



**LUBENICE:
ISTRAŽIVANJE
POSJETITELJA**

Motivacija
Aktivnosti
Zadovoljstvo

Stručno-znanstveni izvještaj

**Istraživanje posjetitelja Lubenica:
motivacija, aktivnosti, zadovoljstvo**

Autor:
Dr. sc. Renata Tomljenović

Suradnici:
Perla Tadej

Zagreb
20. 12. 2006.

SADRŽAJ

3	UVOD
6	O LUBENICAMA
7	LUBENICE KAO TURISTIČKA ATRAKCIJA
9	PROFIL POSJETITELJA
10	RAZLOZI POSJETE LUBENICAMA
12	AKTIVNOSTI TIJEKOM POSJETE
13	ZADOVOLJSTVO
14	UPRAVLJANJE LUBENICAMA
15	ZAKLJUČAK

POPIS SLIKA

4	SLIKA 1	Lubenice – panorama
6	SLIKA 2	Lubenice – položaj na otoku Cresu
7	SLIKA 3	Konstrukcija novog parkirališta
9	SLIKA 4	Posjetitelji prema obrazovanju
9	SLIKA 5	Posjetitelji prema zemlji podrijetla
11	SLIKA 6	Interes posjetitelja za povijesnu baštinu
12	SLIKA 7	Duljina boravka u Lubenicama
13	SLIKA 8	Zadovoljstvo posjetom
13	SLIKA 9	Najbolji aspekti Lubenica
17	SLIKA 10	Mjere upravljanja Lubenicama – polarizirani stavovi

POPIS TABLICA

10	TABLICA 1	Razlozi dolaska u Lubenice (motivacija)
12	TABLICA 2	Aktivnosti posjetitelja tijekom boravka u Lubenicama
16	TABLICA 3	Aspekti Lubenica oko kojih su posjetitelji podvojeni
17	TABLICA 4	Mjere upravljanja Lubenicama koje većina podržava
18	TABLICA 5	Mjere upravljanja Lubenicama koje većina ne podržava

UVOD

Istraživanje posjetitelja Lubenica – zaštićene povijesno-kulturne sredine na otoku Cresu, provedeno je tijekom ljeta 2005. godine na inicijativu Centra za održivi razvoj „Ekopark Pernat“ (u nastavku Centar), udruge koja se skrbi o prirodnoj i kulturnoj baštini poluotoka Pernat, na sjeverozapadnoj strani otoka Cresa.

Slika 1:
Lubenice
– panorama



Potreba za istraživanjem posjetitelja nametnula se iz više razloga. Lubenice se nalaze u turističko razvijenoj Primorsko-goranskoj županiji koja je, u 2006. godini, registrirala 2.149 milijuna turističkih dolazaka (DZS 2007). Turisti su postali sve aktivniji tijekom svog boravka, a razgledavanje znamenitosti i izleti u okolicu postali su im omiljene aktivnosti (Institut za turizam 2005). Obzirom da su Lubenice, zbog svoje očuvanosti i jedinstvenog položaja, nalaze na listi gotovo svih turističkih vodiča kao lokalitet koji se mora vidjeti, neminovno je da ih turisti obilaze tijekom svog boravka u ovom području. Porastom broja posjetitelja tijekom ljetni mjeseci, postavlja se pitanje upravljanja Lubenicama kao turističkom atrakcijom

Istovremeno, s manje od 20 stalnih stanovnika, od kojih je najmlađem 65, a najstarijem 86 godina, kontinuitet života u Lubenicama je ugrožen. U tom kontekstu, nameće se pitanje mogu li se polučiti veće ekonomske koristi od postojeće i buduće turističke potražnje kako bi se iseljeno stanovništvo Lubenica i šireg područja otoka Cresa vratilo u želji da iskoristi poduzetničke mogućnosti koje im otvara turizam. Oba cilja, uvođenje mjera boljeg turističkog upravljanja Lubenicama kao i poticanje ekonomske revitalizacije putem turizma, zahtijeva, kao jedan od temelja sustavnog i planskog pristupa upravljanju, poznavanje profila postojećih posjetitelja u smislu njihovih karakteristika, motivacije, aktivnosti i zadovoljstva boravkom.

