznajmljivača dobila je uređenost parkova, ljepota krajolika, očuvanost okoliša, te ljubaznost stanovništva i klima.

Najniže rangirani elementi su parkirališni prostor, dostupnost turističkim informacijama, sportski sadržaji, sadržaji za djecu i uređenost plaža. Svi

navedeni elementi ocjenjeni su ocjenom nižom od 2, što je indicira na potrebu hitnih aktivnosti na rješavanju ovih problema.

Tablica 4-29. **10 najboljih i najlošijih elemenata turističke ponude Lovrana**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Uređenost parkova	4,13	1.	Dostupni parkirališni prostor	1,33
2.	Ljepota krajolika	4,04	2.	Dostupnost turističkim informacijama	1,83
3.	Očuvanost okoliša	3,87	3.	Ponuda sportskog sadržaja	1,88
4.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	3,83	4.	Sadržaji za djecu	1,92
5.	Zdrava klima u destinaciji	3,74	5.	Uređenost plaža	1,96
6.	Kvaliteta smještajnog objekta	3,58	6.	Kvaliteta sportskog sadržaja	1,96
7.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,50	7.	Organizacija i sadržaj zračne luke	2,08
8.	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	3,50	8.	Kvaliteta zabavnog sadržaja	2,17
9.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	3,29	9.	Organizacija lokalnog prometa	2,21
10.	Osobna sigurnost i zaštita	3,25	10.	Prepoznatljivost destinacije	2,21

4.7.4. Stavovi iznajmljivača o elementima turističke ponude Raba

Na Rabu su anketirana 44 iznajmljivača. Rezultati ankete ne odstupaju bitno od rezultata na razini Kvarnera.

REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA STAVOVA IZNAJMLJIVAČA SOBA I APARTMANA O
TURISTIČKOJ PONUDI KVARNERA I NJEGOVIH DESTINACIJA

Tablica 4-30. **Zadovoljstvo iznajmljivača elementima turističke ponude Raba**

Red. br.	Elementi turističke ponude	N Valid	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS						
1	Zdrava klima u destinaciji	42	4,17	1,08	3	3
24	Ljepota krajolika	44	4,50	0,93	1	1
25	Očuvanost okoliša	43	3,49	1,08	9	4
26	Kvaliteta mora	42	4,33	0,85	2	2
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	43	2,84	1,11	33	11
27	Sadržaji za djecu	44	3,68	1,51	5	1
32	Ponuda kulturnih događanja	43	2,51	1,14	44	15
33	Ponuda zabavnog sadržaja	44	2,91	1,18	29	8
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	44	2,84	1,12	34	11
35	Ponuda sportskog sadržaja	44	2,93	1,15	28	7
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	44	2,89	1,04	32	10
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	36	2,42	1,18	45	16
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	36	2,39	1,25	46	17
39	Ponuda za nautičare	40	2,90	1,08	31	9
40	Kvaliteta ponude za nautičare	40	2,70	0,99	41	14
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	42	3,33	1,03	15	5
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	38	2,82	1,09	36	12
43	Kvaliteta smještajnog objekta	43	3,49	0,63	10	2
44	Kvaliteta objekata za prehranu	40	3,43	0,71	14	4
45	Ponuda zdrave hrane	40	2,73	1,13	40	13
46	Kvaliteta kongresne ponude	33	2,12	1,36	47	18
47	Mogućnost izleta u okolinu	40	3,47	1,09	11	3
48	Odnos cijena i kvalitete	43	3,21	1,01	19	6
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	42	3,12	0,99	21	4
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	18	2,00	1,14	48	13
7	Organizacija lokalnog prometa	40	2,82	1,17	35	9
8	Dostupni parkirališni prostor	43	2,93	1,28	26	8
15	Čistoća destinacije	44	3,11	1,02	22	5
16	Urbana skladnost i uređenost	44	2,80	1,11	39	11
17	Dostatnost i održavanje šetnica	44	2,93	1,02	27	8
18	Održavanje javne rasvjete	44	3,00	1,14	24	6
19	Uređenost parkova	42	2,62	1,13	43	12
20	Uređenost pročelja fasada	43	2,81	1,07	37	10
22	Uređenost plaža	44	2,95	1,08	25	7
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	41	3,22	1,01	18	3
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	44	3,57	1,02	8	1
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	43	3,44	0,91	13	2
31	Odnos prema obrtu i malom gospodarstvu	37	2,81	0,91	38	10
PREPOZNATLJIVOST, INFORMIRANOST, SIGURNOST,						
9	Dostupnost turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	44	3,64	1,10	7	1
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	43	3,28	1,08	17	3
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	42	2,62	1,25	42	7
12	Personality (identitet) destinacije	36	3,00	1,24	23	5
13	Prezentacije destinacije na Internetu	37	3,16	0,83	20	4
14	Prezent. smješt. objek. dest.na Inter. i moguć. rezerv.	40	2,90	1,06	30	6
28	Osobna sigurnost i zaštita	43	3,44	1,03	12	2
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	43	3,79	0,89	4	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	44	3,66	1,01	6	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	43	3,30	0,94	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, okoliš**

Elementi ljepote krajolika, kvalitete mora, klime i očuvanog okoliša na području Raba očekivano su visoko ocijenjeni (od 4,50-3,49). S obzirom da se Rab ističe kao jedan od najzelenijih otoka Jadrana, ovakve ocjene su očekivane i opravdane.

