

Turistički sektor i uloga socijalnog dijaloga

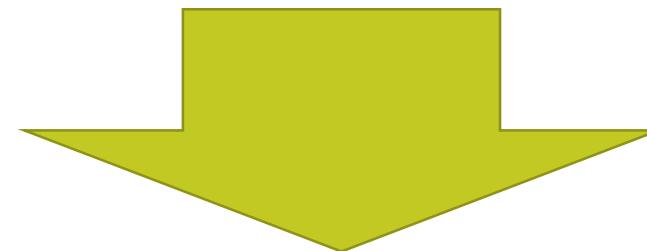
Destinacijski menadžment



Ciljevi...

Ovaj dokument ima za cilj:

- ukazati na dosadašnje nedostatke u sferi destinacijske infra i/ili suprastrukture (kako ih vide turistička poduzeća),
- ukazati na nedostatke u sferi destinacijskog upravljanja te, na toj osnovi



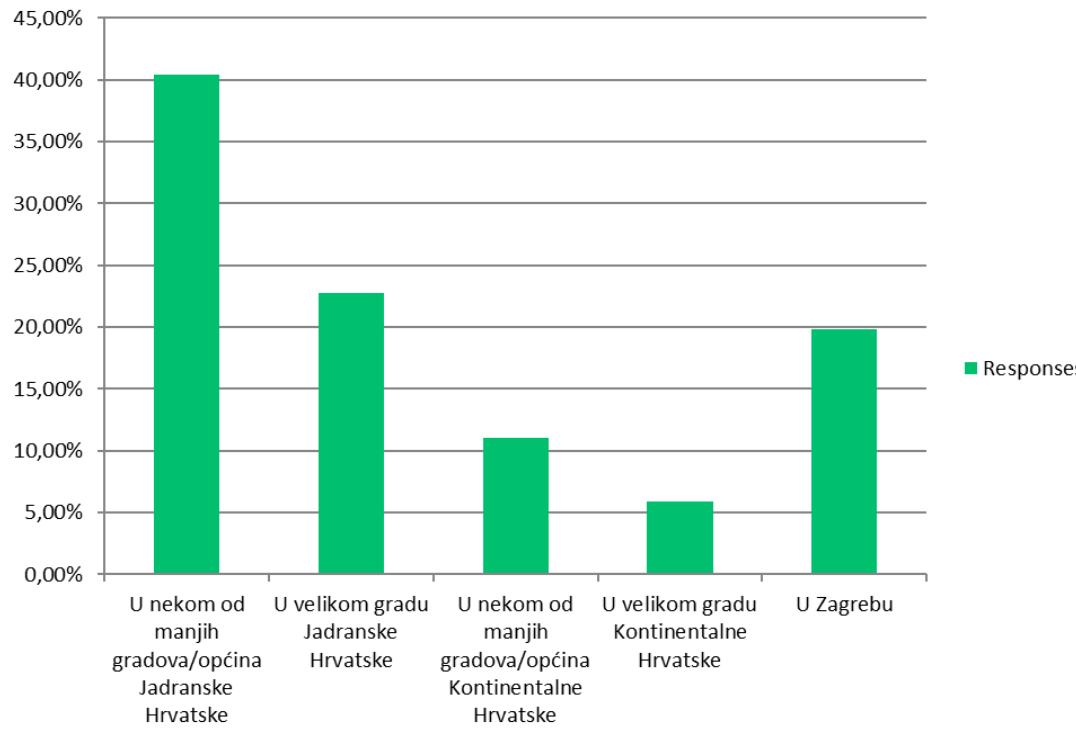
- predložiti potrebna unaprjeđenja u vremenu koje dolazi.

Metoda istraživanja...