Trenutne spoznaje o posjetiteljima Lubenica vrlo su ograničene te su zasnovane uglavnom na utiscima. Stanovnici kao i članova Centra smatraju da posjetitelji uglavnom dolaze prošetati i konzumirati piće ili hranu u lijepom ambijentu, a njihova masovnost tijekom ljetnih mjeseci izaziva i određenu nelagodu vezanu uz zaštitu postojećih resursa od prekomjernog trošenja. Nešto precizniji prikaz posjetitelja daje istraživanje TOMAS Ljeto (Institut za turizam 2005), koje daje profil posjetitelja Primorsko-goranske županije zainteresiranih za kulturno-povijesne znamenitosti. Ipak, pored toga što je profil posjetitelja Lubenica ovom metodom tek procijenjen, ovo istraživanje nije u mogućnosti dati pokazatelje za ostale skupine, poput regionalnih stanovnika koji su također generator posjete, kao i posjetitelja iz udaljenijih mjesta. Stoga je bilo neophodno provesti primarno istraživanje, čiji su ciljevi bili utvrditi:

- profil posjetitelja
- raspon aktivnosti posjetitelja tijekom posjeta
- stupanj njihova zadovoljstva posjetom
- sklonost posjetitelja prema nizu mjera kojima bi se moglo unaprijediti upravljanje Lubenicama

Intervjuiranje posjetitelja proveli su članovi i volonteri Centra. Upitnik se sastojao od 15 pitanja, te je osim na hrvatskom, bio dostupan na engleskom, talijanskom i njemačkom jeziku. Ukupno je prikupljeno 520

ispravno ispunjenih anketa, i to 398 tijekom srpnja i kolovoza, a preostalih 122 tijekom rujna i listopada.

Prvi dio izvještaja daje kratak opis Lubenica kao zaštićene povijesno-kulturne cjeline i kao turističke atrakcije, što omogućava smještanje Lubenica u širi kontekst. U drugom dijelu opisuje se profil posjetitelja s obzirom na njihove socio-demografske karakteristike, raspon aktivnosti kojima su se bavili tijekom posjeta, stupanj njihova zadovoljstva te, konačno, podrške koje daju raznim mjerama unapređenja turističkog doživljaja i upravljanja ovim lokalitetom.

O LUBENICAMA

Lubenice su smještene na zapadnoj strani otoka Cresa koji je, po najnovijim mjerenjima, proglašen najvećim jadranskim otokom (Slika 2). Smještene na nadmorskoj visini od 378 metara, Lubenice su u kontinuitetu naseljene 4000 godina. Zbog svog strateškog položaja, život se ovdje bilježi od prapovijesti. Međutim, ono što je danas najimpresivnije jesu Lubenice

Slika 2:
Lubenice – položaj
na otoku Cresu



kao urbana, arhitektonska i povijesna cjelina, s otprilike 40 kuća i pet crkvi. Vidljivi su tragovi srednjovjekovnih obrambenih zidina, očuvana sjeverna i južna vrata te dvije crkve na ulazu. Na srednjovjekovnim temeljima, vidljive su građevine i detalji u renesansnom i baroknom stilu. Zbog svoje jedinstvenosti, od polovice 2005. godine uvrštene su u hrvatsku tentativnu listu Svjetske kulturne baštine UNESCO-a. Za posjetitelje, posebno one s općenitim interesom za povijest i baštinu, najdojmljivije su vizure Lubenica, osobito s južne strane gdje je i glavni cestovni prilaz, koncentracija kamenih građevina te okolni prostor maslinika i

vrtova, kao i šljunčana uvala u podnožju Lubenica

Lubenice su, iako bez organiziranog truda turističkog sustava, promovirane indirektno, tako da gotovo svaki tiskani turistički vodič navodi Lubenice kao mjesto koje se mora posjetiti, a često privlače pažnju i turističkih novinara.

Kako su Lubenice od 1970. godine upisane u Registar nepokretnih kulturnih dobara RH kao povijesna urbanistička cjelina, one su pod nadzorom Ministarstva kulture Republike Hrvatske, a administrativno njima upravlja grad Cres. Ministarstvo kulture RH započelo je projekt urbane revitalizacije. Prema Preliminarnom tehničkom izvještaju (PTA 2005) procijenjeno je da najveća opasnost Lubenicama prijeti od depopulacije te starosti građevina kao i pritiska turista koji u velikom broju dolaze vlastitim automobilima u neposrednu blizinu.

