

6. KOMPARATIVNA ANALIZA ELEMENATA TURISTIČKE PONUDE

Tablica 6-1. Zadovoljstvo elementima turističke ponude

	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovoljstvo
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
KVARNER	4,33	3,82	4,02	3,96	4,03
NOVI VINODOLSKI	4,38	3,95	3,93	4,05	4,08
OPATIJA	4,16	3,61	3,75	4,08	3,9
LOVRAN	4,17	3,72	3,74	4,08	3,93
RIJEKA	4,52	3,26		3,57	3,78
RAB	4,27	4,27	4,12	4,35	4,25
BASKA	4,66	4,3	4,44	4,35	4,44
IČICI	4,18	4,22	4,25	4,08	4,19
MOŠCENIČKA DRAGA	4,49	3,99	4,13	4,08	4,17
LOPAR	4,3	3,84	3,89	4,35	4,1
GORSKI KOTAR	4,95	4,53	5		4,83
SADRŽAJI					
KVARNER	3,64	2,81	2,95	2,97	3,09
NOVI VINODOLSKI	3,27	2,66	2,79	3,05	2,94
OPATIJA	3,81	2,65	3,08	3,06	3,15
LOVRAN	3,52	2,77	2,62	3,06	2,99
RIJEKA	3,88	2,78		2,74	3,13
RAB	3,36	2,92	2,65	2,55	2,87
BASKA	3,5	2,77	2,76	2,82	2,96
IČICI	3,19	2,54	2,7	3,06	2,88
MOŠCENIČKA DRAGA	3,67	2,64	2,55	3,06	2,98
LOPAR	3,53	2,89	3,24	2,82	3,12
GORSKI KOTAR	3,45	2,2	2,85		2,7
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
KVARNER	3,64	2,85	3,00	2,99	3,12
NOVI VINODOLSKI	3,59	3,06	3,09	3,27	3,26
OPATIJA	3,69	2,61	3,04	3,11	3,11
LOVRAN	3,51	2,8	2,6	3,11	3,01
RIJEKA	3,76	2,59		2,78	3,04
RAB	3,64	3,35	2,95	3,12	3,27
BASKA	3,52	3,17	3,09	3,12	3,23
IČICI	2,96	2,89	2,94	3,11	3,01
MOŠCENIČKA DRAGA	3,71	2,74	2,53	3,11	3,03
LOPAR	3,6	2,99	2,96	3,12	3,17
GORSKI KOTAR	3,55	2,75	3,42		3,19
PREPOZNATLJ., SIGURNOST, INFORMIR.					
KVARNER	3,74	3,00	3,07	3,28	3,27
NOVI VINODOLSKI	3,58	2,97	2,83	3,12	3,12
OPATIJA	3,8	2,86	3,23	3,23	3,28
LOVRAN	3,8	2,88	2,39	3,23	3,08
RIJEKA	3,73	2,84		3	3,19
RAB	3,8	3,52	3,15	3,69	3,54
BASKA	3,76	3,42	3,46	3,69	3,59
IČICI	3,1	2,51	3,23	3,23	3,02
MOŠCENIČKA DRAGA	3,66	2,59	2,79	3,23	3,07
LOPAR	3,63	3,04	3,36	3,69	3,43
GORSKI KOTAR	4,52	2,84	3,75		3,71

	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovoljstvo
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
KVARNER	4,18	3,17	3,52	3,48	3,59
NOVI VINODOLSKI	4,12	3,17	3,52	3,12	3,48
OPATIJA	4,13	3,07	3,37	3,59	3,54
LOVRAN	4,35	3,16	3,54	3,59	3,66
RIJEKA	4,27	3,01		3,35	3,54
RAB	4,18	3,81	3,58	3,53	3,77
BAŠKA	4,08	3,15	3,69	3,53	3,62
IČIĆI	3,61	3	3,23	3,59	3,36
MOŠĆENIČKA DRAGA	4,37	3,08	3,56	3,59	3,65
LOPAR	4,17	3,59	3,48	3,53	3,69
GORSKI KOTAR	3,86	2,46	3,63		3,32

6.1. PRISTUP KOMPARATIVNOJ ANALIZI

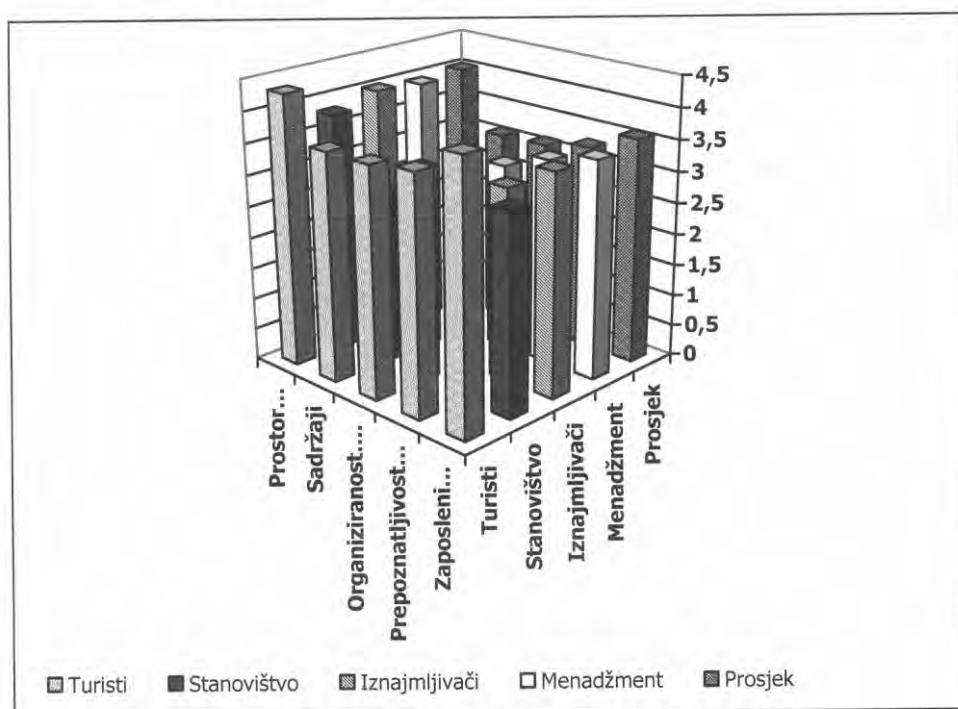
Nakon što su utvrđeni i pojedinačno ocijenjeni svi elementi turističke ponude destinacije Kvarner i užih destinacija, pristupa s njihovom uspoređivanju i komparativnoj analizi, s ciljem dobivanja sumarne ocjene, a time i polazišta za daljnje djelovanje. U prvoj fazi istraživanja obuhvaćen je uzorak od deset turističkih zajednica (Novi Vinodolski, Opatija, Rijeka, Lovran, Ičići, Mošćenička Draga, Baška, Rab, Lopar i Gorski Kotar), koje po teritorijalnom ustroju i raznolikosti ponude mogu biti u ovo fazi istraživanja, uspješan reprezentant ukupne turističke ponude ove destinacije. Cilj je ovog istraživanja bio ocijeniti zadovoljstvo pojedinim elementima turističke ponude od strane turista, stanovništva, iznajmljivača i turističkog menadžmenta, jer je poznato da njihova percepcija o istim elementima ne mora biti istovjetna. Predmet ocjene su samo oni elementi, koje su sve navedene interesne skupine ocjenjivale prema istom upitniku i sa istih polazišta. Pojedinačna pitanja prilagođena profilu ispitanika pojedine skupine obrađena su vezano za tu skupinu i nisu predmetom ove komparativne analize. Dakle, u nastavku će se prezentirati prosječna ocjena dobivena istraživanjem stavova svih navedenih interesnih skupina na razini destinacije Kvarner ali i za svaku pojedinu destinaciju o njihovoj percepciji svake pojedine skupine elemenata turističke ponude (prostor, resursi i okoliš; sadržaji; organiziranost destinacije; prepoznatljivost, sigurnost, informiranost; stanovništvo, zaposleni) ali i svakog pojedinog elementa unutar te skupine.

6.2. ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA KVARNER)

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini destinacije Kvarner, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 5), svih ispitivanih skupina po svim užim destinacijama ove turističke regije. Tako se prema globalnoj percepciji svih struktura ispitanika (grafikon 6-1), pojedini elementi turističke ponude, grupiranih po skupinama elemenata turističke ponude, mogu rangirati kako slijedi:

- Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 4,03)
- Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 3,59)
- Rang treći: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 3,27)
- Rang četvrti: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 3,12)
- Rang peti: SADRŽAJI (ø 3,09)

Grafikon 6-1. **Prosječne ocjene elemenata turističke ponude**

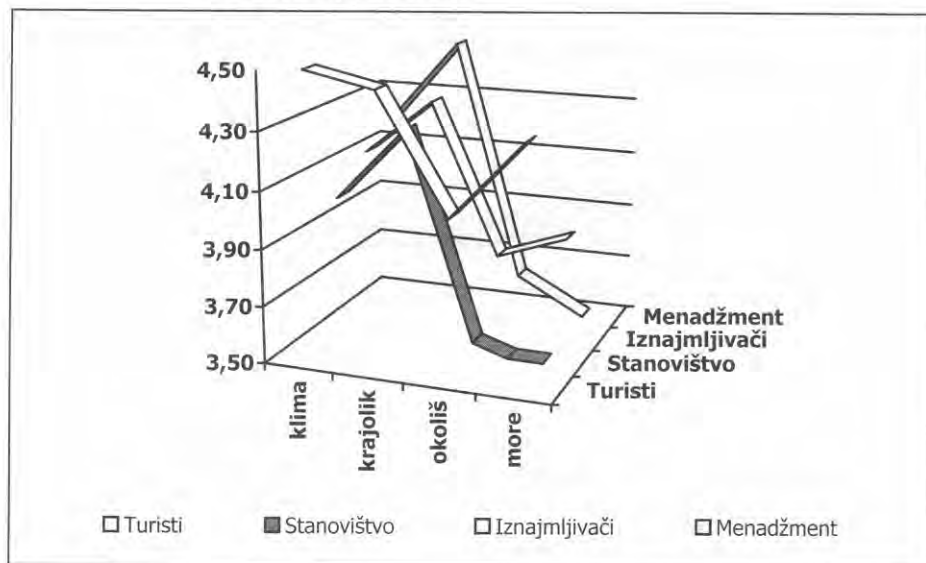


Dakle, svi ispitanici su jedinstveni u ocjeni da su prirodni resursi najjači adut ove destinacije, obzirom da su elementi razvrstani u skupinu «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ» zauzeli visoko prvo mjesto s prosječnom ocjenom 4,03.

Treba naglasiti da su ocjene turista znatno više od prosjeka (4,33), slijede iznajmljivači (4,02), a znatno je kritičniji turistički menadžment (3,96) odnosno lokalno stanovništvo (3,82), svjesni činjenice da se ova komparativna prednost ne valorizira dovoljno, da bi ti elementi postali polazištem stvaranja i konkurentskih prednosti ove destinacije. Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti anketirani u Gorskom Kotaru (4,95) što potvrđuje nužnost bolje valorizacije tih prirodnih resursa u ovoj destinaciji. Najlošiju ocjenu prirodnim elementima turističke ponude dalo je stanovništvo Lovrana (3,72), pa bi razloge takvog stava trebalo detaljnije istražiti.

Sljedeći prezentirano na grafikonu 6-2, može se uočiti da je unutar pojedinih elemenata najviše ocijenjena ljepota krajolika (4,38) i zdrava klima u destinaciji (4,21), a znatno zaostaje kvaliteta mora (3,79) i očuvanost okoliša (3,75). U toj strukturi su najvišu ocjenu dali turisti zdravoj klimi u destinaciji (4,50) i turistički menadžment ljepoti krajolika (4,49), dok je najlošije ocijenjena očuvanost okoliša kako od strane stanovništva (3,54) tako i od strane turističkog menadžmenta (3,50) odnosno iznajmljivača (3,87).

Grafikon 6-2. **Prosječne ocjene elemenata u skupini «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ»**

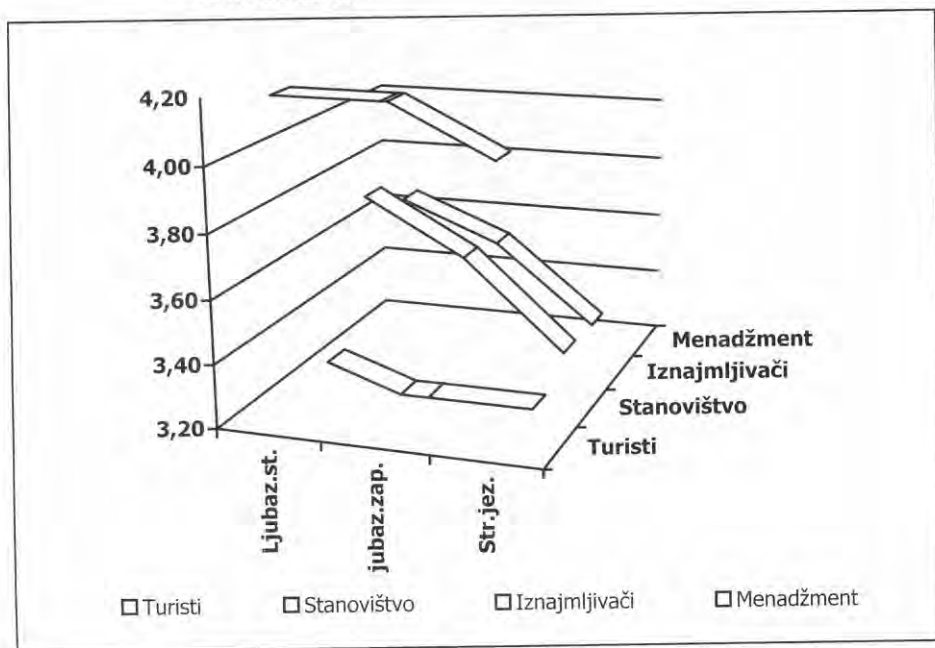


Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije su ljudi, stoga su elementi razvrstani u skupinu «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 3,59. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (4,18), slijede iznajmljivači (3,52) i turistički menadžment (3,48), a najkritičnije je lokalno stanovništvo (3,17). Kako je

ova destinacija uvijek prednjačila po ljubaznosti i domicilnog stanovništva ali i zaposlenih, te po sposobnosti komuniciranja na stranim jezicima, trebalo bi težiti da se ove visoke ocjene zadrže, ali i podignu. Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti anketirani u Lovranu (4,35) što možda dokazuje uočenu potrebu lokalnog stanovništva da kvalitetom osobnog pristupa kompenzira tekuće nedostatke na razini destinacije (npr. devastacija objekata zbog boravka prognanika i izbjeglica....). Najlošiju ocjenu u ovoj skupini dalo je stanovništvo Gorskog Kotara (2,46), što je jedan od dokaza nedovoljne orijentacije ove destinacije na turizam.

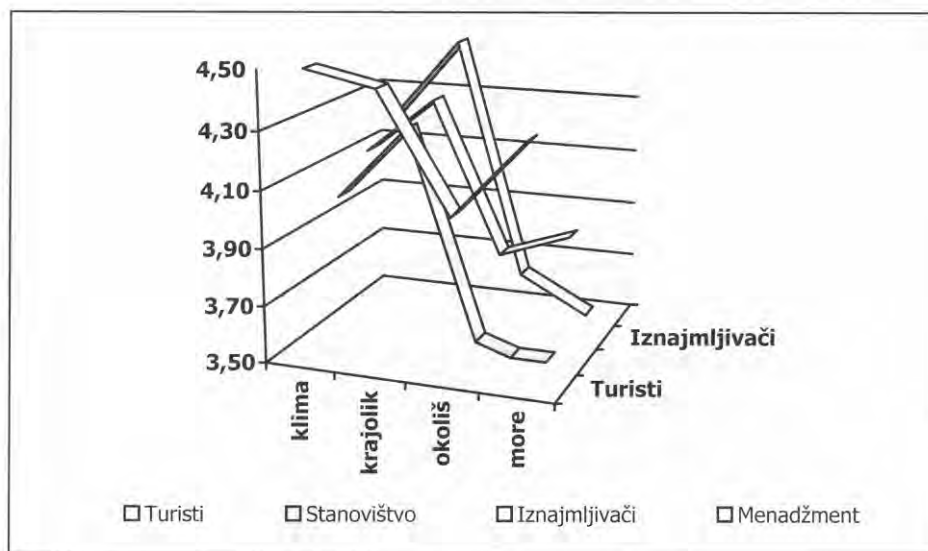
Sljedeći prezentirano na grafikonu 6-3, može se uočiti da je unutar pojedinih elemenata od strane turista najviše ocijenjena ljubaznost domicilnog stanovništva (4,27), a taj je element visoko rangiran i od strane ostalih ispitanika (npr. iznajmljivači 3,74; turistički menadžment 3,65...). Najniže je rangirano znanje stranih jezika od strane stanovništva (3,05), što nedvojbeno podržava tezu, da je potrebno nastavne planove i programe prilagoditi tim zahtjevima, ali i da treba sustavno uvoditi programe permanentnog obrazovanja, s posebnim naglaskom na učenje stranih jezika, te običaja i kulture stanovnika onih destinacija, na koje se usmjerava turistička ponuda Kvarnera. Općenito su stavovi stanovništva znatno niže u ocjeni, od stavova ostalih skupina ispitanika, posebno turista, koji te zahtjeve relativno visoko valoriziraju.

Grafikon 6-3. **Prosječne ocjene elemenata u skupini «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI»**



Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST», a prosječnom ocjenom od 3,27. I u ovoj su skupini ocjene turista više od prosjeka (3,74), slijed turistički menadžment (4,28), a najkritičnije je lokalno stanovništvo (3,00). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti anketirani u Gorskom Kotaru (4,52) što ukazuje da se uloženi naponi na ovom planu počinju prepoznavati. Najlošiju ocjenu ovim elementima turističke ponude dalo je stanovništvo Lovrana (2,39), a kritično je i stanovništvo Ičića (2,51) pa bi trebalo sustavno pristupiti eliminiranju razloga, koji su do takvog stava doveli. Kako se ti stavovi prvenstveno odnose na područje prepoznatljivosti i informiranosti, potrebno je naglasiti ulogu ljudskog činitelja.

