

### **3. OBILJEŽJA VRIJEDNOSTI TURISTIČKOG SUSTAVA KVARNER**

Kao polazna osnova za kreiranje modela razvoja, u ovom se poglavlju analiziraju bitna obilježja turističkog sustava Kvarner: kapaciteti smještaja, promet i struktura potražnje, ocjena turističkih ponuda te se izlažu SWOT-matrica i matrica proizvoda.

#### **3.1. TURISTIČKI KAPACITETI SMJEŠTAJA**

Bitan čimbenik turističke ponude Kvarnera jesu turistički kapaciteti smještaja sagledani kroz stanje ugostiteljskih kapaciteta i kapaciteta nautičkog turizma. Upravo zbog značenja koje imaju za vrijednost sustava i njegovu ocjenu, kapaciteti smještaja svrstani su u ovo poglavlje Glavnog plana, a ne, kao što je uobičajeno (WTO), u poglavlje 2. koje istražuje činitelje (resurse) razvoja.

##### **3.1.1. Ugostiteljski kapaciteti**

Ugostiteljski se objekti razvrstavaju temeljem odredaba Pravilnika o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata (NN br. 57/95), a povezano s odredbama Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti (NN br. 20/97, 46/97, 68/98, 45/99, 76/99, 92/01, 117/01 i 4/02), u sljedeće kategorije: hotel, hotelsko naselje, hotelsko-apartmansko naselje, aparthotel, apartmansko naselje, kamp, apartman, kuća za odmor, soba za iznajmljivanje, prenoćište, odmaralište, omladinski hotel, omladinski hostel, planinarski dom, lovački dom i gostionica. Službena statistika prati i kupališna i klimatska lječilišta, nekategorizirane objekte, kućanstva, privremene smještajne kapacitete, brodske kabine i kola za spavanje. Budući da je 2000. godine došlo do izmjena u razvrstavanju ugostiteljskih objekata po vrstama i kategorijama, otežana je usporedba i utvrđivanje tendencija u odnosu prema prethodnim standardima.

Tablica 3.1. Poslovne jedinice, zaposleni i sjedala u ugostiteljstvu Kvarnera

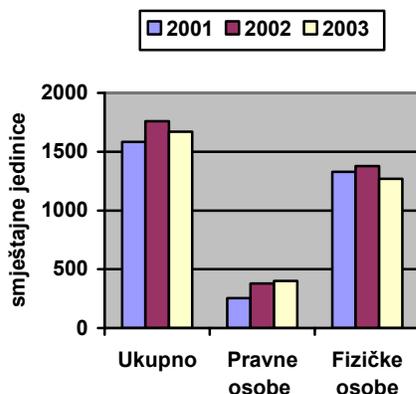
Pokazatelj	Godina	Poslovni subjekti	Poslovne jedinice	Sjedala	Zaposleni
UKUPNO	2001.	1 583	1 847	145 049	12 498
	2002.	1 758	2 055	147 659	13 472
	2003.	1 669	1 936	144 809	13 313
Pravne osobe	2001.	255	455	84 787	8 075
	2002.	380	598	86 195	8 505
	2003.	400	601	86 412	8 553
Fizičke osobe	2001.	1 328	1 392	60 262	4 423
	2002.	1 378	1 457	61 464	4 967
	2003.	1 269	1 335	58 397	4 760

Izvor: Statistički ljetopis Primorsko-goranske županije, različiti brojevi

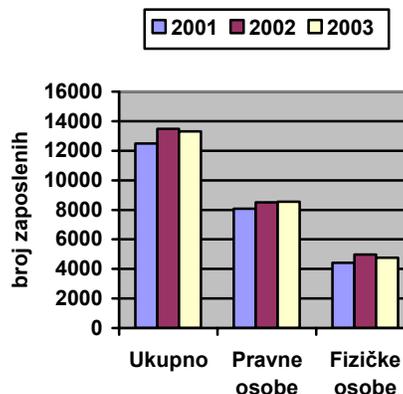
Ugostiteljski kapaciteti osnovni su receptivni turistički resurs koji se može izmjeriti brojem poslovnih subjekata i poslovnih jedinica u njihovu sastavu, koje predstavljaju organizacijske cjeline. Ugostiteljsku ponudu određuje i raspoloživ broj sjedala te stvarni broj zaposlenih. Promjene prisutne zadnjih godina u gospodarstvu Hrvatske, nalažu da se ti podaci sagledavaju ovisno o tome pripadaju li poslovni subjekti kategoriji pravnih ili kategoriji fizičkih osoba. Drugi je značajan indikator broj zaposlenih, čije tendencije treba promatrati u odnosu na broj poslovnih subjekata, a korisne su i detaljnije analize.

Slijedom navedenog, vidljivo je da u strukturi receptivnih kapaciteta na Kvarneru prevladavaju fizičke osobe, jer je broj poslovnih jedinica u vlasništvu fizičkih osoba čak tri puta veći od onih u vlasništvu pravnih osoba. No, s druge strane, odnos broja poslovnih subjekata kod pravnih i fizičkih osoba obrnuto je proporcionalan broju zaposlenih, što je posebno izdvojeno na slikama koje slijede.

Slika 3.1. : Broj poslovnih subjekata



Slika 3.2. : Zaposleni po godinama



Izvor: Podaci u tablici 3.1.

## GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

### 3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner

Iz tablica je vidljivo da 24% poslovnih subjekata sa statusom pravne osobe angažira čak 60% ukupnog broja zaposlenika u ugostiteljstvu, što znači prosječno 21 zaposlenik po poslovnom subjektu, nasuprot ugostiteljskim objektima kod fizičkih osoba kod kojih se po poslovnom subjektu prosječno angažiraju manje od 4 zaposlenika. Stoga se u sljedećoj tablici prikazuje struktura poslovnih jedinica, broj zaposlenih i ostali kapaciteti upravo za pravne osobe

**Tablica 3.2. Poslovne jedinice, zaposleni i sjedala u ugostiteljstvu pravnih osoba**

Nacionalna klasifikacija djelatnosti	POSLOVNE JEDINICE			ZAPOSLENI			SJEDALA		
	2002.	2003.		2002.	2003.		2002.	2003.	
<b>UKUPNO</b>	<b>598</b>	<b>601</b>		<b>8505</b>	<b>8553</b>		<b>86195</b>	<b>86412</b>	
Hoteli i restorani – svega	593	596		8355	8403		85388	85605	
55.1 Hoteli	103	103		4947	4883		50219	49042	
55.11 Hoteli i moteli, s restoranom	103	103		4947	4883		50219	49042	
55.12 Hoteli i moteli, bez restorana	-	-		-	-		-	-	
55.2 Kampovi i druge vrste smještaja	165	159		1452	1546		12133	13797	
55.21 Omlad. hoteli i planinar. domovi	8	9		57	78		980	962	
55.22 Kampovi	37	37		518	477		1267	1317	
55.23 Ostali oblici smještaja	120	113		877	991		9886	11518	
55.3 Restorani	102	114		912	960		10004	10170	
55.4 Barovi	205	195		905	856		9859	9297	
55.5 Kantine i catering	18	25		138	158		3173	3299	
85.11 Kupališna i klimatska lječilišta	5	5		150	150		807	807	

Izvor: Statistički ljetopis Primorsko-goranske županije, različiti brojevi

Za sagledavanje vrijednosti turističkog sustava Kvarner od posebnog je značenja uvid u strukturu kapaciteta za smještaj turista.

**GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE**

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

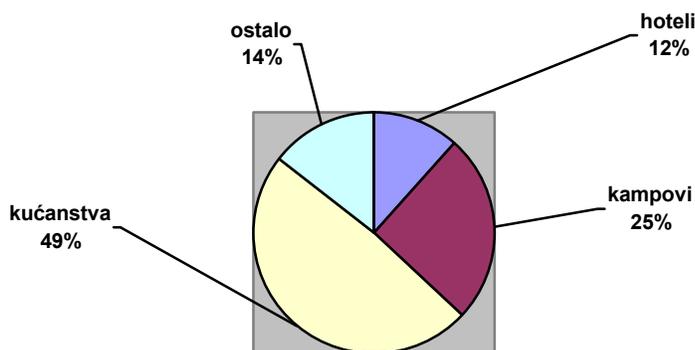
**Tablica 3.3. Kapaciteti za smještaj na području Kvarnera prema vrstama objekata**

Godina	Broj objekata	Smještajne jedinice		Stalne postelje		Pomoćne postelje
1997.	259	58 328		133 307		13 353
1998.	285	64 429		145 385		14 717
1999.	289	60 300		139 367		13 904
2000.	301	62 290		145 965		15 731
2001.	291	63 173		151 681		17 864
2002.	304	53 936		144 497		15 676
<b>Struktura za 2003.</b>						
<b>Ukupno</b>	<b>311</b>	<b>55 718</b>	<b>%</b>	<b>149 399</b>	<b>%</b>	<b>18 645*</b>
Hoteli	79	9 213	16,54	17 459	11,68	
Vile	1	10	0,02	18	0,02	
Hotelska naselja	9	2 204	4,00	4 281	2,86	
Hotelsko-apartmanska naselja	2	627	1,13	1 368	0,92	
Aparthoteli	-	-	-	-	-	
Apartmanska naselja	1	414	0,75	1 231	0,85	
Turistička naselja	-	-	-	-	-	
Apartmani	6	300	0,55	745	0,50	
Turistički apartmani	-	-	-	-	-	
Moteli	4	31	0,06	69	0,05	
Pansioni	9	107	0,19	262	0,17	
Kampovi	42	11 946	21,44	37 936	25,39	
Apartman	5	16	0,03	47	0,03	
Apartman tipa studio	1	125	0,23	510	0,34	
Kuće za odmor	-	-	-	-	-	
Sobe za iznajmljivanje	27	573	1,03	1 214	0,81	
Prenočišta	4	306	0,55	638	0,42	
Odmarališta	81	1 578	2,83	5 208	3,48	
Omladinski hotel i hosteli	6	190	0,35	1 261	0,84	
Gostionice	3	81	0,15	162	0,11	
Klimatska lječilišta	5	375	0,67	902	0,61	
Planinarski domovi	7	56	0,11	262	0,17	
Lovački domovi	4	38	0,07	87	0,06	
Privremeni smještajni objekti	2	44	0,08	111	0,08	
Nekategorizirani objekti	13	280	0,51	740	0,49	
Brodске kabine	5	496	0,89	1 736	1,18	
Kućanstva – sobe, apartman i kuće za odmor	11 908	26 512	47,58	72 476	48,52	
Kućanstva – kamp jedinice u kampovima	16	196	0,35	586	0,40	
Seljačka kućanstva	-	-	-	-	-	

Izvor: Statistički ljetopis Primorsko-goranske županije 2003./2004.

U tablici 3.3. prikazano je kretanje broja objekata, smještajnih jedinica, broja stalnih i pomoćnih postelja na Kvarneru za razdoblje 1997. – 2003. te struktura smještajne ponude za 2003. godinu. Kao što je iz podatka vidljivo, na Kvarneru se bilježi samo 5 klimatskih lječilišta, a nema mnogo značajnih oblika osnovnih turističkih kapaciteta. Najveći je broj osnovnih postelja u objektima tzv. kućanosti, koja se ovdje javlja pod stavkom "kućanstva – sobe, apartmani i kuće za odmor", a čini čak 49% kapaciteta. Hoteli sudjeluju sa samo 12%, a pribrojimo li tome i kapacitete u vilama, hotelskim naseljima i hotelsko-apartmanskim naseljima, udio dostiže skromnih 16%, što znatno zaostaje i za ponudom u kampovima u koju se uključuje i dio kapaciteta u turističkim naseljima (koji se posebno ne iskazuju), a zastupljeni su s oko 25%.

**Slika 3.3. Struktura stalnih smještajnih kapaciteta na Kvarneru 2004.**



Izvor: Podaci u tablici 3.3.

To nameće potrebu za restrukturiranjem temeljne smještajne ponude koja više pogoduje sezonskom nego cjelogodišnjem poslovanju. Ulaganjem u čvrste smještajne kapacitete, doći će do izmijenjene struktura smještajne ponudu Kvarnera tako da se poveća udio hotelskih smještajnih kapaciteta, ali ne prvenstveno klasične ponude, već ponude koja će slijediti suvremene turističke trendove i potrebe ciljnoga turističkog tržišta, a to bi multiplikativno dovelo do povećanja turističkih i ukupnih gospodarskih rezultata Kvarnera i čitave Hrvatske.

Radi ostvarenja glavnih ciljeva Glavnog plana, do 2015. godine očekuje se izmjena strukture smještajne ponude, s naglaskom na specijalizirane hotele i vile, etnokuće, visoku kvalitetu apartmanske ponude te druge oblike koji su usklađeni sa zahtjevima ciljne potražnje. S ciljem poboljšanja ukupne turističke ponude i povećanja turističkih prihoda Kvarnera, potrebno je uvesti poticajne mjere za povećanje kvalitete smještajnih objekata te sustavno uvoditi poticajne mjere za produljenje sezone i povećanje iskorištenosti kapaciteta u svim turističkim destinacijama Kvarnera. U tu svrhu potrebno je sagledati strukturu kapaciteta po destinacijama, kako bi se upozorilo na mogućnosti njihove bolje valorizacije (tablica 3.4.).



**GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE**

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

**Tablica 3.4. Kapaciteti za smještaj turista u gradovima i općinama Kvarnera u 2003. godini (stanje na dan 31. 8. 2003) – broj objekata**

Objekti	Bakar	Baska	Cres	Crikvenica	Čabar	Čvite	Delnice	Dobrinj	Fuzine	Kostrena	Kraljevica	Krk	Lokve	Lovran	Mali Lošinj	Malska	Matulji	M. Draga	Mikopaj	Novi Vrh	Omišalj	Opatija	Punat	Rab	Ravna Gora	Rijeka	Skrad	Vrhdika	Vrhnik	Vrbovsko
Hoteli i vile	1	1	2	13						1	1	4		5	7	4		2	1	4	3	19	2	5		4			1	
Hotelska i hotelsko-apartmanska naselja				5							1				2					2				2						
Moteli							3				1																			
Pansioni				2							1			1	2				1	1		1								
Kampovi		2	4	1				2		1	2	4		1	8	1		1		4	2	1	4	3		1				
Apartmenti		1	2									1		1		2				1	1		3							
Sobe za iznajmljivanje		1	3		1				2					6	5	1		3				1	2	1		1				
Odmarališta		4		29				1	2						2											1				1
Omladinski hoteli i hosteli				38															2			1					1			
Planinarski domovi						2	1							1	13				1	9	9	1	1	8	1					
Lovački domovi					2				2						1	1				1			2							
Gostionice																							2					1		
Klimatska lječilišta				2							1											1								
Privremeni smještajni objekti				1															1											
Brodске kabine																										5				
Nekategorizirani objekti			1	5					1						1	3								1		1				
Kućanstva-sobe, apartmani i kuće za odmor		19	773	30	4	1	1	10	1	2	4	15	1	5	18	38	2	6	5	16	12	14	9	28	6	1	3	3	2	
<b>Ukupno</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>62</b>	<b>89</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>20</b>	<b>60</b>	<b>50</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>38</b>	<b>27</b>	<b>39</b>	<b>25</b>	<b>48</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

Izvor: Podaci dobiveni iz Ureda državne uprave u Primorsko-goranskoj županiji, Odsjek za statistiku

**GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE**

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

**Tablica 3.5. Kapaciteti za smještaj turista u gradovima i općinama Kvarnera u 2003. (stanje na dan 31. 8. 2003) – broj postelja**

Objekti	Bakar	Baska	Cres	Crikvenica	Čabar	Čavle	Delnice	Dobrinj	Fužine	Kostrena	Kraljevica	Krk	Lokve	Lovran	Mali Lošinj	Malinska	Manulji	M. Draga	Mrkopalj	Novi Vinodolski	Omišalj	Opatija	Punat	Rab	Ravna Gora	Rjeka	Skrad	Vinodolska	Vrbnik	Vrbovsko
Hoteli i vile	60	894	447	2112						162	60	779		765	2499	562		447	86	580	1736	4029	418	1443		461			28	
Hotelska i hotelsko-apartmanska naselja				2127							634				1637					906				1576						
Moteli							47				22																			
Pansioni				70							48			38	48				12	16		30								
Kampovi		2800	4400	1500				470		60	472	3450		1134	7880	40		400		2895	2350	487	4099	5004		495				
Apartmenti		60	388									14		16		162				11	510		141							
Sobe za iznajmljivanje		222	76		26				27					234	167	10		52			108	10	60	36		10				
Odmarališta		412		2349				36	97		24				109											504				25
Omladinski hoteli i hosteli				321															57			14					18			
Planinarski domovi						141	32							48	803				24	418	427	36	39	391	104					
Lovački domovi					26				61						250	120				36			534							
Gostionice																						110						52		
Klimatska lječilišta				440							30				180							252								
Privremeni smještajni objekti				100															11											
Brodске kabine																										1736				
Nekategorizirani objekti			16	415					85			176			32	139								24		29				
Kućanstva-sobe, apartmani i kuće za odmor		3599	2671	1282 7	28	10	131	2491	29	59	296	5795	70	923	5462	5419	665	1634	37	4810	1858	3290	1946	1844 8		8	14	231	288	
<b>Ukupno</b>	<b>60</b>	<b>7987</b>	<b>7998</b>	<b>22261</b>	<b>80</b>	<b>151</b>	<b>210</b>	<b>2997</b>	<b>299</b>	<b>281</b>	<b>1586</b>	<b>10214</b>	<b>70</b>	<b>3157</b>	<b>19067</b>	<b>6449</b>	<b>665</b>	<b>2533</b>	<b>227</b>	<b>9672</b>	<b>6615</b>	<b>8148</b>	<b>7347</b>	<b>2022</b>	<b>104</b>	<b>3243</b>	<b>32</b>	<b>283</b>	<b>316</b>	<b>25</b>

Izvor: Podaci dobiveni iz Ureda državne uprave u Primorsko-goranskoj županiji, Odsjek za statistiku

Najviše hotela i vila na području Kvarnera ima Opatija (19), slijedi Crikvenica (13), Mali Lošinj (7) i Rab (5), dakle veća i razvijenija gradska središta. U ostalim destinacijama ima razmjerno malo objekata i postelja u hotelima i vilama, te prevladavaju drugi oblici smještaja. Po broju postelja u hotelskim i hotelsko-apartmanskim naseljima u prvom je planu Crikvenica, slijede Mali Lošinj, Novi Vinodolski i Rab. Prema broju smještajnih jedinica u kampovima, ističu se Mali Lošinj (8), Krk, Novi Vinodolski, Punat i Cres (4) i Rab (3). Visok udio smještajnih jedinica u odmaralištima nepovoljno utječe na strukturu turističke ponude, što je posebno izraženo u Crikvenici (29), dok je stanje povoljnije u Malom Lošinju (13) i na Rabu (8).