Za Lubenice, kao i cjelokupni poluotok Pernat na kojem su smještene, određeni oblik brige iskazuje Centar za održivi razvoj. Kao neprofitna organizacija, želi očuvati i oživjeti razne oblike svakodnevnog života, a osobito, kako je naglašeno u uvodnom dijelu, osigurati kontinuitet življenja u Lubenicama. Ovo je izuzetno važno danas kad od 2006. populacija Lubenica broji manje od 20 stalnih stanovnika tijekom cijele kalendarske godine, čime prijeti stvarna opasnost da će, nakon 4000 godina, Lubenice opustjeti. Kako bi se revitalizirale te u njih privuklo mlađe stanovništvo potrebno je stvoriti ekonomske uvjete, a turizam se doživljava kao jedan od instrumenata revitalizacije Lubenica.

Centar je inicirao nekoliko akcija u Lubenicama, uključujući obnovu zgrade bivše osnovne škole, koja se danas zove Kulturno-edukativni centar „Škola“ i gdje se organiziraju radionice i tematske izložbe te služi, u određenom smislu, i

LUBENICE KAO TURISTIČKA ATRAKCIJA

Trenutno je stupanj pripremljenosti Lubenica za turistički obilazak izuzetno nizak, i to kako s aspekta njihove fizičke dostupnost, tako i s aspekta upravljanja samim lokalitetom. Do

Slika 3:
Konstrukcija novog
parkirališta



Lubenica vodi uska, jednostručna asfaltirana cesta. Dostupnost autobusima, kao i mimoilaženje automobila izuzetno je teško. Parkiralište je na samom ulazu u mjesto. Pored toga što je ograničenog kapaciteta (50 do 60 mjesta), podno južnih vrata – glavnog ulaza u Lubenice – dominantno je i kviri vizualni dojam s jedne strane dok, s druge strane, ugrožava same objekte kao što je navedeno u PTA (2005). Ipak, parkiralište je stanoviti izvor prihoda, s obzirom da se tijekom ljetnih mjeseci ono naplaćuje.

Iako nadležne institucije skrbe o revitalizaciji Lubenica integralni plan turističkog upravljanja Lubenicama kao turističkom atrakcijom ne postoji. Stoga su rješenja određenih problema često parcijalna te, potencijalno, na dugoročnu

kao centar za posjetitelje. Uređuje se i kompleks bivšeg Župnog dvora gdje je planiran turistički informativni centar, a razmatraju se i načini na koji bi se moglo polučiti veće koristi od turističkih posjeta.

štetu turističkom doživljaju Lubenica te i samoj povijesnoj baštini. Jedan od primjera je pokušaj gradskih vlasti da riješe problem parkiranja kada su, početkom proljeća 2006. godine nivelirali teren na samom ulazu u mjesto Lubenice (Slika 3.). Izgradnja parkirališta je zaustavljena akcijom Centra jer su mišljenja da ono, skromnih kapaciteta, te kao takvo ne bi riješilo problem parkiranja u jeku sezone ali bi uništilo prvi dojam lubeničke panorame. Dakle, nepostojanje sustavnog plana upravljanja ne samo da dovodi do *ad hoc* intervencija već i do konfliktnih situacija između raznih interesnih grupa.

Upravljanje doživljajem također je minimalno. Na ulazu u grad nalazila se tijekom 2001.-2004. interpretacijska ploča (vandalskim činom skinuta) koju je postavio Centar, te na samom kraju već spomenuti prostor „Škola“ u kojem članovi Centra i volonteri pružaju osnovne informacije. U navedenom prostoru mogu se pogledati i pojedine izložbe, koje se redovito organiziraju tijekom ljetnih mjeseci.