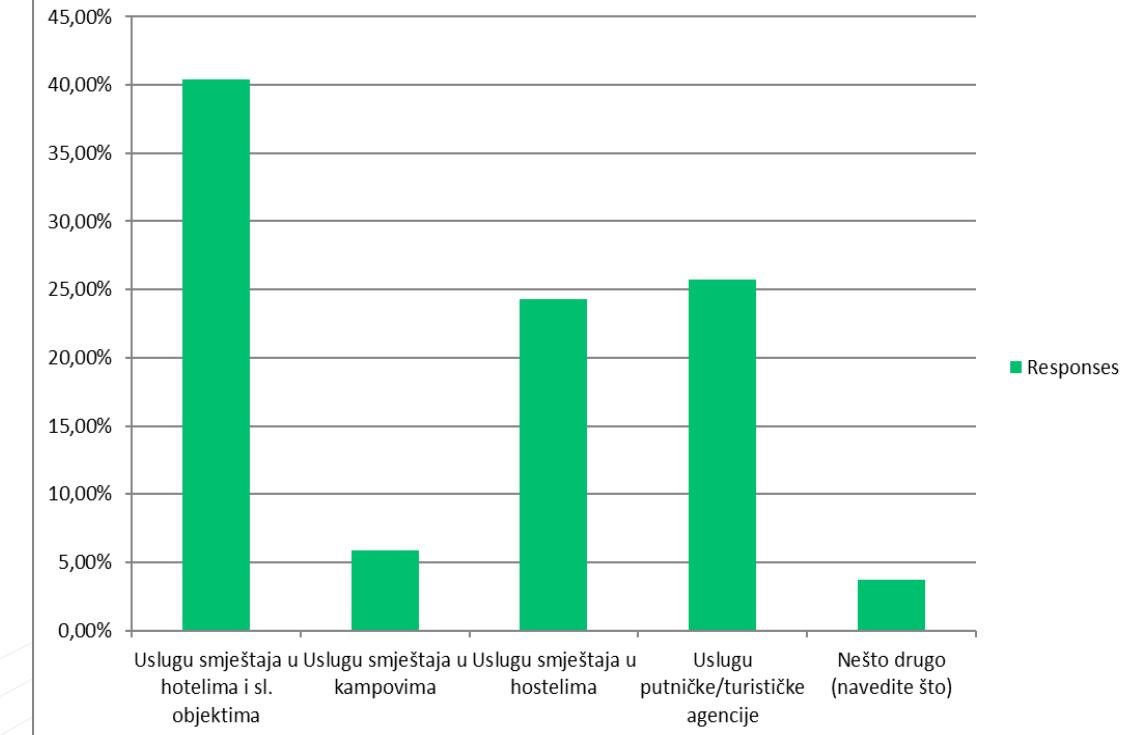
- Primarno istraživanje stavova poduzetnika – posebno krojen anketni upitnik
- Veličina uzorka – 136 poduzeća u sferi turističkog privređivanja, od čega
 - 41% hotelska poduzeća
 - 26% turističke agencija
 - 24% hosteli
 - 5% kamp poduzeća
 - 4% ostalo

Prostorna disperzija poduzeća i vrsta usluge...

Gdje se nalazi sjedište Vašeg poduzeća/organizacije?



Koji tip turističkih usluga pretežito pruža Vaše poduzeće?

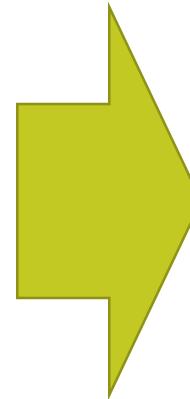


Destinacijski menadžment...

- Destinacijski menadžment podrazumijeva tri temeljne aktivnosti:
 - planiranje,
 - organiziranje i
 - kontrolu.
- Naglasak bi trebao biti na:
 - planiranju poželjnog turističkog razvoja,
 - komunalnom opremanju i/ili uređivanju destinacije,
 - koordinaciji aktivnosti različitih dionika turističkog razvoja,
 - praćenju ostvarenja zacrtanih razvojnih ciljeva,
 - promociji (on i off-line), kao i
 - podizanju kvalitete ljudskog kapitala

Uključenost u planiranje na razini destinacije...