Po broju raspoloživih postelja na prvom je mjestu ponuda Raba (26.922), slijedi Crikvenica (22.261), Mali Lošinj (19.067), Novi Vinodolski (9.672), Opatija (8.148), Cres (7.998) i Baška (7.987). Udio smještajnih kapaciteta u kućnoj radinosti, tj. u objektima pod nazivom “kućanstva – sobe, apartmani i kuće za odmor”, najviši je u Malinskoj (84,0%) slijedi Rab (68,5%), za razliku od Opatije koja ima čak 49,4% postelja u hotelima i vilama te se stoga svrstava u red destinacija s pretežno hotelskom ponudom.

**GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE****3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner****Tablica 3.6. Broj postelja u Primorsko-goranskoj županiji u 2003. godini**

Destinacija	Broj postelja	Broj postelja po stanovniku
RIJEKA	3 243	0,02
BAKAR	60	0,01
KRALJEVICA	1 586	0,35
Čavle	151	0,02
Kostrena	281	0,07
CRIKVENICA	22 261	1,96
NOVI VINODOLSKI	9 672	1,83
Vinodolska	283	0,08
OPATIJA	8 148	0,64
Lovran	3 157	0,79
Matulji	665	0,06
Mošćenička Draga	2 533	1,54
Krk	10 214	1,86
Baška	7 987	5,14
Dobrinj	2 997	1,52
Malinska-Dubašnica	6 449	2,37
Omišalj	6 989	2,33
Punat	7 347	5,60
Vrbnik	316	0,28
MALI LOŠINJ	19 067	2,27
CRES	7 998	2,71
RAB	26 922	2,84
ČABAR	80	0,01
DELNICE	210	0,03
Fužine	299	0,09
Lokve	70	0,04
Mrkopalj	227	0,24
Ravna Gora	104	0,04
Skrad	32	0,01
VRBOVSKO	25	0,00

Izvor: Podaci dobiveni iz Ureda državne uprave u Primorsko-goranskoj županiji, Odsjek za statistiku

Prema broju postelja po stanovniku, na prvom je mjestu na Kvarneru Punt (5,6), slijedi Baška (5,14), zatim Rab (2,84), Cres (2,71), Malinska (2,37), Omišalj (2,33) i Mali Lošinj (2,27). Nasuprot njima su destinacije Gorskog kotara s izrazito malim brojem raspoloživih postelja po stanovniku. Prema broju postelja po stanovniku iskazani odnos za Rijeku razmjerno je velik zbog toga što se kapaciteti nacionalnog brodarara *Jadrolinije* – brodske kabine, statistički prate u okviru Grada Rijeke u kojem je sjedište kompanije.

### **3.1.2. Kapaciteti nautičkog turizma**

Ponuda nautičkog turizma na Kvarneru ima drugu tradiciju, ali ne čini osnovu ponude niti je *lider* u nautičkoj ponudi Hrvatske. U ponudi nautičkog turizma na Kvarneru, nautičarima se nude:

- a) vezovi u moru, stalni vez duže od jedne godine
- b) vezovi na suhom – zimovanje na suhom na otvorenom i natkrivenom prostoru
- c) privez samo za jednu nautičarsku sezonu, bez zimovanja
- c) privez za izletnike i kraće boravke u lukama, lučicama i privezištima
- d) servisi za nautičare i opremu
- e) servisi za plovila, popravci, nadogradnje, preinake, zamjene opreme itd.
- f) ostale turističke, ugostiteljske, trgovačke, bankarske, osiguravajuće i ostale usluge koje su uobičajene u ponudi nautičarima.

Ponuda u nautičkom turizmu može se definirati kao skup usluga koje se nude nautičarima, njihovim posadama ili turistima koji privremeno borave na brodu.

Plovila koja koriste osnovne usluge, u Hrvatskoj i na Kvarneru mogu se podijeliti u sljedeće vrste: motor-sailer, motorni brod, jedrilice.

Osnovne usluge u nautičkom turizmu u pravilu se nude u lukama nautičkog turizma – marinama, lukama, privezištima i sidrištima te čitavom akvatoriju unutarnjeg mora Republike Hrvatske odnosno Kvarnera, što obuhvaća more, uvale i zatone, ali smatra se da se osnovna usluga u nautičkom turizmu obavlja u marinama, tj. u lukama nautičkog turizma.

Na području Kvarnera locirano je 14 marina koje zauzimaju 581.041 m<sup>2</sup> površine akvatorija.

Broj vezova u moru donekle je stalan na području Kvarnera i kreće se na razini 2.800 vezova. Najviše ima vezova za plovila od 8 do 12 metara.

# GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

## 3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner

**Tablica 3.7. Kapacitet luka nautičkog turizma Kvarnera**

Pokazatelji	1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.
Marine	9	10	10	13	15	16	14	14
Površina akvatorija, m <sup>2</sup>	266779	266779	289779	519814	543541	542884	581041	581041
Broj vezova u moru, ukupno	2602	2564	2780	2780	2861	2867	2821	2810
Za plovila dužine:								
Do 6 m	277	276	463	388	385	381	343	329
6 do 8	452	449	482	442	450	423	457	442
8 do 10	716	696	621	728	699	725	693	685
10 do 12	608	595	554	644	703	715	738	746
12 do 15	405	407	422	367	422	451	462	448
15 do 20	110	112	207	175	156	126	106	134
Više od 20 metara	34	29	31	36	46	46	22	26

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje; Statistički ljetopis Primorsko-goranske županije, različiti brojevi

Iz podataka o broju dana boravka plovila u lukama nautičkog turizma, uočljiv je trend većeg broja dana stacionarnih plovila u odnosu prema plovilima u tranzitu, što se objašnjava pogodnim položajem Kvarnera za stacionar plovila s obzirom na geografski položaj i blizinu glavnih emitivnih tržišta.

U zadnjih pet godina bilježi se neprekidan rast iskorištenosti vezova. Ipak, još uvijek nije dosegnuta iskorištenost iz 1990. godine.

**Tablica 3.8. Iskorištenost vezova u moru u lukama nautičkog turizma**

Pokazatelji	1990.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.
Broj dana boravka plovila u lukama nautičkog turizma	508195	535062	552915	594823	586650	578352	593874
Stacionarno	487341	510238	529272	568991	560979	546153	559619
U tranzitu	20854	24824	23643	25832	25671	32199	34255
Broj vezova u moru ukupno	2057	2780	2780	2861	2867	2821	2821
Iskorištenost vezova ukupno	247,1	192,5	198,9	207,9	204,6	205,0	211,3

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje; Statistički ljetopis Primorsko-goranske županije, različiti brojevi

## GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

### 3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner

Nedostatak vezova u marinama i lukama istaknut je problem ne samo na Kvarneru, već i u čitavoj Hrvatskoj. Kao nedostatak posebno treba istaknuti iznimno malo raspoloživih vezova za plovila duža od 20 metara, a u svijetu se istodobno bilježi rast upravo tih plovila.

**Tablica 3.9. Iskorištenost vezova prema vrsti plovila u Hrvatskoj i Kvarneru**

u %

Vrste plovila	Ukupno		Tranzitni vez		Stalni vez	
	Hrvatska	Kvarner	Hrvatska	Kvarner	Hrvatska	Kvarner
Motor-sailer	6,7	7,2	7,9	12,6	5,2	6,5
Motorni brod	42,1	40,5	35,2	32,2	50,3	46,1
Jedrilica	51,2	52,3	56,9	55,2	44,5	47,4
Ukupno	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Izvor: Z. Cerović, *Management nautical tourism in Croatia*, Adriunion Ravenna, Ravenna, 2002., str.132.

Najznačajnije destinacije i središta nautičkog turizma u Primorsko-goranskoj županiji jesu Rab, Mali Lošinj, Cres, Punat, Opatija i Dobrinj. S obzirom na komparativne prednosti Kvarnera i blizinu značajnih emitivnih tržišta za nautički turizam, ovaj oblik turizma ima izrazito dobre potencijale za ostvarivanje visokih stopa rasta u budućnosti.

### 3.2. TURISTIČKI PROMET I STRUKTURA TURISTIČKE POTRAŽNJE

Primorsko-goranska županija izrazito je turistički orijentirana priobalna županija Republike Hrvatske, koja po obilježjima turističkih kapaciteta i ostvarenih noćenja, uz Istarsku, Zadarsku, Šibensko-kninsku, Splitsko-dalmatinsku i Dubrovačko-neretvansku županiju, spada u red razvijenih turističkih regija u Hrvatskoj. Od ukupno ostvarenih 44,6 milijuna noćenja u Hrvatskoj, PGŽ je ostvarila 10.096.541 noćenja u 2002. godini. Prema broju postelja, Primorsko-goranska županija se također nalazi na drugome mjestu, iza Istarske županije, sa 171.021 posteljom u 2002. godini. Prema trećem kriteriju – broju vezova u lukama nautičkog turizma – PGŽ ostvaruje udio od 21% kao i Istarska, Zadarska i Šibensko-kninska županija. Godine 2003. na području PGŽ-a ostvareno su 10.120.732 noćenja. U 2004. godini Kvarner su posjetila 1.948.782 gosta (1,0% više u odnosu prema ostvarenju iz 2003.), koji su ostvarili 9.977.095 noćenja (što je za 1,4% manje od prošlogodišnjeg ostvarenja).

## GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

### 3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner

Pritom valja istaknuti da strani gosti bilježe porast broja dolazaka za 2,1% te je ostvarenje broja noćenja na prošlogodišnjoj razini (-0,3%), dok domaći gosti bilježe značajan pad: -3,5% dolazaka i -8,7% noćenja. Strani su gosti ostvarili 81,77% dolazaka i 87,73% noćenja, domaći 18,23% dolazaka i 12,27% noćenja. Prosječan broj noćenja po dolasku iznosi 5,2 noćenja, dok je prosječan broj noćenja na razini Hrvatske nešto niži, a iznosi 5,1 noćenje.

U ukupno ostvarenim noćenjima na području Primorsko-goranske županije, otok Krk sudjeluje s 29,1%, slijedi Mali Lošinj sa 16,1%, Rab s 14,4%, Opatijska rivijera s 13,3%, Crikvenička rivijera s 11,5%, Cres sa 6,7%, Rivijera Novi Vinodolski s 4,5% te riječko područje s 3,8% i Gorski kotar s 0,6%.

#### 3.2.1. Turistički promet i struktura turista

Podaci o ostvarenome turističkom prometu na području Kvarnera prate se od 1993. prema županijskom ustroju, dok su se za razdoblje 1990.–1992. podaci pratili u općinama Istre, Primorja i Gorskog kotara.

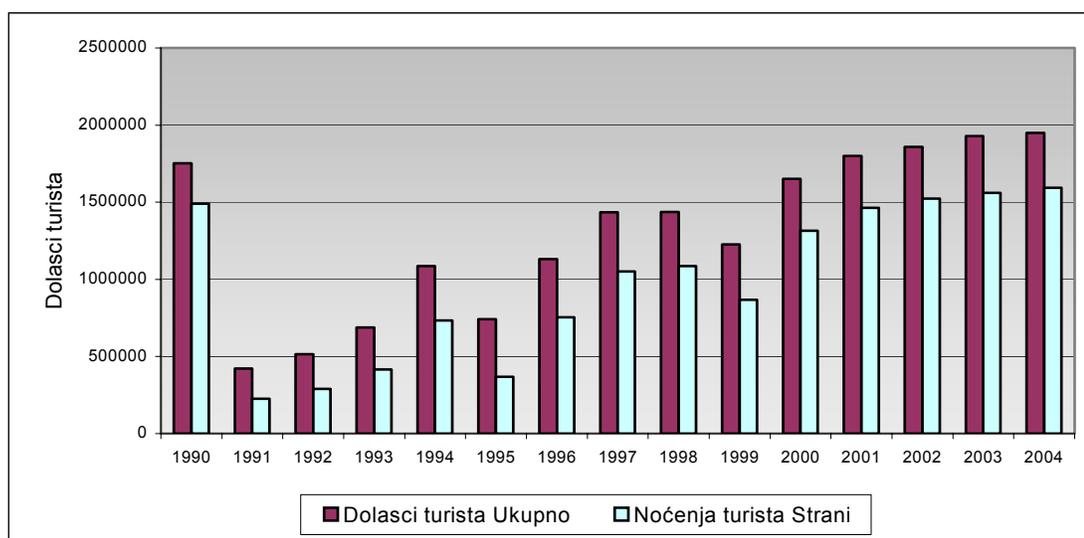
**Tablica 3.10. Dolasci i noćenja turista na području Kvarnera u razdoblju 1990.–2004.**

Godina	Dolasci turista			Noćenja turista		
	Ukupno	Domaći	Strani	Ukupno	Domaći	Strani
1990.	1752726	263196	1489530	11767810	1470975	10296835
1991.	421560	195183	226377	2214315	940590	1273725
1992.	514771	224453	290318	2618654	991105	1627549
1993.	688497	272774	415723	3402602	1121518	2281084
1994.	1085741	352547	733194	6344237	1596605	4747632
1995.	742339	372430	369909	3897797	1546907	2350890
1996.	1131388	377094	754294	6251673	1444668	4807005
1997.	1434557	382430	1052127	8188331	1566974	6621357
1998.	1435495	348699	1086796	8113815	1432893	6680922
1999.	1226271	358237	868034	6850527	1512433	5338094
2000.	1650970	335861	1315109	9209148	1396054	7813094
2001.	1798784	335265	1463519	10041869	1357513	8684356
2002.	1858465	336305	1522160	10096541	1282662	8813879
2003.	1928957	368322	1560635	10120732	1341141	8779591
2004.	1948782	355304	1593478	9977095	1224135	8752960

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje, različiti brojevi

Trendovi turističkih pokazatelja na Kvarneru i na razini Hrvatske u razdoblju 1990.–2004. pokazuje slične tendencije kretanja. Nakon uspješne 1990., turistički su pokazatelji zbog ratnih nestabilnosti na području čitave Hrvatske bilježili negativna i nezadovoljavajuća kretanja. Normalizacijom političkog i gospodarskog stanja u zemlji, turizam se tek u drugoj polovici devedesetih godina oporavlja te brojke govore o pozitivnom uzlaznom trendu. Iako su tek početkom 2000. dostignuti rezultati iz 1990., povećanje broja dolazaka i noćenja, posebno stranih turista, daje optimistična predviđanja za turizam i devizni prihod od turizma na području Kvarnera.

**Slika 3.4. Dolasci domaćih i stranih turista na Kvarner u razdoblju 1990.–2004.**

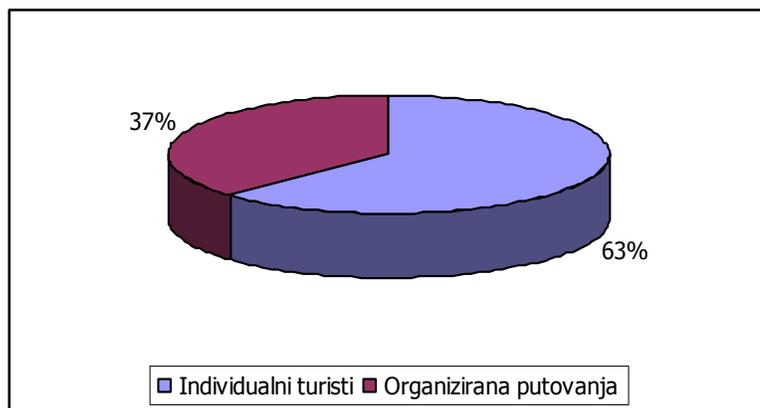


Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje, različiti brojevi

Tendencije upućuju na to da prijelaz na cjelogodišnje poslovanje treba (očekuje se) rezultirati porastom broja domaćih turista, što je i poslovna politika razvijenih turističkih zemalja. Domaće tržište u turističkoj se teoriji smatra najstabilnijim tržištem te mu se pridaje iznimno velika važnost. Očekivan rast standarda ljudi u Hrvatskoj, razvijanje navika za odlazak na turistička putovanja (“turizam kao stil života”) pogoduju ostvarenju tog scenarija.

