

Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u općini Vrsar

Zaharija, Kristina

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Applied Sciences of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:556343>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-14**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi](#)



VELEUČILIŠTE U RIJECI

Kristina Zaharija

ZADOVOLJSTVO GOSTIJU TURISTIČKOM USLUGOM U OPĆINI VRSAR

završni rad

Rijeka, 2024.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Stručni prijediplomski studij Poduzetništvo

ZADOVOLJSTVO GOSTIJU TURISTIČKOM USLUGOM U OPĆINI VRSAR

završni rad

MENTOR

mr.sc. Marino Golob

STUDENT

Kristina Zaharija

MBS: 24230000/16

Rijeka, 2024.

SAŽETAK

Ovaj završni rad analizira zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar, poznatom turističkom odredištu smještenom uz obalu Istre. U fokusu istraživanja su različiti aspekti turističke ponude, uključujući kvalitetu usluge, infrastrukturu, i opća turistička iskustva koje Vrsar nudi svojim posjetiteljima. Cilj rada je identificirati ključne čimbenike koji utječu na zadovoljstvo gostiju, analizirati trenutno stanje usluge te predložiti mjere za unapređenje. Istraživanje je provedeno putem anketnog upitnika koji je distribuiran među turistima u Vrsaru tijekom glavne turističke sezone. Anketirani su bili smješteni u različitim vrstama smještaja, uključujući hotele, apartmane i kampove. Podaci prikupljeni iz anketa obuhvatili su aspekte poput kvalitete smještaja, razine usluge, čistoće, ljubaznosti osoblja, te zadovoljstva s lokalnim sadržajima i aktivnostima.

Rezultati istraživanja pokazuju da većina gostiju pokazuje visoko zadovoljstvo s kvalitetom smještaja i usluge. Međutim, određeni problemi u vezi s infrastrukturom i pristupačnošću sadržaja dovode do umjerenog nezadovoljstva. Posebno su istaknuti problemi u vezi s prometnim povezivanjem i dostupnošću određenih turističkih atrakcija. Rad preporučuje nekoliko ključnih mjera za poboljšanje turističke usluge u Vrsaru, uključujući poboljšanje prometne infrastrukture, povećanje razine profesionalne obuke za osoblje te razvijanje dodatnih turističkih sadržaja koji bi mogli zadovoljiti raznolike interese posjetitelja. Ove preporuke temelje se na analizi potreba i očekivanja gostiju, s ciljem povećanja njihovog ukupnog zadovoljstva i poticanja ponovnih posjeta.

Ključne riječi: kvaliteta, općina Vrsar, turistička usluga, gosti

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. ODREDNICE KVALITETE U FUNKCIJI RAZVOJA TURISTIČKE USLUGE ..	3
2.1. Pojmovne odrednice kvalitete	3
2.2. Povijesni razvoj kvalitete	4
2.3. Značaj kvalitete u funkciji razvoja turističke usluge	7
2.4. Upravljanje kvalitetom i inovacije u turističkoj ponudi.....	8
3. OBILJEŽAJA TURISTIČKE PONUDE OPĆINE VRSAR	12
3.1. Općina Vrsar – profil destinacije	12
3.2. Turistička ponuda i atrakcije općine Vrsar	14
3.3. Analiza turističkih pokazatelja općine Vrsar	17
4. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA GOSTIJU TURISTIČKOM USLUGOM U OPĆINI VRSAR	23
4.1. Prikaz rezultata istraživanja	23
4.2. Zaključci istraživanja	31
ZAKLJUČAK	33
POPIS LITERATURE	35
POPIS SLIKA	37
POPIS GRAFIKONA	38
POPIS TABLICA	39
POPIS PRILOGA	40

POPIS POKRATA.....	47
--------------------	----

1. UVOD

Turizam je ključni sektor u gospodarstvu mnogih regija, a njegovo razumijevanje i unapređenje predstavljaju prioritet za razvoj održivih i uspješnih turističkih destinacija. Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom je jedan od najvažnijih pokazatelja uspjeha u turizmu, jer direktno utječe na percepciju destinacije, ponovnu posjetu i preporuke. U ovom kontekstu, analiza zadovoljstva gostiju u specifičnim destinacijama, poput Općine Vrsar, može pružiti vrijedne uvide u kvalitativne aspekte turističke ponude i identificirati područja za poboljšanje. Općina Vrsar, smještena uz obalu Jadranskog mora u Istri, predstavlja jedan od najatraktivnijih turističkih odredišta u Hrvatskoj. Sa svojom bogatom kulturnom baštinom, predivnim prirodnim ljepotama, te raznovrsnim turističkim sadržajima, Vrsar privlači brojne posjetitelje iz različitih dijelova svijeta. U cilju održavanja i unapređenja svoje reputacije kao turističke destinacije, ključno je razumjeti kako gosti percipiraju kvalitetu usluge i što im omogućuje visoko zadovoljstvo tokom boravka.

Općina Vrsar nudi širok spektar turističkih usluga i aktivnosti, uključujući smještaj u hotelima, privatnim apartmanima i kampovima, raznovrsne restorane i ugostiteljske objekte, te brojne kulturne i rekreativne sadržaje. Poznata je po svojoj šarmantnoj staroj gradskoj jezgri, slikovitim uličicama, te povijesnim spomenicima. Osim kulturnih atrakcija, gosti mogu uživati u plažama, raznovrsnim sportskim aktivnostima i brojnim događanjima tijekom cijele godine. Kroz analiziranje zadovoljstva gostiju ovim aspektima, moguće je procijeniti koliko uspješno turistička ponuda ispunjava očekivanja i potrebe posjetitelja. Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom može se analizirati kroz različite aspekte, uključujući kvalitetu smještaja, uslugu u restoranima, profesionalnost osoblja, čistoću i sigurnost, te opću atmosferu destinacije. Svaki od ovih faktora igra ključnu ulogu u oblikovanju ukupnog iskustva posjetitelja. Razumijevanje kako se gosti odnose prema tim elementima može pomoći u identificiranju snaga i slabosti u turističkoj ponudi Vrsara. Također, važno je razmotriti i subjektivne percepcije gostiju, koje se mogu razlikovati u zavisnosti od njihovih prethodnih iskustava, očekivanja i osobnih preferencija.

Za precizno ocjenjivanje zadovoljstva gostiju, istraživanje može koristiti različite metode, uključujući ankete, intervjue, analize recenzija i povratnih informacija, te praćenje ponašanja gostiju tokom boravka. Upitnici i ankete omogućuju prikupljanje kvantitativnih podataka o različitim aspektima usluge, dok intervjui mogu pružiti dublje uvide u subjektivna iskustva i percepcije. Analiza online recenzija i društvenih medija može dodatno obogatiti razumijevanje stavova gostiju. Kombinacija ovih metoda omogućava sveobuhvatan uvid u kvalitetu usluge i identifikaciju specifičnih područja za poboljšanje. Visoko zadovoljstvo gostiju ima dugoročne posljedice na uspjeh destinacije. Zadovoljni gosti su skloniji ponovnim posjetama i preporukama, što doprinosi pozitivnom ugledu destinacije i potiče rast broja posjetitelja. S druge strane, nezadovoljstvo može dovesti do negativnih recenzija, smanjenja broja posjeta i lošeg imidža, što može imati dugoročne negativne učinke na turistički sektor. Stoga je kontinuirano praćenje i poboljšanje zadovoljstva gostiju ključno za očuvanje i unapređenje konkurentnosti i atraktivnosti Vrsara kao turističke destinacije.

Istraživanje zadovoljstva gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar pruža ključne informacije za unapređenje turističke ponude i osiguranje visokog nivoa zadovoljstva posjetitelja. Kroz detaljnu analizu različitih aspekata usluge i primjenu različitih istraživačkih metoda, moguće je dobiti uvid u snage i slabosti turističke destinacije te razviti strategije za unapređenje ukupnog iskustva gostiju. Na taj način, Vrsar može nastaviti razvijati svoju turističku ponudu i održati svoju reputaciju kao atraktivno odredište za posjetitelje iz cijelog svijeta.

Cilj ovog istraživanja je dubinski analizirati i razumjeti razine zadovoljstva gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar. Kroz prikupljanje i analizu podataka o iskustvima i percepcijama posjetitelja, istraživanje će nastojati identificirati ključne aspekte turističke usluge koji doprinose ili umanjuju zadovoljstvo gostiju. Svrha ovog istraživanja je višestruka i usmjerena na pružanje korisnih informacija za različite dionike u turističkom sektoru Općine Vrsar.

U istraživanju ovog završnog rada koristit će se različite znanstvene metode, uključujući deskriptivnu metodu, metodu generalizacije, metodu procjene prednosti i nedostataka, induktivnu i deduktivnu metodu te metode analize i sinteze.

2. ODREDNICE KVALITETE U FUNKCIJI RAZVOJA TURISTIČKE USLUGE

Kvaliteta turističkih usluga igra ključnu ulogu u oblikovanju uspjeha turističkih destinacija i iskustava putnika. U konkurentnom tržištu turizma, gdje su očekivanja i zahtjevi potrošača u stalnom porastu, odrednice kvalitete postaju temelj za razvoj i održivost turističkih usluga. Razumijevanje ovih odrednica omogućuje turističkim destinacijama i pružateljima usluga da razviju strategije koje unapređuju korisničko iskustvo, poboljšavaju reputaciju destinacije i povećavaju konkurentnost na tržištu. Kvaliteta u turizmu nije samo pitanje zadovoljstva gosta već uključuje širi spektar elemenata koji utječu na cjelokupno iskustvo putovanja. Ove odrednice kvalitete obuhvaćaju sve aspekte turističke ponude, od smještaja, hrane i pića, preko osoblja i usluge, do infrastrukture i dodatnih sadržaja. Svaka od ovih komponenti doprinosi ukupnom doživljaju turista i može značajno utjecati na njihovu odluku o ponovnom posjetu ili preporuci destinacije.

2.1. Pojmovne odrednice kvalitete

Pojam "kvaliteta", izveden iz latinske riječi "qualitas", koja se prevodi kao "kakav", označava skup svojstava, odlika, karakteristika, sposobnosti i vrijednosti određenog entiteta. Kvaliteta se često definira kao stupanj zadovoljstva potrošača proizvodom ili uslugom, što čini mjeru kvalitete relativnom i teško opisivom (Svijet kvalitete, 2023). Prema općoj definiciji, kvaliteta se razumijeva kao mjera ili indikator obujma uporabne vrijednosti proizvoda ili usluge za zadovoljenje specifičnih potreba u određenim uvjetima i vremenskim okvirima, kada se taj proizvod ili usluga potvrđuje kao prikladna u društvenom procesu razmjene (Lazibat, 2009: 42). Službena definicija kvalitete prema normi HRN EN ISO 8402 opisuje kvalitetu kao sveukupnost svojstava određenog entiteta koja mu omogućuju zadovoljavanje izraženih ili pretpostavljenih potreba. Nakon značajnih revizija, definicija je ažurirana 2000. godine prema normi ISO 9000:2000, te se definira kao stupanj do kojeg skup svojstvenih karakteristika ispunjava zahtjeve (ISO, 2024.).

Dodatno pojašnjenje uključuje dvije napomene (Lazibat, 2009: 42, ISO, 2024.):

- Pojam „kvaliteta“ može se koristiti s atributima kao što su nedovoljna, dobra ili izvrsna. „Svojstven“ označava prisutnost u nečemu, osobito kao stalna karakteristika. U ovom kontekstu, "karakteristika" se definira kao svojstvo na osnovi kojeg se pravi razlika, dok "zahtjev" predstavlja potrebu ili očekivanje koje je navedeno, općenito podrazumijeva ili je obvezno (Lazibat, 2009: 4).
- Prema najnovijem međunarodnom standardu, normi ISO 9000:2015, definicija kvalitete u točki 3.6.2. glasi: kvaliteta je stupanj do kojeg skup svojstvenih obilježja predmeta ispunjava zahtjeve. Dodatne napomene pružaju daljnja pojašnjenja kako bi se definicija učinila jasnijom.