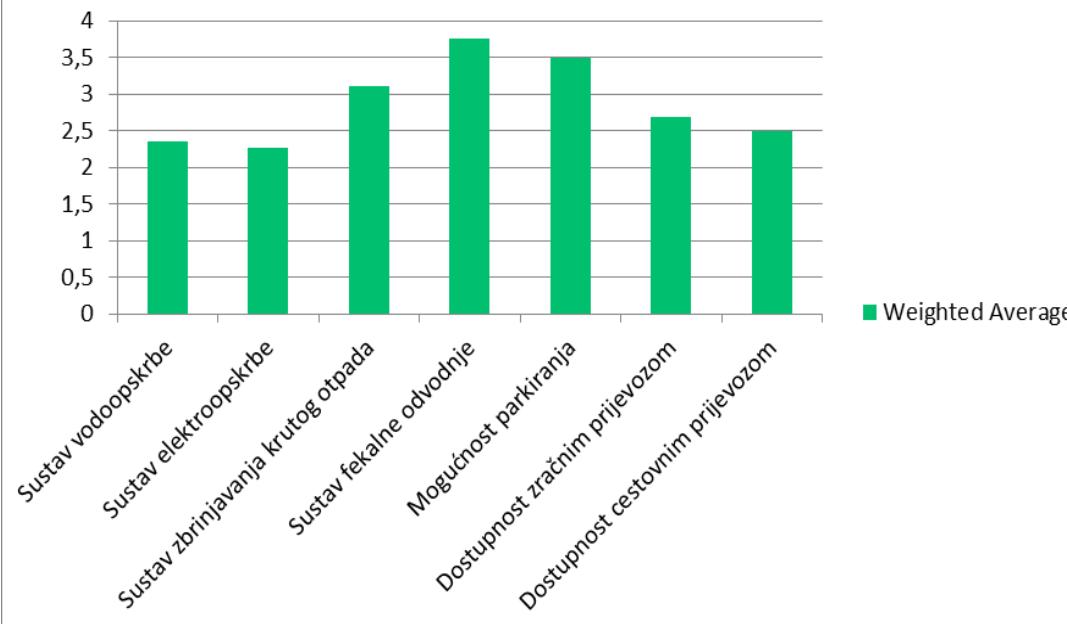
- najveći broj anketiranih poduzeća (30,3%) odgovorilo je da nije ni zadovoljno, niti nezadovoljno (prosječna ocjena 3 na skali od 1 – jako sam nezadovoljan/na do 5 – iznimno sam zadovoljan/na),
- Ipak, udio anketiranih poduzeća koja su jako nezadovoljna svojom uključenošću u proces planiranja/razvoja destinacije (16,5%) nešto je veći od udjela onih koja su iznimno zadovoljna svojim dosadašnjim stupnjem uključenosti (13,9%).



Podzeća su, neovisno o vrsti usluge koju dominantno pružaju, prilično indiferentna

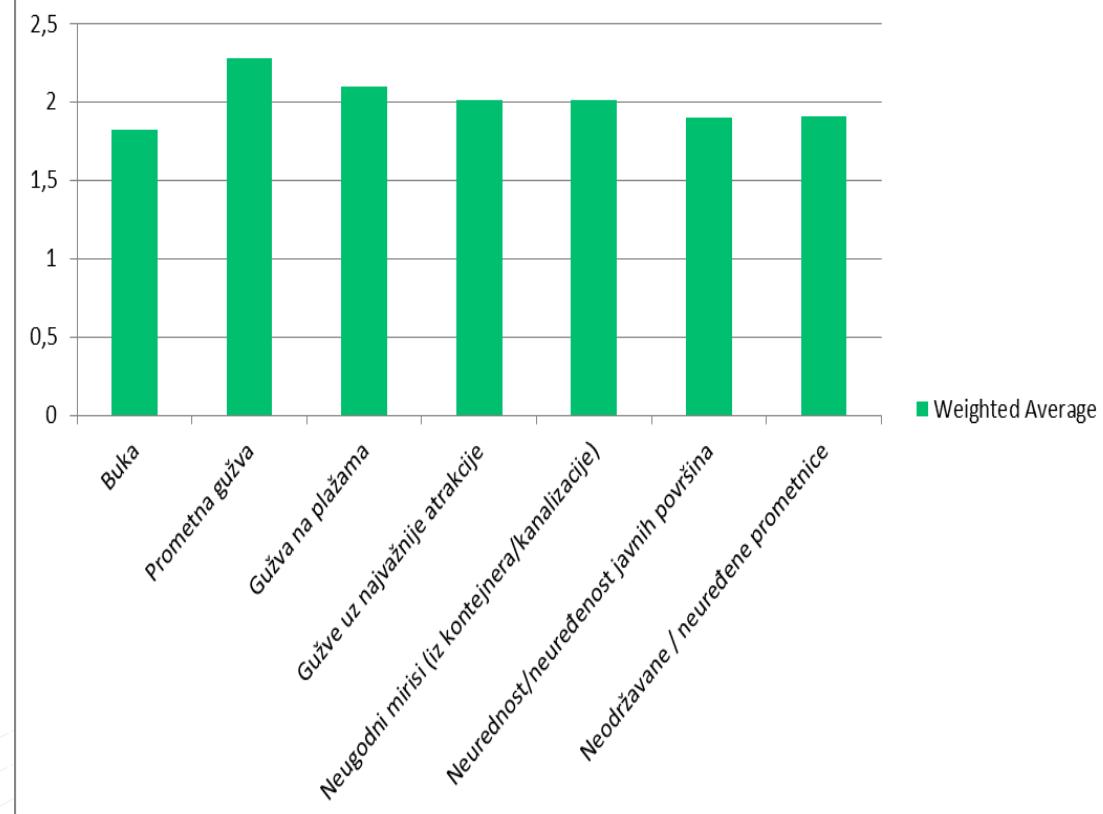
Uključenost u planiranje na razini destinacije...