Grafikon 6-4. **Prosječne ocjene elemenata u skupini «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST»**

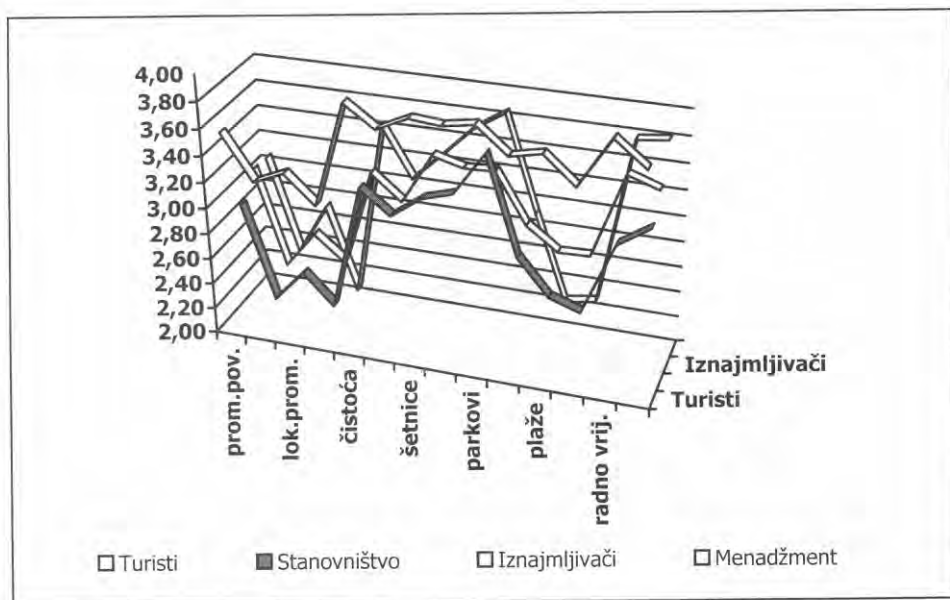


Sljedeći prezentirano na grafikonu 6-4, može se uočiti da je unutar pojedinih elemenata najviše ocijenjena od strane turista sigurnost (4,06), pa bi to u eri opće nesigurnosti u svijetu, trebalo bolje valorizirati, jer je to značajan adut u promotivnim aktivnostima ove destinacije. No, treba naglasiti da su i drugi elementi svrstani pod zajednički nazivnik «prepoznatljivost - informiranost» relativno dobro pozicionirani (ocjene od 3,63 do 3,71), a neki bi se segmenti mogli poboljšati uz neznatna ulaganja. No, tako ne misle i ostale kategorije ispitanika. Posebno je kritično stanovništvo koje sve ove elemente ocjenjuje u rasponu 2,84 - 3,02, osim sigurnosti kojoj daje znatno višu ocjenu (3,43). Isto stajalište imaju i iznajmljivači, ali na neznatno višoj razini. Turistički menadžment je po svojim stavovima bliži stavovima turista (3,18 - 3,78), osim u kategoriji

«prepoznatljivost destinacije» (2,80), gdje je mišljenja (isto kao domicilno stanovništvo i iznajmljivači, da na tom planu nije dovoljno učinjeno. To nameće obvezu za intenzivnije djelovanje u bliskoj budućnosti.

Elementi razvrstani u skupinu «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE» zauzeli četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 3,12. Može se uočiti da su ocjene turista znatno više od prosjeka (3,64), slijede iznajmljivači (3,00) i turistički menadžment (2,99), a nešto je kritičnije lokalno stanovništvo (2,85) Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti anketirani u Rijeci (3,76) što potvrđuje da se napori uloženi u kvalitetu organizacije njihova boravka prepoznaju i u onim destinacijama koje nisu izrazito turističke. Najlošiju ocjenu organiziranosti destinacije dali su iznajmljivači u Mošćeničkoj Dragi (2,53), što znači da ova destinacija, iako izrazito turistička na ovom planu nije učinila dosta, iako je to kod malih destinacija poput ove najčešće posljedica slabe financijske moći ili potrebe zadovoljenja temeljnih egzistencijalnih potreba (npr. ulaganje u temeljnu infrastrukturu - voda, kanalizacija i sl.), ali ostaje činjenica da na tom planu treba učiniti nešto više.

Grafikon 6-5. **Prosječne ocjene elemenata u skupini «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE»**

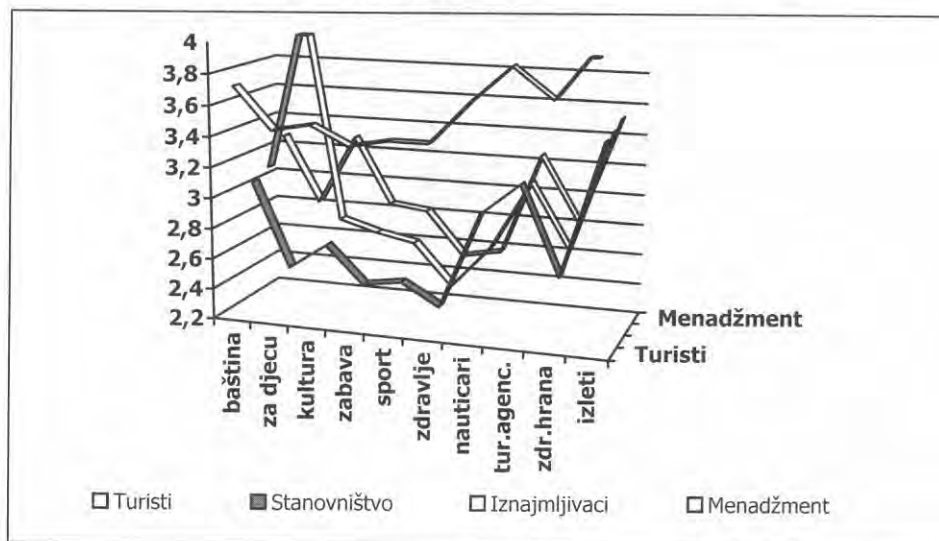


Sljedeći prezentirano na grafikonu 6-6, može se uočiti da je unutar pojedinih elemenata najviše ocjene pripadaju uređenosti parkova i šetnica, čistoći destinacije, održavanju javne rasvjete (od 3,42 - 3,61), no isto tako je visoko ocijenjeno radno vrijeme uslužnih djelatnosti, te kvaliteta i opskrbljenost

trgovačke mreže (3,47 - 3,49). Iako se i ovdje može primijetiti veća kritičnost ostalih anketiranih skupina, odstupanja nisu značajna, iako je najmanje zadovoljno lokalno stanovništvo. U prosjeku su ispitanici najmanje zadovoljni organiziranošću lokalnog prometa i parkirališta (2,51 - 2,77), te uređenošću plaža i gužvama na plažama (2,77 - 2,83), pri čemu turisti ove probleme vide manje drastičnim (3,22 - 3,73) u odnosu na ocjene ostalih sudionika ankete (2,17 - 2,73). To se djelomično može obrazložiti činjenicom da su posljednjih godina uloženi veliki napor na ovom planu, što gosti i zapažaju, ali da su iznajmljivači, lokalno stanovništvo, i menadžment svjesni činjenice da nije na razini slavne prošlosti ove destinacije, niti u skladu sa suvremenim trendovima u svijetu i zahtjevima koji se pred destinaciju u ovom segmentu postavljaju.

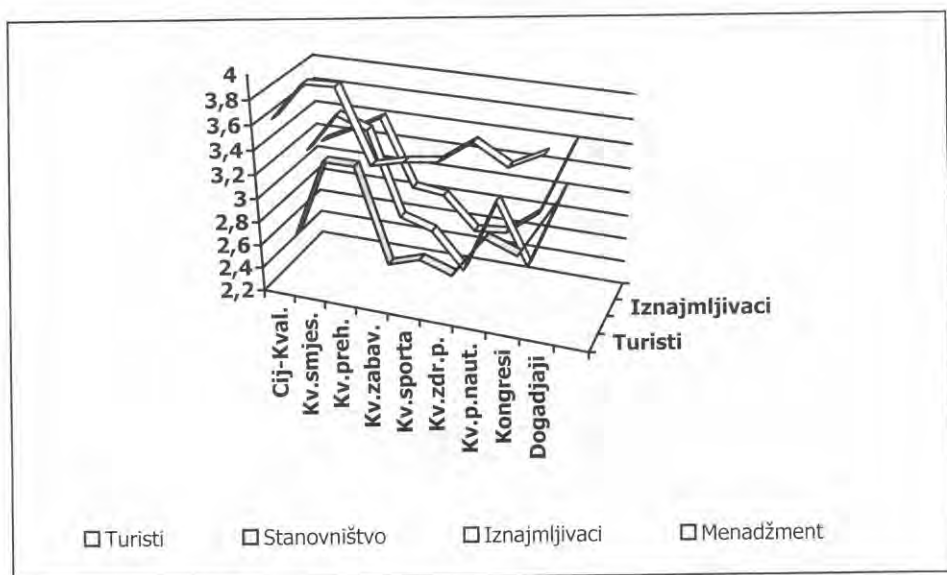
Najslabiju kariku u lancu elementa turističke ponude predstavlja skupina «SADRŽAJI - njihov asortiman i kvaliteta», a ti su elementi zauzeli posljednje mjesto s prosječnom ocjenom 3,09. Iako se to može smatrati neobičnim, ocjene turista su i za ovu skupinu znatno više od prosjeka (3,64), slijedi turistički menadžment (2,97), a znatno su kritičniji iznajmljivači (2,95) a pogotovo lokalno stanovništvo (2,81). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti sadržajima i njihovoj kvaliteti u Rijeci (3,88) i Opatiji (3,81), iako su upravo ove destinacije najviše kritizirane. Najlošiju ocjenu asortimana i kvalitete sadržaja dalo je stanovništvo Gorskog Kotara (2,2) i Ičića (2,54), te iznajmljivači Mošćeničke Drage (2,55) i turistički menadžment Raba (2,55). Na slici 6-6 prezentirane su ocjene pojedinih elemenata koji se odnose u okviru skupine «Sadržaji» na asortiman ponude, dok su na grafikonu 6-7 prezentirane ocjene vezano za kvalitetu tih sadržaja.

Grafikon 6-6. **Prosječne ocjene elemenata asortimana ponude u skupini «SADRŽAJI»**



Analizom prezentiranog može se uočiti da su i u ovom segmentu turisti znatno višim ocjenama ocijenili pojedine elemente turističke ponude, od ostalih sudionika ankete (od 3,43 sportske sadržaje do 4,07 za mogućnost izleta u okolinu). Ocjena odstupa samo kod «sadržaja za djecu», koje su iznajmljivači izrazito visoko rangirali (4.18) u odnosu na ocjene asortimana ostalih sadržaja. Najlošije su ocijenjeni sadržaji zdravstvenog turizma (2,32 stanovništvo do 2,39 iznajmljivači) iako je povijest pokazala da bi upravo u tom području trebalo tražiti mogućnost za produženje sezone, nešto bolje ali još uvijek izrazito nisko ocijenjeni su i zabavni sadržaji (2,42 stanovništvo i 2,7 iznajmljivači), iako je to značajan resurs privlačenja populacije mlađe i srednje dobi. Nastavno na navedeno, vidljivo je na slici br. 6-7 da se najvišim ocjenama valorizira ponuda smještaja i prehrane (turisti 3,95 - 3,96), kao i događaja tj. što se krilo pod pitanjem «prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija» (turisti 3,67) po kojima je ova rivijera zaista prepoznatljiva. Najniže ocjene dobiva kvaliteta zabavnih i sportskih sadržaja, zdravstvene ponude i ponude za nautičare, iako su i u tom dijelu turisti puno manje kritični.

Grafikon 6-7. **Prosječne ocjene kvalitete elemenata ponude u skupini «SADRŽAJI»**



Temeljem navedenog može se donijeti sljedeća sumarna ocjena. Zadovoljstvo elementima turističke ponude Kvarnera i njegovih destinacija analizirano je kroz promatranje kroz pet grupiranih obilježja ponude i to kroz (1) resursnu osnovu, (2) turističke sadržaje destinacije, (3) organiziranost destinacije, (4) prepoznatljivost, sigurnost, informiranost, te kroz (5) kvalitetu stanovništva i

zaposlenih. U tablicama su vidljiva sva obilježja ponude usporediva međusobno po destinacijama, ali isto tako i po grupama ispitanika (turisti, stanovništvo, iznajmljivači soba i apartmana te turistički menadžment). Izračunata je i u prethodnom tekstu prezentirana konačna prosječna ocjena zadovoljstva svih grupa ispitanika po pojedinim elementima ponude, kao i rang odnosno ocjena ponude svake turističke destinacije u okviru destinacije Kvarner.

Na nivou destinacije Kvarner najvišom prosječnom ocjenom zadovoljstva (4,03) ocjenjena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «resursna osnova» u koji ubrajamo ljepotu krajolika, zdravu klimu, kvalitetu mora i očuvani okoliš. Druga po visini ocjene je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «kvaliteta stanovništva i zaposlenih» pod čime je obuhvaćena ljubaznost domicilnog stanovništva, ljubaznost i znanje jezika zaposlenih u turizmu, sa relativno dobrom prosječnom ocjenom od 3,59. Treću po rang u ocjenu zadovoljstva (3,27) dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «prepoznatljivost sigurnost, informiranost». Unutar te grupe niti jedan element ponude nije dobio nižu ocjenu od 3.

Na četvrtom mjestu s prosječnom ocjenom 3,12 je grupa elemenata ponude pod zajedničkim nazivom «organiziranost destinacije» Unutar ovih elemenata najlošije su ocjenjeno zadovoljstvo sa organizacijom i sadržajem zračne luke, organizacijom lokalnog prometa i dostupnost parkirališnog prostora.. Također je niska i zabrinjavajuća ocjena zadovoljstva s brojem kupaca na plažama i uređenosti plaža. Za ostale elemente ponude možemo smatrati da dobivaju prolaznu ocjenu (preko 3). I konačno najnižu ocjenu zadovoljstva svih ispitanika dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom « turistički sadržaji destinacije». Ocjenom ispod ocjene 3 dobili su 8 od 19 elemenata i to: ponuda i kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma, ponuda i kvaliteta sportskog sadržaja, ponuda zabavnog sadržaja, ponuda za nautičare, ponuda zdrave hrane i kvaliteta kongresne ponude.

Ukupna ocjena ponude Kvarnera i njegovih destinacija svodi se na visoko zadovoljstvo s resursnom osnovom tj. prirodnim atrakcijama. S elementima ponude «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost» može se biti relativno zadovoljno jer je ta grupa elemenata dobila jedna solidnu trojku (3,27). Grupa elemenata «organiziranost destinacije» dobiva prosječnu ukupnu ocjenu na nivou ocjene «dobar», iako se unutar te grupe javljaju elementi ponude koji su zabrinjavajući i potrebno je poduzeti akcije na eliminiranju uzroka koji su doveli do ovakvog stava. Najlošije ocjene vezuju uz elemente asortimana i kvalitete ponude, koji čine sadržaje boravka turista u turističkoj destinaciji, te se nameće potreba hitnog djelovanja na usklađivanju ove ponude sa suvremenim trendovima platežno sposobne potražnje, orijentirane na ovo tržište.

Tablica 6-2. **Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Kvarner**

R. br.	Element turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Zdrava klima u destinaciji	4,50	4,01	4,12	4,20	4,21
24	Ljepota krajolika	4,45	4,27	4,32	4,49	4,38
25	Očuvanost okoliša	4,05	3,54	3,78	3,63	3,75
26	Kvaliteta mora	4,32	3,46	3,87	3,50	3,79
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,33	3,82	4,02	3,96	4,03
	SADRŽAJI					
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,72	3,05	3,10	3,27	3,29
27	Sadržaji za djecu	3,45	2,49	4,18	2,83	3,24
31	Ponuda kulturnih događaja	3,50	2,66	2,78	3,29	3,06
33	Ponuda zabavnog sadržaja	3,38	2,42	2,71	2,85	2,84
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,39	3,37	2,55	2,69	3,00
35	Ponuda sportskog sadržaja	3,43	2,46	2,66	2,82	2,84
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,45	2,51	2,63	2,82	2,85
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,43	2,32	2,39	2,53	2,67
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,49	2,42	2,33	2,55	2,70
39	Ponuda za nautičare	3,70	2,95	2,67	2,58	2,98
40	Kvaliteta ponude za nautičare	3,68	2,79	2,98	2,58	3,01
41	Ponuda turističk. agencija (ponuda izleta)	3,93	3,16	3,12	3,25	3,37
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifest.	3,67	3,14	3,16	3,42	3,35
43	Kvaliteta smještajnog objekta	3,95	3,22	3,50	3,27	3,49
44	Kvaliteta objekata za prehranu	3,96	3,22	3,41	3,41	3,50
45	Ponuda zdrave hrane	3,74	2,59	2,70	2,82	2,96
46	Kvaliteta kongresne ponude	3,53	2,69	2,46	2,79	2,87
47	Mogućnost izleta u okolinu	4,07	3,46	3,48	3,52	3,63
48	Odnos cijena i kvalitete	3,64	2,56	3,17	3,14	3,13
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,64	2,81	2,95	2,97	3,09
	ORGANIZIR. DESTINACIJE					
5	Prometna povezanost destinacije	3,56	2,90	3,07	3,06	3,15
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	3,22	2,17	2,33	2,33	2,51
7	Organizacija lokalnog prometa	3,32	2,42	2,62	2,73	2,77
8	Dostupni parkirališni prostor	3,11	2,19	2,43	2,07	2,45
15	Cistoća destinacije	3,90	3,17	3,18	3,44	3,42
16	Urbana skladnost i uređenost	3,74	2,99	2,99	3,06	3,20
17	Dostatnost i održavanje šetnica	3,85	3,16	3,38	3,28	3,42
18	Održavanje javne rasvjete	3,83	3,23	3,32	3,51	3,47
19	Uređenost parkova	3,87	3,56	3,33	3,66	3,61
20	Uređenost pročelja fasada	3,68	2,82	2,95	2,93	3,10
22	Uređenost plaža	3,73	2,55	2,78	2,26	2,83
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	3,53	2,47	2,79	2,30	2,77
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,90	3,03	3,44	3,59	3,49
30	Kvaliteta i opskrblj. trgovačke mreže	3,72	3,19	3,36	3,62	3,47
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,64	2,85	3,00	2,99	3,12
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
9	Dostupnost turističkim informacijama (info-uređi, punktovi itd.)	3,71	2,91	3,05	3,33	3,25
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	3,71	2,85	3,06	3,36	3,25
11	Prepoznatljivost destinacije	3,70	2,84	2,78	2,80	3,03
12	Personality destinacije	3,70	2,96	3,14	3,20	3,25
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,65	3,02	3,01	3,34	3,26
14	Prepoznatlj. smješt. objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,63	2,99	2,96	3,18	3,19
28	Osobna sigurnost i zaštita	4,06	3,43	3,49	3,78	3,69
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,74	3,00	3,07	3,28	3,27
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,27	3,28	3,74	3,65	3,74
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,21	3,17	3,56	3,52	3,62
4	Znanje stranih jezika zaposl. u turizmu	4,05	3,05	3,27	3,26	3,41
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,18	3,17	3,52	3,48	3,59

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

6.3. ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA NOVI VINODOLSKI)

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

Rang prvi:	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 4,08)
Rang drugi:	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 3,48)
Rang treći:	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 3,26)
Rang četvrti:	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 3,12)
Rang peti:	SADRŽAJI (ø 2,94)

Svi ispitanici destinacije Novi Vinodolski su jedinstveni u ocjeni da su prirodni resursi najjači adut ove destinacije, što je opći trend cijele destinacije Kvarner. Naime, elementi razvrstani u skupinu «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ» zauzeli su visoko prvo mjesto s prosječnom ocjenom 4,08. Treba naglasiti da su ocjene turista znatno više od prosjeka (4,38), slijedi turistički menadžment (4,05), no i ostali bitno ne zaostaju - stanovništvo (3,95) iznajmljivači (3,93). Nameće se zaključak da se komparativne prednosti koje proizlaze iz prirodnih resursa ne valoriziraju dovoljno, te da treba uložiti napore kako bi one postale i konkurentske prednosti ove destinacije. Najvišu ocjenu dali su turisti zdravoj klimi u destinaciji (4,60) što nije zanemarivo i treba to bolje valorizirati pogotovo u zdravstvenom turizmu, a odmah slijedi ocjena turista o ljepoti okoliša (4,59) što otvara prostor za kvalitetniju valorizaciju tih prirodnih resursa u ovoj destinaciji. Najlošiju ocjenu prirodnim elementima turističke ponude dalo je stanovništvo elementu očuvanosti okoliša (3,38), vjerojatno svjesni činjenice da se prema prostoru ponašamo neodgovorno, pa ovu nisku ocjenu treba shvatiti kao upozorenje za zaustavljanje negativnih trendova.