Da bi implementacija kvalitete u poslovnom subjektu bila učinkovita, svaki poduzetnik mora znati uspješno upravljati kvalitetom. Stoga je upravljanje kvalitetom kompleksan proces, odnosno niz aktivnosti koje svako poduzeće poduzima i strateški pristupa proizvodnji i razvoju svojih proizvoda da bi zadovoljio potrebe kupaca svojim visokokvalitetnim proizvodima. Upravljanje kvalitetom ne bi trebalo biti programirano niti stihijsko, već se ovom problemu treba pristupiti sustavno, u svim fazama aktivnosti proizvodnog ciklusa proizvoda, s ciljem da bi njegova eksploatacija postala tražena i snažno konzumirana od većine kupaca.

2.2. Povijesni razvoj kvalitete

Od prvih intelektualnih civilizacija ljudi su bili svjesni što kvaliteta jest i što ona znači. Saznanja o povijesti kvalitete počinju s prvim pisanim tragovima, kao što su pisani tragovi iz Kine, Danske, Egipta, Mezopotamije, Indije i Grčke (Povijest kvalitete, 2024.). Prvi dokazi o postojanju kvalitete su pronađeni zapisi iz 2. stoljeća prije Krista, na kojima je zapisano kako su Kinezi bili narod koji je odredio niz normi iz područja tadašnjeg života, a norme su se odnosile na korištenje oružja, putova i primjene u građevinarstvu.

Nakon Kineza sve vodeće tadašnje civilizacije počinju uvoditi kvalitativne norme, time su doprinosili svom društvenom razvoju. Sa daljnjim razvojem čovječanstva do danas razvijala se i kvaliteta, donoseći sa sobom potrebu za ujednačavanjem proizvoda, a sve je tokom povijesti bilo definirano normama.

Slika 1. Pet faza razvoja povijesti kvalitete



Izvor: Svijet kvalitete: povijest kvalitete, dostupno na <http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/povijestkvalitete>, pristupljeno 22.08.2024.

Kvaliteta se povijesno razvijala u sljedećih pet opisnih faza, sukladno prikazu na slici (Šiško Kuliš, 2010: 45 i Lazibat, 2009: 43):

1. FAZA: Nedostatak ponude u odnosu na potražnju

Prva faza karakterizira situaciju u kojoj je ponuda manja od potražnje, što je tipično za poslijeratne periode kada su kupci prisiljeni prihvatiti sve proizvode dostupne na tržištu. U ovom razdoblju, menadžment se fokusirao na povećanje proizvodnje i osiguranje dovoljne količine proizvoda. Zbog toga što su proizvođači i distributeri gledali kupce kao opterećenje na kraju proizvodnog ili distribucijskog lanca, inovacije u proizvodnji i obuka zaposlenika nisu bile prioritetne (Lazibat, Upravljanje kvalitetom, 2009., str. 3).

2. FAZA: Postizanje ravnoteže između ponude i potražnje

S povećanjem proizvodnih kapaciteta i naporima za rast količina proizvedene robe, postignuta je ravnoteža između ponude i potražnje. Ovo je omogućilo proizvođačima i prodavačima da se fokusiraju na oblikovanje proizvoda i uspostavljanje početnih standarda kvalitete. U ovoj fazi dolazi do implementacije prvih sustavnih mjera za ispitivanje i upravljanje kvalitetom, uključujući uzorkovanje i druge metode kontrole kvalitete.

3. FAZA: Rastuća konkurencija i povećani zahtjevi za kvalitetu

Kako je konkurencija među isporučiteljima rasla, kupci su počeli zahtijevati proizvode bez grešaka. Veliki korisnici uspostavljaju definirane sustave osiguranja kvalitete kod dobavljača i provode rigorozne provjere kvalitete.

4. FAZA: Razvijeno razumijevanje proizvoda i usluga

Kupci sada traže besprijekornu kvalitetu proizvoda i usluga. Na tržištu postoji sve više proizvođača koji mogu ponuditi proizvode iste kvalitete po konkurentnim cijenama. Certifikacija sustava upravljanja kvalitetom širi se na poduzeća koja pružaju usluge, a zadovoljstvo kupaca postaje ključni kriterij za procjenu kvalitete usluga.

5. FAZA: Integracija između isporučitelja i kupaca te usmjerenost na održivost

U ovoj fazi dolazi do sve većeg međusobnog povezivanja između isporučitelja, kupaca i kvalitete usluga. Također se povećava važnost zaštite životne sredine i orijentacije na održivost, što utječe na sve aspekte poslovanja i kvalitete proizvoda i usluga.

U petoj fazi više nije dovoljno ispuniti zahtjev kupca za kvalitetom usluge ili proizvoda sada je cilj prevladavanje toga zahtjeva, odnosno planiranje zahtjeva kupaca i isporučitelja u pogledu kvalitete, kao i pojedinačno povezivanje različitih poduzeća u jedinstven proces nastanka proizvoda zbog optimiziranja cjelokupnih sustava (Šiško Kuliš, 2010: 55). Također i kod pružanja usluga potrebni su valjani dokazi o kvaliteti pružene usluge na osnovi certificiranog ili normiranog sustava upravljanja kvalitetom što je ujedno i uvjet za dobre odnose s kupcima odnosno klijentima.

Kako je napredovala kvaliteta života u Europi, što je i razumljivo je ovo najveći kontinent koji se razvio u svim područjima, tako su se javile i potrebe za usvajanjem kvalitativnih normi.

Počinju se osnivati međunarodne kvalitativne organizacije: 1901. osnovana je British Standard Institution, 1906. je osnovana Electrotehnikal Commission (IEC), a 1946. je osnovana Međunarodna organizacija za standardizaciju. Do kraja 1990 – tih kvaliteta dobiva najsnažniji značaj u ekonomskom i gospodarskom smislu, uvađa se osiguranje kvalitete i certifikacija, a danas, zbog porasta konkurentnosti i globalizacije kvaliteta je sve važnija i javlja se potreba za integracijom sustava upravljanja kvalitetom.

2.3. Značaj kvalitete u funkciji razvoja turističke usluge

Kvaliteta usluge predstavlja ključnu dimenziju u razvoju turističke industrije, s dubokim utjecajem na zadovoljstvo gostiju, reputaciju destinacije i konkurentnost na tržištu. Kako se turistički sektor razvija i sve više oslanja na iskustva i očekivanja putnika, razumijevanje i upravljanje kvalitetom usluga postaju sve važniji za održivi uspjeh i dugoročni razvoj turističkih destinacija i pružatelja usluga. Kvaliteta turističke usluge može se definirati kao stupanj u kojem usluga ispunjava ili premašuje očekivanja gostiju (Zeitmahl et al., 2017: 63). Prema teoriji uslužne kvalitete, ovaj pojam obuhvaća nekoliko ključnih dimenzija, uključujući pouzdanost, responzivnost, sigurnost, empatiju i uvjerenje. Pouzdanost se odnosi na sposobnost pružatelja usluga da dosljedno isporučuje obećanu uslugu, dok responzivnost označava spremnost i spremnost zaposlenika da pomognu i odgovore na zahtjeve gostiju. Sigurnost obuhvaća povjerenje i sigurnost koje gosti osjećaju, dok empatija predstavlja brigu i osobnu pažnju pružatelja usluga prema gostima (Parasurman et al., 1998: 29). Uvjerenje se odnosi na stručnost i znanje koje pružatelji usluga pokazuju.

Visoka kvaliteta usluge izravno utječe na zadovoljstvo gostiju, koje je ključno za pozitivne recenzije i preporuke, što zauzvrat može dovesti do većeg broja posjetitelja i povratnika. Gosti koji su zadovoljni kvalitetom usluge su skloniji stvaranju pozitivnog imidža destinacije, što može privući nove turiste (Cottam i Jones, 2012: 65). S obzirom na konkurentnost na globalnom tržištu turizma, reputacija destinacije često ovisi o iskustvima prethodnih posjetitelja, koji dijele svoja mišljenja putem društvenih mreža i online recenzija.

U turističkoj industriji, kvaliteta usluge postaje ključna konkurentna prednost. Destinacije i pružatelji usluga koji se uspješno usmjere na visoke standarde kvalitete mogu se

razlikovati od konkurencije. Ovaj element može uključivati različite aspekte, od luksuznih sadržaja i personaliziranih iskustava do precizno organiziranih turističkih programa i visoko obučenog osoblja (McCole, 2004: 29). Ulaganje u kvalitetu usluge pomaže ne samo u sticanju novih gostiju, već i u održavanju lojalnosti postojećih. S obzirom na sve veći fokus na održivost u turizmu, kvaliteta usluge također igra značajnu ulogu u održivom razvoju destinacija. Pružatelji usluga koji se usmjere na visoke standarde kvalitete često integriraju prakse koje minimiziraju negativne utjecaje na okoliš i zajednicu. Ove prakse mogu uključivati ekološki prihvatljive operacije, etičke standarde u zapošljavanju i sudjelovanje u lokalnoj zajednici (Zeitmahl et al., 2017: 72). Kvaliteta usluge u ovom kontekstu ne samo da poboljšava iskustvo gostiju, već također doprinosi očuvanju resursa i promicanju održivih turističkih praksi.

Upravljanje kvalitetom u turizmu suočava se s različitim izazovima, uključujući sezonalnost, promjene u preferencijama gostiju i globalne ekonomske uvjete. Sezonalnost može utjecati na dosljednost u pružanju usluga, dok brze promjene u preferencijama i očekivanjima gostiju zahtijevaju stalnu prilagodbu i unapređenje (Parasurman et al., 1998: 58). Globalni ekonomski uvjeti, kao što su pandemije ili ekonomske krize, mogu također utjecati na sposobnost pružatelja usluga da održavaju visoke standarde. Kvaliteta usluge je neizostavan element u razvoju turističkih usluga i destinacija. Ona utječe na zadovoljstvo gostiju, konkurentnost na tržištu i održivost razvoja. Razumijevanje i upravljanje kvalitetom zahtijeva sveobuhvatan pristup koji uključuje kontinuirano poboljšanje, prilagodbu na promjenjive uvjete i integraciju održivih praksi. Pružatelji usluga koji uspješno implementiraju visoke standarde kvalitete mogu osigurati dugoročni uspjeh i konkurentsku prednost u globalnoj turističkoj industriji.

2.4. Upravljanje kvalitetom i inovacije u turističkoj ponudi

Upravljanje kvalitetom je proces koji prepoznaje i upravlja aktivnostima potrebnim da se postignu ciljevi kvalitete neke organizacije (Juran et al., 1986.). Američko udruženje za kvalitetu definira upravljanje kvalitetom kao primjenu formaliziranih sustava s ciljem postizanja maksimalnog zadovoljstva kupaca uz minimalne troškove i postizanje konstantnog napretka. Formaliziran sustav upravljanja kvalitetom zahtijeva dokumentiran esljedeće elemente (Juran et al., 1986.): strukturu organizacije, odgovornosti djelatnika, procedure

potrebne za postizanje učinkovitog napretka u pogledu kvalitete. (Juran, J.M., The Quality Trilogy)

“Upravljanje kvalitetom je sustavan način garantiranja da se organizirane aktivnosti odvijaju na način koji je planiran. To je upravljačka disciplina koja se brine za prevenciju problema kroz stvaranje stavova i kontrola koji omogućavaju prevenciju”. (Crosby,1979.) Upravljanje kvalitetom možemo definirati i kao „proces koji prepoznaje i upravlja aktivnostima potrebnim da se dostignu ciljevi kvalitete jedne organizacije“ (Petar1999.) Cilj upravljanja kvalitetom je da neka organizacija, proizvod ili usluga konstantno ispunjavaju zahtjeve kupaca. Četiri glavne komponente upravljanja kvalitetom su: planiranje kvalitete, osiguranje kvalitete, kontrola kvalitete i poboljšanje kvalitete (Rose, 2005) Lazibat (2009) navodi kako upravljanje kvalitetom zahtjeva dokumentiranu strukturu organizacije, odgovornosti djelatnika te procedure potrebne za postizanje učinkovitog napretka u pogledu kvalitete. Važno je naglasiti da upravljanje kvalitetom ne mijenja kontrolu i osiguranje kvalitete već se nastavlja na njih.