• **Sadržaji**

Za razliku od ostalih analiziranih destinacije na Rabu su najvišu ocjenu iz ove skupine dobili sadržaji za djecu (3,68), zatim kvaliteta smještajnog objekta (3,49), te mogućnost izleta u okolinu (3,47).

Niskom ocjenom vrednovana je kvaliteta kongresne ponude (2,12), ponuda i kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma (2,42; 2,39), te ponuda kulturnih događanja (2,51). S obzirom na bogato kulturno nasljeđe otoka, ovaj je posljednji podatak vrlo indikativan.

• **Organiziranost destinacije**

Od elemenata organiziranosti destinacije na Rabu su najvišu ocjenu dobili kvaliteta i opskrbljenost uslužnih djelatnosti (3,44) i radno vrijeme uslužnih djelatnosti (3,57).

Najlošije ocjene dobili su sadržaji i organiziranost zračne luke 82,00), uređenost parkova (2,62), te urbana skladnost i uređenost (2,80).

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Elementi ove skupine ocijenjeni su iznad prosjeka Kvarnera. S ocjenom 3,64 vrednovana je dostupnost turističkim informacijama, 3,44 osobna sigurnost i zaštita, 3,28 kvaliteta turističkog obilježavanja, a relativno je najnižu ocjenu dobila prezentacija smještajnih kapaciteta na Internetu i mogućnost rezervacije (2,90).

• **Stanovništvo, zaposleni**

Elementi ljubaznosti stanovništva i zaposlenih u turizmu, te znanja stranih jezika ocijenjeni su u rasponu od 3,79 do 3,30.

• **Top +/-10**

Očekivano za Rab ispitanici – iznajmljivači najvišim su ocjenama vrednovali ljepotu krajolika, kvalitetu mora, klimu, te ljubaznost stanovništva. Za razliku od ostalih destinacija na Rabu su istaknuto pozitivno ocijenjeni sadržaji za djecu.

Identificirane slabosti su organiziranost i sadržaji zračne luke (kao i na razini Kvarnera), kvaliteta kongresne ponude, kvaliteta i ponuda zdravstvenog turizma, te ponuda kulturnih događanja.

Tablica 4-31. **10 najboljih i najlošijih elemenata turističke ponude Raba**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Ljepota krajolika	4,50	1.	Organizacija i sadržaji zračne luke	2,00
2.	Kvaliteta mora	4,33	2.	Kvaliteta kongresne ponude	2,12
3.	Zdrava klima u destinaciji	4,17	3.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	2,39
4.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	3,79	4.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	2,42
5.	Sadržaji za djecu	3,68	5.	Ponuda kulturnih događaja	2,51
6.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,66	6.	Prepoznatljivost destinacije	2,62
7.	Dostupnost turističkim informacijama	3,64	7.	Uređenost parkova	2,62
8.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,57	8.	Kvaliteta ponude za nautičare	2,70
9.	Kvaliteta smještajnog objekta	3,49	9.	Ponuda zdrave hrane	2,73
10.	Mogućnost izleta u okolinu	3,47	10.	Urbana skladnost i uređenost	2,80

4.7.5. Stavovi iznajmljivača o elementima turističke ponude Baške

U Baškoj je anketirano 23 iznajmljivača.

Tablica 4-32. Zadovoljstvo iznajmljivača elementima turističke ponude Baške

Red. br.	Elementi turističke ponude	N Valid	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS						
1	Zdrava klima u destinaciji	23	4,48	0,95	3	3
24	Ljepota krajolika	23	4,61	0,72	1	1
25	Očuvanost okoliša	23	4,13	0,69	4	4
26	Kvaliteta mora	23	4,52	0,90	2	2
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	23	3,39	0,84	21	5
27	Sadržaji za djecu	21	2,81	1,12	35	10
32	Ponuda kulturnih događanja	22	3,23	1,15	23	6
33	Ponuda zabavnog sadržaja	23	2,61	1,34	40	12
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	23	2,43	1,38	43	14
35	Ponuda sportskog sadržaja	23	2,61	1,23	41	12
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	22	2,55	1,34	42	13
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	20	1,65	1,23	46	16
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	20	1,40	0,75	48	18
39	Ponuda za nautičare	21	2,33	1,11	44	15
40	Kvaliteta ponude za nautičare	21	2,62	1,02	38	11
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	23	3,43	0,99	18	4
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	23	3,09	1,08	27	7
43	Kvaliteta smještajnog objekta	23	3,61	0,72	14	2
44	Kvaliteta objekata za prehranu	23	3,48	0,90	17	3
45	Ponuda zdrave hrane	21	2,86	0,96	33	9
46	Kvaliteta kongresne ponude	16	1,63	1,02	47	17
47	Mogućnost izleta u okolinu	22	3,77	1,07	9	1
48	Odnos cijena i kvalitete	23	2,87	1,01	31	8
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	21	3,00	1,00	28	7
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	12	2,83	1,19	34	10
7	Organizacija lokalnog prometa	22	2,86	0,94	32	9
8	Dostupni parkirališni prostor	23	2,61	1,23	39	13
15	Čistoća destinacije	23	3,39	1,08	19	4
16	Urbana skladnost i uređenost	22	2,95	0,90	29	8
17	Dostatnost i održavanje šetnica	22	3,82	0,85	7	2
18	Održavanje javne rasvjete	23	3,26	1,18	22	5
19	Uređenost parkova	23	3,39	1,08	20	4
20	Uređenost pročelja fasada	23	2,70	0,82	37	12
22	Uređenost plaža	23	3,17	1,11	25	6
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	23	1,91	1,12	45	14
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	23	3,91	1,00	6	1
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	23	3,48	1,04	16	3
31	Odnos prema obrtu i malom gospodarstvu	21	2,71	1,23	36	11
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIR.						
9	Dostupnost turističkim informacijama (info-uredi, punktovi itd.)	23	4,04	0,77	5	1
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	23	3,78	1,00	8	2
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	23	3,22	1,13	24	5
12	Personality (identitet) destinacije	23	3,57	1,12	15	4
13	Prezentacije destinacije na Internetu	14	3,14	1,17	26	6
14	Prezent. smješt. objek. dest.na Inter. i moguć. rezerv.	15	2,87	0,99	30	7
28	Osobna sigurnost i zaštita	23	3,61	0,78	13	3
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	23	3,74	0,81	10	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	21	3,71	0,78	11	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	21	3,62	0,86	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, okoliš**