Kretanje posjetitelja odvija se po njihovu vlastitu nahođenju, s obzirom da ne postoji itinerer za pješački obilazak, niti interpretacija na pojedinim objektima. Obilazak se sastoji od šetnje Lubenicama i promatranju panorame te, za posjetitelje s prosječnim znanjem i tek općenitim interesom za povijest, traje najviše sat

vremena. Posjeta se može produljiti objedom u jednoj konobi ili u caffeu na južnom ulazu u grad, dok se odvažniji posjetitelji mogu spustiti do uvale (strma staza, silazak oko 45 min. - povratak oko 60 min hoda) ili prošetati okolnim vrtovima i maslinicima, danas uglavnom zapuštenim.

Poneki stanovnici prodaju ispred svojih domova lokalne proizvode – uglavnom maslinovo ulje, med i ovčju kožu. Tijekom ljetnih mjeseci Lubenice su glazbena pozornica – u prostoru župne crkve Blažene Djevice Marije, u večernjim satima održavaju se koncerti klasične glazbe.

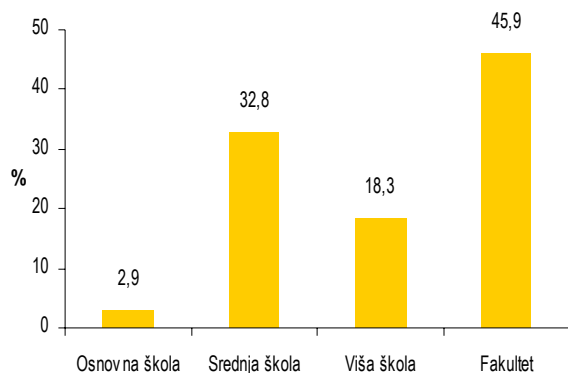
Nekolicina stanovnika iznajmljuje smještaj gostima, ali je on ograničen na 32 ležaja u 9 domaćinstava. Radi se o, uglavnom, skromnom smještaju namijenjenom onima koji žele u potpunosti doživjeti Lubenice. Stoga, unatoč velikom broju posjetitelja, skromna ugostiteljska ponuda kao i ponuda lokalnih proizvoda ne generira značajnije prihode od turističke potražnje.

Točan broj posjetitelja Lubenica teško je utvrditi, ali se pretpostavlja da tijekom ljetnih mjeseci, Lubenice posjećuje dnevno između 200 i 300 posjetitelja.

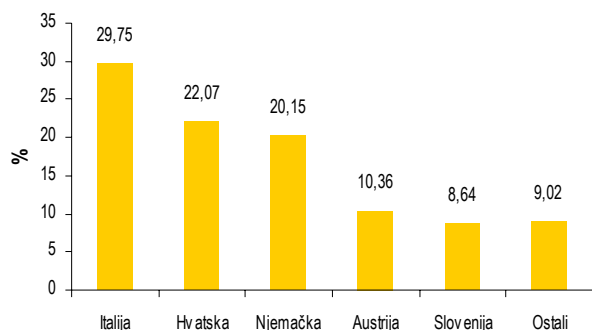
PROFIL POSJETITELJA

Većina je posjetitelja u dobi od 26 do 45 godina (59%) ili pak starije (18%). Kao što je to slučaj i s kulturnim turistima općenito, i posjetitelji Lubenica natprosječno su obrazovani (Slika 4). Također, među ispitanicima nešto je veći broj žena (57%) što je također sukladno općem profilu kulturnih turista.

Slika 4:
Posjetitelji
prema
obrazovanju



Slika 5:
Posjetitelji
prema zemlji
porijekla



Većina ispitanika prvu puta je u Lubenicama (64%), no ipak gotovo trećina posjetitelja ponovni su posjetitelji. Među lojalnim posjetiteljima za nešto više od polovine (51%) ovo je druga ili treća posjeta.

Lubenice se uglavnom posjećuju u društvu partnera, porodice ili prijatelje. Lubenice nisu destinacija popularna među porodicama s mladom djecom, s obzirom da više od tri četvrtine (77%) nije imalo u svojoj pratnji djecu mlađu od 15 godina.

Posjet Lubenicama u većini slučajeva je ciljani (42%) ili je u sklopu razgledanja cijelog otoka Cresa (41%). Uglavnom se radi o turistima koji ljetuju na otoku Cresu, Lošinju ili Krku (67%), dok je svega 8% posjetitelja došlo iz udaljenijim mjesta (u radijusu većem od 50 km od Lubenica) gdje ljetuju.