Upravljanje kvalitetom u turističkoj industriji zahtijeva kontinuirano praćenje i prilagođavanje prema potrebama gostiju. Implementacija sustava upravljanja kvalitetom, poput normi ISO 9001, može pomoći pružateljima usluga u uspostavljanju jasnih standarda i procedura (ISO, 2024.). Uz to, inovacije igraju ključnu ulogu u održavanju visoke kvalitete usluga. Razvoj novih tehnologija, kao što su digitalne platforme za rezervacije i aplikacije za mobilne telefone, omogućuju poboljšanje učinkovitosti usluga i unapređenje iskustava gostiju. Upravljanje kvalitetom i inovacije predstavljaju ključne čimbenike u razvoju i održavanju konkurentnosti unutar turističke industrije. U današnjem kontekstu turizma, gdje su očekivanja putnika u stalnom porastu, a konkurencija sve intenzivnija, sposobnost pružatelja usluga da kontinuirano poboljšavaju kvalitetu svojih usluga i implementiraju inovativna rješenja postaje presudna za uspjeh i dugoročnu održivost (Hesker et al., 1997: 62). U ovom kontekstu, analiza utjecaja upravljanja kvalitetom i inovacija na turističku ponudu otkriva kako njihova integracija može značajno unaprijediti cjelokupno iskustvo gostiju.

Upravljanje kvalitetom u turističkoj ponudi odnosi se na sustavan pristup koji osigurava da usluge zadovoljavaju ili premašuju očekivane standarde gostiju. Ključni aspekti uključuju definiranje standarda kvalitete, koji obuhvaćaju sve od usluga i infrastrukture do higijene i sigurnosti. Jasno definirani standardi omogućuju pružateljima usluga da održavaju dosljednu razinu usluge, koristeći norme poput ISO 9001 kao okvir za implementaciju sustava upravljanja kvalitetom (ISO, 2024.). Kontinuirano praćenje i evaluacija su neophodni za održavanje visoke

kvalitete. To uključuje redovito prikupljanje povratnih informacija od gostiju, provođenje inspekcija i ocjenu učinkovitosti internih procesa. Povratne informacije kroz ankete, online recenzije i društvene mreže pružaju dragocjene uvide u područja koja zahtijevaju poboljšanja. Također, obuka i razvoj zaposlenika igraju ključnu ulogu, jer su oni često prvi kontakt koji gosti imaju s uslugama (Ottenbacher i Gnock, 2005: 313). Programi obuke usmjereni na razvoj komunikacijskih vještina i rješavanje problema pomažu zaposlenicima da se usklade s najnovijim standardima i praksama u industriji.

Inovacije su od suštinskog značaja za prilagodbu promjenjivim potrebama tržišta i stvaranje konkurentske prednosti. Tehnološke inovacije, poput digitalnih platformi za rezervacije, mobilnih aplikacija i virtualnih tura, omogućuju putnicima bolju kontrolu nad njihovim iskustvom. Korištenje umjetne inteligencije za personalizaciju preporuka i chatbota za brzu komunikaciju dodatno poboljšava kvalitetu usluga (Pekkarinen et al., 2020: 84). Osim toga, inovacije u iskustvima, uključujući razvoj tematskih paketa, kulturnih i avanturističkih ture te personaliziranih itinerera, omogućuju pružateljima usluga da se razlikuju od konkurencije i ponude nešto novo i uzbudljivo. S obzirom na rastući fokus na održivost, inovacije koje uključuju ekološke i društvene aspekte postaju sve važnije. Implementacija održivih praksi, kao što su energetska učinkovitost i odgovorno upravljanje otpadom, ne samo da doprinosi očuvanju okoliša, već i poboljšava imidž destinacije kao ekološki osviještene. Automatizacija i pametni sustavi također poboljšavaju efikasnost i preciznost usluga, omogućujući automatski check-in i check-out, pametne sobe s kontrolama za temperaturu i osvetljenje te digitalne concierge usluge.

Integracija upravljanja kvalitetom i inovacija ključno je za stvaranje dugoročne vrijednosti u turističkoj ponudi. Povezivanje ovih dvaju aspekata omogućava pružateljima usluga da održavaju visoke standarde dok se kontinuirano prilagođavaju i unapređuju (Ottenbacher i Gnock, 2005: 317). Postavljanje specifičnih, mjerljivih ciljeva za kvalitetu i inovacije pomaže u usmjeravanju napora i resursa. Razvijanje kulture inovacija unutar organizacije, koja potiče kreativnost i eksperimentiranje, te korištenje povratnih informacija od gostiju za usklađivanje inovacija s njihovim potrebama, dodatno poboljšava uspjeh. Kontinuirano praćenje rezultata implementiranih inovacija i upravljanja kvalitetom omogućuje prilagodbu i optimizaciju strategija kroz korištenje ključnih pokazatelja izvedbe (KPI) i analiza uspješnosti (Pekkarinen et al., 2020: 89).

Uspješna kombinacija upravljanja kvalitetom i inovacija doprinosi stvaranju značajne vrijednosti za sve sudionike u turističkom sektoru, omogućavajući pružateljima usluga da odgovore na promjenjive potrebe tržišta, poboljšaju iskustva gostiju i osiguraju dugoročni uspjeh u globalnom turističkom okruženju.

Upravljanje kvalitetom u turizmu ključno je za postizanje dugoročnog uspjeha i održivog razvoja u ovom dinamičnom sektoru. Kvaliteta usluge direktno utječe na zadovoljstvo gostiju, njihovu lojalnost i spremnost na ponovni dolazak, što su ključni faktori za konkurentnost turističkih destinacija i pružatelja usluga (Pekkarinen et al., 2020: 97). Kroz učinkovite strategije upravljanja kvalitetom, kao što su kontinuirano praćenje i evaluacija usluga, obuka i motivacija osoblja, te implementacija inovacija, turističke organizacije mogu značajno unaprijediti svoju ponudu. Ovo ne samo da poboljšava iskustvo gostiju, već također doprinosi pozitivnoj reputaciji destinacije na globalnom tržištu.

U današnjem visoko konkurentnom okruženju, turističke destinacije koje ulažu u upravljanje kvalitetom mogu bolje odgovoriti na rastuće zahtjeve i očekivanja suvremenih putnika, čime se osigurava njihova atraktivnost i održivost. Dugoročno, kvalitetna usluga u turizmu vodi do većih ekonomskih koristi, održivog razvoja i jačanja ugleda destinacije na globalnom tržištu.

3. OBILJEŽAJA TURISTIČKE PONUDE OPĆINE VR SAR

Općina Vrsar, smještena na zapadnoj obali Istre, predstavlja jednu od značajnijih turističkih destinacija u Hrvatskoj, poznatu po svojim prirodnim ljepotama, kulturno-povijesnoj baštini i bogatoj turističkoj ponudi. U trećem poglavlju detaljno će se analizirati ključni elementi koji oblikuju turističku ponudu Vrsara, uključujući smještajne kapacitete, ugostiteljsku ponudu, kulturne i prirodne atrakcije, kao i infrastrukturu i usluge koje podržavaju razvoj turizma u ovom području. Razumijevanje specifičnih obilježja turističke ponude Vrsara ključno je za uvid u njezinu konkurentnost na regionalnom i međunarodnom tržištu. Ovo poglavlje će istražiti kako se Vrsar pozicionira kao turistička destinacija, koji su glavni aduti i izazovi s kojima se suočava, te kako različiti elementi ponude doprinose stvaranju jedinstvenog iskustva za posjetitelje.

3.1. Općina Vrsar – profil destinacije

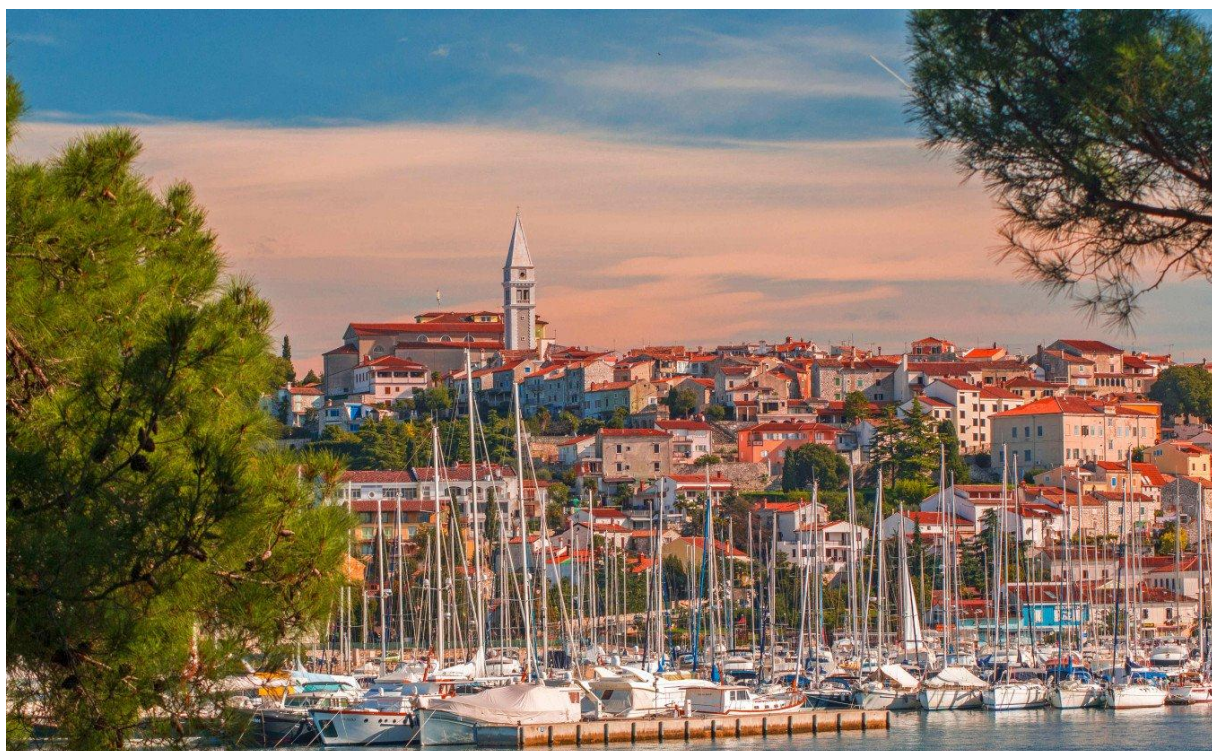
Na zapadnoj obali Istarskog poluotoka, na ulazu u Linski zaljev, na 45 metara visokom brežuljku, smjestio se Vrsar. Ovaj mirni, povijesni gradić, koji je nekoć bio ribarsko naselje, s vremenom se razvio u prepoznatljivu i naprednu turističku destinaciju. Zelena i pitoma obala između Poreča i Linskog zaljeva privlači posjetitelje iz cijele Europe, a kamp Koversada, jedna od najstarijih i najznačajnijih nudističkih destinacija u Europi, dodatno doprinosi atraktivnosti ovog područja (Općina Vrsar, 2023.). Obalni dio Vrsara karakterizira bogata razvedenost, s brojnim malim uvalama i otočićima, dok mediteranska klima, s blagim i kišovitim zimama te dugim i toplim ljetima, čini ovo područje iznimno ugodnim za boravak. Mediteranska flora i fauna također doprinose autentičnom doživljaju.

U kasnoj antici nazivalo se *Ursaria*. Iz toga doba potječe ranokršćanski centar iz IV–V. st., sagrađen uz morsku obalu, s crkvom sv. Marije. Crkva je imala pravokutan tlocrt, s narteksom i aneksima, te naknadno prizidanu, izvana višekutnu apsidu (Hrvatska enciklopedija, 2023.). Tragovi vatre i pepela, kao i oštećenja mozaičkoga poda ukazuju na njezino nasilno rušenje. Nalazi slavenske keramike s početka VII. st. upućuju na Slavene kao rušitelje ranokršćanskoga sklopa. U srednjem vijeku naselje *Orsera* razvijalo se na brežuljku oko kaštela porečkih biskupa (izvorno građen od drva, u XIII. st. obnovljen u kamenu) te je izraslo u snažan utvrđeni grad. Godine 983–1772. bio je ljetna rezidencija porečkih biskupa, a ukinućem

Porečke biskupije došao je pod mletačku vlast (1772–97) (Hrvatska enciklopedija, 2023.). U XIX. st. naselje se proširilo izvan gradskih zidina.