Ispitanici s područja Baške izrazito su visokim ocjenama (sve su više od 4) izrazili zadovoljstvo elementima prirode i okoliša. S obzirom na specifična prirodna obilježja i jedinstvenu plažu, ovako visoke ocjene su u potpunosti očekivane i opravdane.

• **Sadržaji**

Za razliku od prethodne skupine elemenata, ova skupina elemenata je bitno lošije ocijenjena. Prosječnom ocjenom 3,77 vrednovana je mogućnost izleta u okolinu, 3,61 vrednovana je kvaliteta smještajnih objekata, a 3,48 kvaliteta objekata za prehranu. Izrazito su loše ocijenjeni kvaliteta i ponuda zdravstvenog turizma (1,40; 1,65), kvaliteta kongresne ponude (1,63), ponuda za nautičare (2,33).

• **Organiziranost destinacije**

U pogledu organiziranosti destinacije dobro su ocijenjeni radno vrijeme i kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže (3,91; 3,48). Uređenost i dostupnost šetnica također je ocijenjena zadovoljavajućom. Izrazito su kao problemi istaknuti brojnost kupaca na plažama (1,91), te dostupni parkirališni prostor (2,61), što možemo dovesti u međusobnu vezu.

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Na području Baške ispitanici su izrazito zadovoljni dostupnošću turističkih informacija (4,04), te kvalitetom turističkog obilježavanja (3,78). I ostali elementi iz ove skupine (personalitet destinacije, prepoznatljivost, prezentacija na Internetu ocijenjeni su dostatnim. Nešto nižu ocjenu dobila je prezentacija smještajnih objekata na Internetu i mogućnost rezervacije (2,87).

• **Stanovništvo, zaposleni**

Elementi ove skupine ocijenjeni su podjednakim ocjenama, od 3,62-3,74.

• **Top +/-10**

S visokom ocjenom, višom od 4, ocijenjeni su od strane ispitanika – iznajmljivača: kvaliteta krajolika, kvaliteta mora, zdrava klima, očuvanost okoliša, te dostupnost informacijama

Ipak, treba primijetiti da su čak četiri elementa dobila ocjenu nižu od 2: kvaliteta i ponuda sadržaja zdravstvenog turizma, kvaliteta kongresne ponude, brojnost kupaca na plažama.

Tablica 4-33. **10 najboljih i najlošijih elemenata turističke ponude Baške**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Ljepota krajolika	4,61	1.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	1,40
2.	Kvaliteta mora	4,52	2.	Kvaliteta kongresne ponude	1,63
3.	Zdrava klima u destinaciji	4,48	3.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	1,65
4.	Očuvanost okoliša	4,13	4.	Brojnost kupaca na plažama	1,91
5.	Dostupnost turističkim informacijama	4,04	5.	Ponuda za nautičare	2,33
6.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,91	6.	Kvaliteta zabavnog sadržaja	2,43
7.	Dostatnost i održavanje šetnica	3,87	7.	Kvaliteta sportskog sadržaja	2,55
8.	Kvaliteta turističkog obilježavanja	3,78	8.	Dostupni parkirališni prostor	2,61
9.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	3,74	9.	Ponuda zabavnog sadržaja	2,61
10.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,71	10.	Ponuda sportskog sadržaja	2,61

4.7.6. Stavovi iznajmljivača o elementima turističke ponude Ičića

U Ičićima je anketirano 5 iznajmljivača koji ukazuju na specifičnosti turističke ponude Ičića.

REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA STAVOVA IZNAJMLJIVAČA SOBA I APARTMANA O TURISTIČKOJ PONUDI KVARNERA I NJEGOVIH DESTINACIJA