Velika većina (89%) posjetitelja došli su u Lubenice vlastitim automobilom, a posjet su organizirali samostalno (99%).

Većina posjetitelja je za Lubenice saznala od prijatelja ili rođaka (45%), iz turističkih vodiča (19%) te iz napisa u tisku (10%). Međutim, važna je i činjenica da je, na preporuku lokalnih žitelja, Lubenice posjetilo 9%, a sljedeći prometne znakove 6% posjetitelja. S obzirom da se Lubenice ne promoviraju sustavno, ali da dobivaju značajan prostor u turističkim vodičima i časopisima, ovakvi su rezultati očekivani.

RAZLOZI POSJETA LUBENICAMA

Kako bi se utvrdili razlozi dolaska u Lubenice, postavljeno je 13 tvrdnji na koje su ispitanici odgovarali na skali od 1 do 3, izražavajući stupanj svog slaganja, odnosno neslaganja s predloženom tvrdnjom. Tvrdnje su oblikovane na osnovu literature vezane uz turističku motivaciju tako da se odnose na kulturnu, društvenu i rekreativnu dimenziju motivacije te su prilagođene posebnostima ovog lokaliteta.

Kao što se vidi iz Tablice 1, najveći broj posjetitelja došao je u Lubenice u razgledanje i kako bi uživali u pogledu koji se odavde pruža. Uživanje u atmosferi ruralnog ambijenta i generalno upoznavanje Cresa također su istaknuti motivi posjetitelja. Ovdje se, dakle, ne radi o motivima vezanim specifično uz edukativni karakter boravka, već se odnose na opće motive uživanja u atmosferi.

Nešto manji postotak, iako još uvijek u rasponu od 56 do 74% došao je zadovoljiti svoj interes za povijest i povijesna mjesta ovog kraja ali, isto tako, motiviran je i nostalgijom. Nostalgija je gotovo uvijek važan motiv posjete povijesno-kulturnim lokalitetima, pa tako je ovaj motiv prisutan i kod posjetitelja Lubenica.

Valja imati na umu da je jedan od važnih motiva posjetitelja bio društveni, odnosno želja da se slobodno vrijeme provede kvalitetno u krugu prijatelja i obitelji.

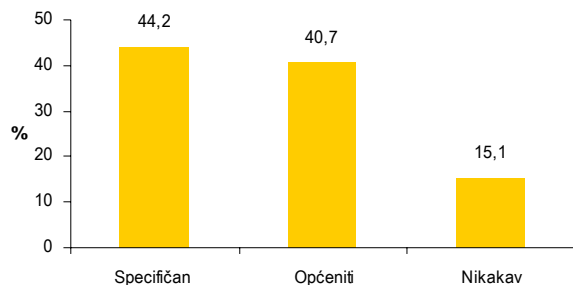
Kupnja, konzumiranje hrane i pića te razonoda nisu važni motivi dolaska u Lubenice, unatoč percepciji lokalnih stanovnika da većina dolazi u Lubenice upravo iz ovih razloga. Pri tome, valja imati

Tablica 1: Razlozi dolaska u Lubenice (motivacija)

Razlog posjete Lubicama je da:	N	Prosjek*	%		
			Ne slažem se	Bez mišljenja	Slažem se
vidim Lubenice	483	4,55	0,95	8,33	82,20
uživam u panoramskom pogledu	450	4,45	3,33	9,78	86,89
doživim atmosferu očuvanog ruralnog ambijenta	481	4,16	5,61	18,30	76,09
općenito upoznam Cres	478	4,00	7,74	18,41	73,85
naučim nešto o povijesti ovog kraja	476	3,83	10,29	25,00	64,71
vratim se u prošla vremena	472	3,61	18,01	25,00	56,99
zadovoljim svoj interes za povijesna mjesta	477	3,55	18,45	27,04	54,51
provedem nekoliko kvalitetnih sati s porodicom/prijateljima	458	3,54	22,05	21,40	56,55
popijem piće u lijepom ambijentu	462	2,59	49,13	22,51	28,35
kupim lokalne proizvode	462	2,37	54,76	28,79	16,45
objedujem u konobi	460	1,89	72,39	15,00	12,61
se razonodim	457	1,68	78,99	11,82	9,19
pogledam da li je moguće kupiti nekretnine	460	1,35	89,35	6,74	3,91