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 3,48. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (4,12), slijede iznajmljivači (3,52) i turistički menadžment (3,12), a najkritičnije je lokalno stanovništvo (3,17). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti ljubaznosti domicilnog stanovništva (4,41), što treba poticati jer je to jedna od pretpostavki povratka gostiju u ovu destinaciju, ali i dolaska novih po sustavu usmene predaje. Ova je karakteristika utoliko značajna, kada se zna da gosti najčešće dolaze iz urbanih sredina i velikih industrijskih gradova i da im ova destinacija pruža pravo gostoprimstvo. Najlošiju ocjenu u ovoj skupini dao je turistički

menadžment kategoriji znanja stranih jezika (2,55), što je više nego zabrinjavajuće i treba motivirati na akciju uvođenja permanentne naobrazbe za one strukture zaposlenih, koje imaju neposredan kontakt s gostima.

Elementi razvrstani u skupinu «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE» zauzeli su treće mjesto s prosječnom ocjenom 3,26. I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više od prosjeka (3,59), slijedi turistički menadžment (3,27) a iznajmljivači i domicilno stanovništvo su najkritičniji (3,06). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti održavanju javne rasvjete (4,15) i uređenosti plaža (4,00), dok turistički menadžment naglasak stavlja na uređenost parkova (4,09). Najlošiju ocjenu organiziranosti destinacije dali su turisti nedostatku dostupnog parkirališnog prostora (2,56), te dostupnosti zračne luke (2,75), a i stog su mišljenja i sve druge ispitivane skupine (2,40 - 2,91) iako je menadžment kritičan i u odnosu na broj kupaca tj. na gužve na plažama (2,64).

Četvrto mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST», a prosječnom ocjenom od 3,12. I u ovoj su skupini ocjene turista više od prosjeka (3,58), dok ostale ispitane skupine nisu zadovoljne. Daleko najvišu ocjenu od strane turista dobila kategorija «osobna sigurnost i zaštita» (4,41), iako su i druge kategorije ispitanika dale relativno visoku ocjenu (3,40 - 3,91). Slijedi ocjena turista kategoriji dostupnosti turističkih informacija (info-uredi, punktovi itd..) s ocjenom 3,75, dok su ostale nešto niže (3,31 - 3,46). Najlošiju ocjenu ovim elementima turističke ponude dali su iznajmljivači za prepoznatljivost destinacije na Internetu (2,51), a ta je kategorija relativno nisko ocijenjena i od drugih ispitanika (2,73 - 3,31) s time da su i ovoj kategoriji opet turisti dali najvišu ocjenu (3,31). Nameće se općeniti zaključak da ova destinacija mora uložiti dodatne napore na stvaranju prepoznatljivosti i na unapređenju informiranja gostiju.

Najslabiju kariku u lancu i u ovoj destinaciji su elementi turističke ponude predstavljeni skupinom «SADRŽAJI», na način da se može odvojeno sagledavati njihov asortiman s jedne i kvaliteta ponude s druge strane. Ovi elementi su zauzeli posljednje mjesto s prosječnom ocjenom 2,94, iako su i ovdje turisti dali nešto više ocjene od prosjeka (3,27). U ovoj su skupini najvišu ocjenu dali turisti kvaliteti objekata za prehranu (3,85) i objekata za smještaj (3,76), kao dijelu tradicionalne ponude koja je sigurno dostigla odgovarajući nivo. No istovremeno su kritični prema ponudi zabavnih (2,61) i sportskih (3) sadržaja, ali i u odnosu na sadržaje za djecu (3,03).

Dok menadžment relativno visoko rangira ponudu kulturnih događaja (3,82) i prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija (3,80), turisti to nisu dovoljno prepoznali, što nalaže poduzimanje dodatnih promotivnih aktivnosti. Stanje spomeničke i kulturne baštine je ocijenjeno prosječnom ocjenom 3,39 (od 3,21 iznajmljivači do 3,58 turisti), što ne može biti odraz kvalitete i

raznolikosti mogućnosti koje ova atrakcija pruža, što nameće potrebu da se pristupi njenoj boljoj valorizaciji. Najlošija ocjena je dodijeljena od strane iznajmljivača (1,98) za kvalitetu sadržaja zdravstvenog turizma, vjerojatno motivirani spoznajom da mogućnosti koje postoje na ovom planu i koje su u davnoj turističkoj prošlosti ove destinacije bile prepoznate i valorizirane, danas ni izdaleka nisu iskorištene.

Temeljem navedenog može se donijeti sljedeća sumarna ocjena. Zadovoljstvo elementima turističke ponude destinacije Novi Vinodolski analizirano je promatranjem pet grupiranih obilježja ponude i to kroz (1) resursnu osnovu, (2) turističke sadržaje destinacije, (3) organiziranost destinacije, (4) prepoznatljivost, sigurnost, informiranost, te kroz (5) kvalitetu stanovništva i zaposlenih. U tablicama su vidljiva sva obilježja ponude razvrstano po grupama ispitanika (turisti, stanovništvo, iznajmljivači soba i apartmana te turistički menadžment). Naprijed je prezentirana konačna prosječna ocjena zadovoljstva svih grupa ispitanika po pojedinim elementima ponude, kao i rang odnosno ocjena ponude svakog elementa u okviru ove destinacije.

Na nivou destinacije Novi Vinodolski najvišom prosječnom ocjenom zadovoljstva (4,08) ocjenjena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «resursna osnova» u koji ubrajamo ljepotu krajolika, zdravu klimu, kvalitetu mora i očuvani okoliš. Po ovom elementu Novi Vinodolski je ocijenjen više od prosječne ocjene destinacije Kvarner. Druga po visini ocjene je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «kvaliteta stanovništva i zaposlenih» u koju ubrajamo: ljubaznost domicilnog stanovništva; ljubaznost zaposlenih u turizmu i znanje jezika zaposlenih u turizmu sa relativno dobrom prosječnom ocjenom od 3,48, iako se po tom elementu Novi Vinodolski nalazi ispod prosječne ocjene dobivene za Kvarner.

Na trećem mjestu sa prosječnom ocjenom 3,26 ispred Kvarnera je grupa elemenata ponude pod zajedničkim nazivom «organiziranost destinacije» Unutar ovih elemenata najlošije su ocijenjeno zadovoljstvo s organizacijom i sadržajem zračne luke, organizacijom lokalnog prometa i dostupnost parkirališnog prostora. Za ostale elemente ponude možemo smatrati da dobivaju prolaznu i zadovoljavajuću ocjenu (preko 3). Četvrtu po rang ocjenu zadovoljstva (3,12) dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «prepoznatljivost sigurnost, informiranost». Ova grupa je u prosjeku ispod nivoa ocjene date na nivou Kvarnera. Unutar te grupe, elementi ponude kao što su prepoznatljivost destinacije na Internetu, prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.) te personality destinacije, dobivaju slabije ocjene (ispod tri).

Ukupna ocjena turističke ponude Novog Vinodolskog svodi se na visoko zadovoljstvo s resursnom osnovom tj. prirodnim atrakcijama, dok na drugom kraju najlošije ocjene dobivaju upravo elementi ponude koji čine sadržaje turističke destinacije. S elementima ponude «prepoznatljivost, sigurnost,

informiranost», koji nose prosječnu ocjenu 3,12 vidljivo je da Novi Vinodolski još uvijek nije dovoljno prepoznatljiva destinacija. Grupa elemenata «organiziranost destinacije» dobiva prosječnu ukupnu ocjenu «dobar», iako se unutar te grupe javljaju i oni elementi ponude čije ocjene zabrinjavaju, kao što su organiziranost lokalnog prometa i parkirališta, koje valja što prije sanirati.

I konačno najnižu ocjenu zadovoljstva svih ispitanika dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «turistički sadržaji destinacije». Ocjenom ispod 3 ocijenjeno je čak 12 od 19 elemenata i to: sadržaji za djecu; ponuda i kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma, ponuda i kvaliteta sportskog sadržaja, ponuda i kvaliteta zabavnog sadržaja, ponuda i kvaliteta za nautičare, ponuda zdrave hrane i kvaliteta kongresne ponude. Kako su upravo ovo segmenti sadržaja turističke ponude, koji otvaraju nebrojene mogućnosti za produženje turističke sezone, a time i za ostvarivanje boljih ekonomskih učinaka kroz ponudu selektivnih oblika turizma, nalažu posebnu pozornost i prilagođavanje trendovima suvremene ponude.

Tablica 6-3. **Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Novi Vinodolski**

R. br.	Elementi turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Zdrava klima u destinaciji	4,60	3,89	4,07	4,18	4,19
24	Ljepota krajolika	4,59	4,22	4,18	4,45	4,36
25	Očuvanost okoliša	4,17	3,38	3,43	3,45	3,61
26	Kvaliteta mora	4,17	4,32	4,05	4,10	4,16
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,38	3,95	3,93	4,05	4,08
	SADRŽAJI					
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,58	3,30	3,21	3,45	3,39
27	Sadržaji za djecu	3,03	2,58	2,73	3,09	2,86
31	Ponuda kulturnih događaja	3,20	2,77	2,88	3,82	3,17
33	Ponuda zabavnog sadržaja	2,61	2,44	2,66	3,27	2,75
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	2,68	2,55	2,51	3,00	2,69
35	Ponuda sportskog sadržaja	3,00	2,59	2,75	3,18	2,88
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,09	2,52	2,57	3,18	2,84
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	2,87	2,08	2,06	2,45	2,37
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	2,95	2,10	1,98	2,45	2,37
39	Ponuda za nautičare	3,24	2,14	2,07	2,45	2,48
40	Kvaliteta ponude za nautičare	3,22	2,14	3,61	2,27	2,81
41	Ponuda turistič. agencija (ponuda izleta)	3,62	3,17	3,07	3,36	3,31
42	Prepoznatlj. i atraktivnost manifestacija	3,18	3,18	3,09	3,80	3,31
43	Kvaliteta smještajnog objekta	3,76	3,07	3,36	3,00	3,3
44	Kvaliteta objekata za prehranu	3,85	3,25	3,50	3,18	3,45
45	Ponuda zdrave hrane	3,42	2,49	2,44	2,70	2,76
46	Kvaliteta kongresne ponude	3,73	2,24	2,05	2,50	2,63
47	Mogućnost izleta u okolinu	3,58	3,36	3,30	3,73	3,49
48	Odnos cijena i kvalitete	3,49	2,56	3,11	3,00	3,04
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,27	2,66	2,79	3,05	2,94
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna povezanost destinacije	3,30	3,00	3,24	3,27	3,2
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	2,75	2,40	2,42	2,78	2,59
7	Organizacija lokalnog prometa	3,30	2,42	2,79	2,91	2,86
8	Dostupni parkirališni prostor	2,56	2,67	2,60	2,91	2,69
15	Cistoća destinacije	3,94	3,41	3,08	3,82	3,56
16	Urbana skladnost i uređenost	3,68	2,98	3,05	2,55	3,07
17	Dostupnost i održavanje šetnica	3,86	3,16	3,02	3,36	3,35
18	Održavanje javne rasvjete	4,15	3,38	3,33	3,64	3,63
19	Uređenost parkova	3,95	3,42	3,23	4,09	3,67
20	Uređenost pročelja fasada	3,49	2,96	3,02	2,91	3,1
22	Uređenost plaža	4,00	3,28	3,29	3,27	3,46
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	3,91	3,05	2,91	2,64	3,13
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,97	3,21	3,57	3,91	3,67
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,43	3,54	3,67	3,73	3,59
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,59	3,06	3,09	3,27	3,26
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
9	Dostupnost turističkim informacijama	3,75	2,86	2,76	3,36	3,18
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	3,46	2,78	2,75	3,30	3,07
11	Prepoznatlj. destt. (simbol, suvenir i sl.)	3,29	3,04	2,59	2,82	2,94
12	Personality destinacije	3,44	2,87	2,81	2,73	2,96
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,31	2,83	2,51	2,73	2,85
14	Prepoznatlj. smješt. objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,39	3,00	2,81	3,00	3,05
28	Osobna sigurnost i zaštita	4,41	3,40	3,57	3,91	3,82
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,58	2,97	2,83	3,12	3,12
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,41	3,36	3,72	3,64	3,78
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,31	3,34	3,69	3,18	3,63
4	Znanje stranih jezika zaposl. u turizmu	3,63	2,82	3,15	2,55	3,04
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,12	3,17	3,52	3,12	3,48

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

6.4. ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA OPATIJA)

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

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

Svi ispitanici destinacije Opatija su prirodne resurse razvrstane u skupinu «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ» locirali na prvo mjesto s prosječnom ocjenom 4,08. Treba naglasiti da su ocjene turista (4,16) i menadžmenta (4,08) znatno više od ocjena stanovništva (3,61) iznajmljivača (3,75). Za pretpostaviti je da su i iznajmljivači i domicilno stanovništvo svjesni «udara» na ove prirodne resurse, što dovodi do njihove drugačije percepcije u odnosu na onu koju imaju turisti, a svjesni činjenice da se prirodni resursi još uvijek ne valoriziraju dovoljno. Najvišu ocjenu u ovoj skupini dao je turistički menadžment ljepoti krajolika (4,67), čime se slažu i ostali ispitanici, no sa nešto nižom ocjenom (4,25 - 4,32). Slijedi ocjena također turističkog menadžmenta za zdravu klimu u destinaciji (4,40), čime se slažu i ostali ispitanici ali sa nižim ocjenama (turisti 4,25; stanovništvo 3,95; iznajmljivači 3,85;). Najlošiju ocjenu prirodnim elementima turističke ponude dalo je stanovništvo elementu kvalitete mora (2,86), iako drugi ispitanici nisu takvog mišljenja, pošto je ocjena koju su dali turisti 4,02, turistički menadžment 3,44 i iznajmljivači 3,15.

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 3,54. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (4,13), slijedi turistički menadžment (3,59), dok su iznajmljivači i stanovništvo znatno kritičniji (3,07 - 3,37). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti znanju stranih jezika zaposlenih u turizmu (4,16), što je znatno više od ocjena u drugim destinacijama i od prosjeka Kvarnera. Slično su kategorizirali i ljubaznost zaposlenih u turizmu (4,15), dok je domicilno stanovništvo po njihovoj ocjeni nešto manje ljubazno (4,09). Najlošiju ocjenu u ovoj skupini dalo je stanovništvo ljubaznosti zaposlenim u turizmu (2,97), što bitno odstupa od stavova turista. Stanovništvo je i inače kritičnije po svim

elementima, dok su ostali ispitanici dali dosta ujednačene ocjene svim istraživanim elementima (iznajmljivači 3,22 - 3,50; turistički menadžment 3,33 - 3,86).

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

Elementi turističke ponude predstavljeni skupinom «SADRŽAJI», na način da su se odvojeno sagledavali asortiman i kvaliteta ponude razvrstani su na četvrto mjesto, što nikako nije zadovoljavajuće, ali su pozicionirani bolje od prosjeka Kvarnera, gdje je uglavnom ova skupina pozicionirana na zadnjem mjestu tj. na rang 5. Dakle, s prosječnom ocjenom 3,15 sadržaji su pozicionirani bolje, ali ne i dovoljno dobro s obzirom na slavu prošlost Opatije, te s obzirom na njene stvarne mogućnosti. No i ovdje su turisti dali znatno više ocjene od prosjeka (3,81), najkritičnije je stanovništvo, a iznajmljivači (3,08) i turistički menadžment (3,06) su dosta izjednačeni u ocjeni sadržaja. U ovoj su skupini najvišu ocjenu dali turisti mogućnosti izleta u okolinu (4,29), kvaliteti objekata za prehranu (4,12) i smještaj (4,10), kao i ponudi turističkih agencija (4,06). Nisu posebno kritični ni prema jednom elementu navedenom u ovoj skupini (3,42 - 3,90), što bi trebalo biti poticajno za proširenje asortimana i daljnje podizanje kvalitete ponude. Najlošija ocjena je dodijeljena od strane stanovništva (1,96) za kvalitetu zabavnog sadržaja, no ništa nisu manje kritični prema ponudi sadržaja za djecu (1,99), ponudi zabavnih i sportskih sadržaja (2,07), ponudi zdrave hrane (2,14), kao i vezano za ponudu kulturnih događaja (2,33). Turistički menadžment i iznajmljivači su nešto umjereniji i u kritikama i u pohvalama. Ovako drastično izražene razlike zahtijevaju daljnja istraživanja, koja bi ukazala na njihove stvarne uzroke, jer je to pretpostavka da se isti otklone.

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

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

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

Na trećem mjestu po rangui zadovoljstva (3,28) dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «prepoznatljivost sigurnost, informiranost». Ova grupa je u prosjeku također na nivou ocjene date za Kvarner (3,27). Unutar te grupe, element ponude «dostupnost turističkim informacijama» (info-uredi, punktovi i sl.) dobiva ocjene ispod tri, što se boljom organizacijom može

eliminirati i u kratkom roku. Na četvrtom mjestu je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «turistički sadržaji destinacije», odnosno njihov asortiman i kvaliteta. Ocjenom ispod ocjene 3 dobilo je 5 od 19 elemenata i to: sadržaji za djecu, ponuda i kvaliteta zabavnog sadržaja, ponuda i kvaliteta sportskog sadržaja, ponuda zdrave hrane.

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

Ukupna ocjena turističke ponude Opatije svodi se na visoko zadovoljstvo resursnom osnovom tj. prirodnim atrakcijama, dok su najlošije ocijenjeni elementi koji čine sadržaj ponude i organiziranost destinacije. Poseban naglasak treba staviti na nezadovoljstvo ispitanika ukupnom ponudom i kvalitetom zabavnih i sportskih sadržaja, kao i sadržaja za djecu, ali i ponude zdrave hrane. Destinacija koja ima pretenzije postati destinacija ponude na razini četiri i pet zvjezdica, što sadašnje investicijske aktivnosti i potvrđuju, mora smoci snage i uložiti dodatne napore na podizanju kvalitete sadržaja ponude, boljeg informiranja gostiju, kao i na podizanju elemenata organizacije, posebno u segmentu boljih prometnih rješenja.