Tablica 4-34. **Zadovoljstvo iznajmljivača elementima turističke ponude Ičića**

Red. br.	Elementi turističke ponude	N Valid	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS						
1	Zdrava klima u destinaciji	5	5,00	0,00	1	1
24	Ljepota krajolika	5	5,00	0,00	2	1
25	Očuvanost okoliša	5	5,00	0,00	3	1
26	Kvaliteta mora	1	2,00	0,00	44	2
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	5	3,60	0,89	12	2
27	Sadržaji za djecu	5	2,80	1,10	30	5
32	Ponuda kulturnih događanja	5	2,40	0,55	36	6
33	Ponuda zabavnog sadržaja	5	2,40	0,55	37	6
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	5	2,40	0,55	38	6
35	Ponuda sportskog sadržaja	5	3,00	0,71	23	4
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	5	3,00	0,71	24	4
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	5	1,40	0,89	46	9
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	5	1,40	0,89	47	9
39	Ponuda za nautičare	1	3,00	0,00	25	4
40	Kvaliteta ponude za nautičare	1	3,00	0,00	26	4
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	5	2,20	1,10	39	7
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	5	3,00	1,00	27	4
43	Kvaliteta smještajnog objekta	5	3,20	1,48	18	3
44	Kvaliteta objekata za prehranu	5	2,80	0,45	31	5
45	Ponuda zdrave hrane	5	2,20	0,84	40	7
46	Kvaliteta kongresne ponude	4	1,75	1,50	45	8
47	Mogućnost izleta u okolinu	5	4,60	0,55	5	1
48	Odnos cijena i kvalitete	5	3,20	0,45	19	3
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	5	4,00	1,00	7	2
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	1	1,00	0,00	48	9
7	Organizacija lokalnog prometa	5	2,40	0,55	33	7
8	Dostupni parkirališni prostor	5	2,40	0,89	34	7
15	Čistoća destinacije	5	3,60	0,89	11	4
16	Urbana skladnost i uredenost	5	2,80	0,45	28	6
17	Dostatnost i održavanje šetnica	5	3,40	1,34	14	5
18	Održavanje javne rasvjete	5	4,20	1,10	6	1
19	Uredenost parkova	5	3,40	1,82	15	5
20	Uredenost pročelja fasada	5	2,80	0,45	29	6
22	Uredenost plaža	1	2,00	0,00	42	8
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	1	2,00	0,00	43	8
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	5	3,40	1,52	16	5
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	5	3,80	1,30	9	3
31	Odnos prema obrtu i malom gospodarstvu	5	2,40	0,89	35	7
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIR.						
9	Dostupnost turističkim informacijama (info-uredi, punktovi itd.)	5	2,00	0,71	41	5
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	5	3,00	1,00	20	4
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	5	3,00	1,22	21	4
12	Personality (identitet) destinacije	5	3,00	1,22	22	4
13	Prezentacije destinacije na Internetu	5	3,60	1,34	10	2
14	Prezent. smješt. objek. dest.na Inter. i moguć. rezerv.	5	3,20	1,10	17	3
28	Osobna sigurnost i zaštita	5	4,80	0,45	4	1
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	5	3,80	1,30	8	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	5	3,40	1,14	13	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4	2,50	1,00	32	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**

Kao ni u jednoj ispitivanoj destinaciji Kvarnera, ocjene ove skupine nisu tako visoke, kao u slučaju Ičića. Ispitanici – iznajmljivači su s ocjenom 5 vrednovali klimu, krajolik, i očuvanost okoliša, dok je za razliku od toga kvaliteta mora porazno ocijenjena sa 2. Navedeno upućuje na potrebnu hitnim mjera za očuvanje kvalitete mora, posebno što je turistički proizvod Ičića bitno vezan uz ponudu upravo "sunca i mora".

• **Sadržaji**

Sadržaji turističke ponude vrednovani su u rasponu od 1,40 do 4,60. Ovu izrazito visoku ocjenu dobila je mogućnost izleta u okolinu. Stanje spomeničke i kulturne baštine ocijenjeno je s 3,60, a odnos cijene i kvalitete sa 3,20.

Najlošije su ocijenjeni ponuda i kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma (1,40), te kvaliteta kongresne ponude (1,75) što i nije neočekivano, s obzirom da se Ičići i ne obraćaju poslovnom tržištu u smislu organizacije skupova i kongresa, budući u tome bitno prednjače susjedna Opatija i Lovran.

• **Organiziranost destinacije**

Sadržaji zračne luke ocijenjeni su s 1, a vrlo je važno uočiti izrazio nezadovoljstvo uređenošću plaža (2,00) i brojnošću kupaca (2,00). Problematici su se još identificirali lokalni promet i parkirališni prostor.

Vrlo je visoko ocijenjeno održavanje javne rasvjete (4,20), te prometan povezanost destinacije (4,00).

• **Prepoznatljivost, sigurnosti, informiranost**

Prezentacija destinacije i smještajnih objekata na Internetu ocijenjena je sa 3,60, tj. 3,20, a iznimno nisku ocjenu (2,00) dobila je dostupnost turističkih informacija. Vrlo je visoko ocijenjena osobna sigurnost i zaštita (4,80)

• **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost stanovništva i zaposlenih ocijenjena je u prosjeku Kvarnera, dok je nešto lošije od ostalih destinacija u Ičićima ocijenjeno znanje stranih jezika (2,50).

• Top +/-10

U Ičićima su s ocjenom 5,00 vrednovani krajolik okoliš i klima, a visoke ocjene, iznad 4, dobili su i osobna sigurnost i zaštita, mogućnost izleta, održavanje javne rasvjete, te prometna povezanost destinacije.

Ispitanici su najniže vrednovali sadržaje zračne luke (1,00), ponudu i kvalitetu zdravstvenog turizma, kvalitetu kongresne ponude, dostupnost turističkim informacijama, uređenost plaža, brojnost kupaca, kvalitetu mora, ponudu agencija i ponudu zdrave hrane.

