

## **8. PRIHVAĆANJE, PROVEDBA, KONTROLA I PRILAGOĐAVANJE**

Prema dosadašnjoj praksi izrade sličnih projekata, nije uobičajeno izlagati sadržaj prihvaćanja, provedbe i KONTROLE. Imajući na umu važnost Plana, velike praznine i nedorečenosti u sustavnom istraživanju turizma Kvarnera te očekivanu promjenjivost činitelja razvoja, projektni tim inzistirao je i na ovom dijelu zadatka. Pritom treba podsjetiti da je monitoring u trajanju od jedne godine predviđen i ugovorom. To znači da se tijekom jedne godine, posebno u okviru programa edukacije mogu provesti korekcije i adaptacije prihvaćenog projekta, odnosno, a to je poželjno, trajnom se kontrolom može Glavni plan razvoja turizma modificirati u odnosu na eventualne bitne promjene u samom turizmu Kvarnera ili u njegovu užem i širem okruženju.

### **8.1. PRIHVAĆANJE PROJEKTA NA RAZINI PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE**

Prihvaćanje Glavnog plana na razini Primorsko-goranske županije uvjetuje određene predradnje koje su zadane Ugovorom i to:

- Projekt se predaje u tri pisana primjerka i u digitalnom zapisu na CD-u te jedan primjerak sažetka (pisani i elektronski) za potrebe prezentacije pred nadležnim tijelima naručitelja: Primorsko-goranske županije i Turističke zajednice Primorsko-goranske županije (članak 12. Ugovora),
- Ovlaštene osobe iz Ugovora o izradi Glavnog plana razvoja turizma PGŽ-a sastavljaju zapisnik kojim verificiraju konačnu verziju projekta (čl. 7. Ugovora).
- Podrazumijeva se da istraživački tim, u dogovoru s naručiteljem, prezentira Glavni plan razvoja nadležnim tijelima naručitelja i (prema dogovoru) predstavnicima jedinica lokalne samouprave, predstavnicima organizacija turističkih zajednica i predstavnicima ostalih zainteresiranih skupina privatnog, javnog i nevladinog (civilnog) sektora.

## **8.2. PLAN PROVEDBE: ŠTO, TKO I KADA**

Plan provedbe sredstvo je koje ima za cilj integrirati sve aktivnosti koje su definirane u planovima konkurentnosti, investiranja i u marketinškome planu.

Konačni je cilj Plana provedbe svim subjektima i operatorima koji su uključeni u turistički sustav PGŽ-a staviti na raspolažanje dobro određen, jasan i praktičan model za njihove buduće razvojne aktivnosti. Ovaj dokument pokazuje:

- **Što** se mora učiniti: sadrži opće sastavne dijelove zadataka, naziv i kratki opis.
- **Tko** to mora učiniti: uloga i odgovornosti subjekata koji su uključeni u određeni zadatak.
- Potrebni **resursi**: količina finansijskih resursa koji su potrebni za provedbu.
- **Kada** se to mora učiniti: broj godina i planirano vrijeme provedbe.
- Razina **prioriteta**: važnost svakog zadatka u odnosu na strategiju *cluster-a*.
- Povezani **rizici**: razina rizika koji je povezan s izvršenjem zadataka.

U pravitu (Excelov dokument) daje se korisno sredstvo pomoću kojega se zadaci mogu razvrstati i poredati prema različitim elementima i zahtjevima (prema subjektima koji su uključeni, njihovoj ulozi u provedbi plana, razini prioriteta, trošku, stupnju rizika i potrebnom vremenu), jednostavnim pritiskom odgovarajuće tipke na gornjem dijelu stranice.

Zadaci sažeto određuju kako se sve aktivnosti koje su definirane u Planu moraju provesti u praksi. Dijele se u skladu s njihovom prirodom:

*A. Osnovni zadaci za poboljšanje i podizanje razine sadašnjega turističkog modela destinacije:*

- to su hitni nužni zadaci koje destinacija mora provesti kako bi opstala na postojećem tržištu i kako ne bi izgubila na konkurentnosti,
- mogu ih provoditi i privatni operatori i javni subjekti i mogu se primijeniti različiti modeli financiranja: investiranje koje se financira isključivo iz javnog proračuna; iz privatnog fonda; mješovito investiranje s djelomičnim doprinosom pojedinih privatnih operatora u javnoj potrošnji; ostali modeli financiranja.

B. *Zadaci za jačanje konkurentnosti:*

- novi strateški zadaci koji su potrebni kako bi se destinaciju repozicionirala i privukli novi bitni segmenti potražnje.

C. *Zadaci povezani s poslovnim mogućnostima:*

- održive i profitabilne investicije koje se predlažu privatnim operatorima koji su zainteresirani za ekonomski isplative aktivnosti.

Da bi se bolje razumio sadržaj Plana provedbe, na sljedećoj slici prikazan je primjer zadatka s objašnjnjem značenja svakoga njegova dijela. Pomoću ovoga sintetiziranog i shematskog modela moguće je razvrstati zadatke u stupce, što drugim riječima znači da se zadatke može poredati prema određenim interesnim elementima.

**Slika 8.1. Baze podataka o kapitalnim ulaganjima**

### BAZE PODATAKA O KAPITALNIM ULAGANJIMA

N.	Zadatak	Nositelji				
		LS	PS	LZ	RZ	O
1	Thalasso Wellness Centar	⟳	🔑	✖	✖	✖
Legenda:		Prioritet	Trošak ( u 000 €)	Rizik	Vremenski rokovi izvršenja 2004 - 2015	
		Visok	5500	mali	2004 - 2007	2008-2012 do 2015

Nositelji				
LS	PS	LZ	RZ	O

← ----- →

Subjekti, njihova uloga i odgovornosti u provedbi zadatka realizacije kapitalnih ulaganja

LS: lokalna samouprava
PS: privatni lokalni nositelji
LZ: lokalna turistička zajednica
RZ: županijska turistička zajednica
O: ostali subjekti

Odgovoran
Koordinator
Savjetnik
Ostalo

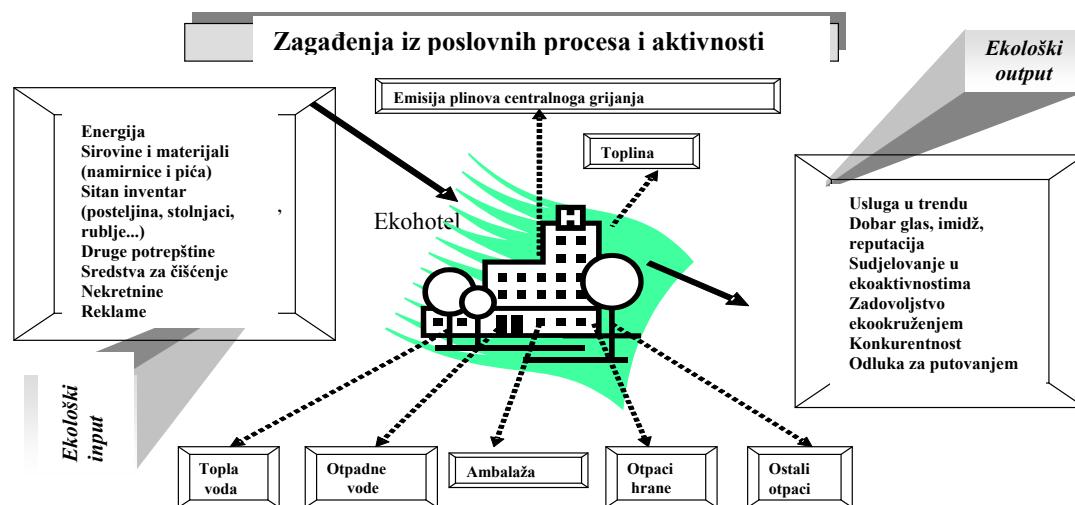
### 8.3. KONTROLA I PRILAGOĐAVANJE GLAVNOG PLANA RAZVOJA TURIZMA PRIMORSKO-GORANSKE ŽUPANIJE