Vrsar, uz Poreč, predstavlja najveće naselje na obali između rijeke Mirne i Limskog zaljeva. U sastavu Općine Vrsar-Orsera nalaze se i naselja poput Flengija, Bralića, Delića, Gradine, Marasa, Bega, Kontešića, Kloštara i Vrsara. Povijesni tokovi na Istarskom poluotoku značajno su utjecali na promjene u etničkoj strukturi Vrsara i okolnih mjesta. Priključenjem Istre Hrvatskoj (odnosno tada Jugoslaviji) 1943. godine, većina talijanskog stanovništva preselila se u Italiju, dok su u gotovo napušteni Vrsar-Orseru počele pristizati obitelji iz Dalmacije (uglavnom s otoka Brača) i drugih dijelova Istre. Razvojem turizma, broj stanovnika Vrsara postupno je rastao, te danas Vrsar broji oko 2000 stanovnika, dok cijela Općina Vrsar ima oko 3000 stanovnika (Općina Vrsar, 2023.).

Slika 1: Nautička marina u Vrsaru



Izvor: <https://uniline.hr/hr/istra/vrsar> (02.05.2023.)

Prvobitno naselje bilo je samo na vrhu brežuljka, da bi se kasnije razvijalo i po njegovim obroncima. Novi, turistički Vrsar, razvija se uz more. Okružuju ga otočići i hridi: Figarolica, Lakal, Salamon, Zavata, Galiner, Sv. Juraj, Longa, Gusti školj, Tuf, Galopon,

Koversada, Orlandin. Sa sjeverne strane vrsarsku lučicu zatvara poluotok Montraker (Općina Vrsar, 2023.).

Vrsar-Orsera je danas dobrostojeća i prosperitetna općina. Mjesto je vrlo lijepo uređeno, prilagođeno turistima ali i domicilnom stanovništvu. Vrsar redovito, svake godine, dobiva najviše nagrade za najuređenije mjesto u državi. Izgrađene su i dvije nautičke marine (u Funtani i Vrsaru) u samo nekoliko godina, što je dodatno poboljšalo nadaleko poznatu turističku ponudu, a otvorilo je i čitav niz novih radnih mjesta. Vrsar razvija i ostale privredne grane. Gospodarski napredak, uz mir i prirodne ljepote čine magičnu kombinaciju.

3.2. Turistička ponuda i atrakcije općine Vrsar

Općina Vrsar, smještena na zapadnoj obali Istre, predstavlja jedno od najvažnijih turističkih odredišta u Hrvatskoj. Ovo malo, ali šarmantno naselje privlači turiste svojom bogatom poviješću, prekrasnom prirodom i raznovrsnom turističkom ponudom. Vrsar se može pohvaliti očuvanom kulturnom baštinom, spektakularnim prirodnim ljepotama i nizom turističkih atrakcija koje zadovoljavaju različite ukuse i interese posjetitelja. U nastavku ćemo detaljno istražiti turističku ponudu općine Vrsar, kao i glavne atrakcije koje čine ovo mjesto posebnim odredištem za odmor. Turistička ponuda općine Vrsar uključuje širok spektar aktivnosti i sadržaja namijenjenih različitim profilima turista. Vrsar se ponosi svojim dobro očuvanim starim gradom koji nudi pogled u prošlost kroz uske, kamene ulice, srednjovjekovne crkve i zidine koje svjedoče o bogatoj povijesti ovog područja. Na brdu iznad grada dominira crkva sv. Martina, izgrađena na temeljima ranokršćanske bazilike, koja pruža spektakularan pogled na more i otočiće rasute po obali (TZ Vrsar, 2024.).

Obala Vrsara obiluje prekrasnim plažama koje su glavna atrakcija za ljubitelje mora i sunca. Odlična infrastruktura plaža uključuje niz usluga, od restorana i kafića do sportskih aktivnosti poput vožnje bicikla, jet skija, te škole ronjenja. Plaže u Vrsaru poznate su po svojoj čistoći, što potvrđuje i Plava zastava koja se vijori na mnogim lokacijama. Limski kanal, poznat i kao Limski zaljev, jedan je od prirodnih bisera Vrsara i cijele Istre. Ovaj fjord dug 12 kilometara, okružen strmim stijenama prekrivenim bujnom vegetacijom, idealno je mjesto za izlet brodom (TZ Vrsar, 2024.). Turisti mogu uživati u nevjerojatnom krajoliku, posjetiti špilje

koje su služile kao skloništa tijekom povijesti, ili se jednostavno opustiti u jednom od ribljih restorana uz svježe morske specijalitete.

Slika 3. Turističke atrakcije Vrsara – Limski kanal, kamp Koversada i manifestacija Casanovafest



Izvor: obrada autorice prema Turističkoj zajednici općine Vrsar, 2024.

Arhitektonska i kulturna baština Vrsara također nudi brojne mogućnosti za istraživanje. Stari grad prepun je povijesnih građevina, uključujući Kaštel Vrsar, koji je nekada služio kao ljetnikovac porečkih biskupa. Kaštel je sada obnovljen i nudi jedinstven uvid u povijest ovog područja (Općina Vrsar, 2024.). Uz to, u Vrsaru se svake godine održavaju kulturne manifestacije poput Casanovafesta, festivala posvećenog slavnom zavodniku Giacomu Casanovi, koji je navodno nekoliko puta posjetio Vrsar. Naturistički kamp Koversada, jedan od najvećih naturističkih kampova u Europi, nalazi se u Vrsaru. Kamp Koversada nudi smještaj u apartmanima, vilama i kamping parcelama, te nudi sve potrebne sadržaje za ugodan boravak, uključujući restorane, trgovine i sportske aktivnosti (TZ Vrsar, 2024.). Kamp je idealno mjesto za one koji žele uživati u prirodi u potpuno opuštenom okruženju.

Gastronomska ponuda Vrsara odražava bogatu istarsku kuhinju koja je prepoznata po svojim lokalnim specijalitetima poput tartufa, pršuta, domaće tjestenine i morskih plodova. Mnogi restorani i konobe u Vrsaru nude autentična istarska jela pripremljena od svježih, lokalnih sastojaka, često uz domaće maslinovo ulje i vrhunska vina (TZ Vrsar, 2024.). Vrsar je također domaćin brojnih gastronomskih događanja i festivala koji privlače gurmane iz cijelog svijeta. Aktivni turizam igra važnu ulogu u turističkoj ponudi Vrsara. Osim vodenih sportova, područje je pogodno za biciklizam, planinarenje i penjanje. Staze koje vode kroz maslinike, vinograde i mediteranske šume omogućuju turistima da u potpunosti dožive prirodne ljepote ovog kraja. Penjalište Limskog kanala posebno je atraktivno za ljubitelje adrenalinskih sportova, s više od 140 smjerova različitih težina.

Smještajne kapacitete u Vrsaru čine hoteli, apartmani, kampovi i privatni smještaj koji su prilagođeni različitim potrebama posjetitelja. Od luksuznih resorta do obiteljskih hotela i apartmana, Vrsar nudi raznolike opcije smještaja za sve vrste gostiju (TZ Vrsar, 2024.). Mnogi smještajni objekti nalaze se u neposrednoj blizini mora, što dodatno pridonosi njihovoj atraktivnosti. Turistička infrastruktura Vrsara kontinuirano se razvija i prilagođava suvremenim potrebama turista. Povezanost s ostatkom Istre i Hrvatske omogućava lako dostupnost Vrsara automobilom, a zračna luka Pula udaljena je samo 50 kilometara (Općina Vrsar, 2024.). Općina Vrsar također aktivno ulaže u održivi razvoj turizma, s naglaskom na očuvanje prirodnih resursa i kulturne baštine.

Vrsar i okolica nude brojne mogućnosti za izlete i avanture. U blizini se nalazi park prirode Kontija, idealan za šetnje i biciklizam, dok ljubitelji povijesti mogu posjetiti obližnji grad Poreč, poznat po Eufrazijevoj bazilici, koja je pod zaštitom UNESCO-a (TZ Vrsar, 2024.). Vrsar je također idealna polazna točka za istraživanje cijele Istre, s njenim šarmantnim gradićima, vinogradima i kulturnim znamenitostima. Turistička ponuda općine Vrsar nudi bogatstvo sadržaja koji zadovoljavaju različite interese i profile turista. Od povijesnih znamenitosti i prirodnih ljepota do raznovrsnih aktivnosti i vrhunske gastronomije, Vrsar predstavlja destinaciju koja spaja tradiciju i modernost, pružajući posjetiteljima nezaboravno iskustvo. Bez obzira traže li miran odmor uz more, aktivan odmor u prirodi, kulturno iskustvo ili gastronomsku avanturu, Vrsar nudi sve to i još mnogo više.

3.3. Analiza turističkih pokazatelja općine Vrsar

Analiza turističkih pokazatelja općine Vrsar ključna je za razumijevanje dinamike turizma u ovoj maloj, ali značajnoj destinaciji na zapadnoj obali Istre. Vrsar, poznat po svojoj bogatoj povijesti, prirodnim ljepotama i turističkoj infrastrukturi, privlači brojne turiste iz zemlje i inozemstva. Kroz analizu različitih turističkih pokazatelja, kao što su broj dolazaka i noćenja, struktura gostiju, sezonalnost i prosječna duljina boravka, moguće je steći uvid u trendove i izazove koji oblikuju turizam u ovoj općini.

Broj dolazaka i noćenja jedan je od osnovnih pokazatelja koji reflektira opseg turističke aktivnosti u Vrsaru. U posljednjim godinama, Vrsar bilježi stabilan rast u broju dolazaka turista, što ukazuje na povećanu popularnost ove destinacije. Podaci pokazuju da su međunarodni turisti glavni izvor posjeta, s naglaskom na goste iz Njemačke, Italije, Slovenije i Austrije (TZ Vrsar, 2024.). Njihovo prisustvo značajno doprinosi ukupnom broju dolazaka i noćenja, ali i generiranju prihoda za lokalnu ekonomiju.

Tablica 1. Dolasci inozemnih turista u Vrsar od 2020. – 2022. godine

Zemlja	2020.	2021.	2022.
Njemačka	30.953	67.693	78.612
Slovenija	21.331	24.230	37.962
Austrija	9.096	26.300	36.283
Italija	5.842	8.994	18.705
Češka	4.258	6.923	7.400
Nizozemska	2.257	9.020	13.120
Poljska	2.716	5.218	5.505
Mađarska	1.582	3.483	4.255
Švicarska	985	2.076	2.857
Danska	676	1.928	2.522
Slovačka	767	1.792	2.449
Belgija	501	931	1.560
Francuska	253	831	1.438
Rusija	162	593	268
Švedska	127	358	1.073
Ukupno	81.506	160.370	214.009

Izvor: Turistička zajednica Općine Vrsar, dostupno na: <https://infovrsar.com/>, preuzeto 22.08.2024.

Godina 2020. bila je iznimno izazovna za globalni turizam zbog pandemije COVID-19, što se odrazilo i na broj turističkih dolazaka u Vrsar. Te godine zabilježeno je ukupno 81.506 dolazaka, što je značajan pad u usporedbi s prethodnim razdobljima, što ukazuje na drastičan utjecaj pandemije na turističku industriju. Ipak, 2021. godina donijela je prve znakove oporavka. S postupnim popuštanjem restrikcija, povećanjem stope cijepjenja i vraćanjem povjerenja u putovanja, broj dolazaka porastao je na 160.370. Ovaj gotovo dvostruki porast u odnosu na prethodnu godinu nagovijestio je obnovljeni interes turista za Vrsar i povratak na put prema oporavku turističkog sektora.

Taj se trend nastavio i u 2022. godini, kada je Vrsar zabilježio daljnji porast broja posjetitelja, dosegnuvši ukupno 214.009 dolazaka. Ovi rezultati ukazuju na ne samo oporavak, već i rast popularnosti Vrsara kao turističke destinacije. Povećanje broja dolazaka svjedoči o učinkovitosti napora uloženi u prilagodbu i unaprjeđenje turističke ponude u postpandemijskom razdoblju, čime se Vrsar ponovno pozicionirao kao atraktivna destinacija za međunarodne putnike. Ovakvi pokazatelji pružaju solidnu osnovu za daljnji rast i razvoj turizma u narednim godinama, uz istovremeno jačanje turističke infrastrukture i promocije na ključnim tržištima.