Prema načinu dolazaka turista u objekte za smještaj, na Kvarneru individualni turisti čine 2/3 ukupnog broja, a samo 1/3 obuhvaća organizirane dolaske turista. Pritom je vrijedno iznijeti nalaze istraživanja *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS LJETO 2004*, temeljem kojega je ustanovljeno da prosječna dnevna potrošnja turista koji posjećuju Kvarner u okviru orgnaiziranih putovanja iznosi 52,70€, a prosječna dnevna potrošnja turista koji ga posjećuju individualno iznosi 39,69 €. Istodobno su istraživanja provedena na deset destinacija Kvarnera u 2003. godini pokazala da 78% turista dnevno troši samo 30–50 € ili manje, što upućuje i na strukturu turista na koje je ova destinacija bila pretežito orijentirana.

**Slika 3.5. Način dolazaka turista u objekte za smještaj PGŽ-a u 2003. godini**



Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje

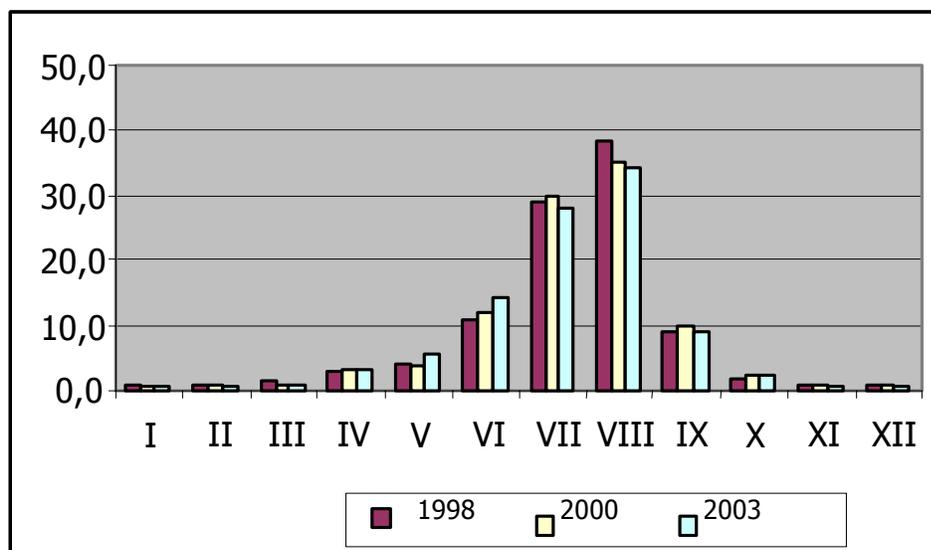
Godine 2003. na Kvarneru je zabilježeno 1,9 milijuna dolazaka turista, od čega su 81% bili dolasci stranih turista. Turisti su na Kvarneru ostvarili više od 10 milijuna noćenja u 2003., odnosno 26% od ukupnog broja ostvarenih noćenja u Hrvatskoj. Po stanovniku Primorsko-goranske županije ostvaren je dolazak od 6,3 turista, odnosno ostvareno je 28,7 noćenja po stanovniku u istoj godini.

Prosječne godišnje stope rasta za razdoblje 1996.–2003. bile su relativno visoke i iznosile su prosječno godišnje 7,9%. Taj je rast u zadnjih nekoliko godina usporen te je povećanje broja dolazaka 2003. u odnosu na 2002. iznosilo 3,8%. Usporavanje rasta turističkih pokazatelja bilježe i noćenja.

Tako se broj noćenja turista u 2003. povećao za svega 0,23% u odnosu prema 2002., dok se broj noćenja stranih turista smanjio za 0,4%.

Godine 2004. bilježi se mali rast broja turista u odnosu prema prethodnoj godini (indeks 101,0), no oni su ostvarili nešto manji broj noćenja u odnosu prema prethodnoj godini (indeks 98,6). Udio stranih turista u ukupnom broju dolazaka i noćenja turista na Kvarner kreće se od najnižih 49,8% u 1995., do visokih 81,9% u 2003., dok je 2004. godine udio stranih turista ostao na podjednakoj razini – 81,7%.

Slika 3.6. Distribucija ostvarenih noćenja turista na Kvarneru u odabranim godinama



Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje, različiti brojevi

Slika 3.6. govori o izrazitoj sezonalnosti u kretanju turističkog prometa Kvarnera. U samo dva mjeseca, u srpnju i kolovozu, ostvari se više od 70% ukupnih noćenja, a 20% ostvari se tijekom lipnja i rujna svake godine. Te se tendencije bilježe u svim promatranim godina poslovanja i uzrokuju bitne teškoće u poslovanju: razmjerno malu iskorištenost kapaciteta, problem radne snage i visokih fiksnih troškova poslovanja, velike troškove za izgradnju infrastrukture koja mora biti kapacitirana za vršnu sezonu (te se veći dio godine koristi manje od mogućnosti) i drugi problemi.

Značajno je istražiti ciljna tržišta, tj. dolaske turista na Kvarner prema zemlji podrijetla. Za Hrvatsku je Njemačka tradicionalno veoma značajno emitivno tržište, koje i dalje ima vodeću ulogu, no možda bi više pažnje trebalo posvetiti novim tržištima stasalom nakon tranzicijskih promjena, a to je ponajprije tržište Češke, Mađarske i Slovačke, ali i danas sve zanimljivije tržište Rusije i Ukrajine. Dok je blizina Kvarnera dobro iskorištena za komunikaciju sa značajnim destinacijama europskog tržišta, posebno s nama tradicionalno vjernim tržištima (Italija, Slovenija, Austrija...), još uvijek nije pronađen put prema atraktivnim izvanoeuropskim tržištima, što znači da s tih tržišta još uvijek dolazi premalo gostiju. Jedan je od razloga sigurno i neadekvatno riješen odnos Kvarnera prema avioprometu, što često ističu i hotelski gosti u anketama. Tu situaciju puno detaljnije ocrtavaju podaci iskazani u sljedećoj tablici.

**GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE**

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

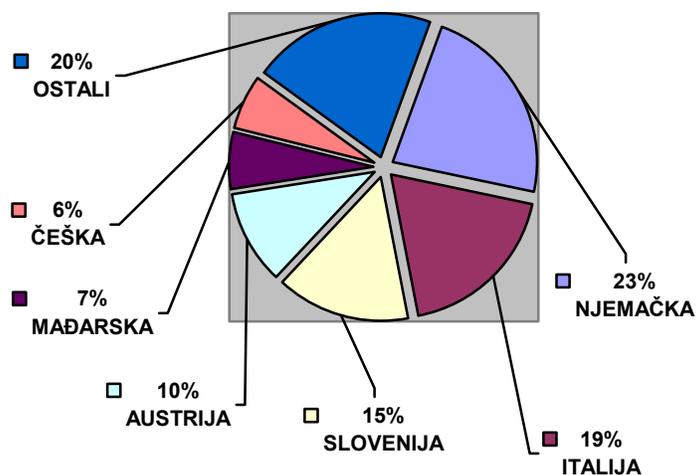
**Tablica 3.11. Dolasci turista na Kvarner prema zemlji podrijetla**

Zemlja podrijetla	1990.	1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.
Njemačka	457175	139240	198541	218964	150660	271160	336185	383320	367840	361656
Italija	324301	136944	212581	231572	155823	270415	276794	278126	295512	299182
Slovenija	175091	130131	170720	180353	191504	224078	232641	230645	250452	236962
Austrija	147935	123644	161514	157326	120254	164911	177213	170898	164612	167268
Češka	17430	104089	130435	107425	84780	125394	126140	116012	110716	98705
Mađarska	21587	33072	46032	47562	53808	78019	85564	97080	96732	104007
Poljska	4691	10029	22354	27068	21204	45570	63844	49355	31277	30210
Slovačka		19926	30257	29546	192214	27629	27789	28422	34829	31740
Nizozemska	65222	8903	16182	16559	12330	18213	22945	27371	30152	35937
Francuska	25364	3724	5377	7382	4724	7495	10565	19066	29603	47798
Bosna i hercegovina	39209	8812	11480	12451	14586	16516	16143	14328	...	...
Ostale europske zemlje	189061	27500	35761	39918	30840	52862	73708	111322	129544	155526
Ostale izvaneuropske zemlje	22464	8280	10893	10670	8307	12847	13988	15281	19366	24487
<b>Ukupno</b>	<b>1489530</b>	<b>754294</b>	<b>1052127</b>	<b>1086796</b>	<b>868034</b>	<b>1315109</b>	<b>1463519</b>	<b>1522160</b>	<b>1560635</b>	<b>1593478</b>

Izvor: Turistički promet županije Primorsko-goranske, Statističko priopćenje, različiti brojevi

Od 6 (dosad) najvažnijih emitivnih turističkih tržišta (2003.): Njemačka (udio 27,5%), Slovenija (15,6%), Italija (15,8%), Austrija (10,5%) te Češka (7,4%) i Mađarska (6,3%), koja ostvaruju više od 83% stranih noćenja, u 2004. godini stope rasta bilježe Italija (+1,6%), Austrija (+0,1%) i Mađarska (+2,5%), dok ostala padaju i to u rasponu od 13% (Češka) do 2% (Njemačka). Za razliku od toga, neka stara/nova tržišta, udio kojih je u ukupnome turističkom prometu još uvijek nizak, pokazuju izvrsne trendove rasta: Nizozemska (16,0%), Švedska (54,3%), Švicarska (27,5%), Francuska (51,3%), Danska (22,1%), Velika Britanija (24%), Izrael (51,1%), Rusija (20,2%) te SAD (77,3%).

Slika 3.7. Struktura turista prema najvažnijim ciljnim tržištima 2004. godine



Izvor: Podaci iz tablice 3.10.

Uz ocjenu broja stranih turista s pojedinih emitivnih područja, potrebno je utvrditi tendencije njihova kretanja tako da se izračunaju godišnje stope rasta odnosno pada njihovih dolazaka, kao što je prikazano u tablici 3.11.

Tablica 3.12. Stope rasta/pada dolazaka turista na Kvarneru po emitivnim tržištima

Godina	1997.–2003.	2000.–2001.	2001.–2002.	2002.–2003.	2004.–2003.
Ukupno	6,8	11,3	4,0	2,5	2,1
Njemačka	10,8	24,0	14,0	-4,0	-1,7
Slovenija	6,6	3,8	-0,9	8,6	-5,4
Italija	5,6	2,4	0,5	6,3	1,2
Austrija	0,3	7,5	-3,6	-3,7	1,6
Češka	-2,7	0,6	-8,0	-4,6	10,8
Mađarska	13,2	9,7	13,5	-0,4	7,5
Poljska	5,8	40,1	-22,7	-36,6	-4,4
Slovačka	2,4	0,6	2,3	22,5	8,9
Nizozemska	10,9	26,0	19,3	10,2	19,2
Francuska	32,9	41,0	80,5	55,3	61,5
Ostale europske zemlje	23,9	39,4	51,0	16,4	20,1
Ostale izvan europske zemlje	10,1	8,9	9,2	26,7	26,4

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, različiti brojevi, izračun autora

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

---

Uočava se da je po stopi rasta izrazito zanimljivo tržište Francuske, Slovačke i Nizozemske, posebno zato što su zbog ratnih zbivanja dolasci s tih tržišta bili početkom 90-ih veoma niski, pa su u odnosu na nisku bazu zadnjih godina, te stope značajne. Isto se uočava i za ostale izvaneuropske zemlje. Nasuprot njima, izrazito se negativno ponaša turističko tržište Poljske, a varijabilnost bilježi tržište Njemačke, Austrije, Češke i Mađarske. To su veoma značajni indikatori za usmjeravanje budućih marketinških aktivnosti.

Iz tablice 3.11. i 3.12. uočava se rast dolazaka turista iz Slovačke i Mađarske. Visoke stope rasta bilježi i tržište Nizozemske te se može ustvrditi da se ponovno vraćamo na to, prije agresije na Republiku Hrvatsku, značajno tržište. Iznimno visoku stopu rasta broja turista na Kvarner bilježi Francuska. Nprekidno raste i broj turista s ostalih kontinenata, što implicira potrebu za integriranim nastupom na tim tržištima ne samo užih destinacija Kvarnera, već i povezivanje sa širom regijom (Istra, Dalmacija) te s državama u okruženju (Slovenija, Italija, Mađarska, Austrija) budući da turisti koji dolaze iz udaljenih kontinenata, često posjećuju više destinacija, pa i zemalja u okviru turističkog putovanja.

Osim na županijskoj razini, podaci o dolascima i noćenjima domaćih i stranih turista prate se i na razini gradova i općina PGŽ-a. Gradovi i općine u kojima je statistički registriran turistički promet poredani su tako da je omogućeno, uz jednostavan dodatni izračun, dobivanje podataka i na razini određenih područja, odnosno cjelina: bivša općina, priobalje, otoci i goransko područje. Od 1998. godine podaci se prikupljaju prema izmijenjenoj metodologiji te se mjesečno i godišnje objavljuju u publikacijama Državnog zavoda za statistiku.

**GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE**

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

**Tablica 3.13. Dolasci turista u objekte za smještaj turista PGŽ-a po gradovima i općinama**

Godina	1990.	1995.	1996.	1997.	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.
<b>RIJEKA</b>	108200	33344	38806	40806	37472	24784	36914	40451	48776	51655	53170
<b>BAKAR</b>		915	1388	2025	1989	2104	1720	2327	2793	3137	2916
<b>KASTAV</b>										73	297
<b>KRALJEVICA</b>	24266	7776	13015	18228	19446	17087	21680	21961	25780	26532	24234
Čavle			435		60	478	664	363	600	527	788
Kostrena	15513	3601	4523	5249	4999	4453	6038	8158	7561	8743	10758
<b>CRIKVENICA</b>	117580	87180	112391	168786	163957	137114	192652	219918	224507	234627	219742
<b>NOVI VINODOLSKI</b>	62576	23119	42481	48363	51411	45019	66352	76700	81714	78045	78083
Vinodolska					172	343	1046	533	529	630	2624
<b>OPATIJA</b>	264789	122327	153738	185618	185939	164247	207459	224299	229895	245151	254558
Lovran	63661	20453	32291	43611	40603	34112	50646	52600	54572	53584	54073
Matulji		78	29	1090	867	587	1717	1928	2613	3534	3659
Mošćenička Draga	27968	9731	18795	26319	25719	24013	31099	32445	35340	37138	38905
Krk	65601	20248	47690	73023	75950	67778	95129	101507	117231	126554	128486
Baška	74433	37832	67817	88234	94306	77928	104749	112724	113731	114556	114375
Dobrinj		1827	9212	12695	17503	16739	18800	24874	21121	25458	20269
Malinska-Dubašnica	70685	27234	45954	51520	49814	38007	57965	65415	56006	57204	58637
Omišalj		29748	45732	60801	65858	52510	73647	81712	92112	91356	92531
Punat	47737	28588	46790	61112	63558	58142	76488	81892	83325	85991	84656
Vrbnik		653	712	948	764	546	876	1310	1365	1301	2586
<b>MALI LOŠINJ</b>	132915	98094	158148	196329	196844	170753	212291	220953	221850	228534	226853
<b>CRES</b>	40218	27937	50503	71621	72615	63470	83712	88419	91714	100343	98869
<b>RAB</b>	184173	52237	113511	147277	153842	130345	181220	197660	198151	190585	202810
<b>ČABAR</b>	801	142	170	202	320	310	367	153	301	583	573
<b>DELNICE</b>	12392	3019	3167	4238	3230	3009	3368	3270	3971	4370	4530
Fužine		222	160	134	91	526	587	2000	3128	2945	4123
Lokve			11		49	31	138	247	334	633	869
Mrkopalj				268	1574	627	3064	4389	5727	6824	5649
Ravna Gora		600	380	450	499	2556	2696	3049	1784	3546	3889
SKRAD		786	695	445	176	154	236	331	142	359	292
<b>VRBOVSKO</b>	934	482	675	731	522	619	295	807	814	550	431
Jadrolinija-brodovi redovite linije	38279	104166	122169	124434	105346	87880	117355	126389	130978	143889	154547
<b>UKUPNO</b>	<b>1752726</b>	<b>742339</b>	<b>1131388</b>	<b>1434557</b>	<b>1435495</b>	<b>1226271</b>	<b>1650970</b>	<b>1798784</b>	<b>1858465</b>	<b>1928957</b>	<b>1948782</b>

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priloženje, različiti brojevi

Najpovoljnije turističke rezultate, prema broju dolazaka turista, ostvarile su otočne destinacije Krk, Baška, Punat, Mali Lošinj, Cres i Grad Crikvenica, koje su za više od 100% premašile rezultate iz 1990. godine. Kraljevica, Novi Vinodolski, Opatija i Grad Rab ostvarili u 2004. rezultate na razini 1990. godine. Treba istaknuti da turisti pokazuju veliko zanimanje za hrvatske otoke, što svakako treba bolje iskoristiti.

**GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE****3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner****Tablica 3.14. Ostvarena noćenja po stanovniku u gradovima i općinama PGŽ-a 2003.**

<b>Destinacija</b>	<b>Broj noćenja po stanovniku</b>	<b>Broj noćenja stranih turista po stanovniku</b>
<b>PGŽ, ukupno</b>	<b>33,13</b>	<b>28,74</b>
RIJEKA	0,66	0,43
BAKAR	0,82	0,34
KASTAV	0,02	0,01
KRALJEVICA	22,62	17,76
Čavle	0,11	0,00
Kostrena	3,94	2,37
CRIKVENICA	111,04	80,36
NOVI VINODOLSKI	84,45	71,85
Vinodolska	0,97	0,82
OPATIJA	70,54	53,68
Lovran	59,15	51,95
Matulji	1,14	0,96
Mošćenička Draga	102,79	97,93
Krk	124,61	119,19
Baška	453,64	431,24
Dobrinj	96,63	90,05
Malinska-Dubašnica	132,10	120,81
Omišalj	167,90	147,48
Punat	301,68	290,69
Vrbnik	5,54	4,80
MALI LOŠINJ	193,53	173,39
CRES	223,43	214,45
RAB	144,88	134,74
ČABAR	0,55	0,02
DELNICE	1,35	0,41
Fužine	6,35	2,27
Lokve	2,04	1,12
Mrkopalj	14,19	1,95
Ravna Gora	4,40	0,00
Skrad	0,53	0,12
VRBOVSKO	0,11	0,04

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje, različiti brojevi

Kriterij ostvarenog broja noćenja po stanovniku pokazuje da je prosječno u 2003. godini u PGŽ-u ostvareno 33,13 noćenja, a noćenja stranih turista po stanovniku iznose 28,74. Najveći broj turista po stanovniku bilježe Baška (453), Punat (301), Cres (223), Mali Lošinj (193), Omišalj (167), Rab (144) i Krk (125). Stoga je potrebno sagledati prihvatni kapacitet, kako ne bi došlo do saturacije prostora i kako te veoma vrijedne destinacije ne bi postale neprivlačne za turiste.

**GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE**

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

**Tablica 3.15. Udio stranih turista u dolascima turista u PGŽ po gradovima i općinama**

1996.		2000.		2003.	
<b>Prosjek PGŽ-a</b>	<b>66,7%</b>	<b>Prosjek PGŽ-a</b>	<b>79,7%</b>	<b>Prosjek PGŽ-a</b>	<b>80,9%</b>
CRES	93,0%	CRES	95,5%	CRES	95,7%
Mošćenička Draga	92,1%	Mošćenička Draga	95,2%	Punat	95,5%
Baška	90,0%	Punat	94,5%	Krk	95,0%
Punat	88,7%	Baška	94,0%	Mošćenička Draga	95,0%
Krk	88,1%	Vrbnik	93,9%	Baška	94,6%
Vrbnik	86,0%	Vinodolska	93,3%	Dobrinj	94,0%
Dobrinj	85,3%	Dobrinj	92,9%	RAB	91,9%
MALI LOŠINJ	84,8%	Krk	92,5%	OMIŠALJ	89,8%
Lovran	81,1%	RAB	89,1%	MALI LOŠINJ	88,1%
RAB	78,9%	MALI LOŠINJ	88,3%	Matulji	87,5%
Lokve	72,7%	Omišalj	87,2%	Malinska-Dubašnica	87,2%
Omišalj	72,1%	Matulji	85,4%	Vrbnik	85,9%
Malinska-Dubašnica	70,2%	Lovran	83,6%	Lovran	85,6%
Matulji	62,1%	Malinska-Dubašnica	78,2%	Vinodolska	85,2%
OPATIJA	59,6%	NOVI VINODOLSKI	76,6%	NOVI VINODOLSKI	84,5%
NOVI VINODOLSKI	57,6%	KRALJEVICA	73,2%	KRALJEVICA	76,4%
KRALJEVICA	55,4%	Skrad	68,6%	CRIKVENICA	71,5%
Kostrena	49,6%	OPATIJA	68,2%	OPATIJA	70,2%
CRIKVENICA	48,6%	CRIKVENICA	66,2%	RIJEKA	61,8%
ČABAR	45,9%	BAKAR	58,3%	Kostrena	60,2%
RIJEKA	41,4%	Kostrena	57,4%	KASTAV	53,4%
VRBOVSKO	41,2%	RIJEKA	56,9%	BAKAR	50,5%
BAKAR	22,4%	Lokve	32,6%	Lokve	44,4%
DELNICE	16,1%	ČABAR	32,2%	VRBOVSKO	38,5%
Skrad	8,5%	VRBOVSKO	29,5%	DELNICE	30,7%
Čavle	3,7%	DELNICE	25,0%	Skrad	28,4%
Fužine	1,9%	Fužine	16,0%	Fužine	23,4%
KASTAV	-	Mrkopalj	13,3%	Mrkopalj	10,3%
Vinodolska	-	Ravna Gora	0,4%	ČABAR	5,1%
Ravna Gora	-	Čavle	-	Čavle	1,7%
Mrkopalj	-	KASTAV	-	Ravna Gora	-

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje, izračun autora

Udio dolazaka stranih turista u ukupnom broju dolazaka odstupao je po pojedinim destinacijama i godinama. Tako je u 1996., kada započinje uzlazni turistički trend, udio stranih turista u ukupnom broju dolazaka iznosio 66,7%.

Slijedilo je povećanje udjela stranih turista u dolascima, koje je u 2000. iznosilo 79,7%, a u 2003. naraslo na čak 80,9%.

Prema udjelu stranih turista, među vodećim su destinacijama Cres, Mošćenička Draga, Baška, Punat i Krk s visokim i konstantnim udjelom od oko 90%. Dok je udio stranih turista u Malom Lošinju donekle stalan i iznosi oko 85%, u mnogim destinacijama taj se udio tijekom zadnjih godina povećao, primjerice u Opatiji, Rabu, Novom Vinodolskom i Rijeci. Najniži udio stranih turista u broju dolazaka bilježe destinacije Gorskog kotara (Delnice, Skrad, Fužine, Mrkopalj i Čabar), koje su još uvijek usmjerene uglavnom prema domaćim gostima.

Vodeće su destinacije Kvarnera, prema broju dolazaka stranih turista, Crikvenica, Opatija i Mali Lošinj, koje ostvaruju između 12 i 15% od ukupnog broja dolazaka turista. Uspoređujući podatke za 1996., 2000. i 2003., uočava se izrazito pozitivan trend povećanja udjela dolazaka stranih turista u Crikvenici (od 11% na 13,2%) i Krku (od 4,73% na 7,09%). Značajno smanjenje udjela bilježe Opatija (od 15,2% na 13,7%) i Mali Lošinj (od 15,7% na 12,8%), dok je udio Raba (11%), Baške (6%), Cresa i Omišlja (5%) i Punta (4,5%) ujednačen tijekom promatranog razdoblja (tablica 3.14.).

U tablici 3.16. prikazana je struktura ostvarenih noćenja u kapacitetima za smještaj. U 2004. godini najveći dio noćenja ostvario se u kampovima (29,07%), u kućanstvima (27,65%) i hotelima (27,26%). Primjena razvojnog modela iz Glavnog plana potaknula bi promjenu strukture u korist rasta udjela noćenja u hotelima. Prosječna iskorištenost kapaciteta u danima 2004. godine bila je 64,9 dana. Pritom u iskorištenosti očekivano prednjače hoteli s prosječnom iskorištenosti kapaciteta od 144,4 dana, slijede vile sa 133,8 dana, hotelska naselja sa 113,8 dana. Kampovi koji u strukturi sudjeluju s visokim postotokom, bilježe iskorištenost od 74,6 dana, a kućanstva skromnih 36,8 dana.

**GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE**

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

**Tablica 3.16. Noćenja turista u kapacitetima za smještaj turista u PGŽ-u**

Godina	2002.	2003.	2004.	%	Iskorištenost kapaciteta u danima 2004.
<b>UKUPNO</b>	<b>10096541</b>	<b>10120732</b>	<b>9977095</b>	<b>100,00</b>	<b>64,9</b>
Hoteli	2868466	2714124	2719814	27,26	144,4
Vile	2413	2365	2409	0,02	133,8
Hotelska naselja	530746	455773	459084	4,60	113,8
Hotelsko-apartmanska naselja	152947	133219	168904	1,69	80,0
Aparthoteli					-
Apartmanska naselja	133912	137554	130984	1,31	106,4
Apartmani	84461	79483	72444	0,73	90,0
Turistički apartmani			2216	0,02	85,2
Moteli	7599	7506	4357	0,04	92,7
Pansioni	13342	12685	16216	0,16	49,7
Guest house			12157	0,12	54,5
Kampovi	2824204	2871442	2900361	29,07	74,6
Apartman	4214	3457	9555	0,10	44,9
Apartman – tip studio	35516	35036	31875	0,32	57,1
Kuća za odmor					-
Sobe za iznajmljivanje	77710	90366	42686	0,43	49,1
Prenoćišta	10721	6624	4699	0,05	7,9
Odmarališta	285595	309933	230091	2,31	52,3
Omladinski hoteli i omladinski hosteli	119874	122002	124163	1,25	95,0
Gostionice	4264	4955	4155	0,04	46,2
Klimatska lječilišta	92125	95187	79322	0,80	105,2
Planinarski domovi	4538	5420	4623	0,05	15,1
Lovački domovi	1938	1908	1732	0,02	17,3
Privremeni smještajni objekti	12174	14214	12874	0,13	99,0
Brodске kabine	130978	143889	154547	1,55	86,2
Nekategorizirani objekti	47055	33685	19422	1,20	46,5
Kućanstva – sobe, apartmani i kuće za odmor	2645348	2829805	2758542	27,65	36,8
Kućanstva – kamp-jedinice u kampovima	6401	10100	9864	0,10	16,8

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje, različiti brojevi

**3.2.2. Nautički turizam – promet**

U ukupnome turističkom prometu, nautički turizam na području Kvarnera sudjeluje ponderirano s 8,6% (procjena, budući da nema evidencije o stvarnom broju noćenja i posjetitelja). Nema evidencije *chartera*, crnog *chartera*, nema evidencije o potrošnji goriva, nema evidencije o potrošnji za servisne usluge, te s tog aspekta proizlazi da je udio u ukupnom turizmu svega 2,5%.

Proizlazi da nautički turizam statistički nije dobro praćen pa pri iskazivanju njegove važnosti treba uključiti sljedeće segmente njegove ponude:

- a) Realna evidencija broja nautičara i noćenja
- b) Kontrola *chartera* (suzbijanje crnog *chartera*)
- c) Nautičari – izletnici
- d) Potrošnja za servise
- e) Proizvodnja i promet opreme za nautičare
- f) Brodogradnja – proizvodnja plovila
- g) Zimovanje, čuvanje, preinake i obrade plovila
- h) Potrošnja za gorivo
- i) Potrošnja za ugostiteljske, trgovačke i ostale potrebe
- j) Nerealna taksa boravišne pristojbe za nautičare.

Nautičari su u 2003. ostvarili 68 tisuća dolazaka na područje Kvarnera, od toga su više od 96% strani nautičari. Godine 2004. bilježi se daljnji rast broja nautičara. Među njima najznačajniji su Nijemci, Austrijanci, Talijani i Slovenci.

**Tablica 3.17. Nautički turizam – dolasci turista u Primorsko-goranskoj županiji u razdoblju 1998.–2003.**

Dolasci nautičara	1998.	1999.	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.
<b>Ukupno</b>	<b>53718</b>	<b>50356</b>	<b>53638</b>	<b>55148</b>	<b>64544</b>	<b>68485</b>	<b>75806</b>
Domaći nautičari	1565	1680	1145	1428	2476	2491	2095
Strani nautičari	52153	48676	52493	53720	62068	65994	73711

Izvor: Turistički promet Primorsko-goranske županije, Statističko priopćenje; različiti brojevi

Polazna luka veoma je važna u sagledavanju potrošnje i udjela nautičara u ukupnoj turističkoj potrošnji.

Vidljivo je da čak 14,4 % svih polazaka plovila u hrvatskome nautičkom turizmu polazi iz kvarnerskih nautičkih luka, tj. marina, 10,6% iz marine Punat i 3,8% iz marina u Opatiji, što pokazuje da kvarnerske nautičke destinacije imaju visok udio u nautičkom turizmu Hrvatske.

**Tablica 3.18. Polazne luke plovila iz marina, bilo vlastitih bilo u najmu – charteru**  
u %

Polazna luka	Ukupno plovila
1. Punat	10,6
2. Pula	9,1
3. Umag	8,7
4. Sukošan	8,1
5. Rovinj	7,4
6. Split	6,5
7. Biograd	5,6
8. Trogir	5,4
9. Vodice	5,3
10. Zadar	4,6
11. Rogoznica	4,4
12. Opatija	3,8
13. Poreč	3,4
14. Dubrovnik	3,2
15. Ostale	13,7
<b>Ukupno</b>	<b>100,0</b>

Izvor: TOMAS, Institut za turizam Zagreb, Zagreb veljača 2004., str. 34

Turistička potrošnja nautičara znatno je veća od potrošnje turista u drugim oblicima turističkih receptivnih objekata i turizma.

U skladu s trendovima, na turističkom tržištu treba očekivati daljnji rast nautičara. Da bi se očuvao okoliš, potrebno je uspostaviti najvišu moguću razinu ekoloških standarda na ovom području.

### **3.2.3. Neregistrirani turistički promet**

U izradi Glavnog plana nije obuhvaćeno istraživanje neregistriranoga turističkog prometa. S gledišta vizije razvoja, to se može uzeti kao sekundarni element, ali s gledišta gospodarskih, posebno financijskih učinaka (boravišne pristojbe, proračun i sl.) iziskuje ozbiljnije istraživanje u budućnosti.

Za potrebe Glavnog plana uočeno je sljedeće:

- Od sredine 90-ih godina unaprijeđen je sustav kontrole prijavljivanja. Istodobno, umnogome je povećana poslovna odgovornost iznajmljivača i svijest o potrebi i općoj koristi prijavljivanja gostiju.
- Došlo je do bujanja nove pojave vezane uz vlasničko preuzimanje (kupnja) i izgradnju kuća i apartmana na Kvarneru. Vrijedi istaknuti da se uz građane Republike Hrvatske, kao kupci-investitori sve više javljaju strani državljani.

Bitni je problem u iznajmljivanju kuća, vikendica i apartmana gostima (često "rođacima", prijateljima i sl.) koji se ne prijavljuju. Dodatna ozbiljnost takve situacije proizlazi iz toga što se, kada je riječ o stranim vlasnicima, i cijene iznajmljivanja naplaćuju u inozemstvu. Nedvojbeno je riječ o štetnoj pojavi za gospodarske učinke turizma Kvarnera, koju treba smanjiti na najmanju moguću mjeru.

S obzirom na izostanak sustavnog istraživanja, za potrebe Glavnog plana obavljani su razgovori (intervju) s desetak vrsnih poznavatelja turizma Kvarnera s ciljem procjene udjela neregistriranih gostiju. S dužnim oprezom i ogradom, istraživački tim ocjenjuje da se neregistrirani broj turista, ovisno o destinacijama i mjestima Kvarnera, kreće na razini od 25 do 35% od ukupnog broja gostiju i noćenja. Taj podatak u manjoj mjeri može poslužiti kao vrijedan analitički rezultat, više kao mjerilo promjena (poboljšanja stanja) koje će se utvrditi kao rezultat ozbiljnih istraživanja u budućnosti.

### **3.3. OCJENA TURISTIČKE PONUDE KVARNERA**

Kao istraživačka podloga za izradu Glavnog plana rabljeni su rezultati istraživanja *Ocjena turističke ponude Kvarnera*.

Glavni cilj istraživanja bio je dobivanje pouzdanih i aktualnih osnovnih informacija o tome tko su naši turisti i što misle o nama. Dobiveni rezultati istraživanja pomoći će u utvrđivanju obilježja turističke ponude destinacije te u kontinuiranom praćenju trendova u duljenu vremenskom razdoblju.

Osnovni instrument prikupljanja podataka u ovom istraživanju bio je upitnik.

U istraživanju se primijenio stratificirani slučajni uzorak. Okvir za izbor uzorka bio je turistički promet (broj dolazaka turista) u Primorsko-goranskoj županiji u razdoblju (lipanj – rujanj) 2002. godine (izvor: mjesečni podaci Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske). Stratifikacija je provedena prema destinacijama, vrstama smještajnih objekata i zemljama podrijetla turista. Uzorkom su bile obuhvaćene četiri vrste smještajnih kapaciteta (hoteli, turistička naselja, kampovi i privatni smještaj) u kojima se ostvarilo 95% turističkog prometa Primorsko-goranske županije u razdoblju lipanj – rujanj 2002. godine.