Po svojoj definiciji kontrola (audit) sistematski je proces objektivnog sagledavanja i vrednovanja činjenica iz opredjeljenja o ekonomskim aktivnostima temeljenima na prihvaćenim načelima turističke politike, operacionalizirane u razvojnome modelu. U sustavu povratne veze kontrola je samo dio ciklusa integralnog upravljanja kvalitetom turističke destinacije, koja mora metodološki slijediti elemente definirane u sustavu planiranja. To su pretpostavke sustavnog sagledavanja visine i strukture odstupanja, kao indikatora učinkovitosti pojedinih elemenata definiranih Glavnim planom. To je put da se upozori na probleme i uputi na izbor mjera za postizanje cilja definiranih Glavnim planom, a to je da turizam treba postati pokretačem razvoja Primorsko-goranske županije kao turističke destinacije *Kvarner*. Tu se nameću konkretnе potrebe za sustavnom kontrolom učinaka turizma, koji ne moraju uvijek biti pozitivni, pri čemu treba obuhvatiti sljedeća područja:

- koristi za ekonomski i regionalni razvoj
- negativni učinci na okoliš i lokalnu sredinu
- kvaliteta života i prilike za zapošljavanje
- unaprjeđenje lokalne sredine
- učinak na kulturno-povijesno naslijeđe
- kriminal koji prati turizam.

Turistička destinacija *Kvarner* opredijelila se za **održivi razvoj turizma**, što nalaže i hotelima i drugim smještajnim objektima, da kao važna resursna osnovica turizma Kvarnera inicira i slijedi nacionalne i regionalne mjere kontrole zagađenja okoliša i djeluje u cilju dobivanja epiteta ekodestinacije, na polazištima prikazanim na slici 8.2.

**Slika 8.2. Indikatori kontrole zaštite okoliša prema načelima održivog razvoja turizma**



Indikatori su rezultat empirijskih, kvantitativnih i kvalitativnih mjerenja temeljenih na određenim polazištima, a radi ocjene stanja u različitim područjima turističkog razvoja. Održivi razvoj turizma turističke destinacije Kvarner zahtijeva ustroj i prihvaćanje indikatora za sustavnu kontrolu ulaganja u unaprjeđenje okoliša (*environmental audit*) i kontrolu kontinuiranog poboljšanja kvalitete odnosno učinaka TQM-a (*quality audit*). Na globalnom turističkom tržištu pristup pripremi tih indikatora temelji se na općeprihvaćenim standardima kontrole okoliša (norme ISO 14000ff, EMAS I, EMAS II...) te standardima sustavnog unaprjeđenja kvalitete (norme ISO 9000ff), a njihova primjena postaje dragocjenom, dapače, nezaobilaznom informacijskom osnovom za upravljanje turističkim razvojem trističke destinacije Kvarner.

Navedeno treba biti samo nadogradnja na ranije započeta istraživanja turističke ponude Kvarnera, koja su dala ocjenu sadašnjeg stupnja zadovoljstva turista, iznajmljivača, lokalnog stanovništva i turističkog menadžmenta. Tek ustrojem sustavnog i kontinuiranog ocjenjivanja dostignutog stupnja razvoja turističke ponude i stupnja njezine usklađenosti sa svjetskim turističkim trendovima osigurat će se realna podloga za publiciranje tih informacija u obliku primjerenom za Kvarner, ali i šire, o čemu treba postići konsenzus, što znači osigurati organizacijsku i finansijsku osnovu, čime će se poduprijeti takva i slična istraživanja.

### **8.3.1. Indikatori razvoja turizma Kvarnera**

U kreiranju sustava informacija potrebnih turističkom menadžmentu turističke destinacije *Kvarner* koje će biti dostupne u okviru jedinstvene baze podataka, a prikupljene istraživanjima u okviru turističke destinacije, ali i na ciljnim tržištima, treba poštovati i polazišta dana sustavom indikatora održivog turizma prema klasifikaciji WTO-a (slika 8.3.). Tako kreirana baza podataka na razini turističke destinacije *Kvarner*, postat će nezaobilaznom informacijskom podlogom sustavne kontrole dostignutog stupnja razvoja, a u okviru smjernica opredjeljenja za održivi razvoj turizma. Menadžmentu turističke destinacije to će postati temeljna informacijska resursna osnova za provjeru pozicija vlastite turističke destinacije, tj. da se utvrdi realno dostignut stupanj razvoja, otkriju odstupanja od postavljenog modela, odnosno da se realno ocijeni koliko je trenutačno pozicioniranje daleko od cilja postavljenog Glavnim planom.

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

**8. Prihvatanje, provedba, kontrola i prilagođavanje**

**Slika 8.3. Indikatori održivog razvoja turizma prema klasifikaciji WTO-a**

Indikator	
<b>Zaštita prostora</b> Riječ je o razini i kategorizaciji zaštićenih prostora sukladno kategorizaciji Međunarodnog udruženja za očuvanje prirode i prirodnih resursa (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources – IUCN).	Eko-loški
<b>Pritisak na prostor</b> Ovaj indikator mjeri razinu pritiska koji turisti čine na destinaciju. Informacija se dobiva praćenjem turističkog prometa. Pritom je uz godišnji turistički promet, posebno potrebno pratiti turistički promet u vršnoj sezoni.	Ekoški
<b>Intenzitet korištenja</b> Odnosi se na intenzitet korištenja u vršnom periodu (osoba/hektar). Radi se o identificiranju prekomernog korištenja resursa.	Ekoški
<b>Socijalni utjecaj</b> Iznimno je važan budući da bez uključivanja socijalnih i kulturnih efekata razvoja turizma u proces turističkog menadžmenta nije moguće govoriti o održivom razvoju turizma. Odnosi se na broj turista prema broju stanovnika u vršnom periodu. Taj indikator može obuhvaćati i podatak o prosječnom broju dana koje turisti provode u turističkoj destinaciji.	Sočijalni
<b>Kontrola razvoja</b> Indikator se koristi da bi se uvidjelo: provode li se prije većih projekata analize utjecaja koje će taj projekt imati na okoliš i ukupno okruženje, a u skladu s postojećom legislativom na nacionalnoj, regionalnoj i razini mjesta. Indikator označava ljestvica odgovora od 1 do 5, pri čemu 1 znači nepostojanje kontrole razvoja.	Ekonomski
<b>Upravljanje otpadnim vodama</b> Indikator označava postotak otpadnih voda koje se tretiraju (obrađuju) prije ispusta. Do njega dolazimo podijelimo li količinu tretiranih otpadnih voda s procijenjenom količinom ukupnih otpadnih voda. Ovaj pokazatelj posebno je važan za naseljenija mjesta i gradove te mjesta gdje je visoka vrijednost indikatora pritiska na prostor.	Ekoški
<b>Proces planiranja</b> Ovaj indikator također se izražava ljestvicom od 1 do 5. Vrijednost 1 označava da formalno integralno planiranje razvoja i aktivnosti ne postoji (uključujući i planiranje turističkog razvoja), a s implementacijom i kvalitetnim provođenjem rangiranje raste do vrijednosti 5. Budući da turizam čini dio ukupnoga gospodarskog sustava i s njim je u interakciji, održivi razvoj turizma moguć je samo ako postoji usuglašenost i koordiniranost globalne gospodarske politike s turističkom politikom i politikom zaštite okoliša.	Ekonomski
<b>Kritične točke ekosustava</b> Ovaj indikator temelji se na činjenici da što je neka biljna ili životinjska vrsta rijedka, to je zanimljivija za turiste, a samim time u povratnoj vezi još više izložena pritisku i ugrožena. Iz tog je razloga iznimno važno nadzirati stanje kritičnih točaka ekosustava, biljnih i životinjskih vrsta kako zbog njihova očuvanja tako i zbog opstanka resursne osnove turizma. Indikator predstavlja broj vrsta koje su izložene riziku te bilježi vrste iskorijenjene (izumrle), očuvane ili pod rizikom.	Ekoški