Molimo Vas ocijenite u kojoj mjeri pojedini infrastrukturni elementi trenutno predstavljaju problem ili ograničenje za razvoj turizma u Vašoj destinaciji.



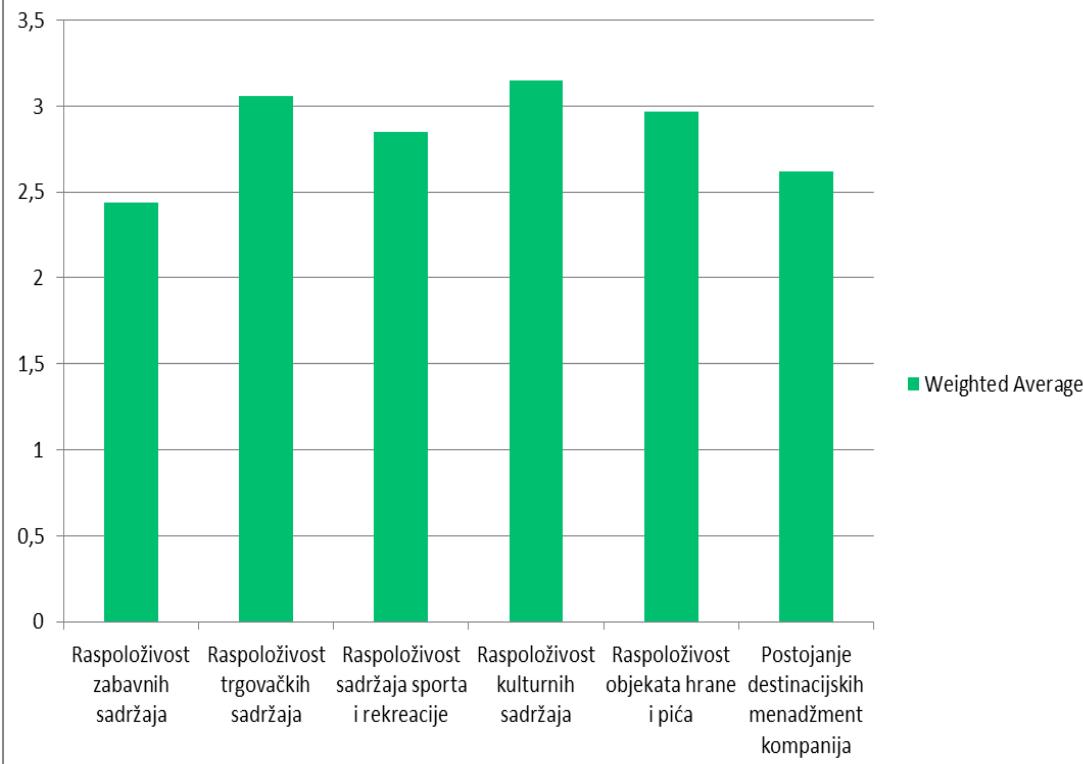
- 1 - uopće ne predstavlja problem
- 2 - predstavlja manji problem
- 3 - niti predstavlja, niti ne predstavlja problem
- 4 - predstavlja problem
- 5 - predstavlja velik problem

Je li u Vašoj destinaciji prisutan neki od slijedećih problema?