Zbog neravnomjernog udjela promatranih 10 destinacija u ukupno ostvarenome turističkom prometu, a s ciljem da se dobiju reprezentativni podaci, veličina uzorka za svaku destinaciju određena je tako da osigurava reprezentativnost rezultata na razini destinacije (0,1% dolazaka od ukupnog broja dolazaka turista u destinaciju, osim za Rijeku 0,05%). Unutar destinacija uzorak je bio proporcionalno raspoređen prema vrstama smještajnih objekata i zemlji podrijetla turista, uz osiguranje minimalnog broja ispitanika po pojedinom stratumu.

Uzorak je obuhvatio ukupno 10 destinacija u Primorsko-goranskoj županiji. Destinacije u kojima je provedeno anketiranje ostvarile su 45% ukupnoga turističkog prometa promatranog područja u razdoblju lipanj – rujan 2002. godine.

Planirana veličina uzorka iznosila je 910 ispitanika. Tijekom anketiranja prikupljeno je 813 pravilno ispunjenih upitnika, što je 89% povrata. Uzorkom je bilo obuhvaćeno 10,6% ukupnog broja turista koji su boravili u promatranim destinacijama Primorsko-goranske županije od lipnja do rujna 2002. godine. Cjelokupna obrada i analiza podataka provedena je na uzorku od 813 ispitanika.

### **Motiv i način dolaska u destinaciju**

Odmor i relaksacija (54,6%) glavni su motivi dolaska turista u destinaciju. Na rang-ljestvici slijedi skupina motiva približno podjednake motivacijske snage: zabava i novi doživljaji (14%), želja da se provede vrijeme s obitelji (12%) te ljepota prirode i krajolika (11,4%). Istraživanje je pokazalo da je vrlo malo turista motivirano kulturnim, sportskim i zdravstvenim sadržajima.

Većina turista (44%) posjećuje Primorsko-goransku županiju prvi put, dok je 56% turista posjetilo destinaciju više od 2 puta.

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

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

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

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

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

**Ocjena kvalitete ponude destinacije**

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

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

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

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

**Tablica 3.19. Ocjena ukupne kvalitete ponude destinacije**

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

*Stavovi turista o elementima turističke ponude Kvarnera*

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

## GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

### 3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner

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

Prosječna ocjena zadovoljstva turista elementima turističke ponude Kvarnera iznosi 3,75. Iz toga se može zaključiti da su turisti zadovoljni turističkom ponudom Kvarnera. Slijedi analiza zadovoljstva turista po pojedinim definiranim skupinama.

**Tablica 3.20. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Kvarnera (n=813)**

R.B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang skupine
	<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ</b>					
1	Zdrava klima u destinaciji	783	4,50	0,71	1	1
24	Ljepota krajolika	774	4,45	0,82	2	2
25	Očuvanost okoliša	718	4,05	0,96	9,5	4
26	Kvaliteta mora	732	4,32	0,91	3	3

	SADRŽAJI	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang skupine
21	Stanje spomeničke i kulturne baštine	699	3,72	0,88	23,5	7
27	Sadržaji za djecu	533	3,45	1,09	42,5	16,5
31	Ponuda kulturnih događaja	625	3,50	0,96	39	14
32	Kvaliteta kulturnih događanja	591	3,54	0,93	36	12
33	Ponuda zabavnog sadržaja	658	3,38	1,08	46	21
34	Kvaliteta zabavnog sadržaja	633	3,39	1,04	45	20
35	Ponuda sportskog sadržaja	558	3,43	1,60	44	18,5
36	Kvaliteta sportskog sadržaja	539	3,45	0,94	42,5	16,5
37	Ponuda sadržaja zdravstvenog turizma	429	3,43	1,00	40,5	18,5
38	Kvaliteta sadržaja zdravstvenog turizma	401	3,49	1,02	40,5	15
39	Ponuda za nautičare	338	3,70	1,44	27	8
40	Kvaliteta ponude za nautičare	342	3,68	0,96	29,5	9
41	Ponuda turističkih agencija (ponuda izleta)	584	3,93	0,87	13	5
42	Prepoznatljivost i atraktivnost manifestacija	578	3,67	0,93	31	10
43	Kvaliteta smještajnog objekta	729	3,95	0,84	12	4
44	Kvaliteta objekata za prehranu	744	3,96	0,88	11	3
45	Ponuda zdrave hrane	644	3,74	0,97	20,5	6
46	Kvaliteta kongresne ponude	274	3,53	1,13	37,5	13
47	Mogućnost izleta u okolinu	672	4,07	0,86	7	2
48	Odnos cijena i kvalitete	757	3,64	0,90	33	11
49	Nacionalni parkovi i parkovi prirode	510	4,23	0,85	5	1

	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang skupine
5	Prometna povezanost destinacije	700	3,56	0,96	35	10
6	Organizacija i sadržaji zračne luke	197	3,22	1,25	48	13
7	Organizacija lokalnog prometa	618	3,32	1,00	47	12
8	Dostupni parkirališni prostor	661	3,11	1,16	49	14
15	Čistoća destinacije	774	3,90	0,95	14,5	1,5
16	Urbana skladnost i uredenost	729	3,74	0,90	20,5	6
17	Dostatnost i održavanje šetnica	751	3,85	0,93	17	4
18	Održavanje javne rasvjete	748	3,83	0,91	18	5
19	Uredenost parkova	740	3,87	0,91	16	3
20	Uredenost pročelja	753	3,68	0,86	29,5	9
22	Uredenost plaža	719	3,73	0,96	22	7
23	Brojnost kupača na plažama (gužve)	675	3,53	1,10	37,5	11
29	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	698	3,90	1,50	14,5	1,5
30	Kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže	691	3,72	1,21	23,5	8

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

	<b>PREPOZNLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST</b>	<b>N</b>	<b>Aritmetička sredina</b>	<b>Standardna devijacija</b>	<b>Rang</b>	<b>Rang skupine</b>
9	Dostupnost turističkim informacijama (info-uređi, punktovi itd.)	695	3,71	0,85	19	2,5
10	Kvaliteta turističkog obilježavanja	700	3,71	0,85	25	2,5
11	Prepoznatljivost destinacije (simbol, suvenir i sl.)	687	3,70	1,80	27	4,5
12	<i>Personality</i> -destinacije	625	3,70	0,85	27	4,5
13	Prepoznatljivost destinacije na internetu	432	3,65	0,88	32	6
14	Prepoznatljivost smještajnih objekata destinacije na internetu i mogućnost rezervacije	415	3,63	0,93	34	7
28	Osobna sigurnost i zaštita	709	4,06	1,72	8	1

	<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>	<b>N</b>	<b>Aritmetička sredina</b>	<b>Standardna devijacija</b>	<b>Rang</b>	<b>Rang skupine</b>
2	Ljubaznost domicilnog stanovništva	772	4,27	0,86	4	1
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	786	4,21	0,85	6	2
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	752	4,05	0,90	9,5	3

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

**Prostor, resursi, okoliš**

U odnosu na ostale elemente turističke ponude, turisti su najzadovoljniji prirodnim resursima Kvarnera, što je dobra osnova za daljnji razvoj održivog turizma. Najvišu ocjenu dobili su zdrava klima (4,50), ljepota krajolika (4,45) i kvaliteta mora (4,32), a visoko je ocijenjena i očuvanost okoliša (4,05). Prosječna ocjena zadovoljstva turista prirodnim elementima turističke ponude Kvarnera iznosi 4,33, što odražava izrazito zadovoljstvo turista.

**Sadržaji**

Sadržaje turističke ponude Kvarnera turisti su ocijenili razmjerno niskim ocjenama (najviša ocjena 4,23, najniža ocjena 3,38). Prosječna ocjena zadovoljstva turista ponudom turističkih sadržaja iznosi 3,66. Nacionalne parkove i parkove prirode (4,23), mogućnost izleta u okolinu (4,07) i kvalitetu objekata za prehranu (3,96), turisti su ocijenili najvišom ocjenom. Najmanjom ocjenom turisti su ocijenili sljedeće elemente: ponuda sadržaja zdravstvenog turizma (3,43), ponuda sportskog sadržaja (3,43) i sadržaji za djecu (3,45).

**Organiziranost destinacije**

Skupina elemenata turističke ponude koja se odnosi na organiziranost destinacije ocijenjena je najmanjom ocjenom (3,64) u odnosu na prosjek. Turisti imaju najviše primjedaba na dostupan parkirališni prostor (3,11) i organiziranost i sadržaj zračne luke (3,22), dok su najzadovoljniji čistoćom destinacije (3,90) i radnim vremenom uslužnih djelatnosti (3,90).

**Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

Ova skupina uključuje sedam elemenata turističke ponude. Turisti su zadovoljni prepoznatljivošću i sigurnošću destinacije te informiranosti o turističkoj ponudi Kvarnera, što dokazuje i visoka prosječna ocjena (3,74). To dokazuju i visoke prosječne ocjene kojima su turisti ocijenili osobnu sigurnost i zaštitu (4,06), dostupnost turističkim informacijama (3,71) i kvalitetu turističkog obilježavanja (3,71). Međutim,

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

turisti smatraju da smještajni objekti destinacije na internetu nisu dovoljno prepoznatljivi, kao ni mogućnost rezervacije smještajnih kapaciteta (3,63).

**Stanovništvo i zaposleni**

Turisti su jako zadovoljni ljubaznošću domicilnog stanovništva (4,27), ljubaznošću zaposlenih u turizmu (4,21) i znanjem stranih jezika zaposlenih u turizmu (4,05). To dokazuje i prosječna ocjena elemenata ove skupine (4,18).

**Tablica 3.21. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Kvarnera**

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

Tablica 3.20. pokazuje čime su turisti najviše, odnosno najmanje zadovoljni. Turisti su najviše zadovoljni zdravom klimom, ljepotom krajolika i kvalitetom mora. Posebno valja istaknuti zadovoljstvo turista “osobnom sigurnošću i zaštitom” jer je to danas možda odlučujući element za dolazak turista u Hrvatsku općenito, posebno na Kvarner.

Uz to, valja istaknuti da su turisti svih deset elemenata ocijenili ocjenom višom od četiri, što pokazuje da su jako zadovoljni navedenim elementima turističke ponude.

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

**Kompariranje elemenata turističke ponude prema stavovima turista, stanovništva, iznajmljivača i turističkog menadžmenta turističke destinacije Kvarner**

Nakon što su se prikazale ocjene elemenata turističke ponude destinacije Kvarner od turista, provedena je usporedba tih ocjena s ocjenama dobovenim od stanovništva, iznajmljivača i turističkog menadžmenta, temeljeno na spoznaji da njihova percepcija o istim elementima ne može biti istovjetna. U nastavku će se prikazati prosječne ocjene dobivene istraživanjem stavova svih navedenih interesnih skupina na razini destinacije Kvarner za skupine (proctor, resursi i okoliš; sadržaji;

# GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

## 3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner

organiziranost destinacije; prepoznatljivost, sigurnost, informiranost; stanovništvo, zaposleni), ali i za svaki pojedini element unutar te skupine.

Tablica 3.22. Zadovoljstvo elementima turističke ponude

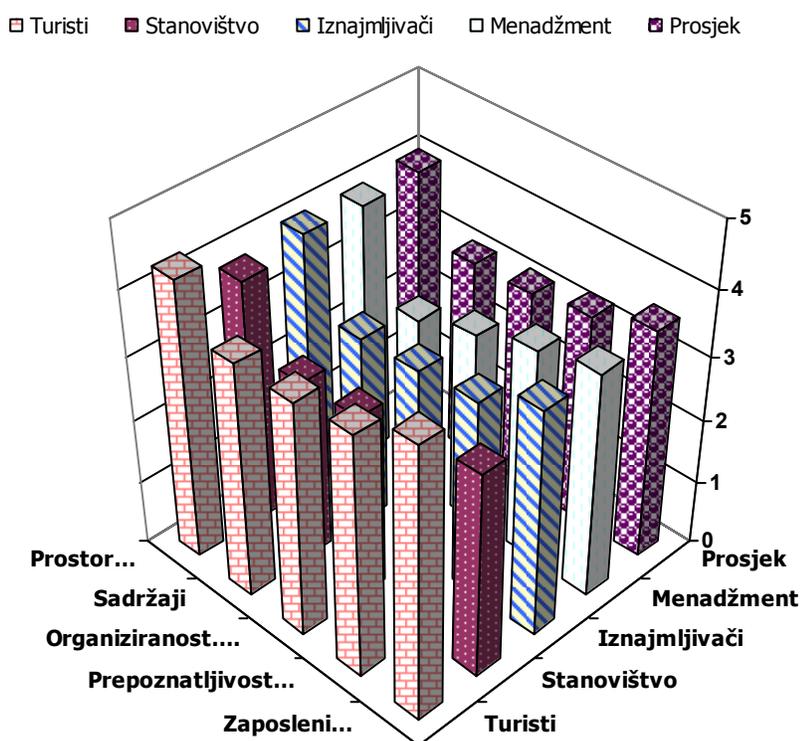
	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovoljstvo
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ</b>					
KVARNER	4,33	3,82	4,02	3,96	4,03
NOVI VINODOLSKI	4,38	3,95	3,93	4,05	4,08
OPATIJA	4,16	3,61	3,75	4,08	3,9
LOVRAN	4,17	3,72	3,74	4,08	3,93
RIJEKA	4,52	3,26		3,57	3,78
RAB	4,27	4,27	4,12	4,35	4,25
BAŠKA	4,66	4,3	4,44	4,35	4,44
IČICI	4,18	4,22	4,25	4,08	4,19
MOŠČENIČKA 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
<b>SADRŽAJI</b>					
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
BAŠKA	3,5	2,77	2,76	2,82	2,96
IČICI	3,19	2,54	2,7	3,06	2,88
MOŠČENIČKA 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
<b>ORGANIZIRANOST DESTINACIJE</b>					
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
BAŠKA	3,52	3,17	3,09	3,12	3,23
IČICI	2,96	2,89	2,94	3,11	3,01
MOŠČENIČKA 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
<b>PREPOZNATLJ., SIGURNOST, INFORMIR.</b>					
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
BAŠKA	3,76	3,42	3,46	3,69	3,59
IČICI	3,1	2,51	3,23	3,23	3,02
MOŠČENIČKA 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
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>					
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
IČICI	3,61	3	3,23	3,59	3,36
MOŠČENIČKA 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

3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava 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 (slika 3.8.), pojedini elementi turističke ponude, razvrstanih 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)

Slika 3.8. Prosječne ocjene elemenata turističke ponude



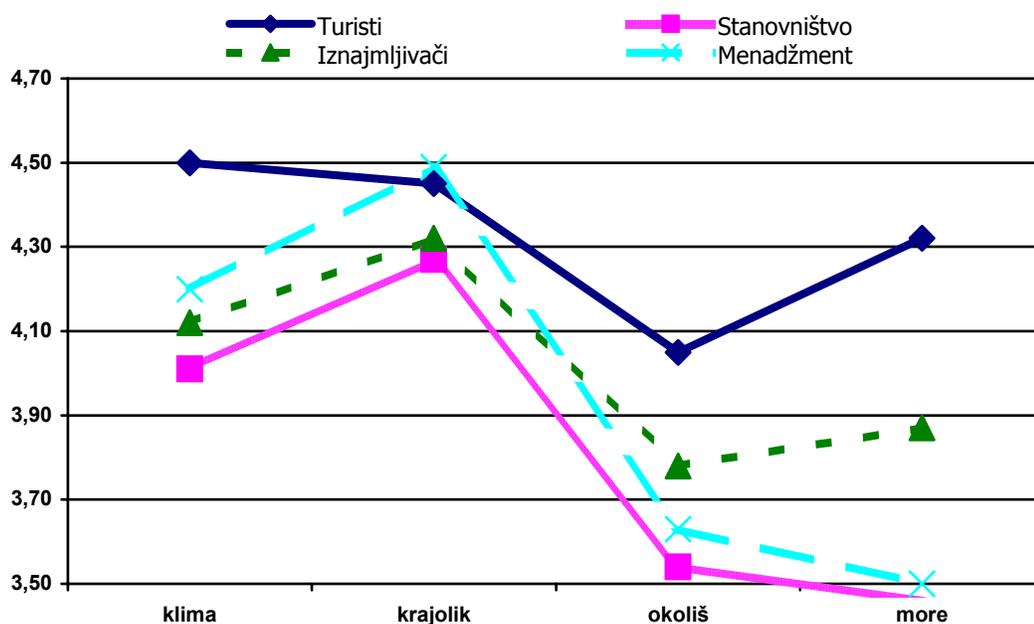
Dakle, svi su ispitanici jedinstveni u ocjeni da su prirodni resursi najjači adut ove destinacije budući da su elementi razvrstani u skupinu "PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ" zauzeli visoko prvo mjesto s prosječnom ocjenom 4,03. Treba istaknuti da su ocjene turista znatno više od prosjeka (4,33), slijede iznajmljivači (4,02), a znatno je kritičniji turistički menadžment (3,96) odnosno lokalno stanovništvo (3,82), svjesno činjenice da se ova komparativna prednost ne valorizira dovoljno, da bi ti elementi postali polazištem stvaranja i konkurentskih prednosti ove destinacije.

3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner

Primjećuje se 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 takva stava trebalo detaljnije istražiti.

Slijedeći prikazano na slici 3.9, uočava se 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 su strukturi turisti najvišu ocjenu dali zdravoj klimi u destinaciji (4,50), a turistički menadžment ljepoti krajolika (4,49), dok je najlošije ocijenjena očuvanost okoliša i od stanovništva (3,54) tako i od turističkog menadžmenta (3,50) odnosno iznajmljivača (3,87).