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

### **8. Prihvatanje, provedba, kontrola i prilagođavanje**

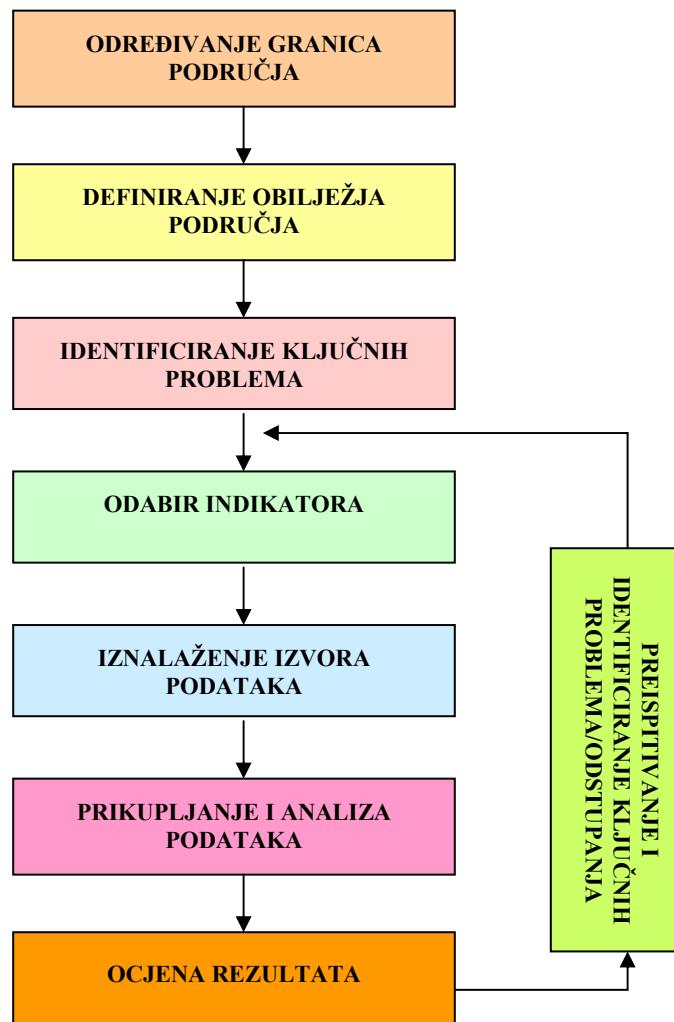
<b>Zadovoljstvo turista (potrošača)</b> Do ovog indikatora dolazimo anketiranjem turista. Prva skupina pitanja opisuje kvalitetu iskustava i doživljaja turista te reflektira uvjete u destinaciji i očekivanja turista. Druga skupina pitanja odnosi se na one koji su iskazali nezadovoljstvo kvalitetom usluga i doživljaja. U upitnik se mogu uvrstiti i tzv. otvorena pitanja. Pri provođenju anketa bitno je formirati reprezentativan uzorak u odnosu na broj i strukturu turista. Anketiranje je potrebno provoditi i u određenim vremenskim razmacima čime će se osim uvida u sadašnje stanje i stavove dobiti i njihova dinamika (promjene).	Ekonomska
<b>Zadovoljstvo lokalnog stanovništva</b> Indikator pokazuje razinu zadovoljstva lokalnog stanovništva na koje izravno ili neizravno utječe razvoj turizma. Ispitivanje stavova provodi se anketnim upitnikom. Pri provođenju ankete potrebno je osigurati reprezentativnost uzorka tako da svi pripadnici lokalne zajednice budu obuhvaćeni na adekvatan način (etničke skupine, društveni slojevi, zaposleni u turizmu ili izvan njega). Anketiranje je potrebno provoditi u određenim vremenskim razmacima.	Socijalni
<b>Doprinos turizma lokalnoj ekonomiji</b> Svrha je ovog indikatora mjeriti ovisnost lokalne ekonomije o turizmu (udio turizma u gospodarstvu, temeljem različitih pokazatelja). Što je zavisnost veća, veći je rizik za ekonomski sustav u odnosu na fluktuacije u turističkoj industriji.	Ekonomska

Izvor: Pripremljeno prema WTO: *What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism*, WTO, Madris, 1996.

Navedeno pokazuje da će samo pomno izabrani indikatori osigurati kvalitetnu osnovu za kontrolu (audit) svake faze provedbe Glavnog plana, slijedeći preporuke Europske komisije i Svjetske turističke organizacije (WTO), a to znači:

- a) da će se lakše i bolje identificirati nastali problemi, a utvrđena će odstupanja biti podlogom da se poduzmu mjere za njihovo otklanjanje;
- b) da su prihvatljivi samo oni indikatori koji podržavaju koncepciju održivog razvoja, a to znači da uključuju mogućnost identifikacije ograničenja i potencijalnih mogućnosti;
- c) da su nezaobilazna resursna osnova poslovnog odlučivanja menadžmenta turističke destinacije jer se temelje na realnim metodološkim podlogama, teorijskom i praktičnom znanju iz područja održivog razvoja turizma.

Slika 8.4. Postupak određivanja i korištenja indikatora za održivi razvoj turizma



Izvor: Pripremljeno prema *A Manual for Evaluating the Quality Performance of Tourist destinations and Services*, European Commission's Tourism, Office for Official Publications of the European Communities, 2003. i *What Tourism Managers Need to Know – A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism*, WTO, Madris, 1996.