Tablica 6-4. **Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Opatija**

R. br.	Elementi turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS						
1	Zdrava klima u destinaciji	4,25	3,95	3,85	4,40	4,11
24	Ljepota krajolika	4,32	4,25	4,28	4,67	4,38
25	Očuvanost okoliša	4,03	3,39	3,71	3,82	3,74
26	Kvaliteta mora	4,02	2,86	3,15	3,44	3,37
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,16	3,61	3,75	4,08	3,9
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,90	2,74	3,38	3,35	3,34
27	Sadržaji za djecu	3,52	1,99	2,41	2,95	2,72
31	Ponuda kulturnih događaja	3,63	2,33	2,85	3,35	3,04
33	Ponuda zabavnog sadržaja	3,42	2,07	2,74	3,01	2,81
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,42	1,96	2,46	2,55	2,6
35	Ponuda sportskog sadržaja	3,43	2,07	2,39	2,83	2,68
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,67	2,27	2,48	2,87	2,82
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,88	2,75	3,38	2,82	3,21
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,89	2,88	3,39	2,87	3,26
39	Ponuda za nautičare	3,87	2,96	3,29	2,56	3,17
40	Kvaliteta ponude za nautičare	3,82	2,95	3,25	2,59	3,15
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	4,06	3,23	3,41	3,30	3,5
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifest.	3,76	2,87	3,42	3,44	3,37
43	Kvaliteta smještajnog objekta	4,10	3,04	3,54	3,53	3,55
44	Kvaliteta objekata za prehranu	4,12	3,07	3,32	3,58	3,52
45	Ponuda zdrave hrane	3,90	2,14	2,51	2,74	2,82
46	Kvaliteta kongresne ponude	3,89	3,41	3,73	3,15	3,55
47	Mogućnost izleta u okolinu	4,29	3,31	3,42	3,24	3,57
48	Odnos cijena i kvalitete	3,75	2,26	3,08	3,46	3,14
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,81	2,65	3,08	3,06	3,15
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	3,69	2,55	3,18	2,63	3,01
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	3,31	1,88	2,58	2,67	2,61
7	Organizacija lokalnog prometa	3,21	2,11	2,37	2,78	2,62
8	Dostupni parkirališni prostor	2,65	1,44	1,76	2,68	2,13
15	Cistoća destinacije	4,07	3,07	3,41	3,60	3,54
16	Urbana skladnost i uređenost	3,91	3,03	3,39	3,44	3,44
17	Dostupnost i održavanje šetnica	4,08	3,32	3,48	3,48	3,59
18	Održavanje javne rasvjete	4,13	3,25	3,85	3,21	3,61
19	Uređenost parkova	4,21	4,07	4,22	3,52	4,01
20	Uređenost pročelja fasada	3,80	2,51	3,15	3,23	3,17
22	Uređenost plaža	3,59	1,95	2,03	2,44	2,5
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	3,55	1,95	2,79	2,77	2,77
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,77	2,49	3,02	3,54	3,21
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,64	2,86	3,36	3,56	3,36
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,69	2,61	3,04	3,11	3,11
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
9	Dostupnost turističkim informacijama	3,72	2,57	3,13	2,23	2,91
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	3,86	2,68	3,07	3,19	3,2
11	Prepoznatljivost destinacije	3,71	2,77	3,25	2,45	3,05
12	Personality destinacije	3,80	2,98	3,78	3,58	3,54
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,73	2,99	3,13	3,69	3,39
14	Prepoznatlj. smješt. objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,79	2,74	3,03	3,65	3,3
28	Osobna sigurnost i zaštita	4,02	3,31	3,23	3,84	3,6
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,8	2,86	3,23	3,23	3,28
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubavnost domicilnog stanovništva	4,09	3,19	3,50	3,86	3,66
3	Ljubavnost zaposlenih u turizmu	4,15	2,97	3,38	3,33	3,46
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,16	3,04	3,22	3,58	3,5
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,13	3,07	3,37	3,59	3,54

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

6.5. ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA RIJEKA)

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini uže destinacije Rijeka, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 5), samo dio ispitivanih skupina (turisti, stanovništvo, i turistički menadžment) o relevantnim elementima turističke ponude grupiranih po skupinama, a dobiveni rezultati znatno odstupaju po visini ocjena od ostalih destinacija i od prosjeka Kvarnera, a mogu se rangirati kako slijedi:

Rang prvi:	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ ($\bar{x}$ 3,78)
Rang drugi:	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI ($\bar{x}$ 3,54)
Rang treći:	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST ($\bar{x}$ 3,19)
Rang četvrti:	SADRŽAJI ($\bar{x}$ 3,13)
Rang peti:	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE ($\bar{x}$ 3,04)

Svi ispitanici destinacije Rijeka su prirodne resurse razvrstane u skupinu «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ» locirali na prvo mjesto, ali s prosječnom ocjenom 3,78. Treba naglasiti da su ocjene turista (4,52) znatno povoljnije od menadžmenta (3,57) i stanovništva (3,26). Najvišu ocjenu u ovoj skupini dali su turisti ljepoti krajolika (4,61), čime se slažu i ostali ispitanici, no sa znatno nižom ocjenom (3,75 - 3,80). Slijedi ocjena turista za očuvanost okoliša (4,55), kvalitetu mora (4,48) a na zadnje mjesto stavljaju turisti zdravu klimu u destinaciji (4,44). Najlošiju ocjenu prirodnim elementima turističke ponude dalo je stanovništvo elementu kvalitete mora (2,92), takav je i stav menadžmenta turističke destinacije (3,29), iako su turisti suprotnog mišljenja (4,48). Prema mišljenju stanovništva i iznajmljivača su ostali prirodni elementi turističke ponude ocijenjeni prosječnom ocjenom 3,5.

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 3,54. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (4,27), slijedi turistički menadžment (3,35), dok je stanovništvo znatno kritičnije (3,01). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti znanju stranih jezika zaposlenih u turizmu (4,34), što je znatno više od ocjena u drugim destinacijama i od prosjeka Kvarnera. Slično su kategorizirali i ljubaznost zaposlenih u turizmu (4,25), dok je domicilno stanovništvo po njihovoj ocjeni nešto manje ljubazno (4,22). Najlošiju ocjenu u ovoj skupini dalo je stanovništvo ljubaznosti zaposlenim u turizmu (2,97), što odstupa od stavova turista. Stanovništvo je i inače kritičnije po svim elementima, dok je turistički menadžment malo blaži (3,20 - 3,53).

Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST», a prosječnom ocjenom od 3,19. I u ovoj su skupini ocjene turista više od prosjeka (3,73), stavovi turističkog menadžmenta su 3, a stanovništvo je najkritičnije (2,84). U ovoj je destinaciji najviša ocjena dobivena od turističkog menadžmenta za «osobnu sigurnost i zaštitu» (4), turisti su je ocijenili nešto niže (3,94) a stanovništvo najniže (3,25). I ostale ocjene turista su dosta visoke (3,55 - 3,77). Najlošiju ocjenu među elementima turističke ponude dao je turistički menadžment za prepoznatljivost destinacije (2,27), iako Rijeka ima svoj suvenir i simbol grada, no vjerojatno se mislilo na njen imidž, što svakako treba istražiti.

Elementi turističke ponude predstavljeni skupinom «SADRŽAJI» razvrstani su na četvrto mjesto, što nije zadovoljavajuće, jer su upravo sadržaji povod dolasku turista, a prosječna ocjena 3,13 za sadržaje nije dostatna. No i ovdje su turisti dali znatno više ocjene od prosjeka (3,88), najkritičniji je turistički menadžment (3,74), a nešto manje stanovništvo (2,78). U ovoj su skupini najvišu ocjenu dali turisti ponudi turističkih agencija, odnosno mogućnosti organiziranja izleta (4,29), nakon čega slijedi ponuda zdrave hrane (4,07), te kvaliteta zabavnih sadržaja i sadržaja zdravstvenog turizma (4,0). Turisti nisu posebno kritični ni prema jednom elementu navedenom u ovoj skupini, od 3,06 za ponudu sportskog sadržaja do 3,97 za stanje spomeničke i kulturne baštine i kvalitetu objekata za smještaj. Najlošija ocjena je dodijeljena od strane turističkog menadžmenta za kvalitetu ponude za nautičare (2,0) a neznatno bolje je ocijenjena ponuda sadržaja zdravstvenog turizma (2,23) i ponuđeni sadržaji za djecu (2,33). Stanovništvo je najkritičnije prema ponudi sportskih sadržaja (2,37), te smatra da odnos cijene i kvalitete nije adekvatan (2,41).

Elementi razvrstani u skupinu «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE» zauzeli su u ovoj destinaciji posljednje, peto mjesto s prosječnom ocjenom 3,04. I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više od prosjeka (3,76), slijedi turistički menadžment (2,78), a najkritičnije je domicilno stanovništvo (2,59). Najvišu ocjenu su turisti dali kvaliteti i opskrbljenosti trgovačke mreže (4,29), zatim slijedi radno vrijeme uslužnih djelatnosti (4,23), uređenost parkova (4,12) i uređenost plaža (4,03). Najviše ocjene je stanovništvo dalo uređenosti parkova (3,29) i održavanju javne rasvjete (3,26), dok je menadžment mišljenja da je to kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže (3,93) i radno vrijeme uslužnih djelatnosti (3,47). Najniže ocjene odnose se na prometne probleme koje jače osjeća stanovništvo i turistički menadžment, pošto su nedostatan parkirališni prostor ocijenili izrazito nisko (1,27 - 1,66) no ni organiziranost i sadržaji zračne luke (1,77 - 1,98) nisu bolje pozicionirani, pa ni organizacija lokalnog prometa (2,08 - 2,27). Turisti su te probleme ocijenili nešto višim ocjenama i to od 3,08 za parkirališni prostor do 3,37 za lokalni promet.

Temeljem navedenog može se donijeti sljedeća sumarna ocjena. Zadovoljstvo elementima turističke ponude analizirano je za Rijeku kroz prizmu turista,

stanovništva i turističkog menadžmenta, koji su ocjenjivali pet grupa obilježja elemenata turističke ponude i to kroz skupine (1) resursne osnove, (2) sadržaja turističke destinacije, (3) organiziranosti destinacije, (4) prepoznatljivosti, sigurnosti i informiranosti, te kroz (5) kvalitetu stanovništva i zaposlenih. Izračunata je i u prethodnom tekstu prezentirana konačna prosječna ocjena zadovoljstva svih grupa ispitanika po pojedinim elementima ponude, kao i rang odnosno ocjena ponude svake turističke destinacije u okviru destinacije Kvarner.

Na nivou destinacije Rijeka najvišom prosječnom ocjenom zadovoljstva (3,78) ocjenjena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «resursna osnova» u koji ubrajamo zdravu klimu, ljepotu krajolika, očuvani okoliš i kvalitetu mora. Po ovoj grupi elementa Rijeka je ocijenjena niže od prosječne ocjene utvrđene za destinaciju Kvarner. Druga po visini ocjene je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «kvaliteta stanovništva i zaposlenih» u koju ubrajamo ljubaznost domicilnog stanovništva, ljubaznost zaposlenih u turizmu i znanje jezika zaposlenih u turizmu, s relativno dobrom prosječnom ocjenom od 3,54. Po ovom se elementu Rijeka nalazi nešto ispod prosječne ocjene dobivene za Kvarner (3,59).

Na trećem mjestu po rangui zadovoljstva (3,19) dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «prepoznatljivost sigurnost, informiranost». Ova grupa je u prosjeku ispod ocjene date za Kvarner (3,27). Unutar te grupe, element ponude «prepoznatljivost destinacije» dobiva ocjene ispod tri, pa treba istražiti mogućnosti boljeg pozicioniranja. Na četvrtom mjestu je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «turistički sadržaji destinacije», odnosno njihov asortiman i kvaliteta. Ocjenom ispod ocjene 3 dobilo je 7 od 19 elemenata i to za sadržaje za djecu, ponuda i kvaliteta sportskog sadržaja, ponuda i kvaliteta zdravstvenog sadržaja, kvaliteta ponude za nautičare, te za odnos kvalitete i cijene.

Na zadnjem (petom) mjestu sa prosječnom ocjenom 3,04 dospjela je grupa elemenata «organiziranost destinacije». Unutar ovih elemenata najlošije je ocjenjena dostupnost parkirališnog prostora, zadovoljstvo organizacijom i sadržajem zračne luke i organizacijom lokalnog prometa. Njima nasuprot stoje veoma visoke ocjene (iznad 4) za kvalitetu i opskrbljenost trgovačke mreže, radno vrijeme uslužnih djelatnosti, uređenost parkova i plaža. Za ostale elemente ponude možemo smatrati da dobivaju prolaznu i zadovoljavajuću ocjenu i to kod turista s 3,5, dok je to kod stanovništva i turističkog menadžmenta prosječno 2,5.

Ukupna ocjena turističke ponude Rijeke svodi se na visoko zadovoljstvo resursnom osnovom tj. prirodnim atrakcijama, dok su najlošije ocijenjeni elementi koji čine sadržaj ponude i organiziranost destinacije. Poseban naglasak treba staviti na nezadovoljstvo ispitanika ukupnom ponudom i sportskih i zdravstvenih sadržaja, ali najveći problem ipak ostaje promet.

Tablica 6-5. **Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Rijeka**

R. br.	Elementi ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS						
1	Zdrava klima u destinaciji	4,44	3,33		3,73	3,83
24	Ljepota krajolika	4,61	3,75		3,80	4,05
25	Očuvanost okoliša	4,55	3,05		3,47	3,69
26	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,48	2,92		3,29	3,56
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,52	3,26		3,57	3,78
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,97	2,83		3,13	3,31
27	Sadržaji za djecu	3,27	2,54		2,33	2,71
31	Ponuda kulturnih događaja	3,81	2,63		2,60	3,01
33	Ponuda zabavnog sadržaja	3,86	2,55		2,60	3
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	4,00	2,42		2,60	3,01
35	Ponuda sportskog sadržaja	3,06	2,42		2,73	2,74
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,23	2,37		2,60	2,73
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,69	2,53		2,23	2,82
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	4,00	2,59		2,36	2,98
39	Ponuda za nautičare	5,80	2,94		2,27	3,67
40	Kvaliteta ponude za nautičare	3,91	2,79		2,00	2,9
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	4,14	3,27		3,14	3,52
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifest.	3,95	3,05		3,14	3,38
43	Kvaliteta smještajnog objekta	3,74	3,16		2,57	3,16
44	Kvaliteta objekata za prehranu	3,97	3,17		3,47	3,54
45	Ponuda zdrave hrane	4,07	2,72		3,27	3,35
46	Kvaliteta kongresne ponude	3,60	3,06		3,00	3,22
47	Mogućnost izleta u okolinu	3,86	3,33		3,40	3,53
48	Odnos cijena i kvalitete	3,78	2,41		2,60	2,93
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,88	2,78		2,74	3,13
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	3,86	2,68		3,13	3,22
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	3,25	1,98		1,77	2,33
7	Organizacija lokalnog prometa	3,37	2,08		2,27	2,57
8	Dostupni parkirališni prostor	3,08	1,66		1,27	2
15	Cistoća destinacije	3,69	2,80		3,33	3,27
16	Urbana skladnost i uređenost	3,83	2,71		3,00	3,18
17	Dostatnost i održavanje šetnica	3,85	2,73		2,47	3,02
18	Održavanje javne rasvjete	3,61	3,26		3,73	3,53
19	Uređenost parkova	4,12	3,29		2,87	3,43
20	Uređenost pročelja fasada	3,74	2,55		2,73	3,01
22	Uređenost plaža	4,03	2,51		2,71	3,08
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	3,65	2,09		2,25	2,66
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	4,23	2,82		3,47	3,51
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	4,29	3,08		3,93	3,77
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,76	2,59		2,78	3,04
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
9	Dostupnost turističkim informacijama (info-uredi, punktovi itd.)	3,55	2,59		3,27	3,14
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	3,75	2,75		2,80	3,1
11	Prepoznatljivost destinacije	3,59	2,70		2,27	2,85
12	Personality destinacije	3,77	2,83		2,53	3,04
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,75	2,93		3,57	3,42
14	Prepoznatlj. smješt. objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,75	2,85		2,57	3,06
28	Osobna sigurnost i zaštita	3,94	3,25		4,00	3,73
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,73	2,84		3	3,19
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,22	3,18		3,33	3,58
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,25	2,97		3,53	3,58
4	Znanje str. jezika zaposl. u turizmu	4,34	2,88		3,20	3,47
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,27	3,01		3,35	3,54

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

6.6. ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA LOVRAN)

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

Rang prvi:	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 3,93)
Rang drugi:	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 3,66)
Rang treći:	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 3,08)
Rang četvrti:	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 3,01)
Rang peti:	SADRŽAJI (ø 2,99)

Svi ispitanici destinacije Lovran su prirodne resurse razvrstane u skupinu «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ» locirali na prvo mjesto s prosječnom ocjenom 3,93. Treba naglasiti da su ocjene turista (4,17) i menadžmenta (4,08) znatno više od ocjena stanovništva (3,72) i iznajmljivača (3,74). Za pretpostaviti je da su i iznajmljivači i domicilno stanovništvo svjesni «udara» na ove prirodne resurse, što dovodi do njihove drugačije percepcije u odnosu na onu koju imaju turisti, a svjesni činjenice da se prirodni resursi još uvijek ne valoriziraju dovoljno. Najvišu ocjenu u ovoj skupini dao je turistički menadžment ljepoti krajolika (4,67), čime se slažu i ostali ispitanici, no sa nešto nižom ocjenom (4,04 - 4,58). Slijedi ocjena također turističkog menadžmenta za zdravu klimu u destinaciji (4,40), čime se slažu i ostali ispitanici ali sa nižim ocjenama (turisti 4,39; stanovništvo 3,97; iznajmljivači 3,74;). Najlošiju ocjenu prirodnim elementima turističke ponude dalo je stanovništvo elementu kvalitete mora (3,06), iako drugi ispitanici nisu takvog mišljenja, pošto je ocjena koju su dali turisti 3,93, turistički menadžment 3,44 i iznajmljivači 3,30.

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 3,66. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (4,35), slijedi turistički menadžment (3,59), iznajmljivači (3,54), a najkritičnije je stanovništvo (3,16). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti ljubaznosti zaposlenih u turizmu (4,42), što je znatno više od ocjena u drugim destinacijama i od prosjeka Kvarnera. Slično su kategorizirali i ljubaznost domicilnog stanovništva (4,36), ali ne zaostaje ni znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu (4,26). Stanovništvo, iznajmljivači i turistički menadžment su kritičniji po svim elementima, ali i dosta ujednačeni u svojim ocjenama (od 3,12 - 3,86).

Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST», a prosječnom ocjenom od samo 3,08. I u ovoj su skupini ocjene turista više od prosjeka (3,8), nešto su niže ocjene turističkog menadžmenta (3,23) i stanovništva (2,88), a najkritičniji su iznajmljivači (2,39). U ovoj skupini elemenata najviša je ocjena dobivena od turista za «osobnu sigurnost i zaštitu» (4,25), iako su i druge kategorije ispitanika dale ovom elementu relativno visoku ocjenu (3,25 - 3,84). Slijedi ocjena turista kategoriji dostupnosti turističkih informacija (informuri i punktovi - 3,85) i prepoznatljivosti smještajnih objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacija putem Interneta (3,83) iako ni ostale ocjene turista značajnije ne odstupaju (3,64 - 3,71) što se može ocijeniti više nego zadovoljavajuće, obzirom na poteškoće s kojima se ova destinacija posljednjih godina susretala. Najlošiju ocjenu među elementima turističke ponude dali su iznajmljivači za dostupnost turističkim informacijama (1,83) iako je taj element od strane turista izrazito visoko ocijenjen, što bi trebalo ispitati. Svi ostali elementi su lošije ocijenjeni od strane iznajmljivača i stanovništva (prosjeck 2,5), no od strane turističkog menadžmenta (prosjeck 3).

Elementi razvrstani u skupinu «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE» zauzeli su u ovoj destinaciji četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 3,01. I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više (3,51) od prosjeka destinacije, slijedi turistički menadžment (3,11), zatim stanovništvo (2,08) i iznajmljivači (2,06), koji su puno kritičniji. Najvišu ocjenu svih ispitanika su u ovoj skupini dobili PARKOVI (3,52 - 4,13), na način da su iznajmljivači (4,13) tu kategoriju ocijenili nešto više od turista (3,79). Slijedi po ocjeni turista dostatnost i održavanje šetnica (3,83) i kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže (3,80). Izrazito niske ocjene odnose se po ocjeni iznajmljivača i stanovništva na dostupan parkirališni prostor (1,33 - 1,81) i uređenost plaža (1,96 - 2,10) ali su i svi ostali prometni problemi nisko ocijenjeni.