Tablica 4-35. **10 najboljih i najlošijih elemenata turističke ponude Ičići**

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.	Organizacija i sadržaji zračne luke	1,00
2.	Ljepota krajolika	5,00	2.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	1,40
3.	Očuvanost okoliša	5,00	3.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	1,40
4.	Osobna sigurnost i zaštita	4,80	4.	Kvaliteta kongresne ponude	1,75
5.	Mogućnost izleta u okolinu	4,60	5.	Dostupnost turističkim informacijama	2,00
6.	Održavanje javne rasvjete	4,20	6.	Uređenost plaža	2,00
7.	Prometna povezanost destinacije	4,00	7.	Brojnost kupaca na plažama	2,00
8.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	3,80	8.	Kvaliteta mora	2,00
9.	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,80	9.	Ponuda turističkih agencija	2,20
10.	Prezentacije destinacije na Internetu	3,60	10.	Ponuda zdrave hrane	2,20

4.7.7. Stavovi iznajmljivača o elementima turističke ponude Mošćeničke Drage

U Mošćeničkoj Dragi je anketirano 15 iznajmljivača koji ukazuju na obilježja turističke ponude Mošćeničke Drage.

Tablica 4-36. Zadovoljstvo iznajmljivača elementima turističke ponude Mošćeničke Drage

Red. br.	Elementi turističke ponude	N Valid	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ						
1	Zdrava klima u destinaciji	15	4,40	0,83	1	1
24	Ljepota krajolika	15	4,13	0,92	2	2
25	Očuvanost okoliša	15	3,93	0,96	5	4
26	Kvaliteta mora	15	4,07	1,03	3	3
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	15	2,53	0,74	31	8
27	Sadržaji za djecu	15	2,33	1,05	36	10
32	Ponuda kulturnih događanja	15	2,20	0,68	40	12
33	Ponuda zabavnog sadržaja	15	2,07	0,80	43	14
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	15	1,93	0,88	46	15
35	Ponuda sportskog sadržaja	15	2,07	0,80	44	14
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	15	2,13	0,92	41	13
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	15	2,67	0,90	26	5
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	15	2,60	0,83	29	7
39	Ponuda za nautičare	15	2,40	0,83	35	9
40	Kvaliteta ponude za nautičare	15	2,27	0,80	39	11
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	15	3,00	0,65	16	4
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	15	2,67	0,82	27	5
43	Kvaliteta smještajnog objekta	14	3,33	0,72	9	2
44	Kvaliteta objekata za prehranu	14	3,47	0,64	7	1
45	Ponuda zdrave hrane	15	2,64	0,93	28	6
46	Kvaliteta kongresne ponude	15	1,93	0,73	47	15
47	Mogućnost izleta u okolinu	15	3,13	0,83	13	3
48	Odnos cijena i kvalitete	15	3,00	0,65	17	4
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	15	2,07	0,96	42	11
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	1	1,00	0,00	48	13
7	Organizacija lokalnog prometa	15	2,27	0,59	37	10
8	Dostupni parkirališni prostor	15	2,80	1,01	20	5
15	Čistoća destinacije	15	3,33	0,98	8	1
16	Urbana skladnost i uređenost	13	3,00	0,91	15	3
17	Dostatnost i održavanje šetnica	15	2,53	0,83	30	8
18	Održavanje javne rasvjete	15	2,73	0,88	23	6
19	Uređenost parkova	15	2,67	0,90	25	7
20	Uređenost pročelja fasada	15	2,73	0,59	24	6
22	Uređenost plaža	15	2,27	0,88	38	10
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	15	2,00	1,07	45	12
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	15	3,13	0,74	12	2
30	Kvaliteta I opskrbljenost trgovačke mreže	15	2,93	0,46	19	4
31	Odnos prema obrtu i malom gospodarstvu	15	2,40	0,80	34	9
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIR.						
9	Dostupnost turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	15	3,13	0,35	11	1
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	15	3,00	0,65	14	2
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	15	2,47	0,83	32	6
12	Personality (identitet) destinacije	15	2,73	0,88	22	5
13	Prezentacije destinacije na Internetu	15	2,47	0,74	33	6
14	Prezent. smješt. objek. dest.na Inter. i moguć. rezerv.	15	2,93	0,59	18	3
28	Osobna sigurnost i zaštita	15	2,80	0,94	21	4
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	15	3,93	0,80	4	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	15	3,27	0,70	10	3
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	15	3,47	0,64	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, okoliš**

Elementi ove skupine vrednovani su ocjenom od 3,93 do 4,40 što je očekivano s obzirom na iznimna prirodna obilježja ove destinacije

• **Sadržaji**

Za razliku od prethodne skupine, elementi iz skupine "sadržaji" bitno su lošije ocijenjeni, što kazuje o nedostatnoj nadgradnji i korištenju komparativnih prednosti destinacije. Vrlo je nisku ocjenu dobila kvaliteta zabavnih sadržaja, što je potrebno posebno razmotriti, s obzirom na ciljne skupine turista Mošćeničke Drage. Nisku je ocijenjena kongresna ponuda, ponuda i kvaliteta sportskog sadržaja, ponuda kulturnih događanja, ponuda za nautičare, sadržaji za djecu. Iznajmljivači su i u svezi ostalih elemenata sadržaja turističke ponude iskazali nezadovoljstvo, te je stoga najviša ocjena zabilježena u ovoj skupini 3,47 i odnosi se na zadovoljstvo objektima za prehranu.

• **Organiziranost destinacije**

Ocjene elemenata organiziranosti destinacije variraju od 1,00 čime je ocijenjena organiziranost i sadržaji zračne luke, to ocjene 3,33 koju je dobila čistoća destinacije. Naglašavamo da su sve ocjene relativno niske.