*skala od 1(uopće se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem)

Slika 6:
Interes za
povijesnu
baštinu



na umu da je za jedan veći dio posjetitelja već posjetio Lubenica te su, sukladno, znali unaprijed da je i ugostiteljska i trgovačka ponuda Lubenica skromna. Konačno, za upravljanje kulturno-povijesnim lokalitetima, osobito sa stajališta interpretacije i kreiranja doživljaja, važno je znati do kojeg su stupnja posjetitelji zainteresirani za stjecanje novih

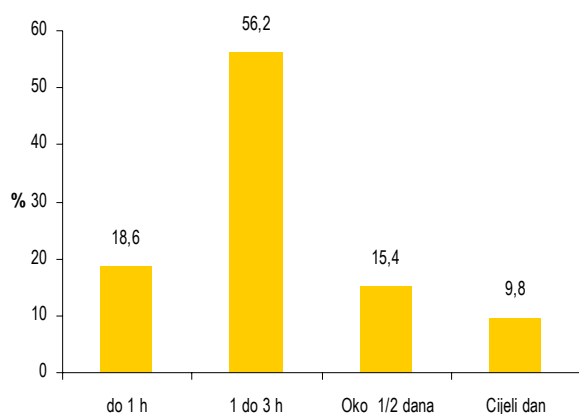
znanja i spoznaja. U tom smislu, postavljeno im je pitanje o njihovu općenitom interesu za povijesnu baštinu.

U slučaju Lubenica, tek jedan manji dio je u posjeti zbog razonode, dok ostatak posjetitelja smatra da ima ili specifični ili općeniti interes za povijest i baštinu. U tom kontekstu, ne iznenađuje činjenica da je najveći broj posjetitelja došao u Lubenice zbog atmosfere, ali postotak onih koji su došli nešto naučiti, vratiti se u prošlost te zadovoljiti svoj interes za povijesna mjesta također je relativno visok, i svakako u raskoraku s percepcijom lokalnih stanovnika među kojima prevladava mišljenje da se radi uglavnom o masovnim turistima koji su u Lubenice došli kako bi 'utukli vrijeme'.

AKTIVNOSTI TIJEKOM POSJETE

S obzirom da Lubenice nisu osmišljene za turistički obilazak kao i da je posjeta Lubenicama u velikom mjeri dio cjelokupnog obilaska otoka Cresa, ne iznenađuje činjenica da je za većinu posjetitelja posjeta Lubenicama trajala do tri sata (Slika 5). U nedostatku

Slika 7:
Duljina boravka



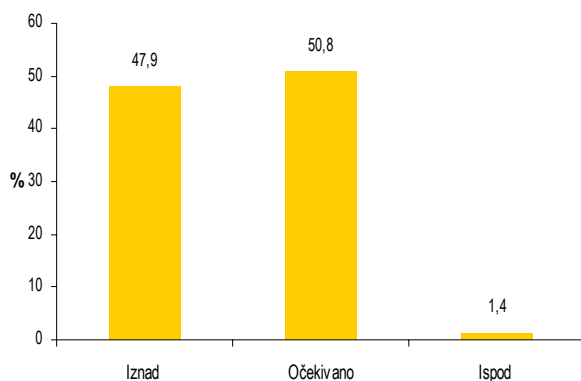
osmišljenih aktivnosti i sadržaja posjetitelji svoj boravak, odnosno aktivnosti tijekom boravka, samim time i doživljaj, osmišljavaju sami. Sukladno rasponu aktivnosti kojima se mogu baviti u Lubenicama te svojoj motivaciji za dolazak, velika većina posjetitelja uglavnom je šetala mjestom i promatrala panoramu. Dakle, bavila se onim aktivnostima kojima su mogli zadovoljiti svoj općeniti interes za povijesnu baštinu i uživati u atmosferi autentičnog ruralnog ambijenta. Nešto manji broj posjetitelja, iako još uvijek značajna proporcija, bili su nešto aktivniji u osmišljavanju vlastitog vremena pa su, iz šetnju i uživanje u panorami, fotografirali Lubenice, obilazili crkve te posjetili Centar. Relativno manji broj posjetitelja je nešto kupilo ili konzumiralo - ipak njih postotak nije zanemariv (Tablica 2).