Na žalost, za turističku ponudu najznačajniji element «SADRŽAJI», razvrstan je u petu kategoriju, što je jako loše jer se odnosi na asortiman i kvalitetu ponude destinacije. Dakle, s prosječnom ocjenom 2,99 ne može se niti smije biti zadovoljno. No i u ovoj su kategoriji turisti dali znatno više ocjene od prosjeka destinacije (3,52). Najkritičniji su iznajmljivači (2,62), slijedi stanovništvo (2,77) i turistički menadžment (3,06). U ovoj su skupini najvišu ocjenu dali turisti mogućnosti izleta u okolinu (4,04), kvaliteti sadržaja zdravstvenog turizma (4,03) i kvaliteti objekata za prehranu (4,01). Posebno su kritični prema asortimanu i kvaliteti sportskih (2,86 - 2,88) i zabavnih sadržaja (2,98 - 3,02), kao i prema sadržajima za djecu (3,02). Iznajmljivači su istog mišljenja, ali mnogo rigorozniji, te su najlošiju ocjenu dodijelili upravo asortimanu i kvaliteti sportskih sadržaja (1,88 - 1,96) i sadržaja za djecu (1,92). Turistički menadžment i iznajmljivači su nešto umjereniji i u kritikama i u pohvalama. Ovako drastično izražene razlike zahtijevaju daljnja istraživanja, koja bi ukazala na njihove stvarne uzroke, jer je to pretpostavka da se isti otklone.

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

Na nivou destinacije Lovran najvišom prosječnom ocjenom zadovoljstva (3,93) ocjenjena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «resursna osnova» u koji ubrajamo zdravu klimu, ljepotu krajolika, očuvani okoliš i kvalitetu mora. Po ovoj grupi elementa Lovran je ocijenjen niže od prosječne ocjene utvrđene za destinaciju Kvarner. Druga po visini ocjene je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «kvaliteta stanovništva i zaposlenih» u koju ubrajamo: ljubaznost domicilnog stanovništva; ljubaznost zaposlenih u turizmu i znanje jezika zaposlenih u turizmu sa relativno dobrom prosječnom ocjenom od 3,66. Na trećem mjestu po rangi zadovoljstva (3,08) dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «prepoznatljivost sigurnost, informiranost». Unutar te grupe, 50% elementa ponude dobivaju ocjene ispod tri, što se boljom organizacijom može eliminirati i u kratkom roku.

Na četvrtom mjestu sa prosječnom ocjenom 3,01, tj. sa nešto nižim prosjekom od Kvarnera (3,12) javlja se grupa elemenata ponude pod zajedničkim nazivom «organiziranost destinacije». Unutar ovih elemenata najlošije je ocjenjena dostupnost parkirališnog prostora i uređenost plaža. Turisti uglavnom sve elemente turističke ponude ove kategorije valoriziraju s prosječnom ocjenom 3,5. Na zadnjem mjestu je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «turistički sadržaji destinacije», odnosno njihov asortiman i kvaliteta, s prosječnom ocjenom 2,99. Tako niska ocjena zabrinjava i zahtjeva napore na unapređenju ovog segmenta, jer je ispod ocjene 3 dobilo je 10 od 19 elemenata i to upravo oni sadržaji koje suvremeni gosti traže.

Ukupna ocjena turističke ponude Lovrana svodi se na visoko zadovoljstvo resursnom osnovom tj. prirodnim atrakcijama, dok su najlošije ocijenjeni elementi koji čine organiziranost destinacije i kvantitativne i kvalitativne elemente sadržaja ponude. Poseban naglasak treba staviti na nezadovoljstvo ispitanika ukupnom ponudom i kvalitetom zabavnih i sportskih sadržaja, sadržaja za nautičare, kao i sadržaja za djecu, ali i ponude zdrave hrane. U novom valu investicijskog ciklusa, koji sada Lovranu predstoji, nameće potrebu turističkom menadžmentu da sagleda ove probleme, da kroz osmišljene akcije sustavno pristupi njihovom eliminiranju.

Tablica 6-6. Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Lovran

R. br.	Elementi turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Zdrava klima u destinaciji	4,39	3,97	3,74	4,40	4,13
24	Ljepota krajolika	4,58	4,21	4,04	4,67	4,38
25	Očuvanost okoliša	3,78	3,65	3,87	3,82	3,78
26	Kvaliteta mora	3,93	3,06	3,30	3,44	3,43
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,17	3,72	3,74	4,08	3,93
	SADRŽAJI					
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,67	2,94	2,50	3,35	3,12
27	Sadržaji za djecu	3,02	2,04	1,92	2,95	2,48
31	Ponuda kulturnih događaja	3,26	2,69	2,50	3,35	2,95
33	Ponuda zabavnog sadržaja	2,98	2,33	2,42	3,01	2,69
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,02	2,38	2,17	2,55	2,53
35	Ponuda sportskog sadržaja	2,88	2,25	1,88	2,83	2,46
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	2,86	2,37	1,96	2,87	2,52
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,62	2,51	2,35	2,82	2,83
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	4,03	2,78	2,43	2,87	3,03
39	Ponuda za nautičare	3,40	2,70	2,50	2,56	2,79
40	Kvaliteta ponude za nautičare	3,70	2,76	2,35	2,59	2,85
41	Ponuda turist. agencija (ponuda izleta)	3,81	2,86	2,52	3,30	3,12
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifest.	3,56	3,44	3,50	3,44	3,49
43	Kvaliteta smještajnog objekta	3,89	3,66	3,58	3,53	3,67
44	Kvaliteta objekata za prehranu	4,01	3,32	3,17	3,58	3,52
45	Ponuda zdrave hrane	3,77	2,64	2,78	2,74	2,98
46	Kvaliteta kongresne ponude	3,60	2,95	3,12	3,15	3,21
47	Mogućnost izleta u okolinu	4,04	3,15	2,92	3,24	3,34
48	Odnos cijena i kvalitete	3,77	2,82	3,17	3,46	3,31
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,52	2,77	2,62	3,06	2,99
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna povezanost destinacije	3,46	2,78	2,79	2,63	2,92
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	3,67	2,41	2,08	2,67	2,71
7	Organizacija lokalnog prometa	3,13	2,25	2,21	2,78	2,59
8	Dostupni parkirališni prostor	3,09	1,81	1,33	2,68	2,23
15	Cistoća destinacije	3,74	3,25	2,83	3,60	3,36
16	Urbana skladnost i uređenost	3,66	3,12	2,54	3,44	3,19
17	Dostupnost i održavanje šetnica	3,83	3,01	2,29	3,48	3,15
18	Održavanje javne rasvjete	3,33	3,30	2,83	3,21	3,17
19	Uređenost parkova	3,79	3,75	4,13	3,52	3,8
20	Uređenost pročelja fasada	3,37	2,87	3,04	3,23	3,13
22	Uređenost plaža	3,40	2,10	1,96	2,44	2,48
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	3,15	2,38	2,25	2,77	2,64
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,78	3,15	3,09	3,54	3,39
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,80	3,04	3,00	3,56	3,35
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,51	2,8	2,6	3,11	3,01
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
9	Dostupnost turističkim informacijama	3,85	2,41	1,83	2,23	2,58
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	3,65	2,66	2,32	3,19	2,96
11	Prepoznatljivost destinacije	3,64	2,74	2,21	2,45	2,76
12	Personality destinacije	3,71	2,88	2,50	3,58	3,17
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,69	2,93	2,40	3,69	3,18
14	Prepoznatlj. smješt. objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,83	2,96	2,25	3,65	3,17
28	Osobna sigurnost i zaštita	4,25	3,58	3,25	3,84	3,73
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,8	2,88	2,39	3,23	3,08
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,36	3,20	3,83	3,86	3,81
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,42	3,15	3,50	3,33	3,6
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,26	3,12	3,29	3,58	3,56
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,35	3,16	3,54	3,59	3,66

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

6.7. ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA IČIĆI)

Zadovoljstvo elementima turističke ponude na razini destinacije Ičići, utvrđeno je kao aritmetička sredina pojedinačnih ocjena (rang od 1 do 5). Tako se prema globalnoj percepciji svih struktura ispitanika, pojedini elementi turističke ponude, mogu rangirati kako slijedi:

- Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 4,19)
- Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 3,36)
- Rang treći: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 3,02)
- Rang četvrti: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 3,01)
- Rang peti: SADRŽAJI (ø 2,88)

Ispitanici su jedinstveni u ocjeni da su prirodni resursi najjači adut ove destinacije, obzirom da su elementi razvrstani u skupinu «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ» zauzeli prvo mjesto s prosječnom ocjenom 4,19. Ovo je jedna od rijetkih destinacija, gdje su ocjene iznajmljivača i stanovništva iznad onih koje su dali turisti. Dakle, ocjene ovih elemenata prema mišljenju turista su 4,18, dok ih stanovništvo i iznajmljivači ocjenjuju nešto više (4,22 - 4,25), a istovremeno je turistički menadžment znatno kritičniji (4,08). U ovoj skupini su iznajmljivači dali zdravoj klimi u destinaciji, ljepoti krajolika i očuvanosti okoliša najvišu ocjenu (5), uz istovremeno najlošiju ocjenu kvaliteti mora (2), koju su turisti vrlo visoko ocijenili (4,8). Za razliku od iznajmljivača, po ocjeni ostalih skupina ispitanika očuvanost okoliša nije najbolja (3,30 - 3,82), što bi trebalo motivirati na akciju.

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije su ljudi, stoga su elementi razvrstani u skupinu «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 3,36. Najvišu ocjenu je dao menadžment ljubaznosti domicilnog stanovništva, slijedi u tom pogledu turistički menadžment (3,86), tek onda turisti (3,52), dok je stanovništvo kritičnije (3,20). Kako je šire okruženje ove destinacije uvijek prednjačilo po ljubaznosti i domicilnog stanovništva ali i zaposlenih, ove ocjene ne bi mogli smatrati zadovoljavajućim, pogotovo što su ljubaznost zaposlenih u turizmu (3 - 3,50) i znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu (2,50 - 3,58) znatno slabije ocijenjeni.

Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST», a prosječnom ocjenom od 3,02, što je znatno ispod prosjeka Kvarnera. Unutar pojedinih elemenata najvišu ocjenu od strane iznajmljivača dobila je osobna sigurnost i zaštita (4,8), istovremeno stanovništvo smatra da je to dostupnost turističkim informacijama (4,0). Promatramo li pak najlošije ocjene uočljivo je da stanovništvo osobnu sigurnost i zaštitu stanovništva smatra problematičnom

(1,7), što je najniža ocjena dobivena na razini cijele destinacije Kvarner i to bi svakako trebalo istražiti. Istom ocjenom (1,7) stanovništvo ocjenjuje i prepoznatljivost destinacije, a također smatra da ova destinacija nije još uvijek dobila svoj *personality* (1,9). Neobično je što po ovim kriterijima turisti imaju stroži stav od iznajmljivača i turističkog menadžmenta, a posebno su turisti strogi prema kvaliteti turističkog obilježavanja (2,92). Navedeno samo potvrđuje da je to «nova» turistička destinacija, koju čekaju bolji dani, ali se očekuju i jači napori od strane turističkog menadžmenta.

Elementi razvrstani u skupinu «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE» zauzeli četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 3,01, što je također manje od prosjeka Kvarnera. Može se uočiti da su ocjene turističkog menadžmenta (3,11) znatno više od ocjena drugih kategorija, slijede turisti (2,96), iznajmljivači (2,94) a stanovništvo je najkritičnije (2,89). Prosječno najvišu ocjenu dobila je kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže (turisti 4,75 - ostali 3,56-4,30), slijedi održavanje javne rasvjete (turisti 4,20). Uočava se i jedna anomalija u ocjenjivanju parkirališnog prostora, dok to stanovništvo ocjenjuje veoma visoko (4,10), ostali ispitanici su kritičniji (2,4 - 2,68), a najkritičniji su turisti, koji su taj element izuzetno nisko ocijenili (1,83). Slično je i sa prometnom povezanošću destinacije, gdje su iznajmljivači zadovoljni (4,00), a ostali sudionici puno kritičniji (2,4 - 2,92). Najnižu ocjenu dobila je organizacija i sadržaji zračne luke, gdje su svi jako kritični (prosjeck 1,76), što nameće potrebu bolje organizacije pristupa zračnim lukama, kojima ova destinacija gravitira. Iako se radi o jednoj od popularnijih plaža ove regije, nisko ocjenjuju brojnost kupaca na plaži (gužve), ali i njihovu uređenost (1,6 - 2,10).

Najslabiju kariku u lancu elementa turističke ponude predstavlja skupina «SADRŽAJI - njihov asortiman i kvaliteta», a ti su elementi zauzeli posljednje mjesto s prosječnom ocjenom 2,88. Iako se to može smatrati neobičnim, ocjene turista su i za ovu skupinu znatno više od prosjeka (3,19), slijedi turistički menadžment (3,06), znatno su kritičniji iznajmljivači (2,7) a pogotovo lokalno stanovništvo (2,54). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dalo stanovništvo ponudi i kvaliteti ponude za nautičare (4,20 - 4,30) motivirani blizinom ACY marine Ičići, no s time se u cijelosti ne slažu turisti, koji su puno kritičniji (3 - 3,75), ali ne toliko kao iznajmljivači (3) i turistički menadžment (2,56 - 2,59). To dokazuje da treba uložiti dodatne napore na podizanju kvalitete i asortimana ponude za nautičare, primjereno njihovim realnim zahtjevima. Turisti nisu zadovoljni kvalitetom sportskih, zabavnih i kulturnih događaja (2 - 2,82), no iznajmljivači (1,4) i stanovništvo (1,9 - 2) smatraju najslabijom karikom u lancu kvalitetu kongresne ponude, prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija, te sadržaje i kvalitetu ponude zdravstvenog turizma (1,3 - 2). Menadžment je u tom pogledu puno manje kritičan, pa bi možda bilo dobro da svoje stavove još jednom preispita, na dobrobit razvoja destinacije.

Temeljem navedenog može se donijeti sljedeća sumarna ocjena. Zadovoljstvo elementima turističke ponude Ičića analizirano je promatranjem pet grupiranih obilježja ponude i to: (1) resursne osnove, (2) sadržaja destinacije, (3) organiziranosti destinacije, (4) prepoznatljivosti, sigurnosti, informiranosti, te (5) kvalitete stanovništva i zaposlenih. U tablicama su vidljiva sva obilježja ponude usporediva međusobno po elementima i po grupama ispitanika (turisti, stanovništvo, iznajmljivači soba i apartmana te turistički menadžment). Izračunata je i u prethodnom tekstu prezentirana konačna prosječna ocjena zadovoljstva svih grupa ispitanika po pojedinim elementima ponude, kao i rang odnosno ocjena ponude svake interesne skupine. Za ovu destinaciju treba istaći kao specifičnost, da su turisti bili u nekim elementima kritičniji od stanovništva i iznajmljivača, a u nekima od turističkog menadžmenta, što nije dobro jer zadovoljstvo učinjenim ne motivira na poboljšanja.

Na nivou destinacije Kvarner najvišom prosječnom ocjenom zadovoljstva (4,19) ocjenjena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «resursna osnova» u koji ubrajamo ljepotu krajolika, zdravu klimu, kvalitetu mora i očuvani okoliš. Druga po visini ocjene je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «kvaliteta stanovništva i zaposlenih» pod čime je obuhvaćena ljubaznost domicilnog stanovništva, ljubaznost i znanje jezika zaposlenih u turizmu, sa relativno dobrom prosječnom ocjenom od 3,36. Treću po rangju ocjenu zadovoljstva (3,02) dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «prepoznatljivost sigurnost, informiranost», no s prosječnom ocjenom ne možemo biti zadovoljni, jer su 4 od 7 elemenata dobili nižu ocjenu od 3.

Na četvrtom mjestu s prosječnom ocjenom 3,01 je grupa elemenata ponude pod zajedničkim nazivom «organiziranost destinacije» Unutar ovih elemenata najlošije su ocjenjeno zadovoljstvo sa organizacijom i sadržajem zračne luke i brojnost kupaca na plažama. Općenito elementima ponude u ovoj skupini ne možemo biti zadovoljni jer od ukupno 14 elemenata, prolaznu ocjenu (preko 3) dobiva samo 6 elemenata, što nije dovoljno za destinaciju koja sebe smatra turističkom. I konačno najnižu ocjenu zadovoljstva svih ispitanika dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom « turistički sadržaji destinacije». Ocjenom ispod ocjene 3 dobilo je 11 od 19 elemenata a posebno nisko su ocijenjeni svi elementi i kvaliteta selektivne turističke ponude, osim nautičkog turizma.

Ukupna ocjena ponude destinacije Ičići svodi se na umjereno zadovoljstvo resursnom osnovom tj. prirodnim atrakcijama, kao i s elementima ponude «prepoznatljivost, sigurnost, informiranost». Grupe elemenata svrstane u kategoriju «organiziranost destinacije» kao i uz elemente asortimana i kvalitete ponude, koji čine kvalitetu i sadržaje boravka turista u turističkoj destinaciji ne zadovoljavaju, pa se nameće potreba hitnog djelovanja turističkog na usklađivanju ove ponude sa suvremenim trendovima platežno sposobne potražnje, tim više što je menadžment u nekim segmentima ove ponude, više zadovoljan od turista.

Tablica 6-7. Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Ičići

R. br.	Elementi turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS						
1	Zdrava klima u destinaciji	4,08	4,80	5,00	4,40	4,57
24	Ljepota krajolika	4,25	5,00	5,00	4,67	4,73
25	Očuvanost okoliša	3,58	3,30	5,00	3,82	3,93
26	Kvaliteta mora	4,80	3,78	2,00	3,44	3,51
Prosječno zadovoljstvo po grupama		4,18	4,22	4,25	4,08	4,19
SADRŽAJI						
21	Stanje spomenike i kulture baštine	2,64	2,60	3,60	3,35	3,05
27	Sadržaji za djecu	3,17	2,40	2,80	2,95	2,83
31	Ponuda kulturnih događaja	2,82	1,50	2,40	3,35	2,52
33	Ponuda zabavnog sadržaja	2,67	1,60	2,40	3,01	2,42
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,00	1,70	2,40	2,55	2,41
35	Ponuda sportskog sadržaja	2,43	2,60	3,00	2,83	2,72
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	2,00	2,20	3,00	2,87	2,52
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,50	1,90	1,40	2,82	2,41
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,50	2,00	1,40	2,87	2,44
39	Ponuda za nautičare	3,00	4,30	3,00	2,56	3,22
40	Kvaliteta ponude za nautičare	3,75	4,20	3,00	2,59	3,39
41	Ponuda turist. agencija (ponuda izleta)	3,67	3,50	2,20	3,30	3,17
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifest.	3,43	1,70	3,00	3,44	2,89
43	Kvaliteta smještajnog objekta	3,55	3,70	3,20	3,53	3,5
44	Kvaliteta objekata za prehranu	3,50	2,70	2,80	3,58	3,15
45	Ponuda zdrave hrane	3,33	2,20	2,20	2,74	2,62
46	Kvaliteta kongresne ponude	3,00	1,30	1,75	3,15	2,3
47	Mogućnost izleta u okolinu	3,91	3,50	4,60	3,24	3,81
48	Odnos cijena i kvalitete	3,67	2,70	3,20	3,46	3,26
Prosječno zadovoljstvo po grupama		3,19	2,54	2,7	3,06	2,88
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	2,92	2,40	4,00	2,63	2,99
6	Organizacija i sadržaji zračne luke		1,60	1,00	2,67	1,76
7	Organizacija lokalnog prometa	2,75	2,20	2,40	2,78	2,53
8	Dostupni parkirališni prostor	1,83	4,10	2,40	2,68	2,75
15	Cistoća destinacije	3,67	2,90	3,60	3,60	3,44
16	Urbana skladnost i uređenost	3,25	2,20	2,80	3,44	2,92
17	Dostupnost i održavanje šetnica	3,42	2,70	3,40	3,48	3,25
18	Održavanje javne rasvjete	3,25	3,40	4,20	3,21	3,52
19	Uređenost parkova	3,42	4,20	3,40	3,52	3,64
20	Uređenost pročelja fasada	3,08	3,22	2,80	3,23	3,08
22	Uređenost plaža	3,42	2,10	2,00	2,44	2,49
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	3,00	1,60	2,00	2,77	2,34
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	2,67	3,50	3,40	3,54	3,28
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	4,75	4,30	3,80	3,56	4,1
Prosječno zadovoljstvo po grupama		2,96	2,89	2,94	3,11	3,01
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
9	Dostupnost turističkim informacijama	3,25	4,00	2,00	2,23	2,87
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	2,92	2,60	3,00	3,19	2,93
11	Prepoznatljivost destinacije	2,83	1,70	3,00	2,45	2,5
12	Personality destinacije	3,18	1,90	3,00	3,58	2,92
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,17	2,80	3,60	3,69	3,32
14	Prepoznatlj. smješt. objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,25	2,89	3,20	3,65	3,25
28	Osobna sigurnost i zaštita	3,11	1,70	4,80	3,84	3,36
Prosječno zadovoljstvo po grupama		3,1	2,51	3,23	3,23	3,02
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost domaćinskog stanovništva	3,75	3,20	3,80	3,86	3,65
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,50	3,00	3,40	3,33	3,31
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	3,58	2,80	2,50	3,58	3,12
Prosječno zadovoljstvo po grupama		3,61	3	3,23	3,59	3,36

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

6.8. ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA MOŠĆENIČKA DRAGA)

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

Rang prvi:	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 4,17)
Rang drugi:	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 3,65)
Rang treći:	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 3,07)
Rang četvrti:	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 3,03)
Rang peti:	SADRŽAJI (ø 2,98)

Svi ispitanici destinacije Mošćenička Draga su prirodne resurse razvrstane u skupinu «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ» locirali na prvo mjesto s veoma visokom prosječnom ocjenom 4,17. Treba naglasiti da su ocjene turista (4,49) znatno više od ocjena iznajmljivača (4,13), menadžmenta (4,08) i stanovništva (3,99). Najvišu ocjenu u ovoj skupini dao je turistički menadžment ljepoti krajolika (4,67), čime se slažu i ostali ispitanici, no sa nešto nižom ocjenom (4 - 4,52). Turisti visoko ocjenjuju sve elemente u ovoj skupini, ali naglasak stavljaju na zdravu klimu u destinaciji (4,59). Najlošiju ocjenu prirodnim elementima turističke ponude dao je turistički menadžment elementu kvalitete mora (3,44), iako se turisti ni izdaleka s time ne slažu (4,56).