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Ispitanici nisu izrazili zadovoljstvo elementima prepoznatljivosti, sigurnosti i informiranosti destinacije, stoga se i ocjene kreću od 2,47 do 3,13. Potrebno je uočiti da je Mošćeničkoj Dragi osobna sigurnost i zaštita vrednovana mnogo niže od prosjeka ostalih destinacija Kvarnera

• **Stanovništvo, zaposleni**

Ocjene ljubaznosti stanovništva i zaposlenih u turizmu, te znanja stranih jezika u razini su ocjena dobivenih na razini Kvarnera (3,27-3,93).

• **Top +/-10**

Prirodna obilježja destinacije dobila su prema stavovima ispitanih iznajmljivača najviše ocjene u destinaciji Mošćenička Draga. Također je visoko vrednovana ljubaznost stanovništva.

Izrazito nezadovoljstvo ispitanici su iskazali u svezi organizacije i sadržaja zračne luke, kvalitete zabavnog sadržaja, kvalitete kongresne ponude, prekomjerne brojnosti kupaca na plažama, prometne povezanosti destinacije,

te ponude zabavnog, sportskog i kulturnog sadržaja. Organiziranost lokalnog prometa također je vrlo nisko ocijenjena.

Tablica 4-37. **10 najboljih i najlošijih elemenata 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	5,00	1.	Organizacija i sadržaji zračne luke	1,00
2.	Ljepota krajolika	4,13	2.	Kvaliteta zabavnog sadržaja	1,93
3.	Kvaliteta mora	4,07	3.	Kvaliteta kongresne ponude	1,93
4.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	3,93	4.	Brojnost kupaca na plažama	2,00
5.	Očuvanost okoliša	3,93	5.	Prometna povezanost destinacije	2,07
6.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	3,47	6.	Ponuda zabavnog sadržaja	2,07
7.	Čistoća destinacije	3,33	7.	Ponuda sportskog sadržaja	2,07
8.	Kvaliteta smještajnog objekta	3,33	8.	Kvaliteta sportskog sadržaja	2,13
9.	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,27	9.	Ponuda kulturnih događanja	2,20
10.	Dostupnost turističkim informacijama	3,13	10.	Organizacija lokalnog prometa	2,27

4.7.8. Stavovi iznajmljivača o elementima turističke ponude Lopara

U Loparu je anketirano 23 iznajmljivača koji ističu specifičnosti turističke ponude Lopara.

REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA STAVOVA IZNAJMLJIVAČA SOBA I APARTMANA O
TURISTIČKOJ PONUDI KVARNERA I NJEGOVIH DESTINACIJA

Tablica 4-38 **Zadovoljstvo iznajmljivača elementima turističke ponude Lopara**

Red. br.	Elementi turističke ponude	N Valid	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS						
1	Zdrava klima u destinaciji	23	3,87	1,25	3	3
24	Ljepota krajolika	22	4,00	0,76	2	2
25	Očuvanost okoliša	23	4,04	0,93	1	1
26	Kvaliteta mora	22	3,64	1,00	10	4
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	23	3,39	1,08	20	7
27	Sadržaji za djecu	23	2,77	1,12	40	15
32	Ponuda kulturnih događanja	22	3,14	1,04	28	10
33	Ponuda zabavnog sadržaja	23	3,13	1,14	29	11
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	22	3,05	1,13	32	14
35	Ponuda sportskog sadržaja	22	3,09	1,19	31	13
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	20	3,10	1,25	30	12
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	19	2,74	1,33	42	16
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	18	2,56	1,20	46	17
39	Ponuda za nautičare	18	3,17	0,86	27	9
40	Kvaliteta ponude za nautičare	18	3,28	0,89	25	8
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	19	3,53	0,77	15	6
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	23	3,39	0,89	21	7
43	Kvaliteta smještajnog objekta	22	3,86	0,99	4	1
44	Kvaliteta objekata za prehranu	22	3,64	0,95	11	5
45	Ponuda zdrave hrane	23	3,78	1,00	5	2
46	Kvaliteta kongresne ponude	16	2,50	1,10	47	18
47	Mogućnost izleta u okolinu	22	3,77	0,81	7	3
48	Odnos cijena i kvalitete	23	3,70	0,93	8	4
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	23	2,57	0,90	44	12
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	12	2,00	1,04	48	13
7	Organizacija lokalnog prometa	21	2,57	0,93	45	12
8	Dostupni parkirališni prostor	23	2,70	1,33	43	11
15	Čistoća destinacije	23	2,74	1,05	41	10
16	Urbana skladnost i uređenost	22	2,91	1,02	36	8
17	Dostatnost i održavanje šetnica	22	2,91	1,15	37	8
18	Održavanje javne rasvjete	23	3,52	1,08	17	3
19	Uređenost parkova	22	2,82	1,40	39	9
20	Uređenost pročelja fasada	22	2,95	1,00	35	7
22	Uređenost plaža	22	3,36	1,26	23	4
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	22	3,77	0,97	6	1
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	22	3,59	1,10	14	2
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	23	3,04	0,56	34	6
31	Odnos prema obrtu i malom gospodarstvu	22	3,23	0,92	26	5
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIR.						
9	Dostupnost turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	23	3,04	1,26	33	5
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	23	3,30	1,02	24	4
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	23	2,87	1,06	38	6
12	Personality (identitet) destinacije	19	3,63	1,21	12	1
13	Prezentacije destinacije na Internetu	19	3,63	1,16	13	1
14	Prezent. smješt. objek. dest.na Inter. i moguć. rezerv.	21	3,52	0,98	16	2
28	Osobna sigurnost i zaštita	22	3,50	1,10	18	3
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	23	3,65	0,98	9	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	23	3,43	0,99	19	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	22	3,36	0,95	22	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**

Iznajmljivači iskazali su zadovoljstvo elementima koji vrednuju prirodni okoliš. Stoga i ocjene variraju od 3,64 do 4,04.