Slika 3.9. Prosječne ocjene elemenata u skupini "PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ"



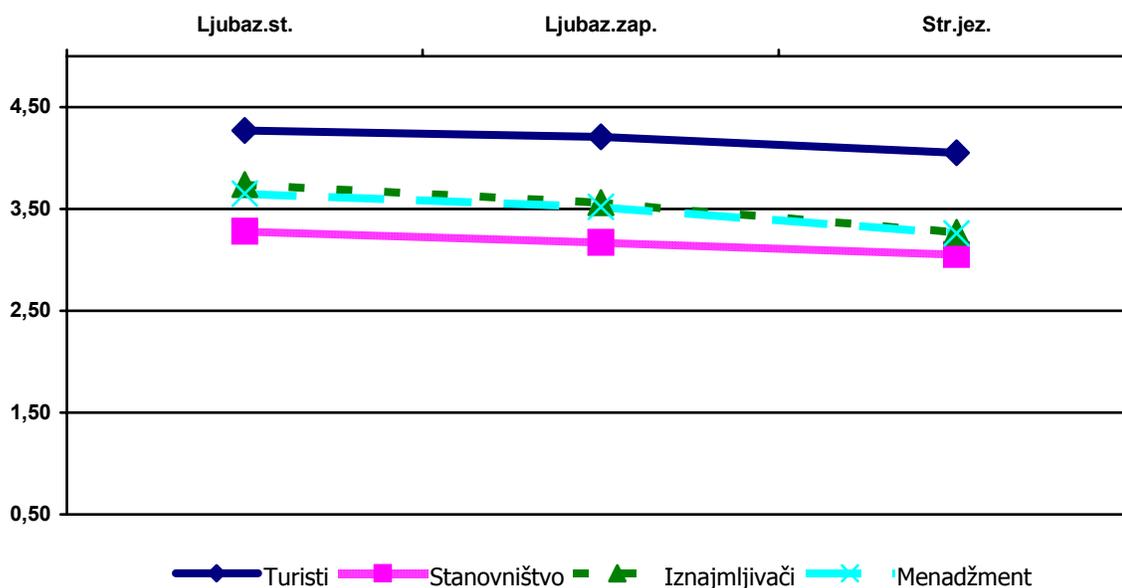
Ne manje značajan adut u turističkoj ponudi ove destinacije su ljudi, stoga su elementi razvrstani u skupinu "STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI" zauzeli drugo mjesto s prosječnom ocjenom 3,59. Treba istaknuti da su i ovdje ocjene turista znatno više od prosjeka (4,18), slijede iznajmljivači (3,52) i turistički menadžment (3,48), a najkritičnije je lokalno stanovništvo (3,17). Budući da je ova destinacija uvijek prednjačila po ljubaznosti i domicilnog stanovništva i zaposlenih te po sposobnosti komuniciranja na stranim jezicima, trebalo bi težiti da se takve visoke ocjene zadrže, ali i još podignu.

Primjećuje se 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.

Slijedeći prikazano na slici 3.10., može se uočiti da su unutar pojedinih elemenata turisti najbolje ocijenili ljubaznost lokalnog stanovništva (4,27), a taj je element visoko rangiran i od ostalih ispitanika (npr. iznajmljivači 3,74, turistički menadžment 3,65.). Najniže je rangirano znanje stranih jezika od stanovništva (3,05), što nedvojbeno podržava tezu da nastavne planove i programe treba prilagoditi tim zahtjevima, ali i da sustavno treba uvoditi programe permanentnog obrazovanja, s posebnim naglaskom na učenju 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.

**Slika 3.10. Prosječne ocjene elemenata u skupini "STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI"**

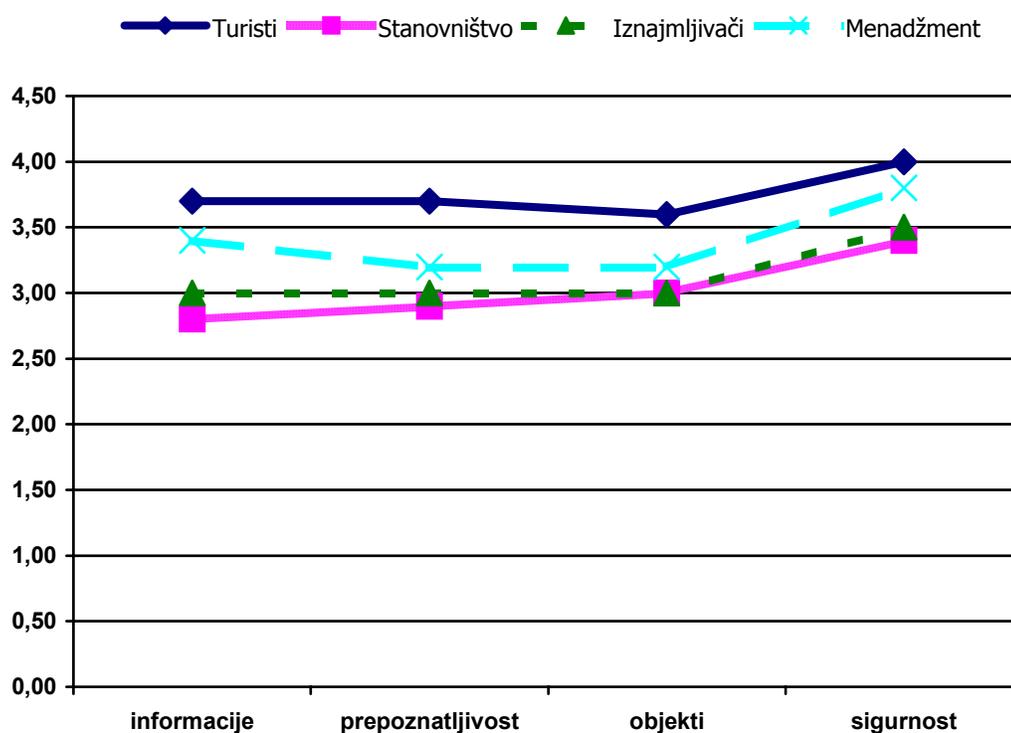


Treće mjesto na rang-listi ispitanika pripalo je skupini elemenata "PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST", a prosječnom ocjenom 3,27. I u ovoj su skupini ocjene turista više od prosjeka (3,74), slijedi turistički menadžment (4,28), a najkritičnije je lokalno stanovništvo (3,00).

Primjećuje se da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti anketirani u Gorskom kotaru (4,52), što pokazuje da se uloženi naponi na ovom planu počinju prepoznati.

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 uklanjanju razloga koji su do doveli do takva stava. Budući da se ti stavovi ponajprije odnose na područje prepoznatljivosti i informiranosti, potrebno je istaknuti ulogu ljudskog činitelja.

**Slika 3.11. Prosječne ocjene elemenata u skupini "PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST"**



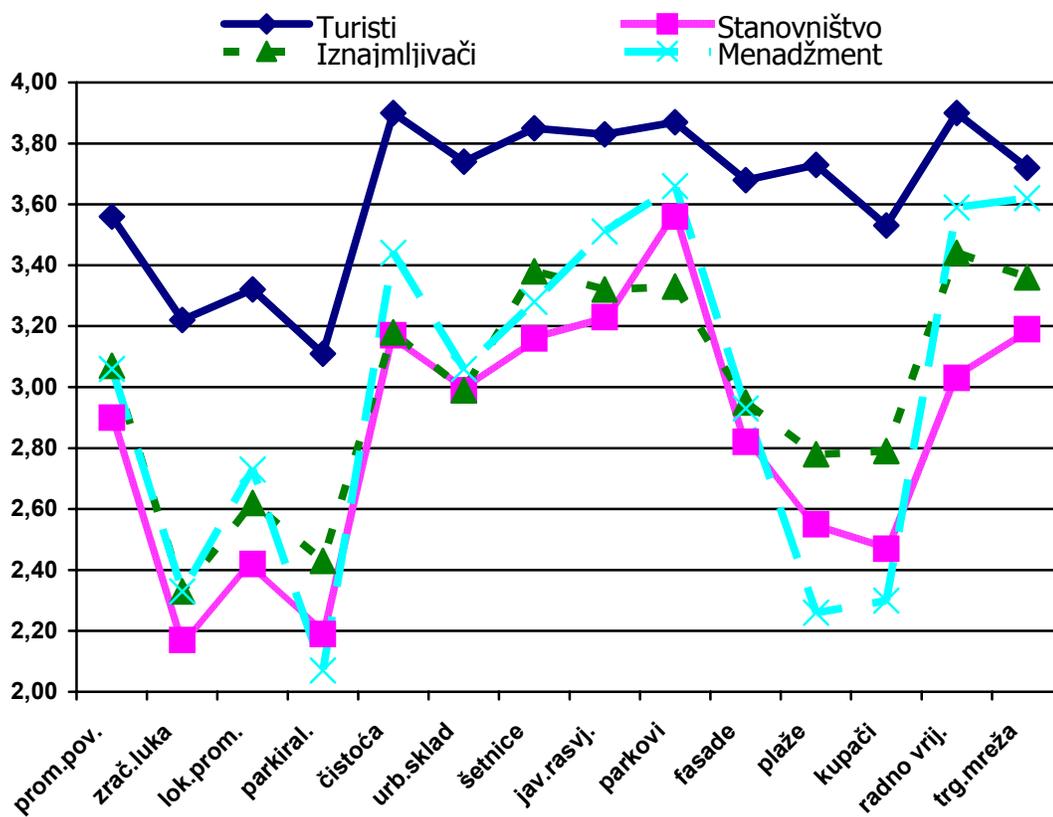
Slijedeći prikazano na slici 3.11., uočava se da su unutar pojedinih elemenata turisti najbolje ocijenili sigurnost (4,06), pa bi to u eri opće nesigurnosti u svijetu trebalo bolje valorizirati, jer je to značajan adut u promotivnim aktivnostima ove destinacije. No treba istaknuti da su i drugi elementi svrstani pod zajednički nazivnik "prepoznatljivost – informiranost" razmjerno dobro pozicionirani (ocjene od 3,63 do 3,71), a neki bi se segmenti, uz neznatna ulaganja, mogli poboljšati. No tako ne misle i ostale kategorije ispitanika. Posebno je kritično stanovništvo koje sve te elemente ocjenjuje u rasponu od 2,84 do 3,02, osim sigurnosti kojoj daje znatno višu ocjenu (3,43). Isto stajalište imaju i iznajmljivači, ali na neznatno višoj razini.

3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner

Turistički menadžment je po svojim stavovima bliži stavovima turista (3,18 – 3,78), osim u kategoriji "prepoznatljivost destinacije" (2,80), gdje smatra (jednako kao domicilno stanovništvo i iznajmljivači) da na tom planu nije dovoljno učinjeno. To nameće obvezu intenzivnijeg djelovanja u bliskoj budućnosti.

Elementi razvrstani u skupinu "ORGANIZIRANOST DESTINACIJE" zauzeli su četvrto mjesto, s prosječnom ocjenom 3,12. Uočava se 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). Primjećuje se da su u ovoj skupini najvišu ocjenu dali turisti anketirani u Rijeci (3,76), što potvrđuje da se naponi uloženi u kvalitetu organizacije njihova boravka prepoznaju i u 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 dovoljno. Iako je to u manjim destinacijama poput ove najčešće posljedica slabe financijske moći ili potrebe zadovoljenja temeljnih egzistencijalnih potreba (npr. ulaganje u temeljnu infrastrukturu – voda, kanalizacija i sl.), činjenica je da na tom planu treba učiniti nešto više.

Slika 3.12. Prosječne ocjene elemenata u skupini "ORGANIZIRANOST DESTINACIJE"

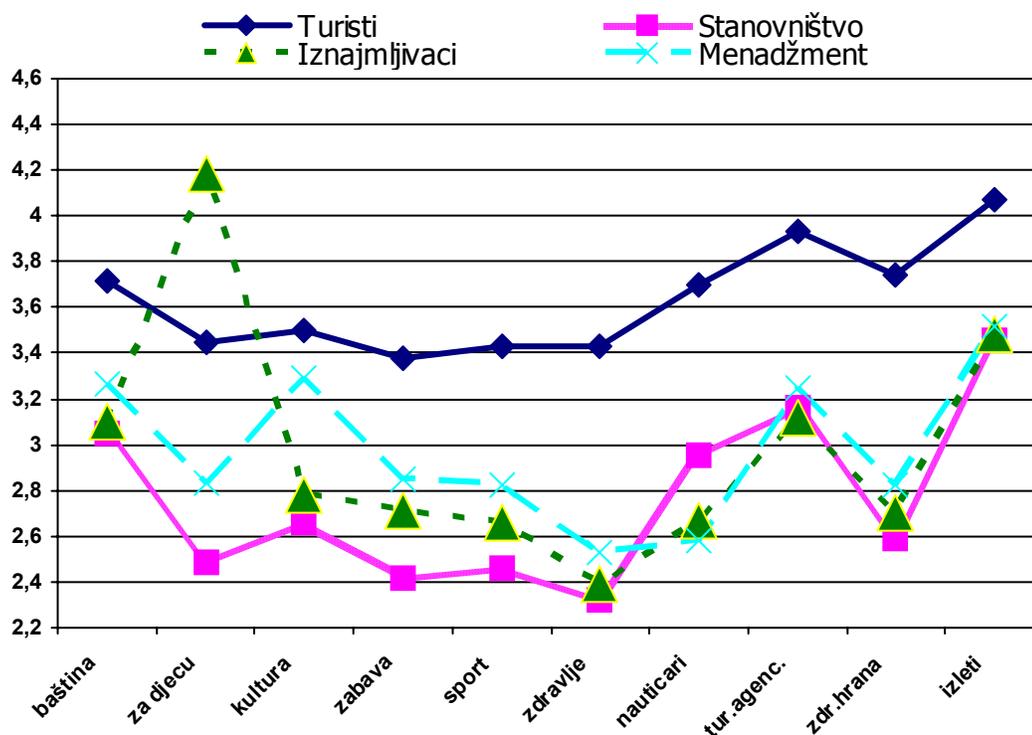


Slijedeći prikazano na slici 3.12., uočava se da unutar pojedinih elemenata najviše ocjene pripadaju uređenosti parkova i šetnica, čistoći destinacije, održavanju javne rasvjete (3,42 – 3,61), no jednako je tako visoko ocijenjeno radno vrijeme uslužnih djelatnosti te kvaliteta i opskrbljenost trgovačke mreže (3,47 – 3,49). I ovdje se može primijetiti veća kritičnost ostalih anketiranih skupina, ali 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 time da su zadnjih godina uloženi veliki naponi na ovom planu, što gosti zapažaju, ali da su iznajmljivači, lokalno stanovništvo i menadžment svjesni toga da sve to 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.

Najslabija su karika u lancu elemenata turističke ponude skupina "SADRŽAJI – njihov asortiman i kvaliteta", koja je zauzela posljednje mjesto s prosječnom ocjenom 3,09.

Iako se to može smatrati neobičnim, ocjene su turista 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 turisti najvišu ocjenu dali sadržajima i njihovoj kvaliteti u Rijeci (3,88) i Opatiji (3,81), iako su upravo te 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 3.13. prikazane su ocjene pojedinih elemenata koji se u okviru skupine "Sadržaji" odnose na asortiman ponude, dok su na slici 3.14. prikazane ocjene vezano za kvalitetu tih sadržaja.

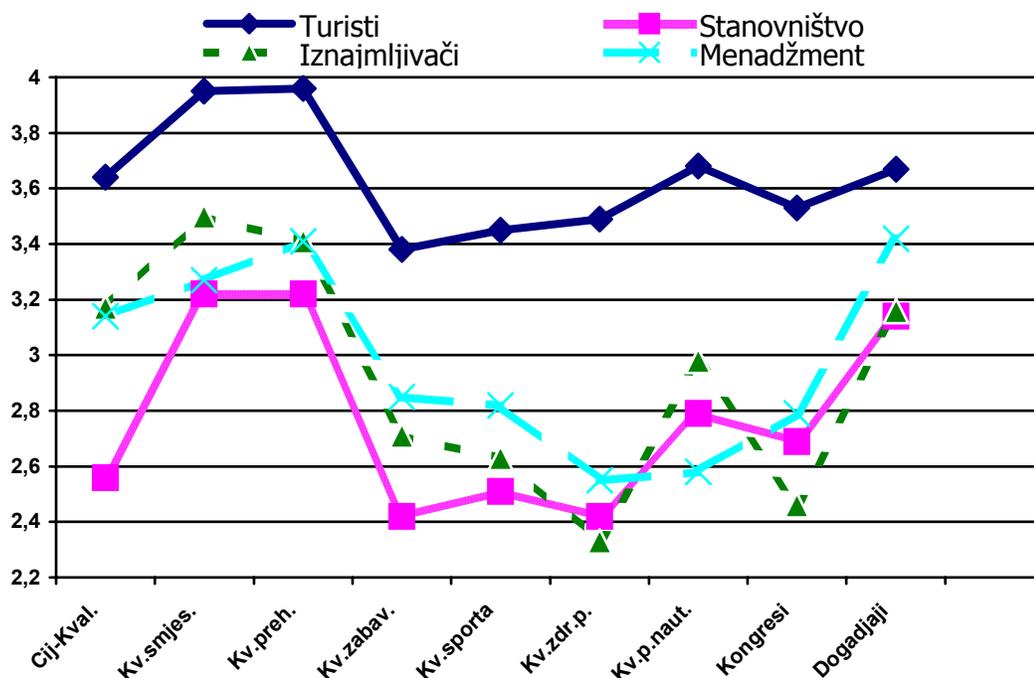
Slika 3.13. Prosječne ocjene elemenata asortimana ponude u skupini "SADRŽAJI"



Analizom prikazanog uočava se da su i u ovom segmentu turisti znatno višim ocjenama ocijenili pojedine elemente turističke ponude od ostalih sudionika ankete (od 3,43 za sportske sadržaje do 4,07 za mogućnosti izleta u okolinu). Ocjena odstupa samo za "sadržaje 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. Na slici 3.14. vidi se 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.