Tablica 2: Aktivnosti tijekom boravka

Aktivnosti	N	%
Šetnja mjestom	495	93,9
Promatranje panorame	480	91,1
Fotografiranje	370	70,2
Razgledanje unutrašnjosti crkvi	298	56,5
Posjet Centru za posjetitelje	245	46,5
Konzumiranje pića/sladoleda	180	34,2
Šetnja do obale/kupanje	136	25,8
Čavrljanje sa žiteljima	136	25,8
Objedovanje u konobi	136	25,8
Kupovanje lokalnih proizvoda	128	24,3
Šetanje okolicom	81	15,4
Nešto drugo	38	7,2
Vlastiti piknik	35	6,6

ZADOVOLJSTVO POSJETOM

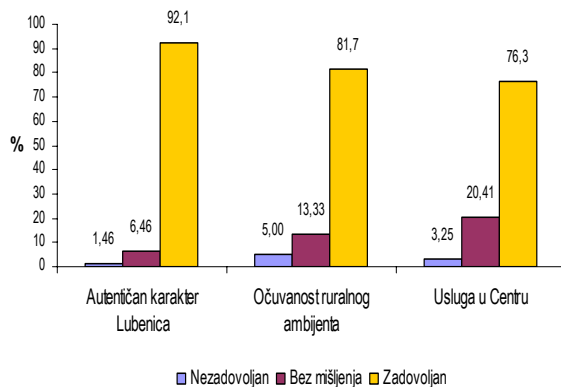
Slika 8 :
Zadovoljstvo (iznad, ispod ili kao očekivano) posjetom



Zadovoljstvo posjetom utvrđeno je na nekoliko načina: zadovoljstvo cjelokupnom posjetom, zadovoljstvo pojedinim aspektima Lubenica te, konačno, da li je posjeta Lubenicama bila iznad, kao što su očekivali ili ispod očekivanja.

Za većinu posjetitelja, posjeta je bila upravo onakva kakvu su očekivali ili, u tek nešto manjem broju, iznad njihova očekivanja (Slika 8).

Slika 9:
Najbolji aspekti Lubenica



Velika većina posjetitelja (92%) izjavila je da je zadovoljna cjelokupnom posjetom Lubenicama.

Pored ove mjere, navedeno je i dvanaest aspekata Lubenica te su ispitanici zamoljeni da, na skali od 1 (potpuno nezadovoljan) do 5 (potpuno zadovoljan) označe stupanj zadovoljstva sa svakim od navedenih aspekata.

Na Slici 9. prikazani su oni aspekti Lubenica s kojima je više od tri četvrtine posjetitelja bilo zadovoljno. Imajući u vidu da je većina posjetitelja došla u Lubenice motivirana željom da ih vide i dožive njihovu atmosferu, Lubenice su posjetiteljima pružile upravo ono što su željeli od svoje posjete. Naime, najveći izvor zadovoljstva za većinu posjetitelj bio je autentičan karakter Lubenica i očuvanost ruralnog ambijenta. Oni koji su posjetili Kulturno-edukativni prostor „Škola“ izrazili su zadovoljstvo uslugom koju su tamo dobili.

Ipak, većina ostalih elemenata čini se da nije sustavno doprinijela formiranju zadovoljstva posjetom. Naime, veliki postotak ispitanika (Tablica 3.) nije moglo odrediti koliko su zadovoljni ili nezadovoljni ponudom, a to je osobito istaknuto kod ugostiteljske ponude, ponude suvenira, interpretacije i raznovrsnosti sadržaja, dostatnošću sanitarnih čvorova i prisutnost drugih posjetitelja. Naime, prisutnost drugih posjetitelja, osobito u vrijeme velike gužve ili u slučaju kada se na istom lokalitetu nađu nekompatibilne skupine posjetitelja, mogu izazvati osjećaj gužve i