Održivi razvoj naglasak stavlja na one indikatore kvalitete, koji su uzimani u obzir i u koncipiranju modela razvoja, u oblikovanju modela marketinga i mogućnosti uključivanja inovacija u ukupnu turističku ponudu turističke destinacije Kvarner na način kako je to sadržano u Glavnom planu, a indikatori su (slika 8.5.):

**QPCI** = Indikator percepcije stanja kvalitete (*Quality Percepcion Condition Indicators*)

**QMI** = Indikator kvalitete menadžmenta (*Quality Management Indicators*)

**QPI** = Indikator provođenja kvalitete (*Quality Performance Indicators*)

**Slika 8.5. Indikatori mjerenja kvalitete turističke destinacije Kvarner**

Kvaliteta na razini turističke destinacije <i>Kvarner</i>	(QPCI) Indikator percepcije stanja kvalitete	(QMI) Indikator kvalitete menadžmenta	(QPI) Indikator provođenja kvalitete
Održivost lokalne turističke ponude	Postotak lokalnih turističkih djelatnika koji su zadovoljniji tekućom sezonom veći je od zadovoljstva prethodnom sezonom	Menadžment destinacije komunicira u mreži i ima uspješnu suradnju sa svim sudionicima turističke ponude (DA / NE)	% Rast turističke ponude u destinaciji
Podrška lokalnoj turističkoj ponudi	Veći je postotak zadovoljnijih sudionika lokalne turističke ponude poslovnom podrškom i mogućnostima razvoja u destinaciji	Postoji program za koordinaciju poslovne podrške turističkih i prometnih usluga u turističkoj destinaciji/program uspješno funkcioniра (DA / NE)	% Rast poslovne podrške lokalnoj turističkoj ponudi
Marketing i promidžba	Veći je postotak djelatnika lokalne turističke ponude koji su zadovoljniji kvalitetom marketinga i promocije destinacije	Destinacija je službeno odobrila strategiju turističkog razvoja, koja daje jasne smjernice marketingu i to se redovito provjerava (DA / NE)	% Rast broja noćenja po jednom € investiranom u marketing i promidžbu destinacije
Gostoprivrstvo	Veći je postotak turista koji su zadovoljniji gostoprivrstvom lokalnog stanovništva	Ustrojena je procedura prikupljanja mišljenja lokalnog stanovništva o turizmu destinacije i provodi se u sustavu povratne veze (DA / NE)	% Rast opterećenja turističke destinacije zbog porasta broja turista tijekom turističke sezone
Sigurnost	Veći postotak turista koji je zadovoljan osjećajem sigurnosti u destinaciji, što uključuje i dostupnost zdravstvenih usluga	Postoji sustav prevencije kriminalnih radnji u destinaciji u pružanju turističkih usluga, u prometu, u radnim odnosima... (DA / NE)	% Postotak kriminalnih djela po osobi u odnosu na ukupan broj lokalnog stanovništva
Kvaliteta zraka	Veći je postotak turista koji su zadovoljni kvalitetom zraka u destinaciji	Javnosti su dostupne informacije o koncentraciji štetnih tvari u zraku (DA / NE)	% (prosječan) broj dana u kojima je izmjereno visoko onečišćenje zraka
Kvaliteta okoliša destinacije	Veći je postotak turista zadovoljnih čistoćom okoliša u destinaciji	Odgovornost za čistoću destinacije jasno je definirana i učinkovitost se provjerava (DA / NE)	% Odnos količine prikupljenog otpada prema veličini područja destinacije

Indikatori mjerjenja kvalitete moraju postati sastavni dio sustavnog istraživanja na razini turističke destinacije *Kvarner* jer osiguravaju preduvjete da se u sljedećem koraku primjenom QUALITESTA sagledaju i vrednuju još i sljedeće dimenzije kvalitete resursne osnove, bitne za ukupnost sadržaja ponude na razini turističke destinacije, a to znači da se posebno ustrojava praćenje kvalitete: HOTELA, PRIJEVOZA, GASTRONOMSKE PONUDE, TURISTIČKIH ATRAKCIJA, SPORTSKO-REKREACIJSKE PONUDE, PRIVATNOG SMJEŠTAJA, KAMPOVA, PONUDE U TRGOVINAMA TE OSTALIH OBLIKA TURISTIČKE PONUDE.

Integralna kvaliteta destinacije prepostavlja kvalitetu proizvoda i usluga svakog sudionika u strukturi ukupne ponude turističke destinacije, kao i učinkovitost menadžmenta turističke destinacije (lider) koji mora ustrojiti i sustavno koristiti standardni sustav indikatora, koji je važan za održivi razvoj destinacije. Dakle, kada se prihvati model ustroja menadžmenta turističke destinacije *Kvarner*, on mora biti temeljen na načelu integralne kvalitete destinacije, što znači da mora djelovati po načelima integralnog menadžmenta kvalitete (*Integreted Quality Management IQM*) na putu ostvarenja vizije, misije i ciljeva razvoja turističke destinacije, definiranih razvojnim modelom. Stoga je potrebno u okviru jedinstvene baze podataka osigurati korištenje sustava indikatora važnih za proces planiranja i kontrolu razvoja. Toj bazi pripadaju i indikatori bitni za zaštitu prostora i ublažavanje intenziteta njegova korištenja, zaštitu kulturnih, povijesnih i etnografskih vrijednosti uz poštovanje socijalnih utjecaja, zaštitu prirodnih resursa, s naglaskom na upravljanje čistim i otpadnim vodama te svim kritičnim točkama ekosustava. Pritom se uvijek naglasak stavlja na:

- zadovoljstvo turista (potrošača);
- zadovoljstvo lokalnog stanovništva i
- doprinos turizma regionalnom razvoju i lokalnoj ekonomiji.

Djelovanje IQM-a mora biti temeljeno na informacijama iz jedinstvene baze podataka, koji se sustavno prikupljaju po principu ponavljanja, kako bi se mogle pratiti tendencije promjena zadovoljstva gosta, svih sudionika turističke ponude i lokalnog stanovništva, a sve promatrano u kontekstu promjena u trendovima ponude konkurenčije, promjenama u turističkoj potražnji i drugim promjenama na globalnom turističkom tržištu. Primarni je naglasak na zadovoljstvo gosta, što zahtijeva korištenje onih indikatora koji će osigurati relevane numeričke podatke, ali i druge informacije za ocjenu kvalitativnog odnosa na relaciji *nositelji turističke ponude – gost – turistička destinacija* i to prije njegova dolaska u destinaciju (marketinške akcije), tijekom njegova boravka u turističkoj destinaciji (upravljanje turističkom destinacijom) i nakon završetka njegova boravka u turističkoj destinaciji (mjere zadržavanja stalnoga gosta). Težište je na kvaliteti turističkog proizvoda i indikatorima kojima se on mjeri (slika 8.6.).