Slika 3.14. Prosječne ocjene kvalitete elemenata ponude u skupini "SADRŽAJI"



Temeljem navedenoga, može se donijeti sljedeća sumarna ocjena. Zadovoljstvo elementima turističke ponude Kvarnera i njegovih destinacija analizirano je promatranjem pet svrstanih obilježja ponude: (1) resursna osnova, (2) turistički sadržaji destinacije, (3) organiziranost destinacije, (4) prepoznatljivost, sigurnost, informiranost te (5) kvaliteta stanovništva i zaposlenih. U tablicama su vidljiva sva obilježja ponude usporediva međusobno po destinacijama i po skupinama ispitanika (turisti, stanovništvo, iznajmljivači soba i apartmana te turistički menadžment).

Izračunata je i u prethodnom tekstu prikazana konačna prosječna ocjena zadovoljstva svih skupina ispitanika po pojedinim elementima ponude, kao i rang odnosno ocjena ponude svake turističke destinacije u okviru destinacije Kvarner.

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

Na četvrtome mjestu, s prosječnom ocjenom 3,12, nalazi se skupina elemenata ponude pod zajedničkim nazivom "organiziranost destinacije". Unutar tih elemenata najlošije je ocijenjeno zadovoljstvo organizacijom i sadržajem zračne luke, organizacijom lokalnog prometa i dostupnosti parkirališnog prostora. Niska je i zabrinjavajuća ocjena zadovoljstva brojem kupaca na plažama i uređenosti plaža. Za ostale elemente ponude može se smatrati da dobivaju prolaznu ocjenu (iznad 3). I, konačno, najnižu ocjenu zadovoljstva svih ispitanika dobila je skupina elemenata pod zajedničkim nazivom "turistički sadržaji destinacije". Ocjenom ispod 3 ocijenjeno je 8 od 19 elemenata: 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 resursnom osnovom, tj. prirodnim atrakcijama. Elementima ponude "prepoznatljivost, sigurnost, informiranost" može se biti donekle zadovoljno jer je ta skupina elemenata dobila solidnu trojku (3,27). Skupina elemenata "organiziranost destinacije" dobiva prosječnu ukupnu ocjenu na razini ocjene "dobar", iako se unutar te skupine javljaju elementi ponude koji su zabrinjavajući pa je potrebno ukloniti uzroke koji su doveli do ovakva stava. Najlošije ocjene vezuju se uz elemente asortimana i kvalitete ponude koji čine sadržaje boravka turista u turističkoj destinaciji, te se nameće potreba hitnog usklađivanja te ponude sa suvremenim trendovima platežno sposobne potražnje orijentirane na ovo tržište.

# GLAVNI PLAN RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

## 3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner

**Tablica 3.23. Zadovoljstvo elementima turističke ponude – Kvarner**

R. br.	Element turističke ponude	Turisti	Stanovništvo	Iznajmljivači	Turistički menadžment	Prosječno zadovolj. po elementima
<b>PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ</b>						
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
	<b>Prosječno zadovoljstvo po skupinama</b>	<b>4,33</b>	<b>3,82</b>	<b>4,02</b>	<b>3,96</b>	<b>4,03</b>
<b>SADRŽAJI</b>						
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
	<b>Prosječno zadovoljstvo po skupinama</b>	<b>3,64</b>	<b>2,81</b>	<b>2,95</b>	<b>2,97</b>	<b>3,09</b>
<b>ORGANIZIR. DESTINACIJE</b>						
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	Čistoća destinacije	3,90	3,17	3,18	3,44	3,42
16	Urbana skladnost i uredenost	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	Uredenost parkova	3,87	3,56	3,33	3,66	3,61
20	Uredenost pročelja	3,68	2,82	2,95	2,93	3,10
22	Uredenost 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
	<b>Prosječno zadovoljstvo po skupinama</b>	<b>3,64</b>	<b>2,85</b>	<b>3,00</b>	<b>2,99</b>	<b>3,12</b>
<b>PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST</b>						
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
	<b>Prosječno zadovoljstvo po skupinama</b>	<b>3,74</b>	<b>3,00</b>	<b>3,07</b>	<b>3,28</b>	<b>3,27</b>
<b>STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI</b>						
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
	<b>Prosječno zadovoljstvo po skupinama</b>	<b>4,18</b>	<b>3,17</b>	<b>3,52</b>	<b>3,48</b>	<b>3,59</b>

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

Uz navedeno, a sumirajući rezultate odgovora dobivenih po posebnim pitanjima, postavljenim stanovništvu, iznajmljivačima i turističkom menadžmentu, a potkrijepljeni i općim stavovima turista o nekim općim pitanjima, došlo se do spoznaja da :

- je općeniti stav ispitanika prema razvoju turizma na Kvarneru i njegovim destinacijama pozitivan (53,7%), pri čemu iznajmljivači imaju afirmativniji stav

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

---

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;

- iznajmljivači i stanovništvo doživljavaju turističku zajednicu *liderom*, a njezin menadžment najodgovornijim za turistički razvoj destinacije. Slijede tijela državne uprave ili javni menadžment, dok se menadžmentu u hotelijersko-turističkom gospodarstvu ne daje takva važnost, što je značajno polazište u koncipiranju turističkog menadžmenta za turističku destinaciju Kvarner;
- ispitanici rad turističke zajednice u destinaciji ne ocjenjuju visoko (negativna ocjena 66,7%), dok rad menadžmenta u strukturi turističke ponude ocjenjuju pozitivno (69,4%), što nameće potrebu ustrojavanja optimalnog modela turističkog menadžmenta koji mora biti *lider* u razvoju turističkog proizvoda turističke destinacije Kvarner;
- veći dio 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;
- ispitanici prepoznaju nedostatak parkirališnog prostora kao jedan od najvećih i temeljnih problema u svim subregijama unutar turističke destinacije Kvarner (čak 87% ispitanika locira nedostatak parkirališnog prostora u rasponu od glavnog problema do manjeg problema). Iznajmljivači i stanovništvo ističu ovaj problem kao "gorući" u svim destinacijama, osim u destinaciji Gorski kotar;
- se kao poseban problem ističu i prometne gužve (samo njih 13% smatra da to uopće nije problem), koje su različita intenziteta u pojedinim subregijama unutar turističke destinacije Kvarnera (osim destinacije Gorski kotar);
- se povremeno javljaju i gužve na šetnicama (Rab i Lopar), iako to za većinu (51,7%) uopće nije problem, uz naglasak da su iznajmljivači prema ovim problemima manje kritični od domicilnog stanovništva;
- ugroženost Kvarnera industrijskim razvojem sve više zabrinjava (70,4%), što se odražava u svim odgovorima ispitanika. Najveću bojazan i opasnost iskazuje turistički menadžment kojega je ta bojazan prisutna s visokih 83,1%. To je dovoljan indikator javnome menadžmentu da ozbiljno preispita razvojne planove i programe i podvrgne ih temeljitoj kritičkoj analizi. Turisti nisu sudjelovali u ocjenjivanju eksplicite, no njihovi se stavovi mogu uočiti u okvirima "očuvanosti okoliša", koji je niže valoriziran od ostalih prirodnih resursa koje nudi turistička destinacija Kvarner;
- da je posebna opasnost za turistički razvoj i nekontrolirana izgradnja apartmana i stanova, koji previše okupiraju vrijedan prostor i time ugrožavaju koncepciju održivog razvoja. Na ovaj problem eksplicite upućuju sve skupine ispitanika, a posebno turistički menadžment (sa čak 72,1%), slijede iznajmljivači (69,4%) i stanovništvo te turisti koji su prirodnu resursnu osnovicu u svim destinacijama pozicionirali na visoko prvo mjesto s prosječnom ocjenom 4,3 (od 4,83 u Gorskom kotaru do 3,78 u Rijeci).

Rezultati ovog istraživanja upućuju na potrebu izbora modela razvoja, koji će se temeljiti na polazištima osiguranja ekološke ravnoteže na obali, otocima i u zaleđu te

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

---

na sustavnom podizanju kvalitete ponude turističke destinacije Kvarner. Rezultati istraživanja upućuju na kvantitativne i kvalitativne elemente ponude svake subregije (koja je bila predmetom anketiranja), ali i destinacije Kvarner kao cjeline. Opravdanost ovakva istraživanja vidljiva je i kroz elemente koji upravo upućuju na potrebu zaštite okoliša kao jednog od najvažnijih resursnih temelja turističkog razvoja, u kojem upravo restriktivna politika namjene prostora može dati dugoročno optimalne rezultate.

Stoga se zaštititi i očuvanju okoliša, uvođenju ekološke filozofije, kao i obveznosti primjene ekoloških oznaka u turističkoj destinaciji Kvarner mora pridavati puno veće značenje nego što ga ima u praksi, jer njezina orijentacija mora biti na ekološki senzibilne goste koji su u pravilu više kulturološke razine, a i veće platežne moći. Budući da se restriktivna politika namjene prostora još uvijek ne provodi prema zacrtanim ciljevima (jedno od najosjetljivijih pitanja razvoja i budućnosti turizma na ovim prostorima), ovu problematiku treba propisima i senzibiliziranjem javnog mišljenja bolje pozicionirati kako bi postala središte promatranja javnog sektora, sudionika turističke ponude, ukupne zainteresirane javnosti, što znači i budućeg *lidera* na čelu turističkog menadžmenta turističke destinacije.

Sustav turističkih zajednica očekuje značajna preobrazba koja se mora temeljiti na kvalitetnijim bazama podataka i izvorima informacija te intenzivnije djelovati u području planiranja i kontrole pozicioniranja na turističkom tržištu. Novi pristup izgradnji turističkog menadžmenta mora se temeljiti na politici decentralizacije te poticajima za oblikovanje prepoznatljivih sadržaja na razini svakog lokaliteta, što nameće šire uključivanje svih sudionika kako bi se osigurao veći stupanj zadovoljstva turista, bolja profitabilnost destinacije, uspješnost menadžmenta i zaposlenih te zadovoljstvo i blagostanje lokalnog stanovništva. U tome presudnu ulogu treba imati menadžment turističke destinacije, koji treba ustrojiti prema suvremenom konceptu kako bi postao presudan činitelj ukupnoga turističkog razvoja turističke destinacije Kvarner, njezinih subregija i turističkih lokaliteta.

### **3.4. SWOT-ANALIZA TURIZMA KVARNERA**

Temeljem provedenih anketnih istraživanja i obilaska terena te brojnih rasprava, uočene su ključne prednosti, nedostaci, mogućnosti i prijetnje Kvarneru kao turističkoj destinaciji.

Radi preciznijeg pozicioniranja Kvarnera, izrađena je SWOT-matrica u kojoj se iznose glavni nalazi.

**Slika 3.15. SWOT-matrica Kvarnera**

<p><b>PREDNOSTI</b></p> <p>Geoprometni položaj</p> <p>Dostupnost morem, kopnom, zrakom</p> <p>Klima</p> <p>Prirodna i kulturno-povijesna baština</p> <p>Turistička tradicija</p> <p>Prepoznatljivost na tržištima</p> <p>Pozitivan stav domaćeg stanovništva prema razvoju turizma</p> <p>Većim dijelom dobro očuvan okoliš</p> <p>Strateška dokumentacija i planovi</p> <p>Obrazovne institucije za kadrove u turizmu</p> <p>Stručna i znanstvena podrška (R&amp;D)</p> <p>Visoka razina sigurnosti</p> <p>Jedinstvo različitosti</p>	<p><b>NEDOSTACI</b></p> <p>Prevladava tradicionalni proizvod "sunce i more"</p> <p>Izražena sezonalnost</p> <p>Nedovoljno diferencirana ponuda</p> <p>Nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta i njihova nedovoljna kvaliteta</p> <p>Nedovoljna turistička opremljenost</p> <p>Infrastruktura nedovoljno razvijena</p> <p>Menadžment destinacije</p> <p>Privatizacija i dokapitalizacija velikih turističkih gospodarskih subjekata</p> <p>Partnerstvo u turizmu</p> <p>Prometni problemi – zračna luka, povezanost otoka s kopnom, lokalni promet, parkirališta</p> <p>Nedovoljna turistička signalizacija</p> <p>Izostanak poznatih <i>brandova</i></p> <p>Nepostojanje sinergije djelovanja</p>
<p><b>MOGUĆNOSTI</b></p> <p>Novi turistički proizvodi</p> <p>Selektivni oblici turizma</p> <p>Diverzifikacija područja i proizvoda</p> <p>Valorizacija zaleđa i Gorskog kotara</p> <p>Stalno unapređenje integralne kvalitete</p> <p>Mogućnost cjelogodišnjeg poslovanja</p> <p>Bolja pozicioniranost na tržištima</p> <p>Održivi razvoj</p> <p>Promocija lokalnog kulturnog identiteta</p> <p>Povećanje i proširenje zaštićenih područja prirode</p> <p>Partnerstvo</p>	<p><b>PRIJETNJE</b></p> <p>Konfliktnost razvojnih opcija (Družba Adria, trasa Jadransko-jonske autoceste)</p> <p>Konkurencija ostalih hrvatskih priobalnih destinacija (Istra, Dalmacija)</p> <p>Sve veći broj "novih" destinacija na svjetskome turističkom tržištu</p> <p>Potencijalno zagađenje</p> <p>Vizualno zagađenje prostora</p> <p>Prekomjerna izgradnja (apartmani)</p> <p>Preopterećenost prostora – premašen prihvatni potencijal pojedinih područja</p> <p>Broj stanovnika u budućnosti u odnosu na razvojne potrebe</p> <p>Turbulentno i nepredvidljivo okruženje</p>

***PREDNOSTI – ISTAKNUTI***

***NEDOSTATKE – SMANJITI***

***MOGUĆNOSTI – ISKORISTITI***

***PRIJETNJE – IZBJEĆI***

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

---

Kao što je već više puta istaknuto, Kvarner ima povoljan geoprometni položaj, zbog čega je ova regija, uz novoizgrađene prometnice, uistinu “na dohvat ruke” turistima iz Slovenije, Italije, Austrije, Njemačke, Mađarske. Posebna joj je prednost u tome što je dostupna i morem, što do sada nije dovoljno iskorišten pravac (izuzevši nautičare). Burna povijest, bogata kultura i turistička tradicija duža od 160 godina čini Kvarner prepoznatljivim na turističkom tržištu. Upravo tako duga tradicija razlogom je što lokalno stanovništvo ima pozitivan odnos prema razvoju turizma i podupire ga.

Jedinstveni krajolici, bogatstvo različitosti na razmjerno maloj udaljenosti – otoci, obala, šume, gorje – omogućuju stvaranje turističke ponude koja će moći zadovoljiti turiste 21. stoljeća, raznolikih interesa i želja.

U odnosu na okruženje, na području Kvarnera nastoji se u najvećoj mogućoj mjeri štititi priroda, a na svim je razinama prihvaćena potreba razvoja u skladu s načelima održivosti.

Primorsko-goranska županija usvojila je dva ključna dokumenta za svoj razvoj: Prostorni plan PGŽ-a i Glavni plan razvoj turizma PGŽ-a kojim se turizam promatra kao integralni dio ukupnoga gospodarskog sustava PGŽ-a i kao njezin pokretač.

Potrebno je obrazložiti prisutne nedostatke Kvarnera kao turističke destinacije. Usprkos velikoj brizi o zaštiti okoliša, ipak se javljaju inicijative i konkretne odluke koje mogu dovesti do ekološkog zagađenja prostora.

Bilježi se iznimna sezonalnost turističkog prometa, iako postoji resursna osnova da se posluje tijekom cijele godine ili da se umanje sezonske oscilacije. Stoga treba govoriti o turističkoj godini, a ne o turističkoj sezoni, i aktivno osmišljavati i nametati na tržištu atraktivne programe. Zadatak je povećati tržišni udio na postojećim emitivnim tržištima te osvajati nova tržišta.

Posebno je značajan problem neadekvatna struktura smještajnih kapaciteta te njihova nedovoljna kvaliteta. Taj je problem izravno povezan s problemom privatizacije i potrebom dokapitalizacije (ponajprije) velikih turističkih gospodarskih subjekata.

Zadnjih desetak godina svjetska turistička literatura i praksa intenzivno se bave problemom upravljanja turističkom destinacijom. Kvalitetno i učinkovito organiziran menadžment destinacije potaknut će inovativnost i na razini destinacija i na razini poslovnih subjekata, čime bi se ostvarila potrebna sinergija djelovanja svih zainteresiranih subjekata (stakeholders).