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 3,65. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (4,37). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti ljubaznosti domicilnog stanovništva (4,51), dok ljubaznost zaposlenih i njihovo znanje jezika malo zaostaje (4,29 - 4,30), iako su i oni visoko rangirani. Stanovništvo, iznajmljivači i turistički menadžment su kritičniji po svim elementima, ali i dosta ujednačeni u svojim ocjenama (od 3,14 - 3,93), osim stava stanovništva da ljubaznost zaposlenih u turizmu nije na zavidnoj razini (2,86).

Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST», a prosječnom ocjenom od samo 3,07. I u ovoj su skupini ocjene turista više od prosjeka destinacije (3,66), nešto su niže ocjene turističkog menadžmenta (3,23), a iznajmljivači (2,79) i stanovništvo (2,59) su znatno kritičniji. U ovoj skupini elemenata najviša je ocjena dobivena od turista za «osobnu sigurnost i

zaštitu» (3,94), iako su i druge kategorije ispitanika dale ovom elementu relativno visoku ocjenu (3,05 - 3,84), osim iznajmljivača koji u tome odstupanju (2,8). Slijedi ocjena turista kategoriji imidža destinacije (personality - 3,91) i dostupnosti turističkih informacija (info-uredi i punktovi - 3,83). Turistički menadžment je pored sigurnosti, visoko ocijenio personality destinacije, prepoznatljivost destinacije i smještajnih kapaciteta na Internetu, kao i mogućnost rezervacija putem Interneta (3,58 - 3,69). Najlošiju ocjenu među elementima turističke ponude dali su iznajmljivači prepoznatljivosti destinacije na Internetu (2,05), s druge strane turistički menadžment je posebno kritičan prema dostupnosti turističkim informacijama - info uredi i punktovi (2,23), što svakako nameće potrebu istraživanja razloga i rješavanja ovako divergentno izraženih suprotnih stajališta, tim više što su ocjene turista visoke.

Elementi razvrstani u skupinu «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE» zauzeli su u ovoj destinaciji četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 3,03. I u ovoj su kategoriji ocjene turista znatno više (3,71) od prosjeka destinacije, slijedi turistički menadžment (3,11), zatim stanovništvo (2,74) i iznajmljivači (2,53), koji su puno kritičniji. Najvišu ocjenu turista su u ovoj skupini dobila je čistoća destinacije (4,04), slijedi uređenost plaža i te urbana skladnosti uređenost (4), a bitno ne zaostaje dostatnost i održavanje šetnica i uređenost parkova (3,94). Izrazito niske ocjene dali su iznajmljivači i stanovništvo organizaciji i sadržajima zračne luke (1,00), odnosno nedostatku kvalitetne komunikacije prema toj vrsti prijevoza, ali smeta ih i brojnost kupaca na plažama (1,95 - 2,0), kao i drugi prometni problemi.

Elementi iz skupine «SADRŽAJI», razvrstani su u petu kategoriju, s prosječnom ocjenom 2,98, čime se u izrazito turistički orijentiranoj destinaciji kao što je Mošćenička Draga ne može, niti smije biti zadovoljno. No i u ovoj su kategoriji turisti dali znatno više ocjene od prosjeka destinacije (3,67). Najkritičniji su iznajmljivači (2,55), slijedi stanovništvo (2,64) i turistički menadžment (3,06). U ovoj su skupini najvišu ocjenu dali turisti kvaliteti objekata za prehranu (4,13), mogućnosti izleta u okolinu (4,05), kvaliteti smještajnih objekata (3,94) i ponudi turističkih agencija (3,82). Turisti nisu posebno kritični ni prema jednom elementu turističke ponude (od 3,33 na više). Stanovništvo i iznajmljivači su znatno rigorozniji u ocjenjivanju, a najlošija ocjena dodijeljena je kvaliteti zabavnog sadržaja (1,86), te kvaliteti kongresne ponude (1,93). Obzirom na prirodnu resursnu osnovicu i kadrovske mogućnosti, bilo bi poželjno da se sustavno pristupi prilagođavanju sadržaja i organiziranosti destinacije zahtjevima platežno sposobne potražnje, koja gravitira na ovu destinaciju.

Temeljem navedenog može se donijeti sljedeća sumarna ocjena. Zadovoljstvo elementima turističke ponude analizirano je za Mošćeničku Dragu kroz promatranje pet grupiranih obilježja ponude i to kroz (1) resursnu osnovu, (2) turističke sadržaje destinacije, (3) organiziranost destinacije, (4)

prepoznatljivost, sigurnost, informiranost, te kroz (5) kvalitetu stanovništva i zaposlenih. U tablicama su vidljiva sva obilježja ponude usporediva međusobno po destinacijama, ali isto tako i po grupama ispitanika (turisti, stanovništvo, iznajmljivači soba i apartmana te turistički menadžment).

Na nivou destinacije Mošćenička Draga najvišom prosječnom ocjenom ocjenjena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «resursna osnova» (4,17) u koji ubrajamo zdravu klimu, ljepotu krajolika, očuvani okoliš i kvalitetu mora. Druga po visini ocjene je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «kvaliteta stanovništva i zaposlenih» u koju ubrajamo: ljubaznost domicilnog stanovništva; ljubaznost zaposlenih u turizmu i znanje jezika zaposlenih u turizmu sa relativno dobrom prosječnom ocjenom od 3,65. Na trećem mjestu po rangu zadovoljstva (3,07) dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «prepoznatljivost sigurnost, informiranost». Unutar te grupe, 50% elementa ponude dobivaju ocjene ispod tri (prepoznatljivost i Internet), pa se treba pristupiti rješavanju uočenih problema.

Na četvrtom mjestu sa prosječnom ocjenom 3,03, tj. sa nešto nižim prosjekom od Kvarnera (3,12) javlja se grupa elemenata ponude pod zajedničkim nazivom «organiziranost destinacije». Unutar ovih elemenata najlošije je ocjenjena dostupnost zračne luke, ali i gužve na plažama postaju sve veći problem za domicilno stanovništvo i iznajmljivače. Turisti uglavnom sve elemente turističke ponude ove kategorije valoriziraju s prosječnom ocjenom 3,7 i nemaju nekih posebnih zamjerki. Na zadnjem mjestu je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «turistički sadržaji destinacije», odnosno njihov asortiman i kvaliteta, s prosječnom ocjenom 2,98. Tako niska ocjena zabrinjava i zahtjeva napore na unapređenju ovog segmenta, jer je ispod ocjene 3 dobilo je 11 od 19 mogućih elemenata, a odnosi se prvenstveno na elemente selektivne turističke ponude (sportski, kulturni, zabavni, zdravstveni i slični sadržaji).

Tablica 6-8. **Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Mošćenička Draga**

R. br.	Elementi turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Zdrava klima u destinaciji	4,59	4,05	4,40	4,40	4,36
24	Ljepota krajolika	4,52	4,00	4,13	4,67	4,33
25	Očuvanost okoliša	4,30	3,76	3,93	3,82	3,95
26	Kvaliteta mora	4,56	4,14	4,07	3,44	4,05
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,49	3,99	4,13	4,08	4,17
	SADRŽAJI					
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,77	2,76	2,53	3,35	3,1
27	Sadržaji za djecu	3,64	2,43	2,33	2,95	2,84
31	Ponuda kulturnih događaja	3,75	2,62	2,20	3,35	2,98
33	Ponuda zabavnog sadržaja	3,51	2,19	2,07	3,01	2,7
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,52	1,86	1,93	2,55	2,47
35	Ponuda sportskog sadržaja	3,51	2,05	2,07	2,83	2,62
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,51	2,00	2,13	2,87	2,63
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,47	2,81	2,67	2,82	2,94
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,38	2,76	2,60	2,87	2,9
39	Ponuda za nautičare	3,55	2,35	2,40	2,56	2,72
40	Kvaliteta ponude za nautičare	3,56	2,35	2,27	2,59	2,69
41	Ponuda turist. agencija (ponuda izleta)	3,82	3,05	3,00	3,30	3,29
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifest.	3,79	2,57	2,67	3,44	3,12
43	Kvaliteta smještajnog objekta	3,94	3,38	3,33	3,53	3,55
44	Kvaliteta objekata za prehranu	4,13	3,24	3,47	3,58	3,61
45	Ponuda zdrave hrane	3,94	3,24	2,64	2,74	3,14
46	Kvaliteta kongresne ponude	3,33	2,44	1,93	3,15	2,71
47	Mogućnost izleta u okolinu	4,05	3,10	3,13	3,24	3,38
48	Odnos cijena i kvalitete	3,54	2,90	3,00	3,46	3,23
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,67	2,64	2,55	3,06	2,98
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna povezanost destinacije	3,55	2,38	2,07	2,63	2,66
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	3,05	1,00	1,00	2,67	1,93
7	Organizacija lokalnog prometa	3,23	2,67	2,27	2,78	2,74
8	Dostupni parkirališni prostor	3,16	2,57	2,80	2,68	2,8
15	Cistoća destinacije	4,04	3,67	3,33	3,60	3,66
16	Urbana skladnost i uređenost	4,00	3,52	3,00	3,44	3,49
17	Dostatnost i održavanje šetnica	3,94	3,00	2,53	3,48	3,24
18	Održavanje javne rasvjete	3,91	2,86	2,73	3,21	3,18
19	Uređenost parkova	3,94	3,05	2,67	3,52	3,3
20	Uređenost pročelja fasada	3,86	3,00	2,73	3,23	3,21
22	Uređenost plaža	4,00	2,57	2,27	2,44	2,82
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	3,43	1,95	2,00	2,77	2,54
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,91	3,14	3,13	3,54	3,43
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,92	3,00	2,93	3,56	3,35
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,71	2,74	2,53	3,11	3,03
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
9	Dostupnost turističkim informacijama	3,83	2,95	3,13	2,23	3,04
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	3,70	2,71	3,00	3,19	3,15
11	Prepoznatljivost destinacije	3,72	2,50	2,47	2,45	2,79
12	Personalitj destinacije	3,91	2,62	2,73	3,58	3,21
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,44	2,05	2,47	3,69	2,91
14	Prepoznatlj. smještaj, objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,06	2,24	2,93	3,65	2,97
28	Osobna sigurnost i zaštita	3,94	3,05	2,80	3,84	3,41
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,66	2,59	2,79	3,23	3,07
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,51	3,14	3,93	3,86	3,86
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,29	2,86	3,27	3,33	3,44
4	Znanje str. jezika zaposl. u turizmu	4,30	3,24	3,47	3,58	3,65
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,37	3,08	3,56	3,59	3,65

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

6.9. ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA BAŠKA)

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

- Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 4,44)
- Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 3,62)
- Rang treći: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 3,59)
- Rang četvrti: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 3,23)
- Rang peti: SADRŽAJI (ø 2,96)

Svi ispitanici destinacije Baška su prirodne resurse razvrstane u skupinu «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ» locirali na prvo mjesto s veoma visokom prosječnom ocjenom 4,44. Treba naglasiti da su ocjene dosta ujednačene osim što su turistički menadžment (3,60) i stanovništvo (3,83) više svjesni devastacije okoliša pa su ove elemente lošije ocijenili. Najvišu ocjenu u ovoj skupini dao je turistički menadžment ljepoti krajolika (4,90) i zdravoj klimi u destinaciji, čime se slažu i ostali ispitanici, no sa nešto nižim ocjenama (4,42 - 4,75). Turisti visoko ocjenjuju sve elemente u ovoj skupini, ali naglasak stavljaju na kvalitetu mora (4,59). Relativno najlošiju ocjenu prirodnim elementima turističke ponude turisti su dali zdravoj klimi u destinaciji (4,42), vjerojatno pod psihološkim utjecajem industrijskih postrojenja i sl..

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 3,62. Treba naglasiti da su ovdje ocjene turista nešto više od prosjeka destinacije (4,08) na način da su ljubaznost domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu jednako vrednovali (4,11), dok znanje stranih jezika po njima malo zaostaje (4,02). Stanovništvo je najkritičnije, ali prati stavove iznajmljivača i turističkog menadžmenta da su svi elementi ove ponude solidni (od 3,12 - 3,74).

Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST», a prosječnom ocjenom od samo 3,59. I u ovoj su skupini ocjene turista nešto više od prosjeka destinacije (3,76), nešto su niže ocjene turističkog menadžmenta (3,69), a iznajmljivači (3,46) i stanovništvo (3,42) su malo oprezniji u ocjenama. U ovoj skupini elemenata najviša je ocjena dobivena od turista za «osobnu sigurnost i zaštitu» (4,18), iako su i druge kategorije ispitanika dale ovom elementu relativno visoku ocjenu (3,42 - 3,61). Slijedi ocjena turista

dostupnosti turističkih informacija (info-uredi i punktovi - 3,92) i kvaliteti turističkog obilježavanja. Turistički menadžment je pored sigurnosti također visoko ocijenio dostupnost turističkim informacijama i kvalitetu turističko obilježavanja (3,95 - 4,15). Najlošiju ocjenu među elementima turističke ponude dali su iznajmljivači prepoznatljivosti destinacije na Internetu i mogućnosti rezervacija (2,87), što se može relativno jednostavno otkloniti.

Elementi razvrstani u skupinu «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE» zauzeli su u ovoj destinaciji četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 3,23. I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više (3,52) od prosjeka destinacije, a slijedi ih stanovništvo (3,17). Najvišu ocjenu turista su u ovoj skupini dobila je čistoća destinacije (4,32), slijedi uređenost plaža (4,17), te dostatnost i održavanje šetnica (4,04), a po mišljenju stanovništva su šetnice najjači adut destinacije (5). Izrazito niske ocjene dali su iznajmljivači i stanovništvo i menadžment brojnosti kupaca na plažama (1,45 - 1,92), kao i dostupnom parkirališnom prostoru (2,15 - 2,61), dok su turisti najmanje zadovoljni organizacijom lokalnog prometa (2,95).

Elementi iz skupine «SADRŽAJI», razvrstani su u petu kategoriju, s prosječnom ocjenom 2,96, čime se u izrazito turistički orijentiranoj destinaciji kao što je Baška ne može, niti smije biti zadovoljno. No i u ovoj su kategoriji turisti dali znatno više ocjene od prosjeka destinacije (3,5) iako je uočljiv spektar različitih ocjena. U ovoj su skupini najvišu ocjenu dali turisti mogućnosti izleta u okolinu (4,17), ponudi sportskih sadržaja (4,11), kvaliteti ponude turističkih agencija (4,05) i kvaliteti smještajnih objekata (4,04). Turisti su nešto kritičniji prema kvaliteti kongresne ponude (2,89), a nisu previše zadovoljni ni prema ponudi sadržaja za djecu i kvaliteti ponude zdravstvenog turizma (3,06 - 3,09). Stanovništvo, iznajmljivači i turistički menadžment su znatno rigorozniji u ocjenjivanju, a najlošija ocjena dodijeljena je kvaliteti sadržaja zdravstvenog turizma (1,40 - 1,95), te kvaliteti kongresne ponude (1,63 - 1,94). Obzirom na prirodnu resursnu osnovicu i kadrovske mogućnosti, bilo bi poželjno da se sustavno pristupi prilagođavanju sadržaja i organiziranosti destinacije zahtjevima platežno sposobne potražnje, koja gravitira na ovu destinaciju.

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

Na nivou destinacije Baška, najvišom prosječnom ocjenom ocjenjena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «resursna osnova» (4,44) u koji ubrajamo zdravu klimu, ljepotu krajolika, očuvani okoliš i kvalitetu mora. Druga po visini ocjene je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «kvaliteta stanovništva i zaposlenih» u koju ubrajamo: ljubaznost domicilnog stanovništva; ljubaznost zaposlenih u turizmu i znanje jezika zaposlenih u turizmu sa relativno dobrom prosječnom ocjenom od 3,62. Na trećem mjestu po rangi zadovoljstva (3,59) dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «prepoznatljivost sigurnost, informiranost». Unutar te grupe niti jedan od elementa ponude nije ocijenjen ocjenom manjom od tri čime možemo biti zadovoljni.

Na četvrtom mjestu sa prosječnom ocjenom 3,23, nešto višim prosjekom od Kvarnera (3,12) javlja se grupa elemenata ponude pod zajedničkim nazivom «organiziranost destinacije». Unutar ovih elemenata najlošije su ocjenjene gužve na plažama. Samo četiri elementa imaju ocjenu ispod 3, a uglavnom se odnose na prometna rješenja. Turisti uglavnom sve elemente turističke ponude ove kategorije valoriziraju s prosječnom ocjenom 3,52 i nemaju nekih posebnih zamjerki. Na zadnjem mjestu je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «turistički sadržaji destinacije», odnosno njihov asortiman i kvaliteta, s prosječnom ocjenom 2,96. Tako niska ocjena zabrinjava i zahtjeva napore na unapređenju ovog segmenta, jer je ispod ocjene 3 dobilo 9 od 19 mogućih elemenata, a odnosi se prvenstveno na elemente selektivne turističke ponude, kao što su sportski, zabavni i zdravstveni sadržaji, sadržaji za djecu i nautičare, kao i ponuda zdrave hrane.