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

**8. Prihvatanje, provedba, kontrola i prilagođavanje**

**Slika 8.6. Indikatori mjerenja kvalitete turističkog proizvoda**

Kvaliteta turističkog proizvoda	QPCI	QMI	QPI
<b>Komunikacija s gustom prije njegova dolaska</b>	Veći postotak turista koji je zadovoljan kvalitetom komunikacije o destinaciji prije dolaska	Poznati su glavni tržišni segmenti, a njihova se očekivanja redovito ocjenjuju putem tržišnih anketa (DA / NE)	Broj registriranih žalbi turista po noćenju
<b>Dostupnost</b>	Veći postotak turista s invalidnošću i ograničenom mobilnosti koji je zadovoljan dostupnosti turističkih usluga u destinaciji	Destinacija je svjesna potreba turista s invalidnošću i ograničenom mobilnosti i redovito potiče svijest o tome zašto i kako turističke usluge mogu biti dostupne (DA / NE)	Postotak turističkih usluga prilagođenih, dostupnih osobama s invalidnošću i ograničenom mobilnosti
<b>Promet ( prijevoz )</b>	Veći postotak turista koji je zadovoljan uslugama u prometu u destinaciji	Sva poduzeća koja pružaju prometne usluge u destinaciji suvjesna su potrebe da kvalitetno upravljaju ključnim aspektima svojih usluga, obavljanje o razvoju (DA / NE)	Odnos žalbi o pouzdanosti javnog prijevoza u destinaciji prema broju putnika
<b>Smještaj</b>	Veći postotak turista koji je zadovoljan smještajem	Svi pružatelji smještaja u destinaciji suvjesni su potrebe da se kvalitetno upravlja ključnim aspektima svoje usluge, i sustavno su obavljavani o razvoju (DA / NE)	Postotak od ukupnog smještaja koji se odnosi na certificiranje prema QMS (sustav menadžmenta kvalitete) i EMS (sustav menadžmenta okoliša)
<b>Informacije</b>	Veći postotak turista koji je zadovoljan kvalitetom informacija o događajima i aktivnostima koje nudi destinacija	Redovita provjera informacijskog materijala koji se dostavlja turistima o događajima u destinaciji kao i način njihova pružanja (DA / NE)	Odnos broja noćenja po dolasku, zabilježenih u turističkim informacijskim centrima u destinaciji
<b>Gastronomска ponuda</b>	Veći postotak turista koji je zadovoljan kvalitetom gastronomске ponude	Redovito ocjenjivanje kvalitete mjesta gastronomске ponude u destinaciji, postojanje procedure za bilježenje žalbi gostiju (DA / NE)	Broj žalbi o kvaliteti mjesta za hranu i piće u destinaciji u odnosu na broj noćenja
<b>Kvaliteta vode za kupanje</b>	Veći postotak turista koji je zadovoljan čistoćom područja za kupanje u destinaciji	Postoje integrirani menadžmentski planovi u mjestima koja pokrivaju područja za kupanje i čije se djelovanje redovito ocjenjuje (DA / NE)	Postotak područja za kupanje koja ne udovoljavaju obveznim kriterijima prema EU (voda podobna za kupanje)
<b>Vrijednost za novac</b>	Veći postotak turista koji je zadovoljan vrijednošću koju dobiva za novac	Destinacija je razvila i službeno prihvatala turističku strategiju koja se redovito ocjenjuje (DA / NE)	Postotak turista koji se vraća u destinaciju

Za turističku destinaciju *Kvarner* to znači da treba težiti postizanju kvalitete proizvoda i usluga koji čine ukupnu turističku ponudu, pri čemu će se rabiti standardizirani alati, pa se u tom se smislu preporučuje:

- predviđjeti osnovne trendove ponude neposredne konkurencije;
- odrediti vlastitu poziciju u odnosu na globalne trendove i vlastite mogućnosti;
- istražiti očekivanja potencijalnih i mogućih posjetitelja;
- identificirati profile i ponašanje posjetitelja;
- marketinškim akcijama djelovati na oblikovanje imidža destinacije na turističkom tržištu;
- turističku destinaciju učiniti poželjnom u svijesti potencijalnih posjetitelja, ponudom sustava događaja i doživljaja kao specifičnostima destinacije;
- provjeriti kakav imidž nude glavni turooperatori i drugi sudionici u lancu ponude turističke destinacije i kako oblikuju stav korisnika prema destinaciji;
- sustavnom evalvacijom ocijeniti je li turistička destinacija i koliko ispunila očekivanja posjetitelja, ali i razinu njihova zadovoljstva;
- utvrđivati mijenja li se imidž turističke destinacije u shvaćanju posjetitelja koji se višestruko vraćaju;
- mjeriti utjecaj promjene imidža turističke destinacije na zadovoljstvo posjetitelja i njihovu odluku za ponovni dolazak;
- pratiti učinke usmene promidžbe stalnih posjetitelja turističke destinacije npr. "što će reći prijateljima i obitelji nakon što se vrate kući";
- koristiti otvorena pitanja da se doznaaju skriveni stavovi te prikupe komentari i sugestije stalnih posjetitelja turističke destinacije.

S rezultatima istraživanja turističke populacije koja koristi usluge turističke destinacije mora biti upoznat ponajprije menadžment turističke destinacije, ali i svi sudionici turističke ponude destinacije. No, istovremeno je potrebno prikupiti i njihove stavove o istraživanom problemu. Od posebne je važnosti istraživanje platnih mogućnosti turista s ciljnog tržišta, kao i njihovih temeljnih zamjerki na ponuđeni assortiman i kvalitetu ponude, prema načelima "vrijednost za novac" ili "vrijednost za uspjeh". Posebno je važno sustavno razmjenjivati informacije o tome jesu li i koliko uloženi napor i mjere u primjenu standarda kvalitete i primjenu ekoloških standarda urodili očekivanim rezultatima. Za suvremeno turističko tržište posebno se testiraju rezultati učinaka uvođenja oznaka kvalitete, ali i drugih ciljnih oznaka karakterističnih za suvremene oblike ponude, što mora biti dijelom modela suvremenog upravljanja destinacijom, a što se stavlja u zadatak IQM-a. Kvalitetu upravljanja destinacijom čini i zadovoljstvo zaposlenika, koje se mjeri zadovoljstvom zaposlenika zaključenim ugovorima o radu, stimulativnim nagradivanjem za postignute rezultate, a posebno mogućnostima napredovanja u karijeri unutar poslovnog sustava, turističke destinacije i šire.

Zadovoljstvo turista turističkom ponudom te turističkog menadžmenta i zaposlenika ekonomskim učincima svoje aktivnosti, indikator je stupnja utjecaja turizma na ekonomski prosperitet, unaprjeđenje životne i radne okoline i kvalitetu života lokalnog stanovništva. Pritom se ocjenjuje percepcija lokalnog stanovništva o efektima turizma, tj. njegovim manama i koristima. Naglasak je i na ocjeni socioekonomskog utjecaja na mogućnost zarade i zapošljavanja. Turizam se sagledava i s polazišta njegova utjecaja na opću infrastrukturu, na izgradnju i unaprjeđenje valorizacije javnih objekata te na assortiman i kvalitetu ostalih sadržaja destinacije. Ocjenjuje se međuvisnost IQM-a i subjektivne kvalitete života domicilnog stanovništva turističke destinacije i susjednih područja, kao i njihov pozitivan i negativan utjecaj na zaštitu okoliša i na održivi razvoj.

IQM djeluje prema načelima povratne veze i ima zadatak kontinuiranog poboljšanja kvalitete. Sustavno mjeriti doprinos pojedinih akcija turističkog menadžmenta i sudionika turističke ponude u podizanju ukupne kvalitete nužna je pretpostavka osiguranja jedinstvene baze podataka, potrebnih za upravljanje turističkom destinacijom. Sva mjerena utjecaja određena su kvantitativnim i kvalitativnim indikatorima čije će korištenje osigurati:

- pravovremeno poduzimanje odgovarajućih korektivnih akcija
- sustavno prezentiranje pregleda stvarnih mogućnosti turističke destinacije i svih sudionika u strukturi ponude turističke destinacije
- kontinuirano djelovanje IQM-a kao trajnog procesa (što se postiže evaluacijom).