• **Sadržaji**

Ispitanici su elemente turističke ponude grupirane u skupinu "sadržaji" vrednovali od 2,50 do 3,86.

Najveće zadovoljstvo iskazali su kvalitetom smještajnih objekata, ponudom zdrave hrane, mogućnošću izleta u okolinu, te su kao zadovoljavajući ocijenili odnos cijene i kvalitete. Kao slabosti su identificirani kvaliteta i ponuda sadržaja zdravstvenog turizma, sadržaji za djecu, kvaliteta zabavnih sadržaja, te ponuda sportskih sadržaja.

• **Organiziranost destinacije**

Iznimno velike plaže Lopara uzrokovale su ocjenu da brojnost kupaca na plažama nije prevelika. Pozitivno je ocijenjen rad uslužnih djelatnosti, održavanje javne rasvjete.

Ispitanici su iskazali nezadovoljstvo sadržajima i organiziranošću zračne luke, prometnom povezanošću i organizacijom lokalnog prometa. S obzirom da je riječ o otočnoj destinaciji potpuno je razumljiva jača senzibilizacija ispitanika prema upravo ovim problemima.

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Ocjene zadovoljstva elementima ove skupine variraju oko ocijene 3 (niti zadovoljan, niti nezadovoljan).

Pri tome je niža ocjena dana prepoznatljivosti destinacije (suvenir, simbol) – 2,87.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Ocjene ljubaznosti stanovništva i zaposlenih u turizmu, te znanja stranih jezika kreću se od 3,36-3,65, te su u okvirima ocjena sumiranih na razini Kvarnera.

• **Top +/-10**

Prema ocjeni iznajmljivača najbolje su vrednovani okoliš, krajolik, klima, kvaliteta smještajnih objekata, ponuda zdrave hrane.

Najlošiji elementi turističke ponude Lopara prema mišljenju iznajmljivača jesu organizacija i sadržaj zračne luke, kvaliteta kongresne ponude, kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma, te prometna povezanost destinacije i organizacija lokalnog prometa.

Tablica 4-39. **10 najboljih i najlošijih elemenata turističke ponude Lopara**

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Očuvanost okoliša	4,04	1.	Organizacija i sadržaj zračne luke	2,00
2.	Ljepota krajolika	4,00	2.	Kvaliteta kongresne ponude	2,50
3.	Zdrava klima u destinaciji	3,87	3.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	2,56
4.	Kvaliteta smještajnog objekta	3,86	4.	Prometna povezanost destinacije	2,57
5.	Ponuda zdrave hrane	3,78	5.	Organizacija lokalnog prometa	2,57
6.	Brojnost kupaca na plažama	3,77	6.	Dostupni parkirališni prostor	2,70
7.	Mogućnost izleta u okolinu	3,77	7.	Čistoća destinacije	2,74
8.	Odnos cijena i kvalitete	3,70	8.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	2,74
9.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	3,65	9.	Sadržaji za djecu	2,77
10.	Kvaliteta mora	3,64	10.	Uređenost parkova	2,82

4.7.9. Stavovi turista o elementima turističke ponude Gorskog kotara

U Gorskom kotaru je anketirano 10 iznajmljivača koji ističu specifičnosti turističke ponude Gorskog kotara.

Tablica 4-40. Zadovoljstvo iznajmljivača elementima turističke ponude Gorskog kotara (ukupni broj anketa N=10)

Red. br.	Elementi turističke ponude	N Valid	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS						
1	Zdrava klima u destinaciji	10	5,00	0,00	1	1
24	Ljepota krajolika	10	5,00	0,00	2	1
25	Očuvanost okoliša	10	5,00	0,00	3	1
26	Kvaliteta mora	0	-	-	46	-
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	10	3,30	0,82	23	6
27	Sadržaji za djecu	10	3,70	1,06	13	2
32	Ponuda kulturnih događanja	10	3,10	0,88	31	7
33	Ponuda zabavnog sadržaja	10	3,00	0,82	34	8
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	10	3,00	0,82	35	8
35	Ponuda sportskog sadržaja	10	3,60	0,97	15	3
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	10	3,60	0,97	16	3
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	10	1,10	0,32	40	11
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	10	1,00	0,00	41	12
39	Ponuda za nautičare	0	-	-	47	-
40	Kvaliteta ponude za nautičare	0	-	-	48	-
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	10	1,80	0,63	39	10
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	10	3,40	0,97	20	5
43	Kvaliteta smještajnog objekta	10	3,40	1,07	21	5
44	Kvaliteta objekata za prehranu	10	3,30	0,67	24	6
45	Ponuda zdrave hrane	10	2,00	0,94	38	9
46	Kvaliteta kongresne ponude	8	1,00	0,00	42	12
47	Mogućnost izleta u okolinu	10	4,70	0,48	5	1
48	Odnos cijena i kvalitete	10	3,50	0,53	17	4
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	10	4,40	1,07	7	1
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	0	-	-	43	-
7	Organizacija lokalnog prometa	10	3,10	0,74	27	7
8	Dostupni parkirališni prostor	10	3,10	0,88	28	7
15	Čistoća destinacije	10	3,90	0,99	10	2
16	Urbana skladnost i uređenost	10	3,20	0,79	25	6
17	Dostatnost i održavanje šetnica	10	3,10	0,99	30	7
18	Održavanje javne rasvjete	10	3,80	0,79	11	3
19	Uređenost parkova	10	3,40	1,17	19	5
20	Uređenost pročelja fasada	10	3,00	0,67	32	8
22	Uređenost plaža	0	-	-	44	-
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	0	-	-	45	-
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	10	3,60	0,84	14	4
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	10	3,00	1,41	33	8
31	Odnos prema obrtu i malom gospodarstvu	10	3,20	1,14	26	6
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIR.						
9	Dostupnost turističkim inform. (info-uredi, punktovi itd.)	10	2,90	1,10	36	7
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	10	3,40	0,97	18	4
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	10	3,10	0,99	29	6
12	Personality (identitet) destinacije	10	3,30	0,95	22	5
13	Prezentacije destinacije na Internetu	9	4,56	0,88	6	2
14	Prezent. smješt. objek. dest.na Inter. i moguć. rezerv.	9	4,11	1,05	9	3
28	Osobna sigurnost i zaštita	10	4,90	0,32	4	1
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	10	4,30	1,06	8	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	10	3,70	0,95	12	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	9	2,89	0,93	37	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**