Noćenja, kao drugi ključni pokazatelj, također su u porastu, što je rezultat ne samo većeg broja dolazaka, već i povećanja prosječne duljine boravka turista. Ovo je posebno važno jer dulji boravci obično impliciraju veće troškove po gostu, što pozitivno utječe na lokalno gospodarstvo. Sezona traje uglavnom od svibnja do rujna, s najviše noćenja zabilježenih u srpnju i kolovozu, kada su vremenski uvjeti najpovoljniji za turizam.

Tablica 2. Noćenja inozemnih turista u Vrsaru od 2020. – 2022. godine

Zemlja	2020.	2021.	2022.
Njemačka	320.415	662.728	773.832
Slovenija	123.920	155.102	199.575
Austrija	73.914	195.851	249.828
Italija	43.682	64.974	107.226
Češka	28.676	48.651	52.071
Nizozemska	23.895	93.656	140.843
Poljska	19.498	40.092	39.818
Mađarska	10.199	20.992	23.080
Švicarska	7.987	15.779	21.925
Danska	6.095	17.790	23.126
Slovačka	5.443	12.855	16.438
Belgija	5.126	8.590	12.967
Francuska	1.744	3.784	6.072
Rusija	1.013	4.193	1.827
Švedska	902	2.940	6.844
Ukupno	672.509	1.347.977	1.675.472

Izvor: Turistička zajednica Općine Vrsar, dostupno na: <https://infovrsar.com/>, preuzeto 22.08.2024.

U 2020. godini, Općina Vrsar ostvarila je ukupno 672.509 noćenja, što je bio značajan pad u usporedbi s prethodnim godinama, ponajviše zbog globalnih izazova uzrokovanih pandemijom COVID-19. Ova je godina bila posebno teška za turistički sektor, s obzirom na brojna ograničenja putovanja i promjene u ponašanju putnika. Međutim, 2021. godina donijela je pozitivan preokret. S popuštanjem pandemijskih mjera, pojačanim interesom za putovanja i povratkom povjerenja gostiju, broj noćenja porastao je na 1.347.977. Ovaj dvostruki rast u odnosu na prethodnu godinu ukazivao je na postupni oporavak turizma u Vrsaru, a i na širi povratak putovanja u Europi.

U 2022. godini, trend rasta nastavio se i dalje, s ukupno zabilježenih 1.675.472 noćenja. Ovi podaci jasno pokazuju da je Vrsar, uz napore lokalne turističke zajednice i pružatelja usluga, uspio ne samo povratiti, nego i nadmašiti razine posjećenosti iz razdoblja prije pandemije. Najveći broj noćenja i dalje su ostvarili turisti iz Njemačke, Slovenije, Austrije i Italije, što svjedoči o stabilnosti i privlačnosti Vrsara za ključna emitivna tržišta.

Sezonalnost je jedan od izazova s kojima se suočava turistička industrija u Vrsaru, kao i u cijeloj Istri. Sezonska koncentracija turističke aktivnosti u ljetnim mjesecima stvara pritisak

na lokalnu infrastrukturu i usluge, ali također ostavlja praznine u ostatku godine (TZ istra, 2024.). Kako bi se smanjio utjecaj sezonalnosti, Vrsar nastoji razvijati turističke proizvode i događaje koji privlače posjetitelje izvan glavne sezone, poput kulturnih manifestacija, sportskih natjecanja i gastronomskih festivala. **Struktura gostiju** još je jedan važan aspekt analize turističkih pokazatelja (Ottenbacher i Gnoth, 2005: 319). Vrsar tradicionalno privlači obitelji, parove i starije osobe, dok je mlađa populacija manje zastupljena. Obitelji s djecom čine značajan dio turista zbog ponude prilagođene njihovim potrebama, uključujući sigurnost, dostupnost plaža i razne aktivnosti za djecu. Parovi i starije osobe često traže miran odmor, kulturne sadržaje i autentična gastronomska iskustva (Pekkarinen et al., 2020: 53). Upravljanje ovom raznolikošću zahtijeva prilagođavanje ponude različitim segmentima tržišta kako bi se zadovoljile njihove specifične potrebe i očekivanja.

Tablica 3. Broj noćenja u smještajnim kapacitetima Vrsara od 2020. – 2022. godine

Objekt	2020.	2021.	2022.
Hotel Pineta	5.539	24.630	49.875
Hotel Vista	1.743	5.821	6.552
Hotel Villa Vrsar	626	1.018	1.195
Aparthotel Riva	5.523	10.988	21.320
Naselje Belvedere	54.212	96.331	128.646
Naselje Petalon	0	54.546	68.521
Villas Koversada	11.384	28.503	33.805
App. Koversada	8.038	22.064	26.382
Kamp Porto Sole	82.808	195.509	245.505
Kamp Koversada	167.876	288.145	332.201
Kamp Valkanela	203.630	417.659	519.624
Kamp Orsera	63.951	128.288	160.156
Privatni smještaj	71.908	113.841	135.087
Nekomerc.smještaj	35.616	45.044	47.923
Ukupno	712.854	1.426.633	1.733.485

Izvor: Turistička zajednica Općine Vrsar, dostupno na: <https://infovrsar.com/>, preuzeto 22.08.2024.

U 2020. godini, Kamp Valkanela ostvario je najveći broj noćenja u Općini Vrsar, unatoč tome što je pandemija COVID-19 drastično smanjila broj turista. Ukupan broj noćenja po smještajnim objektima te godine iznosio je 712.854, što je značajan pad u usporedbi s prethodnim godinama, uzrokovan ograničenjima putovanja i smanjenjem turističke aktivnosti na globalnoj razini.

Analiza podataka za 2021. godinu otkriva impresivan oporavak. Kamp Valkanela zabilježio je porast noćenja od čak 105% u odnosu na 2020. godinu, dosegnuvši ukupno 1.426.633 noćenja. Ovaj rast, od 100% u odnosu na prethodnu godinu, jasno pokazuje kako su turističke destinacije u Vrsaru, a posebno Kamp Valkanela, uspješno prilagodile svoju ponudu novim uvjetima i vratile povjerenje posjetitelja. Pregled broja ostvarenih noćenja po smještajnim objektima u 2022. godini dodatno potvrđuje nastavak pozitivnog trenda. Kamp Valkanela ponovno je bio na prvom mjestu s 519.624 noćenja. Slijedila ga je Koversada s 332.201 noćenjem, Kamp Porto Sole s 245.505 noćenja, Kamp Orsera s 160.156 noćenja te privatni smještaj s 135.087 noćenja. Ukupan broj noćenja po smještajnim objektima u 2022. godini porastao je za 143% u odnosu na 2020. godinu, što svjedoči o snažnom oporavku turističkog sektora u Vrsaru.

Prosječna duljina boravka turista u Vrsaru pokazuje blagi porast, što je pozitivan signal za lokalne pružatelje usluga. Dulji boravci obično su povezani s većom razinom zadovoljstva gostiju i dubljim angažmanom s destinacijom, što također potiče povratne posjete. Kako bi se dodatno povećala prosječna duljina boravka, ključno je obogatiti ponudu sadržajima koji će zadržati goste na dulje vrijeme, poput raznih aktivnosti na otvorenom, kulturnih događanja i izleta u okolna mjesta. **Turistička infrastruktura** u Vrsaru također igra važnu ulogu u analizi turističkih pokazatelja. Kvaliteta smještajnih kapaciteta, prometna povezanost, dostupnost informacija i kvaliteta usluge ključni su faktori koji utječu na zadovoljstvo gostiju. Vrsar raspolaže raznovrsnom ponudom smještaja, od luksuznih hotela i resorta do kampova i privatnih apartmana, što omogućuje prilagođavanje različitim potrebama i budžetima turista. Osim toga, lokalna turistička zajednica kontinuirano radi na unapređenju infrastrukture i usluga kako bi poboljšala cjelokupno iskustvo posjetitelja.

Ekonomija turizma u Vrsaru u velikoj mjeri ovisi o prihodima generiranim od turizma. Analiza ekonomskih pokazatelja, kao što su potrošnja po gostu, generirani prihod i utjecaj na lokalno tržište rada, pokazuje da turizam predstavlja ključni stup lokalne ekonomije. Prihodi od turizma financiraju mnoge lokalne projekte, unapređuju infrastrukturu i stvaraju radna mjesta. Međutim, izazov ostaje u osiguravanju održivog razvoja turizma kako bi se izbjegli negativni utjecaji, poput prekomjernog turizma i opterećenja na okoliš. **Zadovoljstvo gostiju** je ključan pokazatelj uspješnosti turističke destinacije. Redovito praćenje povratnih informacija kroz ankete, recenzije na internetu i društvene mreže omogućuje lokalnim vlastima i pružateljima usluga da identificiraju područja koja zahtijevaju poboljšanja (Pekkarinen et al., 2020: 72).

Visoko zadovoljstvo gostiju često rezultira ponovnim posjetima i preporukama, što dodatno potiče rast turizma. U Vrsaru su povratne informacije uglavnom pozitivne, što ukazuje na uspjeh u pružanju kvalitetne usluge i ispunjavanju očekivanja posjetitelja.

Održivi razvoj turizma postaje sve važniji aspekt u analizi turističkih pokazatelja. Vrsar, kao i mnoge druge destinacije, suočen je s potrebom očuvanja prirodnih resursa i kulturne baštine, dok istovremeno nastoji maksimizirati ekonomske benefite od turizma. Održivi turizam podrazumijeva integraciju ekoloških, ekonomskih i društvenih aspekata u razvoj turističke ponude, što zahtijeva pažljivo planiranje i upravljanje. Inicijative poput promocije ekoturizma, održivih praksi u smještajnim objektima i poticanja lokalne proizvodnje doprinose održivosti turizma u Vrsaru.

4. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA GOSTIJU TURISTIČKOM USLUGOM U OPĆINI VRSAR

Da bi se dobio uvid u zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar, provedeno je anketno istraživanje. Anketa je izrađena u Google alatu Docs odnosno Obrasci, također su izrađeni QR kodovi koji vode direktno na internetsku stranicu s obrascem. Anketa je sastavljena na hrvatskom jeziku te tri svjetska strana jezika, to su engleski, talijanski i njemački. Anketa je provedena uz pomoć turističkih radnika koji su gostima dijelili papiriće s QR kodom na jeziku koji gosti pričaju, također anketa je provedena osobno na recepciji turističkih objekata u direktnom kontaktu s gostima, što se pokazalo najefikasnijim.

4.1. Prikaz rezultata istraživanja

Rezultati ankete se temelje na odgovorima prikupljenih od ukupno 113 ispitanika. Nakon statističke obrade došlo se do rezultata prikazanih u nastavku.