Tablica 6-9. **Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Baška**

R. br.	Elementi turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Zdrava klima u destinaciji	4,42	4,42	4,48	4,80	4,53
24	Ljepota krajolika	4,75	4,42	4,61	4,90	4,67
25	Očuvanost okoliša	4,58	3,83	4,13	3,60	4,04
26	Kvaliteta mora	4,89	4,54	4,52	4,10	4,51
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,66	4,3	4,44	4,35	4,44
	SADRŽAJI					
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,51	3,75	3,39	3,65	3,58
27	Sadržaji za djecu	3,06	2,83	2,81	2,90	2,9
31	Ponuda kulturnih događaja	3,23	2,96	3,23	3,20	3,16
33	Ponuda zabavnog sadržaja	3,15	2,38	2,61	2,55	2,67
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,31	2,04	2,43	2,45	2,56
35	Ponuda sportskog sadržaja	4,11	2,67	2,61	2,85	3,06
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,57	2,73	2,55	2,79	2,91
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,14	2,00	1,65	2,22	2,25
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,09	1,95	1,40	1,94	2,1
39	Ponuda za nautičare	3,11	2,81	2,33	2,21	2,62
40	Kvaliteta ponude za nautičare	3,42	2,70	2,62	2,28	2,76
41	Ponuda turist. agencija (ponuda izleta)	4,05	3,39	3,43	3,40	3,57
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifest.	3,41	3,00	3,09	2,90	3,1
43	Kvaliteta smještajnog objekta	4,04	3,43	3,61	3,70	3,7
44	Kvaliteta objekata za prehranu	3,81	3,30	3,48	3,45	3,51
45	Ponuda zdrave hrane	3,67	2,62	2,86	2,45	2,9
46	Kvaliteta kongresne ponude	2,89	1,94	1,63	1,72	2,05
47	Mogućnost izleta u okolinu	4,17	3,61	3,77	3,63	3,8
48	Odnos cijena i kvalitete	3,69	2,59	2,87	3,20	3,09
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,5	2,77	2,76	2,82	2,96
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna povezanost destinacije	3,12	3,13	3,00	3,15	3,1
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	3,13	2,18	2,83	2,21	2,59
7	Organizacija lokalnog prometa	2,95	2,64	2,86	3,10	2,89
8	Dostupni parkirališni prostor	3,21	2,33	2,61	2,15	2,58
15	Cistoća destinacije	4,32	3,63	3,39	3,35	3,67
16	Urbana skladnost i uređenost	3,61	3,35	2,95	3,20	3,28
17	Dostatnost i održavanje šetnica	4,04	5,00	3,82	3,80	4,17
18	Održavanje javne rasvjete	3,83	3,17	3,26	3,42	3,42
19	Uređenost parkova	3,35	3,54	3,39	3,85	3,53
20	Uređenost pročelja fasada	3,37	2,96	2,70	3,05	3,02
22	Uređenost plaža	4,17	3,62	3,17	3,26	3,56
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	3,34	1,92	1,91	1,45	2,16
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,56	3,58	3,91	4,05	3,78
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,29	3,27	3,48	3,70	3,44
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,52	3,17	3,09	3,12	3,23
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
9	Dostupnost turističkim informacijama	3,92	3,75	4,04	4,15	3,97
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	3,84	3,58	3,78	3,95	3,79
11	Prepoznatljivost destinacije	3,65	3,17	3,22	3,25	3,32
12	Personality destinacije	3,71	3,30	3,57	3,40	3,5
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,50	3,29	3,14	3,85	3,45
14	Prepoznatlj. smješt. objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,52	3,42	2,87	3,80	3,4
28	Osobna sigurnost i zaštita	4,18	3,42	3,61	3,45	3,67
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,76	3,42	3,46	3,69	3,59
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,11	3,21	3,74	3,60	3,67
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,11	3,12	3,71	3,60	3,64
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,02	3,13	3,62	3,40	3,54
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,08	3,15	3,69	3,53	3,62

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

6.10. ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA RAB)

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

- Rang prvi: PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 4,25)
- Rang drugi: STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 3,77)
- Rang treći: PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 3,54)
- Rang četvrti: ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 3,27)
- Rang peti: SADRŽAJI (ø 2,87)

Svi ispitanici destinacije Rab su prirodne resurse razvrstane u skupinu «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ» locirali na prvo mjesto s prosječnom ocjenom 4,25. Treba naglasiti da su ocjene turističkog menadžmenta (4,35) nešto više od ocjena turista i stanovništva (4,27) odnosno iznajmljivača (4,12). Najvišu ocjenu u ovoj skupini dao je turistički menadžment ljepoti krajolika (4,90) i zdravoj klimi u destinaciji (4,80), čime se slažu i ostali ispitanici, no sa nešto nižom ocjenom (4,17 - 4,71). Turisti smatraju da okoliš nije dovoljno očuvan (3,84), s čime se slažu i ostali ispitanici (3,49 - 3,83).

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 3,77. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka ove destinacije (4,18). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti ljubaznosti domicilnog stanovništva (4,36), dok ljubaznost zaposlenih i njihovo znanje jezika malo zaostaje (3,96 - 4,21), iako su i oni visoko rangirani. Stanovništvo, iznajmljivači i turistički menadžment su kritičniji po svim elementima, ali i dosta ujednačeni u svojim ocjenama (od 3,53 - 3,81).

Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST», a prosječnom ocjenom od samo 3,54. I u ovoj su skupini ocjene turista više od prosjeka ove destinacije (3,8), nešto su niže ocjene turističkog menadžmenta (3,69), dok su iznajmljivači i stanovništvo znatno kritičniji (3,15 - 3,52). U ovoj skupini elemenata najviša je ocjena dobivena od turista za «dostupnost turističkim informacijama» (3,97), iako su i drugi elementi visoko rangirani. Druge kategorije ispitanika prate ocjene menadžmenta, osim iznajmljivača koji smatraju da destinacija nije dovoljno prepoznatljiva (2,62), odnosno da

nije dostatna prepoznatljivost smještajnih objekata na Internetu, kao i mogućnost njihove rezervacije (2,9).

Elementi razvrstani u skupinu «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE» zauzeli su u ovoj destinaciji četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 3,27. I u ovoj su kategoriji ocjene turista znatno više (3,64) od prosjeka ove destinacije, slijedi stanovništvo (3,35), dok su iznajmljivači i turistički menadžment puno kritičniji (2,95 - 3,12). Najvišu ocjenu turista su u ovoj skupini dobila je čistoća destinacije i radno vrijeme uslužnih djelatnosti (3,9), slijedi uređenost parkova i šetnica, održavanje javne rasvjete i sl. (3,83 - 3,87). Izrazito niske ocjene dao je turistički menadžment brojnosti kupaca na plažama (1,45), iako se s time ne slažu ostali ispitanici (3,22 - 3,53), a opće je nezadovoljstvo organizacijom i sadržajima zračne luke (2,59).

Elementi iz skupine «SADRŽAJI», razvrstani su u petu kategoriju, s prosječnom ocjenom 2,87, čime se u izrazito turistički orijentiranoj destinaciji kao što je Rab ne može, niti smije biti zadovoljno. No i u ovoj su kategoriji turisti dali znatno više ocjene od prosjeka destinacije (3,36). Turisti visoko ocjenjuju mogućnost izleta u okolinu (4,13) i ponudu putničkih agencija (4,07), a najkritičniji je turistički menadžment za element kvalitete kongresne ponude (1,72) i za kvalitetu sadržaja zdravstvenog turizma (1,94).

Temeljem navedenog može se donijeti sljedeća sumarna ocjena. Zadovoljstvo elementima turističke ponude analizirano je za destinaciju RAB, kroz promatranje pet grupiranih obilježja ponude i to kroz (1) resursnu osnovu, (2) turističke sadržaje destinacije, (3) organiziranost destinacije, (4) prepoznatljivost, sigurnost, informiranost, te kroz (5) kvalitetu stanovništva i zaposlenih. U tablicama su vidljiva sva obilježja ponude usporediva međusobno po destinacijama, ali isto tako i po grupama ispitanika (turisti, stanovništvo, iznajmljivači soba i apartmana te turistički menadžment).

Na nivou destinacije Rab najvišom prosječnom ocjenom ocjenjena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «resursna osnova» (4,25) u koji ubrajamo zdravu klimu, ljepotu krajolika, očuvani okoliš i kvalitetu mora. Druga po visini ocjene je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «kvaliteta stanovništva i zaposlenih» u koju ubrajamo: ljubaznost domicilnog stanovništva; ljubaznost zaposlenih u turizmu i znanje jezika zaposlenih u turizmu sa relativno dobrom prosječnom ocjenom od 3,77. Na trećem mjestu po rangi zadovoljstva (3,54) dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «prepoznatljivost sigurnost, informiranost». Unutar te grupe niti jedan element turističke ponude nije dobio ocjenu ispod tri što se ocjenjuje zadovoljavajućim.

Tablica 6-10. Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Rab

R. br.	Elementi turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Zdrava klima u destinaciji	4,71	4,52	4,17	4,80	4,55
24	Ljepota krajolika	4,27	4,63	4,50	4,90	4,58
25	Očuvanost okoliša	3,84	3,83	3,49	3,60	3,69
26	Kvaliteta mora	4,24	4,08	4,33	4,10	4,19
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,27	4,27	4,12	4,35	4,25
	SADRŽAJI					
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,83	3,73	2,84	3,65	3,51
27	Sadržaji za djecu	3,54	3,10	3,68	2,90	3,31
31	Ponuda kulturnih događaja	3,72	3,35	2,51	3,20	3,2
33	Ponuda zabavnog sadržaja	3,77	3,13	2,91	2,55	3,09
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,75	3,05	2,84	2,45	3,02
35	Ponuda sportskog sadržaja	3,55	2,95	2,93	2,85	3,07
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,51	3,07	2,89	2,79	3,07
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,38	2,12	2,42	2,22	2,54
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,41	2,29	2,39	1,94	2,51
39	Ponuda za nautičare	3,71	3,65	2,90	2,21	3,12
40	Kvaliteta ponude za nautičare	3,73	3,14	2,70	2,28	2,96
41	Ponuda turist. agencija (ponuda izleta)	4,07	3,82	3,33	3,40	3,66
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifest.	3,85	3,94	2,82	2,90	3,38
43	Kvaliteta smještajnog objekta	3,98	3,60	3,49	3,70	3,69
44	Kvaliteta objekata za prehranu	3,92	3,74	3,43	3,45	3,64
45	Ponuda zdrave hrane	3,73	3,30	2,73	2,45	3,05
46	Kvaliteta kongresne ponude	3,38	2,30	2,12	1,72	2,38
47	Mogućnost izleta u okolinu	4,13	4,00	3,47	3,63	3,81
48	Odnos cijena i kvalitete	3,56	2,95	3,21	3,20	3,23
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,36	2,92	2,65	2,55	2,87
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna povezanost destinacije	3,56	3,45	3,12	3,15	3,32
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	3,22	2,94	2,00	2,21	2,59
7	Organizacija lokalnog prometa	3,32	3,16	2,82	3,10	3,1
8	Dostupni parkirališni prostor	3,11	3,04	2,93	2,15	2,81
15	Cistoća destinacije	3,90	3,31	3,11	3,35	3,42
16	Urbana skladnost i uređenost	3,74	3,31	2,80	3,20	3,26
17	Dostupnost i održavanje šetnica	3,85	3,42	2,93	3,80	3,5
18	Održavanje javne rasvjete	3,83	3,13	3,00	3,42	3,35
19	Uređenost parkova	3,87	3,89	2,62	3,85	3,56
20	Uređenost pročelja fasada	3,68	3,54	2,81	3,05	3,27
22	Uređenost plaža	3,73	2,87	2,95	3,26	3,2
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	3,53	3,22	3,22	1,45	2,86
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,90	3,84	3,57	4,05	3,84
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,72	3,81	3,44	3,70	3,67
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,64	3,35	2,95	3,12	3,27
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
9	Dostupnost turističkim informacijama	3,97	3,91	3,64	4,15	3,92
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	3,77	3,35	3,28	3,95	3,59
11	Prepoznatljivost destinacije	3,95	3,21	2,62	3,25	3,26
12	Personality destinacije	3,65	3,56	3,00	3,40	3,4
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,66	3,47	3,16	3,85	3,54
14	Prepoznatlj. smješt. objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,68	3,56	2,90	3,80	3,49
28	Osobna sigurnost i zaštita	3,94	3,58	3,44	3,45	3,6
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,8	3,52	3,15	3,69	3,54
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,36	3,86	3,79	3,60	3,9
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,21	3,82	3,66	3,60	3,82
4	Znanje stranih jezika zaposl. u turizmu	3,96	3,74	3,30	3,40	3,6
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,18	3,81	3,58	3,53	3,77

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

Na četvrtom mjestu sa prosječnom ocjenom 3,27, javlja se grupa elemenata ponude pod zajedničkim nazivom «organiziranost destinacije». Unutar ovih elemenata najlošije je ocjenjena brojnost kupaca na plažama, koji po ocjeni turističkog menadžmenta, ali ne i drugih ispitanika postaju sve veći problem. Turisti uglavnom sve elemente turističke ponude ove kategorije valoriziraju s prosječnom ocjenom 3,64 i nemaju nekih posebnih zamjerki. Na zadnjem mjestu je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «turistički sadržaji destinacije», odnosno njihov asortiman i kvaliteta, s prosječnom ocjenom 2,87. No u prosjeku to previše ne zahtjeva jer su ocjenu manju od 3 dobila samo 4 od 19 mogućih elemenata, a to se odnosi na nedostatnost sadržaja i kvalitete zdravstvenog turizma, te na kvalitetu kongresne ponude i ponude za nautičare, za koje ova destinacija sigurno ima uvjete.

6.11. ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA LOPAR)

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

Rang prvi:	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 4,1)
Rang drugi:	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 3,69)
Rang treći:	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 3,43)
Rang četvrti:	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 3,17)
Rang peti:	SADRŽAJI (ø 3,12)

Svi ispitanici destinacije Lopar su prirodne resurse razvrstane u skupinu «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ» locirali na prvo mjesto s prosječnom ocjenom 4,1. Treba naglasiti da su ocjene menadžmenta i turista (4,3 - 4,35) nešto više od ocjena iznajmljivača i stanovništva (3,84 - 3,89). Za pretpostaviti je da su i iznajmljivači i domicilno stanovništvo svjesni «udara» na ove prirodne resurse, što dovodi do njihove drugačije percepcije u odnosu na onu koju imaju turisti, od čega odstupaju stavovi menadžmenta. Turisti su najviše ocijenili zdravu klimu u destinaciji (4,60) i ljepotu krajolika (4,44) kao i kvalitetu mora (4,34). S ovim se stavovima slaže i turistički menadžment sa nešto višim ocjenama, a različiti su stavovi stanovništva i iznajmljivača. Očuvanost okoliša je u prosjeku nešto lošije percipirana od svih sudionika

anketiranja (3,48 - 3,83), osim iznajmljivača, koji taj element ocjenjuju najvišom ocjenom u ovoj skupini (4,04), što svakako nalaže preispitivanje ovih stavova.

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, stoga su elementi razvrstani u skupinu nazvanu «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI» zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 3,69. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više (4,17) od ostalih sudionika u ispitivanju. Tako su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti ljubaznosti domicilnog stanovništva (4,22) i znanju stranih jezika (4,21), a nešto je niže ocijenjena ljubaznost zaposlenih u turizmu (4,07). Stanovništvo, iznajmljivači i turistički menadžment su kritičniji po svim elementima, ali i dosta ujednačeni u svojim ocjenama (od 3,6 - 3,71).

Treće mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST», a prosječnom ocjenom od samo 3,43. U ovoj su skupini ocjene turista i turističkog menadžmenta više od prosjeka (3,63 - 3,69), a ocjene ostalih sudionika su nešto niže. U ovoj skupini elemenata turisti su najvišu ocjenu dali prepoznatljivosti destinacije na Internetu (3,79), iako su i druge kategorije ispitanika dale ovom elementu relativno visoku ocjenu (3,19 - 3,85). Slijedi osobna sigurnost i zaštita (3,74) i dostupnost turističkim informacijama (3,64), iako ni ostale ocjene turista značajnije ne odstupaju (3,54 - 3,62). Najlošiju ocjenu među elementima turističke ponude dalo je stanovništvo, ali i iznajmljivači elementu prepoznatljivosti destinacije (2,76 - 2,87), iako to mišljenje ne dijele turisti niti turistički menadžment (3,25 - 3,55).

Elementi razvrstani u skupinu «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE» zauzeli su u ovoj destinaciji četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 3,17. I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više (3,6) od ove prosjeka destinacije, dok su stavovi turističkog menadžmenta (3,12), stanovništvo (2,99) i iznajmljivača (2,96) znatno ispod. Turisti su najbolje ocijenili radno vrijeme uslužnih djelatnosti (4,67), slijedi uređenost plaža, pročelja i fasada (3,79) i održavanje javne rasvjete (3,71). Zamjerke se stavljaju sadržajima zračne luke, parkirališnom prostoru, brojnosti kupaca na plažama, ali ne od strane turista, već samo od strane ostalih sudionika ispitivanja.

«SADRŽAJI» su razvrstani u petu kategoriju s prosječnom ocjenom 3,12. No i u ovoj su kategoriji turisti dali znatno više ocjene od prosjeka destinacije (3,53). Najkritičnije je uz turistički menadžment i stanovništvo (2,82 - 2,89) a iznajmljivači su manje kritični (3,24). U ovoj su skupini najvišu ocjenu turisti dali kvaliteti objekata za smještaj i prehranu (3,90 - 3,91) s čime se slažu i drugi sudionici, s nešto nižim ocjenama. Posebno je kritičan turistički menadžment, stanovništvo i iznajmljivači prema asortimanu i kvaliteti zdravstveno-turističke ponude (1,94 - 2,74), dok su turisti benevolentniji (3,1 - 3,19).

Temeljem navedenog može se donijeti sljedeća sumarna ocjena. Zadovoljstvo elementima turističke ponude analizirano je za Lopar kroz promatranje pet grupiranih obilježja ponude i to kroz (1) resursnu osnovu, (2) turističke sadržaje destinacije, (3) organiziranost destinacije, (4) prepoznatljivost, sigurnost, informiranost, te kroz (5) kvalitetu stanovništva i zaposlenih. U tablicama su vidljiva sva obilježja ponude usporediva međusobno po destinacijama, ali isto tako i po grupama ispitanika (turisti, stanovništvo, iznajmljivači soba i apartmana te turistički menadžment).

Na nivou destinacije Lopar najvišom prosječnom ocjenom zadovoljstva (4,1) ocjenjena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «resursna osnova» u koji ubrajamo zdravu klimu, ljepotu krajolika, očuvani okoliš i kvalitetu mora. Druga po visini ocjene je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «kvaliteta stanovništva i zaposlenih» u koju ubrajamo: ljubaznost domicilnog stanovništva; ljubaznost zaposlenih u turizmu i znanje jezika zaposlenih u turizmu sa relativno dobrom prosječnom ocjenom od 3,69. Na treće mjesto po rangi zadovoljstva (3,43) smještena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «prepoznatljivost sigurnost, informiranost», s prosječnom ocjenom 3,5.