Po mišljenju ispitanika – iznajmljivača elementi ljepote krajolika, očuvanosti okoliša i klime dobili su najvišu moguću ocjenu 5,00.

• **Sadržaji**

Pri ocjeni zadovoljstva pojedinim sadržajima turističke ponude Gorskog kotara ispitanici – iznajmljivači, istaknuli su, tj. najviše ocijenili mogućnost izleta u okolinu (4,70), sadržaje za djecu (3,70), te sportske sadržaje (3,70).

Izrazio je nisku ocjenu dobila ponuda zdrave hrane (2,00), što bi upravo suprotno trebala biti jedna od najvećih mogućnosti Gorskog kotara, zatim ponuda turističkih agencija, ponuda i kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma (1,10; 1,00), te kvaliteta kongresne ponude (1,00).

• **Organiziranost destinacije**

Elementi organiziranosti destinacije prema mišljenju iznajmljivača ocijenjeni su vrlo dobro. Prometna povezanost ocijenjena je s 4,40. Čistoća destinacije 3,90, javna rasvjeta 3,80. Najniža zabilježena ocjena u ovoj skupini elemenata je 3.

• **Prepoznatljivost, sigurnost, informiranost**

Osobna sigurnost i zaštita na području Gorskog kotara ocijenjeni su s 4,90. Prezentacija Gorskog kotara i njegovih smještajnih kapaciteta na Internetu iznimno je visoko ocijenjena (4,56; 4,11). Zatim je rangirana kvaliteta turističkog obilježavanja, personality destinacije, prepoznatljivost destinacije, te dostupnost turističkim informacijama.

• **Stanovništvo, zaposleni**

Ljubaznost domicilnog stanovništva ispitanici su vrednovali s ocjenom 4,30, ljubaznost zaposlenih u turizmu sa 3,70, dok se kao problematično javilo znanje stranih jezika u turizmu (2,89).

• **Top +/-10**

Ispitanici – iznajmljivači s područja Gorskog kotara izrazito su visoko vrednovali klimu, ljepote krajolika i očuvanost prirode, osobnu sigurnost, te mogućnost izleta u okolinu. Također su iskazali zadovoljstvo s prezentacijom destinacije na Internetu.

Ispitanici su iskazali potpuno nezadovoljstvo kvalitetom i ponudom zdravstvenog turizma, kvalitetom kongresne ponude, ponudom turističkih agencija, te ponudom zdrave hrane.

Tablica 4-41. **10 najboljih i najlošijih elemenata 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.	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	1,00
2.	Ljepota krajolika	5,00	2.	Kvaliteta kongresne ponude	1,00
3.	Očuvanost okoliša	3,87	3.	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	1,10
4.	Osobna sigurnost i zaštita	4,90	4.	Ponuda turističkih agencija	1,80
5.	Mogućnost izleta u okolinu	4,70	5.	Ponuda zdrave hrane	2,00
6.	Prezentacije iz destinacije na Internetu	4,56	6.	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	2,89
7.	Prometna povezanost destinacije	4,40	7.	Dostupnost turističkih informacija	2,90
8.	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,30	8.	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,00
9.	Prezentacije smještajnih objekata na Internetu	4,11	9.	Ponuda zabavnog sadržaja	3,00
10.	Čistoća destinacije	3,90	10.	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,00

5. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA STAVOVA TURISTIČKOG MENADŽMENTA O TURISTIČKOJ PONUDI KVARNERA I NJEGOVIH DESTINACIJA

5.1. PRISTUP ISTRAŽIVANJU I OBILJEŽJA UZORKA

Pod destinacijskim turističkim menadžmentom se podrazumijevaju sve one strukture na razini turističke destinacije, koje formalno ili neformalno upravljaju destinacijom (lokalna uprava i samouprava, tijela turističke zajednice, hotelijeri, restorateri, turističko posredovanje, i druge interesne skupine. Njihovi su stavovi važni, jer su direktno involvirani u procese uravnoteženog razvoja destinacije, a taj razvoj najčešće ovisi o mogućnostima postizanja konsenzusa svih navedenih struktura, koje često mogu imati i suprotstavljene interese.