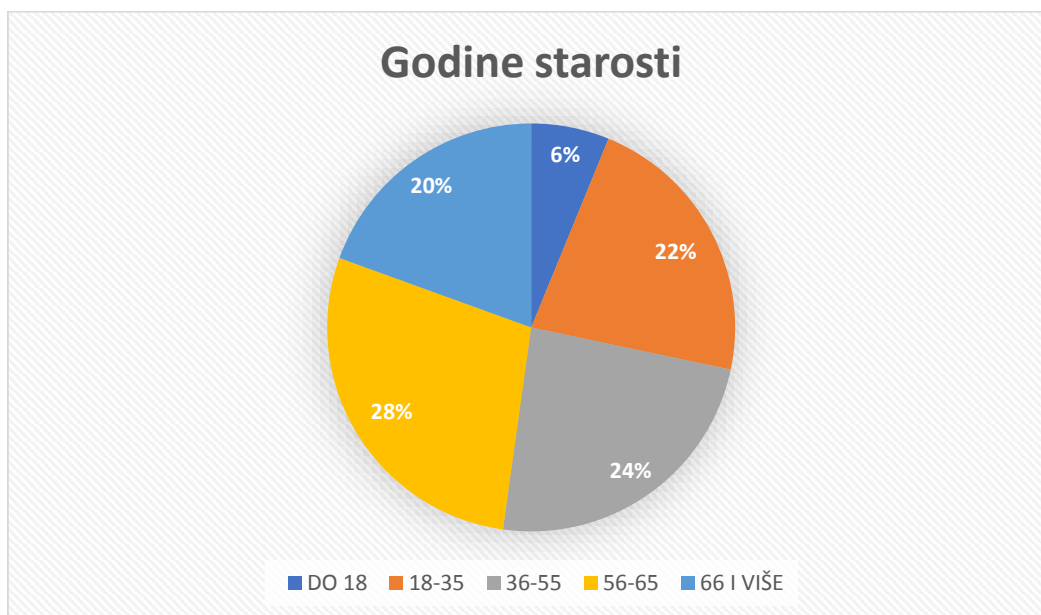
Grafikon 1: Nacionalna pripadnost



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar“

Istraživanje je pokazalo da su najčešći gosti Općine Vrsar njemačkog (26%) i austrijskog područja (40%), a najmanje Bosansko – hercegovačkog (2%). U strukturi inozemnih turista prema ispitanom uzroku dominiraju Nijemci i Austrijanci, dok je najmanje Slovenaca i domicilnih gostiju, uz goste iz BIH.

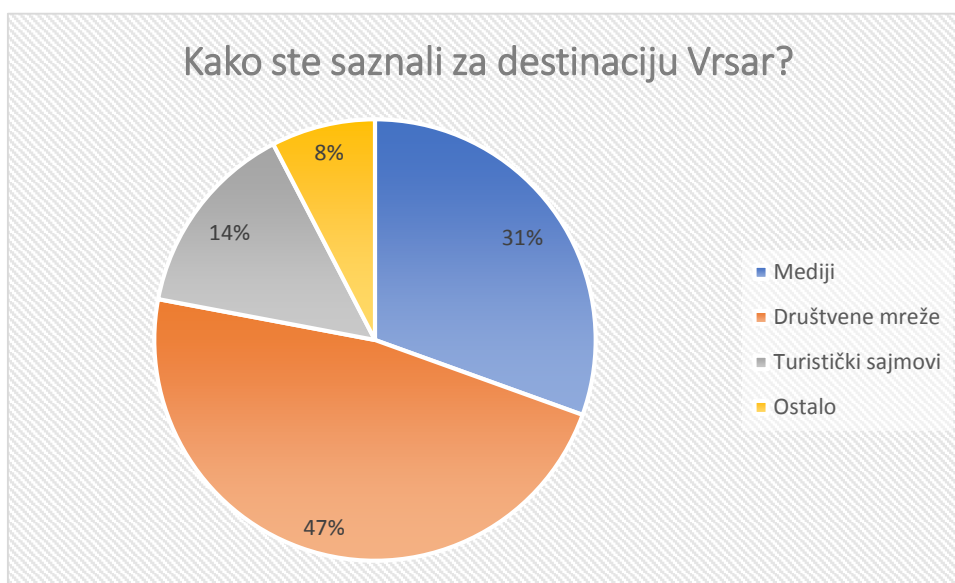
Grafikon 2: Godine starosti ispitanika



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar“

Prema istraživanju ovaj grafikon pokazuje kako je najviše gostiju starije životne dobi. U strukturi ispitanika dominiraju gosti u dobi od 55 – 65 godina (28%), potom gosti u dobi od 36 – 55 godina (24%). Najmanje je gostiju u dobi do 18 godina (6%).

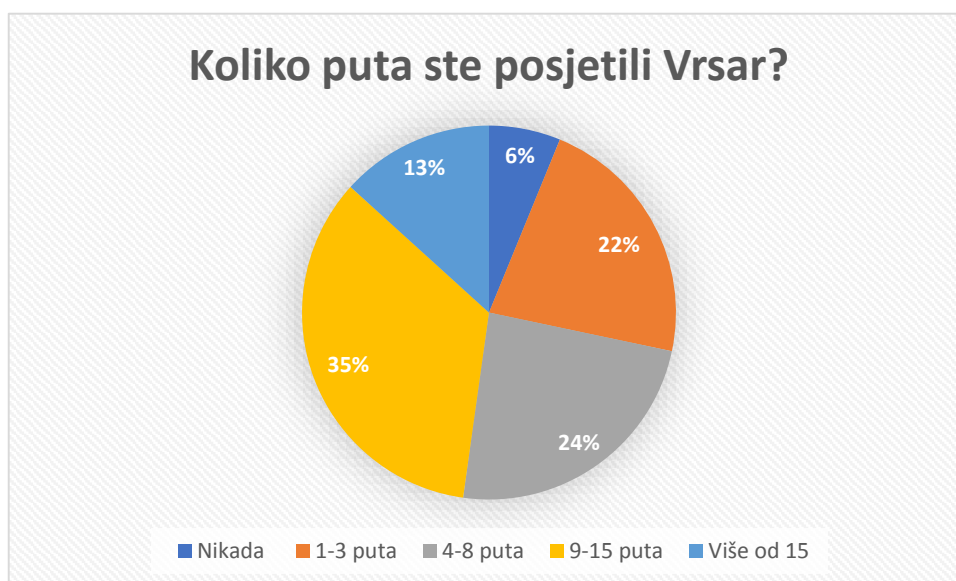
Grafikon 3: Kako ste saznali za destinaciju Vrsar?



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar“

Iz grafikona je vidljivo da su društvene mreže uvelike pridonijele popularizaciji destinacije Vrsar dok su turistički sajmovi u znatno manjoj mjeri. Društvene mreže su stoga najviše zaslužne za spoznaju gostiju o turističkoj ponudi općine Vrsar, dok turistički sajmovi imaju najmanju ulogu u tome. Mediji vrše zadovoljavajuću turističku promociju općine, koja se sve više orijentira na digitalnu promociju svoga turizma.

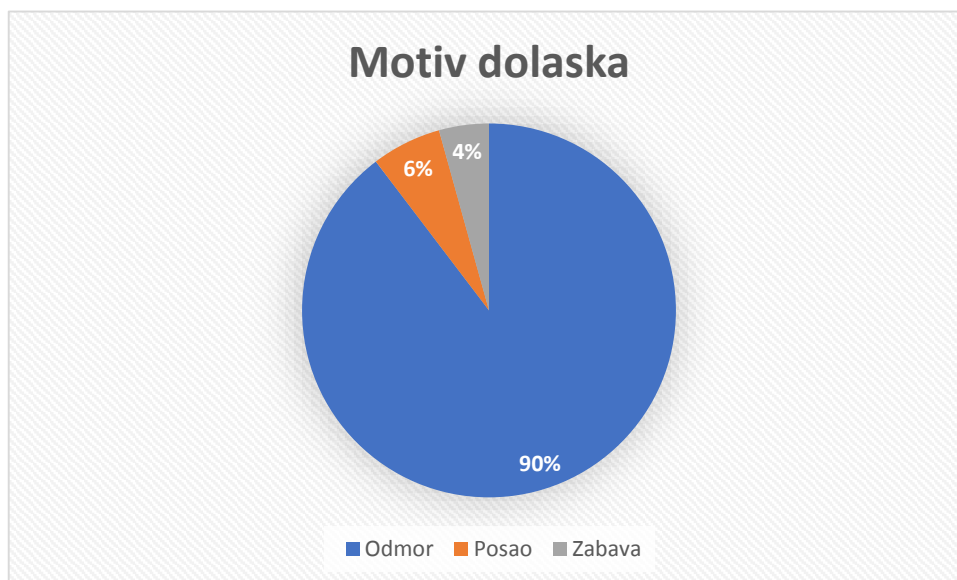
Grafikon 4: Broj posjeta općini Vrsar



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar“

Ispitanici prosječno posjećuju turistički općinu Vrsar 9 -15 puta 835%), dok ih je samo 13% posjetilo Vrsar manje od 3 puta. Njih 6% nije posjetilo Vrsar Nikada. Većina ispitanika su „stalni“ gosti koji mnogo godina provode svoj godišnji odmor u Vrsaru.

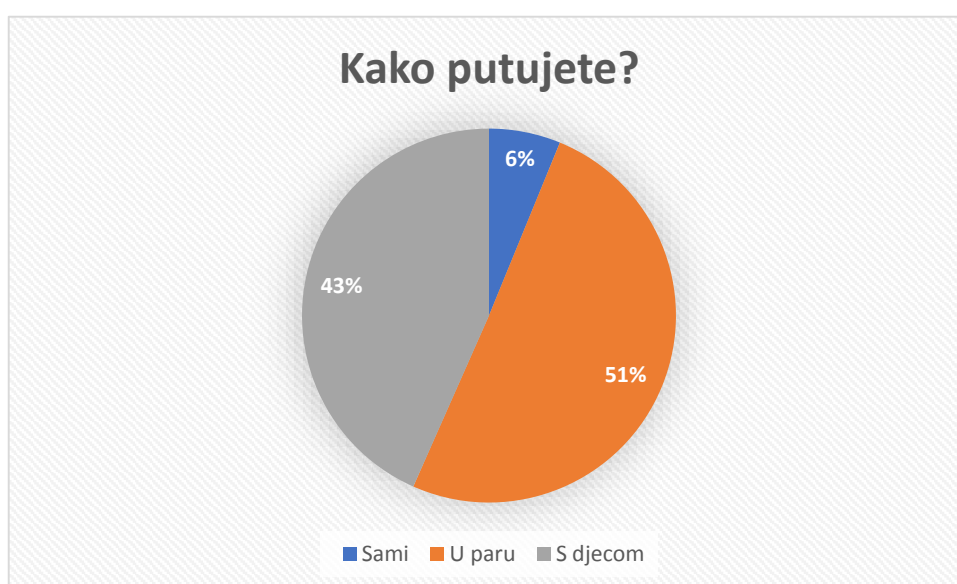
Grafikon 5: Motiv dolaska



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar“

Najveći postotak ispitanika na pitanje motiva dolaska i boravka na području Općine Vrsar ističe odmor. Potom slijedi posao i zabava.

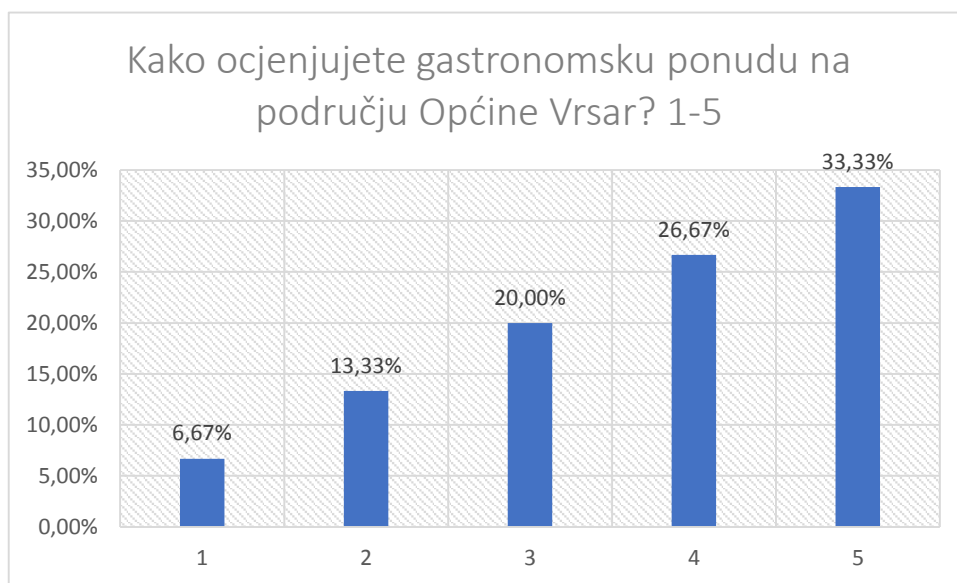
Grafikon 6: Kako putujete?



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar“

Najviše ispitanika putuje u Vrsar u paru ili s djecom, dok manjina njih dolaze sami. U demografsko – obiteljskoj strukturi gostiju Vrsara stoga dominiraju obitelji ili parovi.