Zadatak je menadžmenta turističke destinacije odnosno njegova lidera da upravljanje temelji na načelima IQM-a. To od lidera zahtijeva da okupi i za zajednički cilj senzibilizira sve sudionike turističke ponude, a djelovanje organizira kroz klubove konkurentnosti te razne turističke organizacije i udruge. Važno je prihvatiti najprimjereni oblik partnerstva, koji će sve sudionike motivirati na akciju, a odluke treba donositi konsenzusom. To znači prihvatiti standarde i indikatore za praćenje kontinuiranog poboljšanja kvalitete proizvoda i usluga, a ovisno o stvarnim zahtjevima i potrebama gostiju s ciljnog tržišta. Integrirani pristup koristiti u koncipiranju razvoja turističke destinacije *Kvarner*, ali i susjednih turističkih destinacija te drugih regija. U biti upravljanja destinacijom mora stajati zadatak promicanja politike održivog razvoja turizma, uz optimalno korištenje turističkih resursa i maksimalnu valorizaciju turističkih atrakcija turističke destinacije *Kvarner*.

Javno-privatno partnerstvo (ali i drugi oblici partnerstva) moraju biti okruženje u okviru kojega će se osigurati kreiranje i implementacija optimalne ponude te provoditi kontrola djelovanja IQM-a. Uspjeh u suvremenom turizmu traži poštivanje ekostandarda i standarda kvalitete i potrebu kontinuiranog poboljšanja turističkog proizvoda turističke destinacije kao cjeline. Rezultate istraživanja mišljenja turista (posjetitelja) koristiti kao korektiv vlastitih stavova i stavova IQM-a, pri čemu treba djelovati u sustavu povratne veze.

Usko surađivati i s ostalim sudionicima koji su indirektno uključeni u strukturu turističke ponude Kvarnera, posebno s neprofitnim udrugama, koje mogu pomoći putem individualnih i kolektivnih inicijativa da se otklone neke zamjerke turista i stvoriti pozitivan imidž uz poštovanje onih vrijednosti koje čine komparativne prednosti, a sve s ciljem da se one pretvore u konkurentne prednosti.

Za turistički razvoj od posebnog je značenja stav lokalnog stanovništva prema turističkom razvoju, što znači da ono mora biti uključeno u sve faze razvoja. To konkretno znači da za lokalno stanovništvo treba na primjeren način, kroz konzultativne sastanke, informirati o akcijama na razini destinacije, a primjerenim anketnim ispitivanjem ocjenjivati stavove i korisne prijedloge uključiti u sustav upravljanja destinacijom na čelu s IQM-om. Stav lokalnog stanovništva od posebnog je značenja za ukupan dojam koji posjetitelj stječe o turističkoj destinaciji, što znači da treba otklanjati otpore i dopustiti opravdane ustupke. Lokalno stanovništvo treba uključiti u akcije uređivanja destinacije i čišćenja okoliša i podmorja, obnove pročelja zgrada, upotrebu javnog prijevoza, aktivno uključivanje u akcije sigurnosti gostiju te u sve mjere zaštite i unaprjeđenja životne i radne sredine turističke destinacije *Kvarner*. Pozitivan stav lokalnog stanovništva prema razvoju turizma općenito, ali i visok stupanj gostoljubivosti, potaknut će i turiste na odgovorniji odnos prema turističkoj destinaciji što znači da će oni u većoj mjeri:

- postati svjesni dobrobiti koju im osigurava lokalno stanovništvo
- poštovati tradicionalne vrijednosti i kulturnu baštinu turističke destinacije, način življenja i druge sociološke značajke stanovništva u turističkoj destinaciji
- poštovati standarde zaštite okoliša, a time minimizirati negativan utjecaj masovnih dolazaka na ograničene lokalitete u kratkom roku.

Kao osnovica za mjerjenje kod većine indikatora uzet je ukupan godišnji broj turista, postelja ili stanovnika, dakle svih koji trenutačno borave na području turističke destinacije *Kvarner*.

Primjena indikatora kvalitete iziskuje da se u svim segmentima turističke destinacije provede priprema, kako bi se osigurali odgovarajući *inputi* u bazu podataka turističke destinacije, a to podrazumijeva:

- 1) jasno definiranje obuhvata podataka na razini turističke destinacije *Kvarner* ali i na razini subregija, odnosno turističkih mesta kao užih turističkih destinacija
- 2) nastavak provođenja ankete o zadovoljstvu turista turističkom ponudom turističke destinacije *Kvarner*
- 3) nastavak provođenja anketa o zadovoljstvu iznajmljivača turističkom ponudom turističke destinacije *Kvarner*
- 4) nastavak provođenja anketa o zadovoljstvu turističkog menadžmenta turističkom ponudom turističke destinacije *Kvarner*
- 5) nastavak provođenja anketa o zadovoljstvu lokalnog stanovništva turističkom ponudom turističke destinacije *Kvarner*
- 6) uključivanje u sustav anketiranja o zadovoljstvu turističkom ponudom turističke destinacije *Kvarner* i predstavnika HTZ-a i drugih ponuđača usluga na stranom i domaćem tržištu
- 7) razvoj indikatora za sagledavanje stanja kvalitete,
- 8) razvoj indikatora za ocjenu djelovanja i kvalitete menadžmenta (IQM),
- 9) ustroj interne kontrole (audita) za unaprjeđenje sustava i rezultata
- 10) ustroj sustavne usporedbe (*benchmarking*) sa sličnim destinacijama.

Da bi kontrola bila moguća i ostvariva te da bi bila osnovom za osiguranje informacija o kvaliteti internog djelovanja i rezultata ostvarenih nakon uloženih naporu, potrebno je ustrojiti skupinu stručnjaka, koja će na tim polazištima pristupiti ocjenjivanju, ali i podržati terenska istraživanja na reprezentativnom uzorku. U tom smislu treba osigurati korištenje baza podataka i primjenu relevantnih istraživačkih postupaka a to znači:

- koristiti sve raspoložive statističke podatke drugih istraživača
- ustrojavati vlastite baze statističkih podataka
- objedinjavati i analizirati godišnje izvještaje, dokumente i publikacije koje izdaju subjekti turističke ponude i turističke organizacije na razini destinacije
- prikupljati sve relevantne informacije konkurentnih organizacija i destinacije
- proučavati polazišta i modele na kojima se temelji uspjeh konkurentnih destinacija
- poticati izradu specijalističkih studija
- ustrojiti optimalan pristup uvođenju inovacija, kao osnove razvoja turističkog proizvoda destinacije
- strategije, planove i procjene ekonomskog razvoja turizma temeljiti na polazištima Glavnog plana.