Konfliktnost razvojnih opcija u budućnosti, značajna je prijetnja razvoju turizma Kvarnera. U tom kontekstu posebno valja istaknuti projekt Družba Adria te trasu Jadransko-jonske autoceste na dionici Križišće – Žuta lokva koju je radi zaštite najvrednijih prostora prirode potrebno preispitati.

Izgradnja novih cestovnih prometnica bitno je unaprijedila dostupnost Kvarnera, no otvorila je i nova konkurentna tržišta, ponajprije područje Dalmacije koje se danas također može svrstati u tzv. autobuserske destinacije.

Interes je Kvarnera privući avio goste, no preduvjet je sadržajno i organizacijsko unapređenje zračne luke Rijeka na Omišlju (otok Krk). No i zračna luka Zagreb može se u širem kontekstu sagledavati kao atraktivna za Kvarner budući da se transfer turista može organizirati brzo i ugodno.

U skladu s opredjeljenjem za održivi razvoj, potrebno je uvesti ekološke oblike prometa. Gotovo svi gradovi/općine suočeni su s nedostatkom parkirališnog prostora, posebno garaža (kojih je iznimno malo), što i turisti ističu kao jedan od bitnih problema tijekom boravka na Kvarneru. Bolja organiziranost lokalnog prometa (i kopnom i morem) mogla bi umanjiti ovaj problem.

Obrazovne i znanstvene ustanove (mreža srednjih škola, Veleučilište i Sveučilište u Rijeci) sjajan su temelj za edukaciju kadrova potrebnih turizmu budućnosti. Usprkos tome, svjedoci smo nedostatka stručnih kadrova u ugostiteljstvu, a razlozi su tome odlazak kvalificirane radne snage u inozemstvo u zadnjih petnaestak godina, uz nedovoljan usporedni proces obnove kadrova i nedovoljna ulaganja u njihovu stalnu edukaciju.

Posebno je istaknut problem pojedinih područja Kvarnera premašenost prihvatnog potencijala, što je u izravnoj vezi s iznimnom sezonalnošću poslovanja. Dio gradova/općina već danas bilježi premašaj prihvatnog potencijala područja (npr. Crikvenica, Baška...). Procesi tzv. apartmanizacije pojedinih pitoreskni mjesta uz našu obalu (npr. Malinska), ovaj problem čine još istaknutijim, te uz preopterećenost prostora, infrastrukture i odbojan stav domaćeg stanovništva, uzrokuju i vizualno zagađenje prostora, uz iznimno male ekonomske učinke.

### **3.5. MATRICA PROIZVODA TURIZMA KVARNERA**

Turizam Kvarnera počiva u prvom redu na proizvodu odmorišnog turizma, i to onog oblika odmorišnog turizma koji je prije svega vezan uz doživljaje na moru i uz more, što determinira i implicira njegovu izrazitu sezonalnost. U području odmorišnog turizma nije još učinjeno dovoljno kako bi Kvarner postao cjelogodišnja turistička destinacija za ugodan i zdrav odmor (što je nekada i bio).

Kvarner konkurrira proizvodom nautičkog i poslovnog turizma, a njegova konkurentnost u tom segmentu može se ocijeniti srednjom vrijednošću. Ti segmenti tržišta, iznimno značajni i rastući, traže stoga nova ulaganja i osmišljavanje novih programa te obradu ciljnih tržišta. U odnosu na (geografski) bliže konkurente u ovom segmentu, Kvarner treba iskoristiti šansu u budućnosti.

Ekološki turizam iznimno je atraktivan u svijetu; što je zagađenje prisutnije, taj je segment sve značajniji. Usprkos urbanizaciji i intenzivnom razvoju zadnjih desetljeća, Kvarner još uvijek raspolaže jedinstvenim područjima prirode, dobro očuvanima i potencijalno privlačnima turistima.

Po segmentu ponude zdravstvenog turizma, Kvarner je bio poznat prije više od stotinu godina. Danas je, na žalost, neovisno o njegovoj atraktivnosti na svjetskome turističkom tržištu, ponuda zdravstvenog turizma Kvarnera nedovoljno kvalitetno oblikovana, a sadržaji koji se gostima nude, uglavnom su parcijalni i ne mogu zadovoljiti zahtjevnoga gosta ovog segmenta.

Slika 3.16. Matrica proizvoda turizma Kvarnera – 2005.

**Matrica proizvoda – 2005.**

*Atraktivnost*

<b>velika</b>			Ekološki turizam Zdravstveni turizam
	<b>srednja</b>		Dogadajni turizam
		Odmorišni turizam Poslovni turizam Nautički turizam Sportsko-rekreacijski turizam	
<b>mala</b>			Kulturni turizam Specijalni interesi Hiperturizam i avanturizam
	<b>velika</b>	<b>srednja</b>	<b>mala</b>

*konkurentnosti*

### **3.6. PROBLEMATIKA PRIHVATNOG POTENCIJALA**

Prihvatni potencijal turističke destinacije predstavlja njezinu sposobnost da prihvati turiste i razvoj turizma, a da se pri tome u većoj mjeri ne narušava ukupno okruženje – prirodno, izgrađeno i sociokulturno. To podrazumijeva prisutnost turista, što u svakom slučaju ima utjecaja na okruženje, ali koje je prihvatljivo za lokalno stanovništvo i turiste te održivo i u budućnosti.

U dokumentima Programa za okoliš Ujedinjenih naroda (United Nations Environment Programme – UNEP) i Svjetske turističke organizacije (World Tourism Organization – WTO) prihvatni potencijal definira se kao maksimalni broj turističkih korisnika koji simultano posjećuju turističko mjesto bez neprihvatljivih poremećaja fizičke, ekonomske i sociokulturne okoline, kao i bez neprihvatljiva smanjenja kvalitete zadovoljstva posjetitelja.

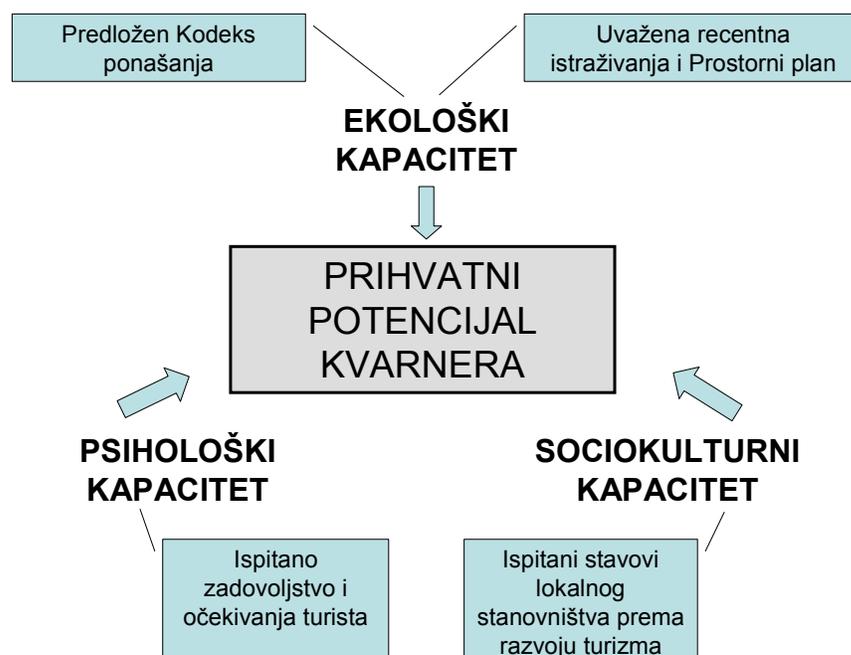
Svjetska turistička organizacija definira tri aspekta prihvatnog potencijala (WTO, 1997-):

- **Ekološki kapacitet** podrazumijeva maksimalan stupanj turističkog korištenja, a da pritom ne dođe do ekološke degradacije. Procjena tog kapaciteta uključuje kompleksno razmatranje niza činitelja kao što su ekološke, geomorfološke, klimatske karakteristike, broj turista, njihove aktivnosti, izgrađenost turističkih kapaciteta, infrastrukturni sadržaji, ekonomski činitelji.
- **Psihološki kapacitet** maksimalan je stupanj turističkog korištenja prostora sa stajališta broja turista, njihovih aktivnosti i izgrađenih objekata, a da ne dođe do pada kvalitete turističkog doživljaja. Može se utvrditi samo na osnovi subjektivnih procjena i mišljenja turista o kvaliteti životne sredine u turističkoj regiji, atraktivnosti turističkih motiva, kvaliteti i cijeni turističkih usluga, opremljenosti objekata, kvaliteti i obujmu investicijskih sadržaja i sl. Ovaj kapacitet nije lako utvrditi jer su percepcije i stavovi turista o spomenutim činiteljima različiti.
- **Sociokulturni kapacitet** podrazumijeva maksimalno moguć razvoj turizma, uključujući broj turista, njihove aktivnosti, izgrađenost kapaciteta i infrastrukture, koji neće narušiti način života, kulturu i tradiciju domicilnog stanovništva.

Prihvatni potencijal Kvarnera predstavlja rezultantu sva tri aspekta prihvatnog potencijala, uz uvažavanje ključne dokumentacijske podloge:

- Prostorni plan Primorsko goranske županije
- Etički kodeks u turizmu
- Kodeks ponašanja u prostoru na području Kvarnera

3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner



Koristeći prosječne individualne standarde za mediteransku odnosno primorsku regiju u materijalima pod nazivom *Kodeks ponašanja na području Kvarnera* dani su normativi za cijeli prostor, pri čemu se uvrštavaju potrebni specifični korektivi za pojedine destinacije, što proizlazi iz njihovih bitno različitih obilježja i dosegnutog stupnja turističkog i ukupnoga gospodarskog razvoja.

Razvojni model Kvarnera prilagođen je procijenjenim limitirajućim čimbenicima prihvatnog potencijala Kvarnera, odnosno užih destinacija. Treba imati na umu da je prostor Kvarnera veoma heterogen i da se sastoji od različitih prirodnih sredina koje karakterizira različit stupanj ekološke osjetljivosti na destrukciju turista, tako da su i njihovi prihvatni potencijali različiti. Inicijalni izračuni koji su rađeni za pojedine destinacije Kvarnera upućuju na ozbiljno stanje saturacije u određenim područjima, kao što je to primjer nekih destinacija na otoku Krku (Baška, Malinska) kao i Crikveničko-vinodolska rivijera (Crikvenica, Selce, Novi Vinodolski) te Mošćenička Draga.

U skladu s provedenim terenskim istraživanjima, analizama postojećeg stanja, te dobivenim stavovima turista i lokalnog stanovništva u okviru projekta *Ocjene turističke ponude Kvarnera*, dane su ocjene pojedinih važnih elemenata za procjenu prihvatnog potencijala, a kao ključni problemi identificirani su:

- dostupnost parkirališnog prostora
- organizacija lokalnog prometa
- brojnost kupaca na plažama
- rastući broj apartmana

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

- vizualna degradacija prostora
- izražena sezonalnost turističkog prometa.

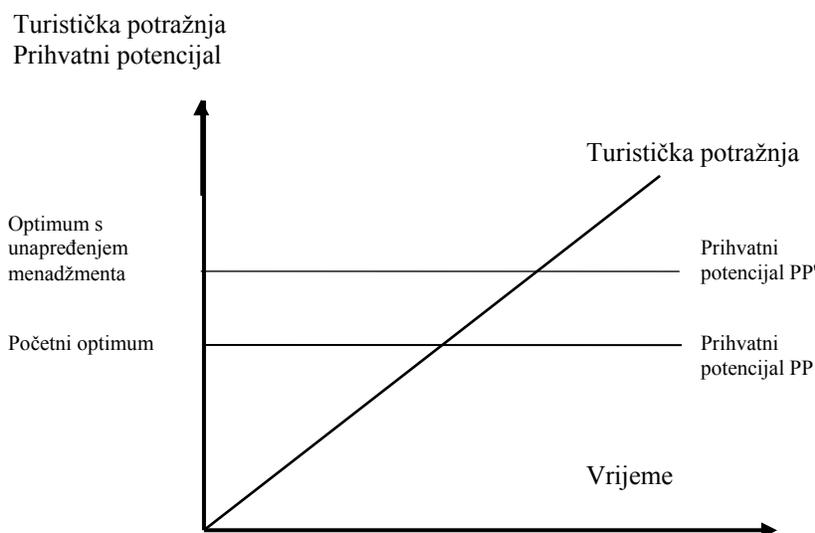
Od ukupno anketiranih ispitanika, gotovo 65% smatra da Kvarner nije premašio svoj prihvatni potencijal.

Heterogenost prostora Kvarnera i disperziranost turističkog razvoja nameću dvojak pristup: u pojedinim je područjima nužno provesti korektivne mjere (budući da je prihvatni potencijal već premašen), u ostalim područjima nužno je uvesti preventivne mjere da ne dođe do ugrožavanja prihvatnog potencijala područja.

Svaka uža destinacija Kvarnera trebala bi izraditi konkretnu studiju prihvatnog potencijala na bazi svojih prostornih specifičnosti utemeljenih na nizu prethodnih elaborata i studija za svaku destinaciju pojedinačno (mikro).

Menadžment turističke destinacije Kvarnera može djelovati na povećanje prihvatnog potencijala, ponajprije djelujući na smanjenje sezonalnosti i koncentraciju turista oko pojedinih turističkih atraktivnosti.

**Slika 3.17. Menadžment turističke destinacije i povećanje prihvatnog potencijala**



Izvor: P. Steele, *Ecotourism: An Economic Analysis*, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 3, br.1, 1995., str. 34.

Pri odabiru razvojnog modela Glavni se plan vodio sljedećim:

- ⇒ racionalno korištenje postojeće resursne osnovice
- ⇒ poticanje mjera zaštite okoliša i infrastrukturno unapređenje
- ⇒ očuvanje kulturnih osobitosti
- ⇒ vremenska i prostorna disperzija turističkih aktivnosti
- ⇒ rast kvalitete doživljaja turista i kvalitete života lokalnog stanovništva
- ⇒ sustavno upravljanje turizmom Kvarnera.

**3. Obilježja vrijednosti turističkog sustava Kvarner**

U kombinaciji izloženih kriterija uvažene su odrednice u smislu:

- odredbi zakona
  - lociranja projekta (prostorna disperzija) prema neopterećenim dijelovima destinacija (središnji prostor Krka, Vinodol u zaleđu, Crikveničko vinodolska rivijera, zaleđe Opatijske rivijere)
  - prvenstva povećanju kvalitete smještaja u središtvu destinacija Kvarnera
- Konačno, monitoring primjene Glavnog plana treba osigurati da se na vrijeme indiciraju situacije koje dovode do prekoračenja prihvatnog potencijala područja.

**3.7. OCJENA SUSTAVA TURIZMA KVARNERA**

Temeljem izloženog i detaljne analize postojećeg stanja, iznose se zaključne ocjene sustava turizma Kvarnera.

- *Turistički kapaciteti smještaja, strukturom i kvalitetom u najvećoj mjeri nisu na razini očekivanja turista.*
- *Turistička je ponuda doživljaja i aktivnosti ispod očekivanja gostiju i nije, najvećim dijelom, u skladu s novim trendovima*
- *Glavne prednosti Kvarnera temelje se na prirodnim resursima, blizini, čistom moru i očuvanom okolišu, klimi te gostoprimstvu, lokalnim običajima i sigurnosti.*
- *Ciljne skupine su dominantno gosti koji dolaze na odmor uz more. Pretežno je riječ o obiteljima koje dolaze osobnim automobilom, s dužim boravkom. Izrazita je odanost gostiju. Domaći turisti nedovoljno su prisutni na Kvarneru.*
- *Potražnja za destinacijom Kvarner koncentrirana je na bliskim tržištima. Udaljena, a atraktivna tržišta, zastupljena su skromnim udjelom.*
- *Karakteristični nedostaci destinacije Kvarner u ponudi su različitog, širokog spleta proizvoda poput shoppinga, noćnog života, kvalitetne zabave, autohtonih suvenira i priredaba te u slabostima pristupa, parkiranja i prijevoznog sustava*
- *Upravljanje destinacijom Kvarner nije sustavno utemeljeno. Postojeći sustav djeluje nestabilno, reagira i prilagođava se trenutačnim promjenama, ne nastupa aktivno, dugoročno, planski.*
- *Partnerstvo, kao nužan preduvjet razvoja, tek se uspostavlja. Ozbiljni napori, dokumentacija i aktivnosti ulažu se u očuvanje prostora i zaštitu okoliša.*
- *Vrijednosti koje pruža destinacija Kvarner povezane su s okolišem i klimom, što u usporedbi s konkurentnim destinacijama nije dovoljno i nije optimalno.*
- *Pretjerana urbanizacija ("betonizacija") znači ozbiljnu prijetnju. Prijetnju predstavlja i razina "pritiska" na obalni pojas.*
- *Ograničenja u privlačenju novih tržišnih segmenata ozbiljna su zbog nedovoljne razine investiranja u restrukturiranje i razvoj, zbog nedostajućih konkretnih planova (projekata) i promicanja planova – projekata razvoja.*