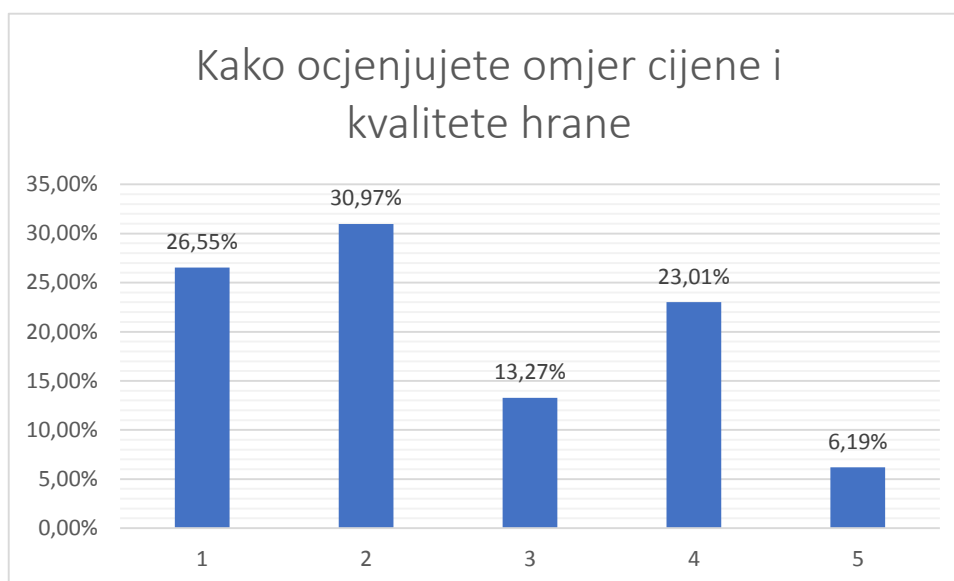
Grafikon 7: Kako ocjenjujete gastronomsku ponudu na području Općine Vrsar?



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar“

Većina gostiju izrazili su zadovoljstvo gastronomskom ponudom na području Općine Vrsar, samo 6,67% ispitanih gostiju dalo je najnižu ocjenu, dok je 33,33% dalo najvišu ocjenu za gastronomsku ponudu.

Grafikon 8: Kako ocjenjujete omjer cijene i kvalitete hrane

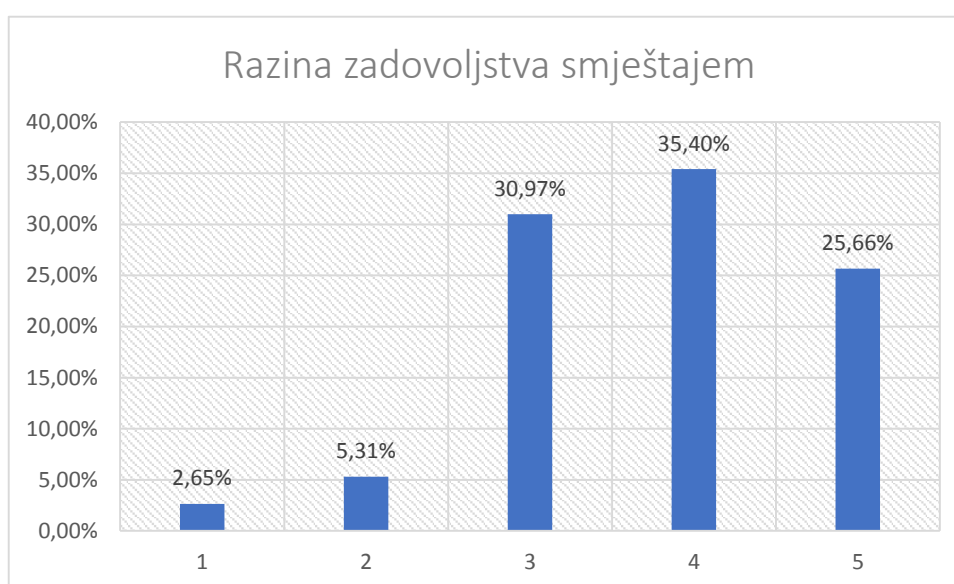


Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar“

Prema odgovorima na pitanje o omjeru cijene i kvalitete hrane, najmanje gostiju je glasalo odličnim odgovorom – 5, što se iz kratkog razgovora sa ispitanicima dalo zaključiti da je razlog tome drastično poskupljenje hrane u restoranima u odnosu na prijašnje posjete Vrsaru.

Anketno pitanje broj 9 glasilo je: Prosječna dnevna potrošnja uključujući smještaj, hranu, suvenire..., prema izračunu u prosjeka konačni broj od ukupno 113 odgovora je: 232 eura.

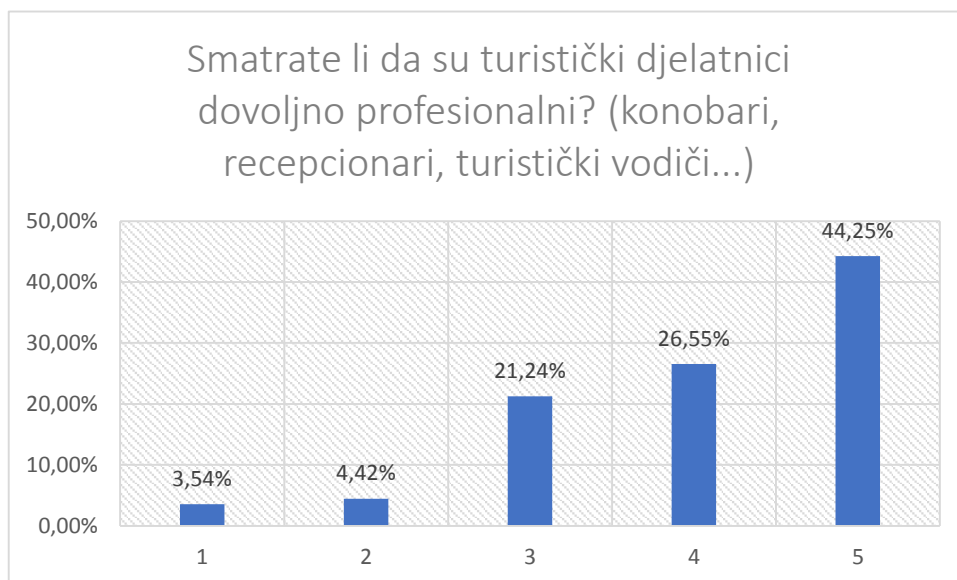
Grafikon 9: Razina zadovoljstva smještajem



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar“

Graf 9 prikazuje odgovore u postocima na pitanje razine zadovoljstva smještajem. Prema mišljenju anketiranih gostiju većina je zadovoljna smještajem koji se u Vrsaru pruža u kampovima, turističkim naseljima, hotelu te kod privatnih iznajmljivača.

Grafikon 10: Smatrate li da su turistički djelatnici dovoljno profesionalni?



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar“

Prema grafu 10 čak 44,25% posto ispitanika smatra da su turistički djelatnici izrazito profesionalni, dok je svega 3,54 posto ispitanika dalo najnižu ocjenu profesionalnosti, što je uistinu dobar pokazatelj.

Grafikon 11: Imate li u planu ponovno posjetiti ovu destinaciju?



Izvor: Anketno istraživanje „Zadovoljstvo gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar“

Iz grafikona 11 vidljivo je da većina ispitanih gostiju planira ponovni posjet Vrsaru, 31% ispitanika još nije sigurno, dok svega 3% ne planira ponovni posjet.

Posljednje anketno pitanje glasilo je: Možete li navesti po vašem mišljenju koji sadržaji nedostaju ovoj destinaciji., u online anketi nisu bili ponuđeni odgovori, stoga je to pitanje bilo slobodnog odgovora za napisati, najčešći usmeni i pismeni odgovori glasili su da nedostaje više biciklističkih staza te klubova za provode, nekolicina odgovora glasilo je da bi trebalo uvesti neki adrenalinski sadržaj te je mnogo ispitanika bilo bez odgovora ili su jednostavno rekli, napisali „ništa“.

4.2. Zaključci istraživanja

Zaključci empirijskog istraživanja o zadovoljstvu gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar pružaju važne uvide u percepcije posjetitelja i ključne aspekte turističke ponude koji utječu na njihovo ukupno iskustvo. Ovo istraživanje je provedeno s ciljem razumijevanja zadovoljstva gostiju različitim elementima turističke usluge, kao i identificiranja područja koja zahtijevaju daljnje unaprjeđenje kako bi se osigurao dugoročni uspjeh Vrsara kao turističke destinacije. Rezultati istraživanja ukazali su na visoku razinu općeg zadovoljstva gostiju, pri čemu su najpozitivnije ocijenjeni faktori prirodne ljepote, kvaliteta smještaja i ljubaznost lokalnog stanovništva. Gosti su istaknuli kako su impresivni pejzaži, čistoća okoliša i očuvanje prirodne baštine značajno doprinijeli njihovom pozitivnom iskustvu boravka u Vrsaru. Ovi elementi su često opisivani kao ključne prednosti destinacije koje potiču povratak turista.

Međutim, istraživanje je također otkrilo područja koja zahtijevaju pažnju i poboljšanje. Na primjer, iako je većina gostiju zadovoljna smještajnim kapacitetima, neki su izrazili potrebu za modernizacijom i većom raznolikošću ponude, osobito u segmentu privatnog smještaja. Također, određeni broj ispitanika je naglasio kako bi ponuda restorana i ugostiteljskih objekata mogla biti raznovrsnija, s naglaskom na lokalne specijalitete i autentična istarska jela. Kvaliteta usluga i profesionalnost osoblja su također bile visoko ocijenjene, no istraživanje je ukazalo na potrebu za dodatnim edukacijama i obukama kako bi se održao visoki standard usluge. Gosti su izrazili želju za većom razinom personalizirane usluge, što bi dodatno unaprijedilo njihovo iskustvo i osjećaj dobrodošlice.

Jedan od ključnih izazova identificiranih u istraživanju odnosi se na prometnu povezanost i infrastrukturu. Iako je Vrsar općenito dobro povezan, neki gosti su istaknuli kako su prometne gužve i nedostatak parkirnih mjesta tijekom ljetne sezone negativno utjecali na njihovo iskustvo. Poboljšanja u ovom segmentu mogla bi značajno doprinijeti boljem protoku gostiju i smanjenju stresa prilikom dolaska i boravka u destinaciji. Istraživanje je također otkrilo visoku razinu zadovoljstva gostiju kulturnom ponudom i organiziranim događanjima, no postoji prostor za proširenje i diversifikaciju ponude kulturnih sadržaja. Posjetitelji su pokazali interes za veći broj manifestacija koje promoviraju lokalnu tradiciju, umjetnost i kulturnu baštinu, što bi moglo dodatno obogatiti njihovo iskustvo.

Empirijsko istraživanje zadovoljstva gostiju turističkom uslugom u Općini Vrsar ukazuje na generalno pozitivan stav posjetitelja prema destinaciji, s naglaskom na prirodne ljepote, kvalitetu smještaja i gostoljubivost domaćina kao ključne faktore zadovoljstva. Ipak, istraživanje je identificiralo i nekoliko područja koja zahtijevaju pažnju, uključujući modernizaciju smještajnih kapaciteta, unaprjeđenje prometne infrastrukture, povećanje raznolikosti ugostiteljske ponude i proširenje kulturnih sadržaja. Primjena zaključaka ovog istraživanja u praksi može pomoći u daljnjem unapređenju turističke ponude Vrsara, čime bi se osigurao kontinuitet rasta zadovoljstva gostiju i održivi razvoj turizma u ovoj atraktivnoj istarskoj destinaciji.