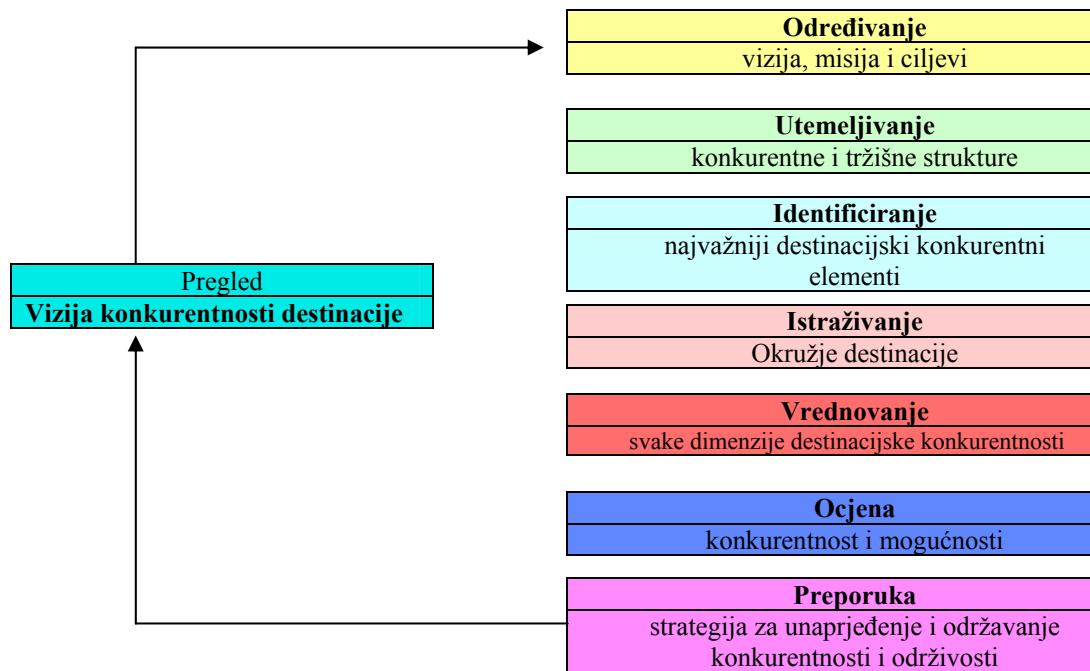
Te zadatke treba povjeriti stručnom timu koji će djelovati u okviru destinacijskog menadžmenta ili u verificiranoj instituciji koja će to obavljati u ime destinacijskog menadžmenta, čije se djelovanje temelji na sustavu integralne kvalitete destinacije (IQM). Uspjeh postavljenog modela mora se temeljiti na sastancima s predstavnicima svih interesnih skupina i razina odgovornosti, i to prema sadržajima definiranim Glavnim planom te posebnim programima subregija i turističkih mjesta, koji čine integralnu cjelinu. U svakom pojedinom slučaju treba identificirati mehanizme koje će prihvatiti svi sudionici kao osnovu za koordinaciju i kooperaciju. Informacije vlastitih istraživanja treba sustavno uspoređivati s podacima različitih turističkih izvora, a sustav kontrole (audita) ustrojiti po načelima povratne veze.

### **8.3.2. Plan uspostave kontrole**

Za konkretne prilike i uvjete turističke destinacije *Kvarner* čini se optimalno planirati kontrolu na dvije razine koje podrazumijevaju i dinamiku osposobljavanja za trajnu kontrolu kao integralnog dijela upravljanja turističkom destinacijom. Cijeli proces kontrole može se iskazati kao na slici 7.6., što podrazumijeva ustroj ovih razina:

- Prva razina kontrole (audita) treba obuhvatiti:
  - zacrtane kvantitativne ciljeve
  - standardne ekonomske pokazatelje koje je moguće izračunati na temelju (danas) raspoloživih informacija
  - dio kvalitativnih ciljeva kroz već ustrojena istraživanja na razini turističke destinacije *Kvarner*.
- Druga razina kontrole (audita) podrazumijeva dva koraka:
  - prvi korak znači prihvatanje iskustava svjetske prakse u pripremi uvjeta za uspostavljanje integralne kontrole kvalitete
  - drugi korak bi se temeljio na već utvrđenim pokazateljima s ciljem da se u sagledivom roku (do 2010.) uspostavi sustav svih svjetski prihvaćenih pokazatelja, što je veoma opsežan sustav i zahtijeva primjenu odgovarajućih tehnika te uključuje suradnju potrošača (turista), svih sudionika turističke ponude i lokalnog stanovništva.

**Slika 8.7. Elementi u procesu kontrole Glavnog plana turističke destinacije *Kvarner***



Slijedom prihvaćenih elemenata bitnih za kontrolu (audit), ali i za sustavno prilagođavanje Glavnog plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije, koja predstavlja okvire turističke destinacije *Kvarner*, potrebno je još istaknuti i potrebu da se uvedu indikatori koji će proizaći iz primjene Agende 21 i standarda ISO 9000ff, ISO 14000ff i preporuka EMAS I i EMAS II. To su upravo stvarne prepostavke i polazišne osnove djelovana IQM-a turističke destinacije *Kvarner*, a koje daju naglasak na prečenje stanja i poboljšanje okoliša, što bi ovoj destinaciji trebalo donijeti niz pogodnosti i prednosti u odnosu na orijentaciju prema ekološki osviještenim gostima, kao npr.:

- indikatori se temelje na primjeni standarda okoliša i standarda kvalitete, a prepostavka su integralnog sustava upravljanja turističkom destinacijom
- olakšavaju donošenje odluka o upravljanju rizikom, posebno kada je prisutan visok stupanj ugroženosti ekosustava destinacije
- osigurava se racionalnije upravljanje raspoloživim resursima
- polazište je za korištenje sredstava prepristupnih fondova ili za dobivanje drugih beneficija u Europskoj uniji
- pravovremeno se detektiraju moguće štete za okoliš
- podržava se postupno u poboljšanje upravljanja turističkom destinacijom, koje se temelji na partnerstvu pa osigurava bolje odnose među partnerima
- uspostavljaju se bolji uvjeti za intraregionalnu i međuregionalnu suradnju
- povećava se odgovornost, posebno u odnosima s javnošću i slično.

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

***8. Prihvatanje, provedba, kontrola i prilagođavanje***

---

Pregled indikatora, koji se mogu direktno i indirektno koristiti u kontroli elemenata definiranih Glavnim planom dan je u tablicama koje slijede u PRILOGU ovome poglavljju.