Na četvrtom mjestu sa prosječnom ocjenom 3,17 javlja se grupa elemenata ponude pod zajedničkim nazivom «organiziranost destinacije». Unutar ovih elemenata najlošije je ocjenjena dostupnost sadržaja zračne luke i brojnost kupaca na plažama. Turisti uglavnom sve elemente turističke ponude ove kategorije valoriziraju s prosječnom ocjenom 3,5. Na zadnjem mjestu je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «turistički sadržaji destinacije», odnosno njihov asortiman i kvaliteta, s prosječnom ocjenom 3,12. Ispod ocjene 3 dobilo je 6 od 19 elemenata ali se radi o sadržajima koje suvremeni gosti traže, pa bi asortiman ponude i njihovu kvalitetu trebalo unaprijediti.

Tablica 6-11. **Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Lopar**

R. br.	Elementi turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
PROSTOR, RESURSI, OKOLIS						
1	Zdrava klima u destinaciji	4,60	4,29	3,87	4,80	4,39
24	Ljepota krajolika	4,44	3,90	4,00	4,90	4,31
25	Očuvanost okoliša	3,83	3,48	4,04	3,60	3,74
26	Kvaliteta mora	4,34	3,70	3,64	4,10	3,95
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,3	3,84	3,89	4,35	4,1
SADRŽAJI						
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,42	3,05	3,39	3,65	3,38
27	Sadržaji za djecu	3,76	2,95	2,77	2,90	3,1
31	Ponuda kulturnih događaja	3,20	2,81	3,14	3,20	3,09
33	Ponuda zabavnog sadržaja	3,65	2,75	3,13	2,55	3,02
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	3,46	2,76	3,05	2,45	2,93
35	Ponuda sportskog sadržaja	3,58	2,90	3,09	2,85	3,11
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	3,68	2,85	3,10	2,79	3,11
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	3,10	2,11	2,74	2,22	2,54
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	3,19	2,11	2,56	1,94	2,45
39	Ponuda za nautičare	3,53	2,63	3,17	2,21	2,89
40	Kvaliteta ponude za nautičare	3,62	2,63	3,28	2,28	2,95
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	3,61	3,14	3,53	3,40	3,42
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	3,57	3,19	3,39	2,90	3,26
43	Kvaliteta smještajnog objekta	3,90	3,43	3,86	3,70	3,72
44	Kvaliteta objekata za prehranu	3,91	3,43	3,64	3,45	3,61
45	Ponuda zdrave hrane	3,66	3,00	3,78	2,45	3,22
46	Kvaliteta kongresne ponude	3,26	2,65	2,50	1,72	2,53
47	Mogućnost izleta u okolinu	3,55	3,48	3,77	3,63	3,61
48	Odnos cijena i kvalitete	3,48	3,10	3,70	3,20	3,37
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,53	2,89	3,24	2,82	3,12
ORGANIZIRANOST DESTINACIJE						
5	Prometna povezanost destinacije	3,34	2,81	2,57	3,15	2,97
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	3,22	3,20	2,00	2,21	2,66
7	Organizacija lokalnog prometa	3,16	2,65	2,57	3,10	2,87
8	Dostupni parkirališni prostor	3,27	2,62	2,70	2,15	2,69
15	Čistoća destinacije	3,60	2,95	2,74	3,35	3,16
16	Urbana skladnost i uredenost	3,58	2,67	2,91	3,20	3,09
17	Dostupnost i održavanje setnica	3,50	3,00	2,91	3,80	3,3
18	Održavanje javne rasvjete	3,71	2,95	3,52	3,42	3,4
19	Uredenost parkova	3,59	3,14	2,82	3,85	3,35
20	Uredenost pročelja fasada	3,79	2,85	2,95	3,05	3,16
22	Uredenost plaža	3,79	3,19	3,36	3,26	3,4
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)	3,50	3,10	3,77	1,45	2,96
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	4,67	3,33	3,59	4,05	3,91
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	3,67	3,40	3,04	3,70	3,45
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,6	2,99	2,96	3,12	3,17
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
9	Dostupnost turističkim informacijama (info-uređi, punktovi itd.)	3,64	3,14	3,04	4,15	3,49
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	3,54	3,05	3,30	3,95	3,46
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	3,55	2,76	2,87	3,25	3,11
12	Personality destinacije	3,62	2,86	3,63	3,40	3,38
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	3,79	3,19	3,63	3,85	3,62
14	Prepoznatljivost smještajnih objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	3,54	3,00	3,52	3,80	3,47
28	Osobna sigurnost i zaštita	3,74	3,29	3,50	3,45	3,5
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,63	3,04	3,36	3,69	3,43
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubavnost domicilnog stanovništva	4,22	3,48	3,65	3,60	3,74
3	Ljubavnost zaposlenih u turizmu	4,07	3,57	3,43	3,60	3,67
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,21	3,71	3,36	3,40	3,67
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,17	3,59	3,48	3,53	3,69

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

6.12. ZADOVOLJSTVO ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE (DESTINACIJA GORSKI KOTAR)

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

Rang prvi:	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ (ø 4,83)
Rang drugi:	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST (ø 3,71)
Rang treći:	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI (ø 3,32)
Rang četvrti:	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE (ø 3,19)
Rang peti:	SADRŽAJI (ø 2,7)

Svi ispitanici destinacije Gorski Kotar su jedinstveni u ocjeni da su prirodni resursi najjači adut ove destinacije, što je opći trend cijele destinacije Kvarner. Naime, elementi razvrstani u skupinu «PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ» zauzeli visoko prvo mjesto s prosječnom ocjenom 4,83, što je najviša ocjena na razini destinacije Kvarner. Treba naglasiti da su ocjene iznajmljivača maksimalne (5) a slijede turisti (4,95) i stanovništvo (4,53). Nameće se zaključak da se komparativne prednosti koje proizlaze iz prirodnih resursa ne valoriziraju dovoljno, te da treba uložiti napore kako one postale i konkurentske prednosti ove destinacije. Najvišu ocjenu dali turisti zdravoj klimi u destinaciji (5) što nije zanemarivo i trebalo bi to bolje valorizirati kroz zdravstveni turizam, a odmah slijedi ocjena turista o ljepoti krajolika i očuvanosti okoliša (4,93), a pošto mora nema, nije moglo biti niti ocjenjivano.

Drugo mjesto na rang listi ispitanika pripalo je skupini elemenata «PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST», s prosječnom ocjenom od 3,71. I u ovoj su skupini ocjene turista više od prosjeka (4,52), slijede iznajmljivači (3,75), a posebno je kritično stanovništvo (2,84). Daleko najvišu ocjenu je dobila kategorija «osobna sigurnost i zaštita» (turisti 5; iznajmljivači 4,9; stanovništvo 4,07), no turisti visoko ocjenjuju (5) i prepoznatljivost destinacije i objekata na Internetu, kao i mogućnost rezervacija, u čemu se slažu i iznajmljivači (4,11 - 4,56). Stanovništvo općenito loše ocjenjuje sve zahtjeve, što je više negativan stav prema turizmu, no što je odraz dobrog poznavanja problema.

Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije je domicilno stanovništvo i zaposleni, ali se skupina «STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI» u Gorskom Kotaru našla tek na trećem mjestu s prosječnom ocjenom 3,48. Treba naglasiti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (3,86), a

sljedeće iznajmljivači (3,63), dok je najkritičnije lokalno stanovništvo (2,46). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti ljubaznosti domicilnog stanovništva (4,64), odnosno zaposlenih u turizmu (4,38), no ne i znanju stranih jezika (2,57), što je više nego zabrinjavajuće i treba motivirati na akciju uvođenja permanentne naobrazbe za one strukture zaposlenih, koje imaju neposredan kontakt s gostima. Takav stav podržavaju i ocjene ostalih ispitanika.

Elementi razvrstani u skupinu «ORGANIZIRANOST DESTINACIJE» zauzeli četvrto mjesto s prosječnom ocjenom 3,19. I u ovoj su kategoriji ocjene turista nešto više od prosjeka (3,55), slijede iznajmljivači (3,42), dok je domicilno stanovništvo najkritičnije (2,75). Može se primijetiti da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti prometnoj povezanosti destinacije (4,93) i održavanju javne rasvjete (4,43), a najlošiju ocjenu kvaliteti i opskrbljenosti trgovačke mreže (2). Neki elementi nisu ocjenjivani, jer ih ova destinacija ne nudi (plaže, gužve i sl.)

Najslabiju kariku u lancu i u ovoj destinaciji su elementi turističke ponude predstavljeni skupinom «SADRŽAJI», ali i činjenica da mnogi od ponuđenih sadržaja nisu primjereni ovoj destinaciji, pa nisu mogli biti ni ocjenjivani (npr. ponuda za nautičare). U ovoj su skupini najvišu ocjenu dali turisti mogućnosti izleta u okolinu (5), kvaliteti objekata za smještaj (4,27) a kao dijelu tradicionalne ponude. Veseli visoka ocjena za sadržaje za djecu (4,2), te za asortiman i kvalitetu sportskih sadržaja (4,8 - 4,9), no istovremeno su kritični prema ponudi turističkih agencija (1,61) i nedostatku ponude kongresnih usluga i usluga zdravstvenog turizma (0,00) sadržaja, iako smatraju da je odnos cijene i kvalitete više nego zadovoljavajući (4).

Temeljem navedenog može se donijeti sljedeća sumarna ocjena. Zadovoljstvo elementima turističke ponude destinacije Gorski Kotar analizirano je promatranjem pet grupiranih obilježja ponude i to kroz (1) resursnu osnovu, (2) turističke sadržaje destinacije, (3) organiziranost destinacije, (4) prepoznatljivost, sigurnost, informiranost, te kroz (5) kvalitetu stanovništva i zaposlenih. U tablicama su vidljiva sva obilježja ponude razvrstano po grupama ispitanika (turisti, stanovništvo, te iznajmljivači soba i apartmana), dok se turistički menadžment nije uključio u onoj mjeri, koja bi bila dostatna za optimalnog uzorka. Naprijed je prezentirana konačna prosječna ocjena zadovoljstva svih grupa ispitanika po pojedinim elementima ponude, kao i rang odnosno ocjena ponude svakog elementa u okviru ove destinacije.

Na nivou destinacije Gorski najvišom prosječnom ocjenom zadovoljstva (4,83) ocjenjena je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «resursna osnova» u koji ubrajamo ljepotu krajolika, zdravu klimu, kvalitetu mora i očuvani okoliš. Po ovom elementu Gorski Kotar je ocijenjen više od prosječne ocjene destinacije Kvarner, ali i svih ostalih destinacija. To samo nameće potrebu hitne akcije, da se ove visoko valorizirane prirodne ljepote bolje turistički

valoriziraju. Drugu po rangu ocjenu zadovoljstva (3,71) dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «prepoznatljivost sigurnost, informiranost». Ova grupa je u prosjeku znatno iznad nivoa ocjene date na nivou Kvarnera, ali i svih ostalih destinacija. Unutar te grupe, elementi ponude kao što su prepoznatljivost destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije preko Interneta su izrazito visoko valorizirani.

Treća po visini ocjene je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «kvaliteta stanovništva i zaposlenih» u koju ubrajamo: ljubaznost domicilnog stanovništva; ljubaznost zaposlenih u turizmu i znanje jezika zaposlenih u turizmu, koji su ocijenjeni s prosječnom ocjenom od 3,32, a to je najniža ocjena dobivena po ovom, te se Gorski kotar u toj skupini nalazi na zadnjem mjestu unutar destinacije Kvarner (3,59). Na četvrtom mjestu s prosječnom ocjenom 3,19 je skupina elemenata pod nazivom «organiziranost destinacije». Unutar ovih elemenata najlošije su ocijenjena od strane turista kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže. I konačno najnižu ocjenu zadovoljstva svih ispitanika dobila je grupa elemenata pod zajedničkim nazivom «turistički sadržaji destinacije» (2,7). Ocjenom iznad 3 ocijenjeno je 9 od 19 elemenata, a ocjene ostalih su vrlo niske ili nisu uopće ocijenjeni. Ukupna ocjena turističke ponude Gorskog kotara svodi se na visoko zadovoljstvo s resursnom osnovom tj. prirodnim atrakcijama, dok su najlošije ocjeni elementi ponude koji čine sadržaje turističke destinacije.

Tablica 6-12. Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Gorski kotar

R. br.	Elementi turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIS					
1	Zdrava klima u destinaciji	5,00	4,44	5,00		4,81
24	Ljepota krajolika	4,93	4,82	5,00		4,92
25	Očuvanost okoliša	4,93	4,32	5,00		4,75
26	Kvaliteta mora					
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,95	4,53	5		4,83
	SADRŽAJI					
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	3,29	2,66	3,30		3,08
27	Sadržaji za djecu	4,20	2,64	3,70		3,51
31	Ponuda kulturnih događaja	2,92	2,11	3,10		2,71
33	Ponuda zabavnog sadržaja	2,82	1,91	3,00		2,58
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	2,70	2,00	3,00		2,57
35	Ponuda sportskog sadržaja	4,08	2,52	3,60		3,4
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	4,09	2,52	3,60		3,4
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma		1,34	1,10		1,22
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma		1,33	1,00		1,17
39	Ponuda za nautičare					
40	Kvaliteta ponude za nautičare					
41	Ponuda turist. agencija (ponuda izleta)	1,67	1,55	1,80		1,67
42	Prepoznatlj. i atraktivnost manifestacija	3,40	2,57	3,40		3,12
43	Kvaliteta smještajnog objekta	4,27	2,51	3,40		3,39
44	Kvaliteta objekata za prehranu	3,21	2,58	3,30		3,03
45	Ponuda zdrave hrane	2,64	1,92	2,00		2,19
46	Kvaliteta kongresne ponude	0	1,28	1,00		1,14
47	Mogućnost izleta u okolinu	5,00	3,65	4,70		4,45
48	Odnos cijena i kvalitete	4,00	2,37	3,50		3,29
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,45	2,2	2,85		2,7
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna povezanost destinacije	4,93	3,38	4,40		4,24
6	Organizacija i sadržaji zračne luke		2,57			2,57
7	Organizacija lokalnog prometa	3,67	2,59	3,10		3,12
8	Dostupni parkirališni prostor	3,17	2,80	3,10		3,02
15	Cistoća destinacije	3,79	3,28	3,90		3,66
16	Urbana skladnost i uređenost	3,71	2,63	3,20		3,18
17	Dostatnost i održavanje šetnica	3,43	2,49	3,10		3,01
18	Održavanje javne rasvjete	4,43	3,21	3,80		3,81
19	Uređenost parkova	3,43	2,42	3,40		3,08
20	Uređenost pročelja fasada	3,64	2,46	3,00		3,03
22	Uređenost plaža					
23	Brojnost kupaca na plažama (gužve)					
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	2,86	2,51	3,60		2,99
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	2,00	2,61	3,00		2,54
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,55	2,75	3,42		3,19
	PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST					
9	Dostupnost turističkim informacijama	4,07	2,68	2,90		3,22
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	4,07	2,58	3,40		3,35
11	Prepoznatljivost destinacije	4,31	2,69	3,10		3,37
12	Personality destinacije	4,21	2,50	3,30		3,34
13	Prepoznatljivost destinacije na Internetu	5,00	2,88	4,56		4,15
14	Prepoznatlj. smješt. objekata destinacije na Internetu i mogućnost rezervacije	5,00	2,50	4,11		3,87
28	Osobna sigurnost i zaštita	5,00	4,07	4,90		4,66
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	4,52	2,84	3,75		3,71
	STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI					
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	4,64	2,70	4,30		3,88
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,38	2,66	3,70		3,58
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	2,57	2,03	2,89		2,5
	Prosječno zadovoljstvo po grupama	3,86	2,46	3,63		3,32

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

6.13. SUMARNA OCJENA

Sumirajući rezultate svih odgovora dobivenih po posebnim pitanjima, postavljenim stanovništvu, iznajmljivačima i turističkom menadžmentu, a potkrijepljeni i općim stavovima turista o nekim općim pitanjima, nameću se sljedeći globalni zaključci:

- Općeniti stav ispitanika prema razvoju turizma na Kvarneru i njegovim destinacijama je pozitivan (53,7%), pri čemu iznajmljivači imaju afirmativniji stav u odnosu na stanovništvo. Takav je stav prisutan i u svim promatranim destinacijama, osim destinacije Baška, ali su zapažena manja odstupanja u odnosu na prosjek Kvarnera;
- Na pitanje o odgovornosti turističkog menadžmenta za destinaciju, iznajmljivači i stanovništvo doživljavaju turističku zajednicu liderom, a njezin menadžment najodgovornijim za turistički razvoj destinacije. Slijede tijela državne uprave ili javni menadžment, dok se menadžment u hotelijersko-turističkom gospodarstvu ne daje takvo značenje;
- S druge strane se po pitanju ocjene rada turističke zajednice u destinaciji bilježi ukupno negativna ocjena (66,7%), za razliku od ocjene turističkog menadžmenta koji se ocjenjuje pozitivno (69,4%). Ove dvije krajnosti ukazuju na potrebu daljnjih istraživanja, kako bi se mogao donijeti realan sud ovako izraženog fenomena;
- Većina stanovništva i iznajmljivača smatra da turizam ne multiplicira negativne pojave poput droge i kriminala u destinacijama, iako se ne smije zanemariti ni onaj dio ispitanika, koji o ovom problemu ima neutralan stav;
- Nedostatak parkirališnog prostora je jedan od najvećih i temeljnih problema u destinacijama Kvarnera. Čak 87% ispitanika locira nedostatak parkirališnog prostora u rasponu od glavni problem do manji problem. Iznajmljivači i stanovništvo ističu ovaj problem kao «gorući» u svim destinacijama, osim u destinaciji Gorski Kotar;
- Na to se nadovezuje i problem prometne gužve sa istim ocjenama, jer samo 13% ispitanika smatra da prometne gužve uopće nisu problem, dok čak njih 87% vidi to kao problem, iako različitog intenziteta unutar pojedinih destinacija Kvarnera, osim destinacije Gorski Kotar;
- Gužva na šetnicama za većinu /51,7%/ uopće nije problem izuzev u destinacijama Rab i Lopar. Iznajmljivači su prema ovim problemima manje kritični od domicilnog stanovništva;

- Ugroženost Kvarnera industrijskim razvojem postaje sve više zabrinjavajuća, što se odražava u svim odgovorima ispitanika. Naime, daju se naslutiti temeljna razvojna ograničenja, koja mogu lako tendencije održivog, pretvoriti u tendencije neodrživog razvoja. Čak 70,4% svih ispitanika naglašava da je turizam Kvarnera ugrožen industrijskim razvojem. Najveću bojazan i opasnost iskazuje turistički menadžment kod kojih je ta bojazan prisutna sa visokih 83,1%. Ovo je dovoljan indikator javnom menadžmentu da ozbiljno preispita razvojne planove i programe, te da iste podvrgne temeljitoj kritičkoj analizi. Turisti nisu sudjelovali u ocjenjivanju eksplicite, no moguće je uočiti njihove stavove u okvirima «očuvanosti okoliša», koji se uvijek niže valorizira od ostalih prirodnih resursa.
- Opasnost za turistički razvoj predstavlja i nekontrolirana izgradnja apartmana i stanova, koji previše okupiraju vrijedan prostor i time najdirektnije utječu na stvaranje razvojnog scenarija tzv. ekspanzivnog turizma. Dugoročni promatrano ovakav pristup uništava prirodnu resursnu osnovu, na kojoj jedino može opstati. Na ovaj problem eksplicite ukazuju sve grupe ispitanika a posebno turistički menadžment (sa čak 72,1%), zatim slijede iznajmljivači (69,4%) i stanovništvo, no i turisti, koji su prirodnu resursnu osnovicu u svim destinacijama pozicionirali na visoko prvo mjesto sa prosječnom ocjenom 4,3 (od 4,83 u Gorskom Kotaru do 3,78 u Rijeci).