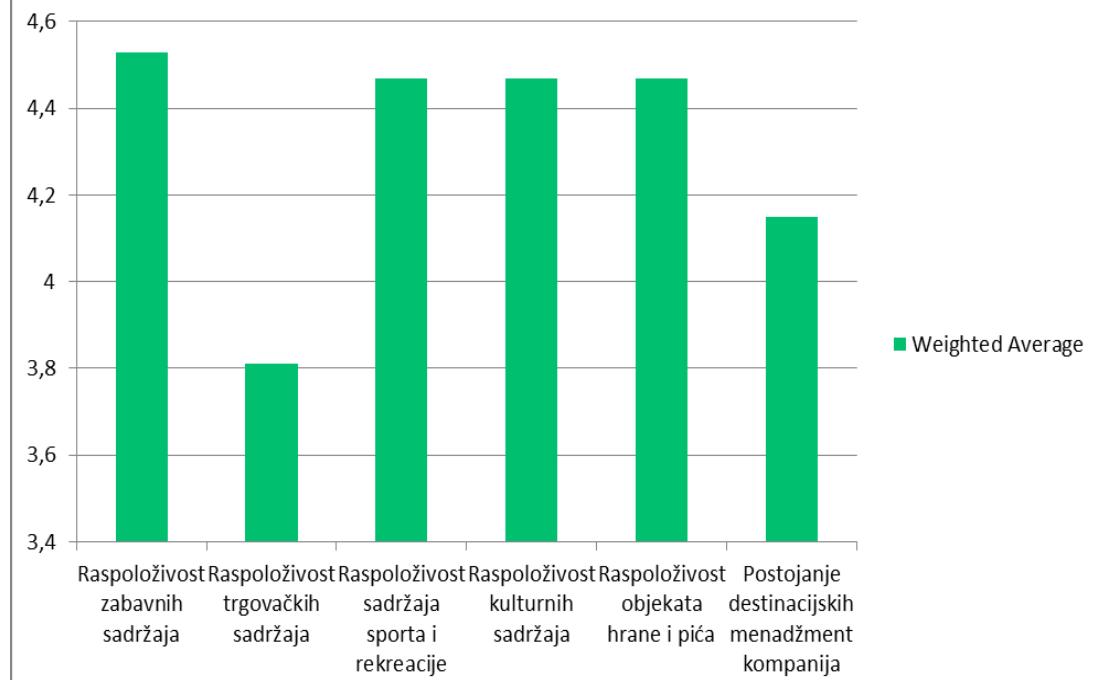
Zadovoljstvo kvalitetom pojedinih elemenata ponude...

Molimo Vas ocijenite Vaše zadovoljstvo stupnjem razvoja slijedećih elemenata destinacijske ponude.



- 1 - izrazito sam nezadovoljan/na
- 2 - nisam zadovoljan/na
- 3 - niti sam zadovoljan/na, niti sam nezadovoljan/na
- 4 - zadovoljan/na sam
- 5 - izrazito sam zadovoljan/na

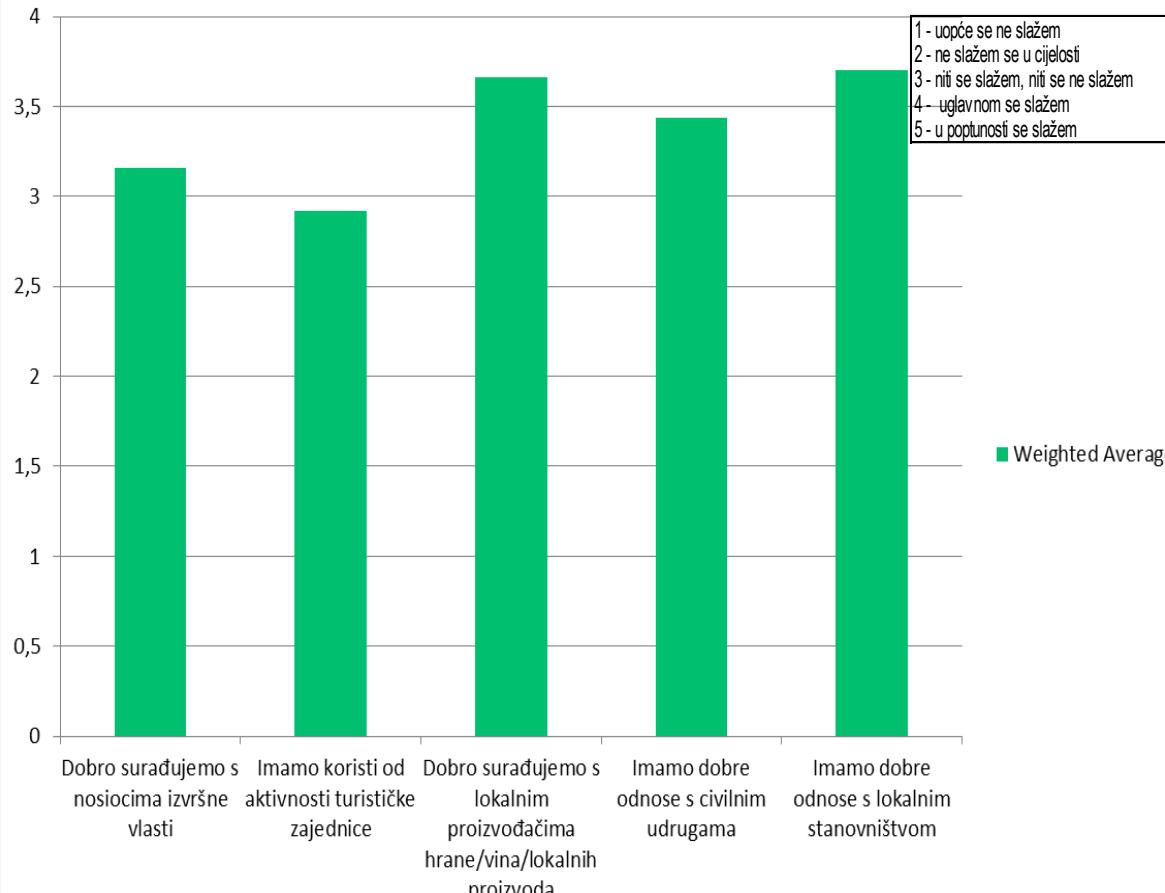
Za iste elemente destinacijske ponude molimo Vas ocijenite njihovu važnost kako bi se postigla kvalitetnija turistička ponuda u Vašoj destinaciji.