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

**8. Usvajanje, provedba, kontrola i prilagođavanje**

**PRILOG: PREGLED INDIKATORA**

<b>Činitelji kvalitete</b>	<b>Područje korištenja indikatora</b>	<b>Indikatori</b>
<b>Osnovne javne usluge</b>	Kontinuitet osnovne javne opskrbe (voda za piće, struja, otpad, telekomunikacije itd.)	Broj prekida u opskrbi mjeri se: broj prekida * % pogodjenih korisnika
	Sigurnost i javna skrb	% krađa, napada i drugih oblika kriminaliteta Prosječan broj lječničkih ordinacija na 10.000 stanovnika
<b>Kulturno naslijede</b>	Tradicionalni folklorni i religijski događaji	Godišnji broj događaja na 100.000 turista
	Tradicionalni proizvodi	Broj prodanih tipičnih lokalnih proizvoda na 100.000 turista godišnje
	Tradicionalni muzeji, umjetničke galerije, arheološki lokaliteti, kazališta, spomenici i kulturni događaji općenito	Broj kulturnih objekata i broj posjetitelja u godini na 100.000 turista. Broj publikacija o lokalnim tradicijama, programima i događajima na 100.000 turista
	Investicije u lokalnu infrastrukturu. Aktivnosti vezane uz zaštitu i restauraciju naslijeda	Iznos novca investiranog u obnovu i izgradnju kulturnih objekata i opreme te zaštitu naslijeda na 10.000 turističkih postelja
<b>Zabavni i sportski objekti u destinaciji</b>	Tematski parkovi	Broj zabavnih i sportskih objekata na 10.000 svih koji trenutačno borave u destinaciji
	Sportski objekti	
	Područja zabave	
<b>Menadžment destinacije, hotelska i turistička predodžba stanovnika</b>	Odnos prema turizmu	% pozitivnog mišljenja na upitnicima o razini odbojnosti lokalnoga stanovništva prema strancima
	Stupanj zadovoljstva turista u odnosu na njihova očekivanja	Sustavna ispitivanja o zadovoljstvu turista: % pokrivenosti anketa, % turista koji pokazuju namjeru pohvaliti, % turista koji pokazuju namjeru da se vrate ili su se već vratili  % pokrivenosti ureda za pomoć turistima Broj ureda za turističku kvalitetu na 100.000 turista

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

**8. Usvajanje, provedba, kontrola i prilagođavanje**

<b>Menadžment destinacije, hotelska i turistička predodžba stanovnika</b>	Motivacija i angažiranje odgovornih za turizam destinacije	Broj programa u tijeku za turističku zabavu na 100.000 turista godišnje Broj zaposlenih odgovornih za kvalitetu menadžmenta destinacije na 100.000 turista godišnje Broj općeg poboljšanja kvalitete planova destinacije koji se godišnje provedu Odnos zaposleni–turisti % zadovoljstva zaposlenih u destinaciji % osoblja sa specifičnom kvalifikacijom
	Zaštita turista  Sve vrste objekata (i transporta)	Prosječno vrijeme odgovora na žalbe o turističkim uslugama Broj parnica između potrošača i pružatelja usluga na 100.000 turista godišnje % svih vrsta objekata s certifikatom o kvaliteti
<b>Pomoć i pružanje informacija turistima</b>	Centri za rezervaciju i <i>on-line</i> rezervaciju / informacije	% rezervacije putem interneta, centara za rezervaciju ili direktnim načinom
	Strategije i investiranje u komunikaciju / promocija	Količina novca za promociju i marketing / 100.000 turista godišnje
	Informacijski uredi, vodiči i druge publikacije (pisane ili <i>on-line</i> )	Broj informacijskih punktova i distribucija na 10.000 turističkih postelja Broj kulturnih publikacija % provjerjenih, aktualnih i cjelovitih informacija Prosječan broj jezika na kojima se publikacije izdaju

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

**8. Usvajanje, provedba, kontrola i prilagođavanje**

<b>Pristup destinaciji i prijevozna sredstva</b>	Redovita prijevozna sredstva koja se koriste da se dođe do destinacije i ukupan kapacitet	Ukupan broj turista godišnje koji mogu doći do destinacije
	Snalaženje u turističkoj destinaciji	Broj poduzeća koja nude mogućnost iznajmljivanja automobila i drugih vozila na 100.000 turista godišnje Broj posebnih linija za turiste na 100.000 turista godišnje Prosječna brzina cirkulacije u sezonskom i izvansezonskome razdoblju u svakoj destinaciji % turista zadovoljan postavljenim putokazima
	Dostupnost osobama s posebnim potrebama	Broj projekata za adaptaciju objekata u vezi s prilagođavanjem osobama s posebnim potrebama % objekata koji su adaptirani i opremljeni za osobe s posebnim potrebama (novorođenčad, starije osobe, osobe s invalidnošću) ili posebnim dijetnim potrebama

**Matrica indikatora**

<b>INDIKATORI</b>	<b>TURIZAM SUNCA I MORA</b>	<b>TURIZAM SPORTA I REKREACIJE</b>	<b>KULTURNI TURIZAM (GASTRONOMIJA)</b>	<b>POSLOVNI TURIZAM</b>
Broj prekida opskrbe mjerjen na način: broj prekida * % pogodenog područja	X	X	X	X
Postotak selektivnog skupljanja otpada	X	X	X	X
% krađa, napada i drugih oblika kriminala	X	X	X	X
Prosječan broj liječničkih ordinacija na 10.000 stanovnika	X	X	X	X
Godišnji broj događaja na 100.000 turista	-	-	-	-
Konvencije, kongresi i drugi oblici sastanaka				X
Tržnice i mjesta prodaje tipičnih proizvoda	X		X	X
Kulturni i sportski događaji: izložbe, sajmovi, natjecanja		X		

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

**8. Usvajanje, provedba, kontrola i prilagođavanje**

Broj publikacija o lokalnim tradicijama, programima i događajima na 100.000 turista	X	X	X	X
Količina novca investirana u obnovu i izgradnju kulturnih objekata i opreme i očuvanje nasljeđa na 100.000 turističkih postelja	X	X	X	X
Broj zabavnih i sportskih objekata na 10.000 stanovnika	X	X		
% pozitivnog mišljenja na upitnicima o razini odbojnosti lokalnog stanovništva prema strancima	X			
Sustavna ispitivanja o zadovoljstvu turista: % pokrivenosti anketa	X	X	X	X
% turista koji pokazuju namjeru pohvaliti				
% turista koji pokazuju namjeru da se vrate ili su se već vratili				
Broj ureda za turističku kvalitetu na 100.000 turista	X	X	X	X
Broj programa u tijeku za turističku zabavu na 100.000 turista godišnje	X	X		
Broj zaposlenih odgovornih za kvalitetu menadžmenta destinacije na 100.000 turista godišnje	X	X	X	X
Broj općeg poboljšanja kvalitete planova destinacije koji se godišnje provedu	X	X	X	X
Odnos zaposleni–turisti	X	X	X	X
Prosječno vrijeme odgovora na žalbe o turističkim uslugama	X	X	X	X
Broj parnica između potrošača i pružatelja usluga na 100.000 turista godišnje	X	X	X	X
% rezervacije putem interneta, centara za rezervaciju ili izravnim načinom	X	X	X	X
Količina novca za promidžbu i marketing	X	X	X	X
Broj informacijskih punktova i distribucija na 10.000 turističkih postelja	X	X	X	X
Broj kulturnih publikacija			X	
% provjerenih, aktualnih i cjelovitih informacija	X	X	X	X
Prosječan broj jezika na kojima se publikacije izdaju	X	X	X	X

Prezentirana polazišta i indikatori činitelji su na kojima se može temeljiti kontrola Glavnog plana ako se stvore organizacijske, informatičke i sadržajne pretpostavke da se na razini turističke destinacije *Kvarner* provodi sustavno istraživanje internih odnosa u njoj, ali i mogućnosti ciljnog tržišta te da se osigura sustav obrade i prezentiranja informacija, temeljem kojih će se moći sustavno ocjenjivati jesu li postavljeni ciljevi i dostignuti, odnosno upozoriti na odstupanja, kao polazišta da se otkriju razlozi koji su doveli do tih odstupanja. Izbor indikatora, ustroj sustava izvješćivanja i usklađivanje s planom zadaci su destinacijskog menadžmenta koji će to provesti vlastitim snagama ili povjeriti specijaliziranoj instituciji ili stručnjacima.