ZAKLJUČAK

Općina Vrsar, smještena na zapadnoj obali Istarskog poluotoka, predstavlja jednu od najatraktivnijih destinacija u Hrvatskoj zbog svoje jedinstvene kombinacije prirodnih ljepota, kulturno-povijesne baštine i raznolike turističke ponude. Ova mala mediteranska destinacija poznata je po svojoj slikovitoj obali, povijesnim znamenitostima i bogatom kulturnom životu, što je čini privlačnom za različite vrste turista. Vrsar se ponosi svojom impresivnom obalom koja je razvedena i prepunjena malim uvalama i otočićima. Kristalno čisto more, šumovite obale i netaknuta priroda čine ovu destinaciju idealnom za ljubitelje prirode i aktivnog odmora. Kampanja za očuvanje prirodnih resursa i uređenje obale osigurava očuvanje prirodne ljepote, čime se Vrsar profilira kao zelena destinacija koja njeguje ekologiju i održivost. Vrsar nudi raznolike smještajne opcije, od luksuznih hotela do kampova i privatnih apartmana. Kamp Valkanela je među najpoznatijim kampovima, poznat po svojoj visokokvalitetnoj ponudi i dugogodišnjoj tradiciji. Također, Kamp Koversada i Kamp Porto Sole nude odlično iskustvo kampiranja uz dodatne sadržaje i infrastrukturu koja uključuje sportske terene, bazene i restorane. U urbanom području Vrsara, posjetitelji mogu birati između različitih hotela i privatnih smještaja koji nude udobne uvjete za boravak.

Anketni upitnik proveden u smještajnim objektima na području Općine Vrsar daje pravi uvid u „stanje na terenu“ o pružanju turističke usluge gostima kao potrošačima. Anketa je strukturirana na način da se dobije cjelokupni uvid u smještajne, prehrambene usluge. U početku ankete doznaje se struktura gostiju koja boravi na području općine Vrsar, što obuhvaća dobnu strukturu, etničku, motive dolaska, broj posjeta, čime dobivamo uvid u profil gostiju. Smatra se da je u korektivne akcije potrebno napraviti u vidu poboljšanja omjera cijene i kvalitete hrane.

Istraživanje je pokazalo da Općina Vrsar postiže visoke ocjene u nekoliko ključnih područja turističke ponude. Gosti su posebno pohvalili prirodnu ljepotu regije, uključujući netaknutu obalu, kristalno čisto more i očuvanu prirodnu baštinu. Ovi elementi stvaraju čarobno okruženje koje privlači posjetitelje iz različitih dijelova Europe i svijeta, čime se Vrsar profilira kao destinacija koja nudi jedinstveni mediteranski doživljaj. Kvaliteta smještaja također je prepoznata kao jedan od glavnih čimbenika zadovoljstva. Kampovi, hoteli i privatni smještaji nude raznolike opcije koje zadovoljavaju različite potrebe i proračune posjetitelja. Ipak, postoji potreba za stalnim ulaganjem u modernizaciju smještajnih kapaciteta kako bi se održala konkurentnost i odgovorilo na sve zahtjevnije standarde tržišta. Uvođenje inovacija u

smještajne usluge, poput ekološki prihvatljivih praksi i digitalnih rješenja, moglo bi dodatno poboljšati iskustvo gostiju i pridonijeti njihovom zadovoljstvu.

Ugostiteljski sektor u Vrsaru pokazuje snagu u kvaliteti hrane i usluge, no istraživanje ukazuje na potrebu za većom raznolikošću u ponudi. Gosti su izrazili interes za širenjem gastronomske ponude, posebno u smislu lokalnih specijaliteta i autentičnih istarskih jela. Razvijanje kulinarskih iskustava koja odražavaju regionalne tradicije i kulturu može značajno pridonijeti poboljšanju ukupnog zadovoljstva i privući širi spektar posjetitelja. Kultura i zabava su također važni aspekti turističke ponude Vrsara. Organizacija kulturnih događanja, festivala i manifestacija koje ističu lokalnu baštinu i umjetnost primljena je vrlo pozitivno od strane gostiju. Međutim, postoji prostor za proširenje kulturnih sadržaja, što uključuje veći broj i raznolikost manifestacija. Razvijanje programa koji uključuju umjetnost, glazbu, folklor i povijest može obogatiti iskustvo posjetitelja i stvoriti dodatne razloge za posjetu.

Na temelju provedenog istraživanja, nekoliko ključnih preporuka može se istaknuti za unapređenje kvalitete turističke ponude u Općini Vrsar. Prvo, kontinuirana modernizacija smještajnih objekata i uvođenje novih tehnologija i ekoloških praksi mogu poboljšati ukupnu kvalitetu boravka. Drugo, proširenje ugostiteljske ponude s naglaskom na autentična lokalna jela može zadovoljiti rastuće kulinarske zahtjeve gostiju. Treće, daljnje razvijanje kulturnih i zabavnih sadržaja može značajno obogatiti turističko iskustvo. Četvrto, poboljšanje prometne infrastrukture i implementacija održivih turističkih praksi mogu unaprijediti pristupačnost i ekološku održivost destinacije. Kombinirajući ove preporuke s postojećim snagama Vrsara, općina može nastaviti svoj put ka jačanju svoje pozicije na turističkom tržištu, pružajući nezaboravna iskustva posjetiteljima i osiguravajući dugoročni održivi razvoj.

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Cottam, S., Jones, P. (2012). *Quality Management in Tourism and Hospitality: An Introduction*. Routledge.
2. Crosby, P.B., *Quality is free. The art of making quality certain*, McGraw Hill, New York, 1979.
3. Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (1997). *The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value*. Free Press.
4. Juran, J. M.: *The Quality Trilogy: A Universal Approach to Managing for Quality*, Quality Progress, Vol. 19, No. 8, 1986.)
5. Lazibat, *Upravljanje kvalitetom*, 2009.
6. Petar, S.: *Uvod u upravljanje kvalitetom – ISO 9000*, Nading d.o.o., Zagreb, 1999.
7. Šiško Kuliš, M., Grubišić, D.: *Upravljanje kvalitetom*, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, 2010.
8. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. McGraw-Hill Education.

Znanstveni i stručni članci:

1. McCole, P. (2004). Consumers' perceptions of service quality in the UK tourism sector." *International Journal of Tourism Research*, 6 (5), 343-356.
2. Ottenbacher, M. C., Gnoth, J. (2005). "How to develop successful hospitality innovations." *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(4), 307-322.
3. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
4. Pekkarinen, S., O'Neill, M. (2020). *Tourism Quality Management: Concepts, Strategies and Practices*. Routledge.

Internet stranice:

<http://www.svijet-kvalitete.com/index.php/kvaliteta>, preuzeto 02.05.2023.

<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:en>, preuzeto 02.05.2023.

<https://www.svijet-kvalitete.com/index.php/povijest>, preuzeto 02.05.2023.

<https://uniline.hr/hr/istra/vrsar> , preuzeto 02.05.2023.

<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=65529> , preuzeto 02.05.2023.

<https://www.vrsar.hr/za-gradane/opci-podatci/> , preuzeto 02.05.2023.

<https://www.iso.org/standards.html>, preuzeto 21.08.2024.

Vrsar. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=65529> (02.05.2023.)

<https://infovrsar.com/dogadanja/>, preuzeto 22.08.2024.

<https://infovrsar.com/dozivi/povijest-i-kultura/>, preuzeto 22.08.2024.

<https://infovrsar.com/dozivi/prirodne-ljepote/>, preuzeto 22.08.2024.

<https://www.vrsar.hr/eu-projekti/eu-projekti/>, preuzeto 22.08.2024.

<https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika>, preuzeto 22.08.2024.

POPIS SLIKA

Slika 1: Povijest kvalitete	Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.
Slika 2: Pogled na Vrsar	13
Slika 3. Turističke atrakcije Vrsara – Linski kanal, kamp Koversada i manifestacija Casanovafest.....	13

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Nacionalna pripadnost	24
Grafikon 2: Godine starosti	25
Grafikon 3: Kako ste saznali za destinaciju Vrsar?.....	26
Grafikon 4: Koliko puta ste posjetili Vrsar?	26
Grafikon 5: Motiv dolaska	27
Grafikon 6: Kako putujete?	27
Grafikon 7: Kako ocjenjujete gastronomsku ponudu na području Općine Vrsar?.....	28
Grafikon 8: Kako ocjenjujete omjer cijene i kvalitete hrane	29
Grafikon 9: Razina zadovoljstva smještajem	29
Grafikon 10: Smatrate li da su turistički djelatnici dovoljno profesionalni?	30
Grafikon 11: Imate li u planu ponovno posjetiti ovu destinaciju?	30

POPIS TABLICA

Tablica 1. Dolasci inozemnih turista u Vrsar od 2020. – 2022. godine.....	17
Tablica 2. Noćenja inozemnih turista u Vrsaru od 2020. – 2022. godine.....	19
Tablica 3. Broj noćenja u smještajnim kapacitetima Vrsara od 2020. – 2022. godine.....	20

POPIS PRILOGA

Online anketno istraživanje:

https://docs.google.com/forms/d/1fj7wBBdFlivo14RsjSfMHofT9XsVxNWeG44ogXPvHLs/edit?usp=forms_home

Na hrvatskom jeziku

https://docs.google.com/forms/d/1jepWkh_6epUBT22Jz5UWL2dlfdnK0eceUGs4XXWdRok/edit?usp=forms_home

Na engleskom jeziku

https://docs.google.com/forms/d/1Q7IU-41P_effIax0qhi0MAZQIlC0XEqxiJKsIPScUFE/edit?usp=forms_home

Na njemačkom jeziku

https://docs.google.com/forms/d/1xt7ohL-o04x_Jxz_YHmzyLRZ1sirzntGYgluCAWyUyQ/edit?usp=forms_home

Na talijanskom jeziku

Zadovoljstvo turističkom uslugom u Vrsaru

Anketni upitnik namijenjen za goste koji borave na području Općine Vrsar.

U svrhu pisanja završnog rada molim Vas da izdvojite pet minuta vremena za ispunjavanje ankete.

Anketa je u potpunosti anonimna i podaci se koriste isključivo za statistiku.

Unaprijed se zahvaljujem za izdvojeno vrijeme,

Kristina Zaharija.

** Označava obavezno pitanje*

1. Nacionalna pripadnost? *

2. Godine starosti

Označite samo jedan oval.

do 18

18-35

36-55

56-65

66 i više

3. Kako ste saznali za destinaciju Vrsar?

Označite samo jedan oval.

Mediji (tv, radio)

Društvene mreže (Facebook, Instagram, Tik Tok...)

Turistički sajmovi

Ostalo: _____

4. Koliko puta ste posjetili Vrsar?

Označite samo jedan oval.

- Nikada
- 1-3 puta
- 4-8 puta
- 9-15 puta
- Više od 15

5. Motiv dolaska

Označite samo jedan oval.

- Odmor
- Posao
- Zabava

6. Kako putujete?

Označite samo jedan oval.

- Sami
- u Paru
- S djecom
- Ostalo: _____

7. Kako ocenjujete gastronomsku ponudu na področju Općine Vrsar? 1 iznimno loša -5 odlična

Označite samo jedan oval.

1

2

3

4

5

8. Kako ocjenjujete omjer cijene i kvalitete hrane

Označite samo jedan oval.

1

2

3

4

5

9. Prosječna dnevna potrošnja uključujući smještaj, hranu, suvenire...

10. Razina zadovoljstva smještajem

Označite samo jedan oval.

1

2

3

4

5

11. Smatrate li da su turistički djelatnici dovoljno profesionalni? (konobari, recepcionari, turistički vodiči...)

Označite samo jedan oval.

←

1

2

3

4

5

→

12. Imate li u planu ponovno posjetiti ovu destinaciju?

Označite samo jedan oval.

Da

Ne

Još nisam siguran/na

13. Možete li navesti po vašem mišljenju koji sadržaji nedostaju ovoj destinaciji.

POPIS POKRATA

ISO – *International Organization for Standardization* – Međunarodna organizacija za standardizaciju

HRN EN ISO – međunarodna norma koja se u Europi naziva EN a u Hrvatskoj se označava sa HRN EN

HRN EN ISO 9000 - Upravljanje kvalitetom

HRN EN ISO 9000:2000 - Sustavi upravljanja kvalitetom -- Pojmovi i rječnik

HRN EN ISO 9000:2015 - Sustavi upravljanja kvalitetom – Temeljna načela i terminološki rječnik

HRN EN ISO 8402 - Upravljanje kakvoćom i osiguravanje kakvoće – Rječnik zamijenjena sa normom HRN EN ISO 9000:2002