- 1 - najmanje važno
- 2 - manje važno
- 3 - niti je važno, niti je nevažno
- 4 - važno
- 5 - izuzetno važno

Suradnja s drugim razvojnim dionicima u destinaciji...

Ocijenite u kojoj se mjeri slažete s tvrdnjama koje se odnose na Vaš odnos sa drugim dionicima turizma u destinaciji.



Ocijenite u kojoj mjeri se slažete sa sljedećim tvrdnjama

	Prosj. ocjena
Prisutnost obiteljskih iznajmljivača u destinaciji ne umanjuje ukupan dojam turista i kvalitetu njihovog boravka.	3,41
Prisutnost obiteljskih iznajmljivača ne utječe na cijenu usluga smještaja u drugim smještajnim objektima.	2,99
Daljnji rast ponude obiteljskog smještaja mogao bi imati utjecaj na cijenu smještaja u drugim smještajnim objektima.	3,71
Daljnji rast ponude obiteljskog smještaja mogao bi dugoročno smanjiti potražnju za drugim vrstama smještaja	3,32
Daljnji rast ponude obiteljskog smještaja ne bi trebao imati veći utjecaj na ukupan dojam i kvalitetu boravka.	2,9
Prisutnost obiteljskih iznajmljivača i porast njihovog broja u destinaciji stvara probleme pri pronašlasku radne snage.	3,37

- Legend for statements:
- 1 - uopće se ne slažem
 - 2 - ne slažem se u cijelosti
 - 3 - ništa se ne slažem, ništa se ne ne slažem
 - 4 - uglavnom se slažem
 - 5 - u potpunosti se slažem

Predstavnici anketiranih poduzeća, bez obzira na vrstu usluge koja se pruža, imaju blago negativnu percepciju kako o daljinjoj mogućoj proliferaciji obiteljskog smještaja u destinacijama u kojima posluju, tako i o utjecajima te proliferacije na percepciju kvalitete integralnog turističkog proizvoda destinacije.

Zaključak – prijedlog potrebnih aktivnosti...

- Izrada kvalitetni(j)ih destinacijskih masterplanova
- Kontinuirano praćenje realizacije ciljeva, mjera i/ili aktivnosti zacrtanih u turističkim masterplanovima (i poduzimanje korektivnih aktivnosti)
- Izrada studija destinacijskog prihvatnog kapaciteta
- Unaprjeđenje suradnje predstavnika turističkih poduzeća i turističkih zajednica na lokalnoj razini
- Sustavno upravljanja kvalitetom turističkog proizvoda destinacije
 - Uređenje mjesta
 - Apartmani – uvođenje reda
 - Objekti hrane i pića

H V A L A N A P A Ž N J I !

Pitanja?

Kontakti:



Adresa:

Institut za turizam, Vrhovec 5
10000 Zagreb, Hrvatska



Tel.:

+385/1/3909 666



E-mail:

info@itzg.hr



Web:

www.itzg.hr

60

godina / anniversary

institutzaturizam 
institute for tourism