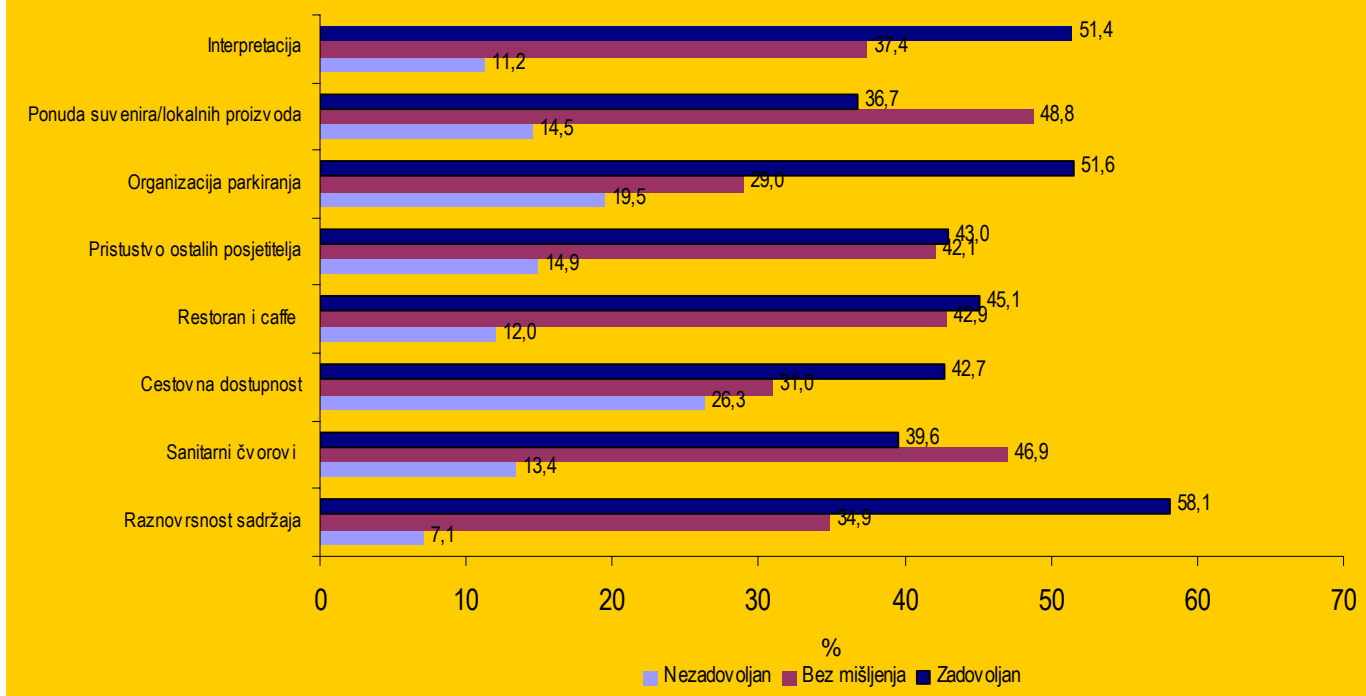
nelagode te umanjiti zadovoljstvo posjetom, no podaci pokazuju da to nije slučaj u Lubenicama. U slučaju sanitarnih čvorova, veliki postotak koji nije mogao izraziti svoje mišljenje vjerojatno je rezultat činjenice da posjeta Lubenicama traje za većinu sat ili, maksimalno, tri sata pa stoga vjerojatno nisu imali potrebe za sanitarnim čvorovima.

Konačno, iako posjetitelji, u većini, nisu izrazili nezadovoljstvo s različitim aspektima Lubenica, ipak valja imati na umu da je gotovo jedna

četvrtina izrazila nezadovoljstvo s cestovnom dostupnošću Lubenica, a gotovo 20% s organizacijom parkirališta.

Iako se naočigled radi o malom broju, to je ipak značajna proporcija nezadovoljnika i ukazuje na potrebu sustavnog rješavanja kako cestovne dostupnosti, tako i načina organizacije parkiranja, s upozorenjem da svako rješenje mora biti dio integralnog rješenja upravljanja posjetiteljima ovog lokaliteta.

Tablica 3: Aspekti Lubenica oko kojih su posjetitelji podvojeni



UPRAVLJANJE LUBENICAMA

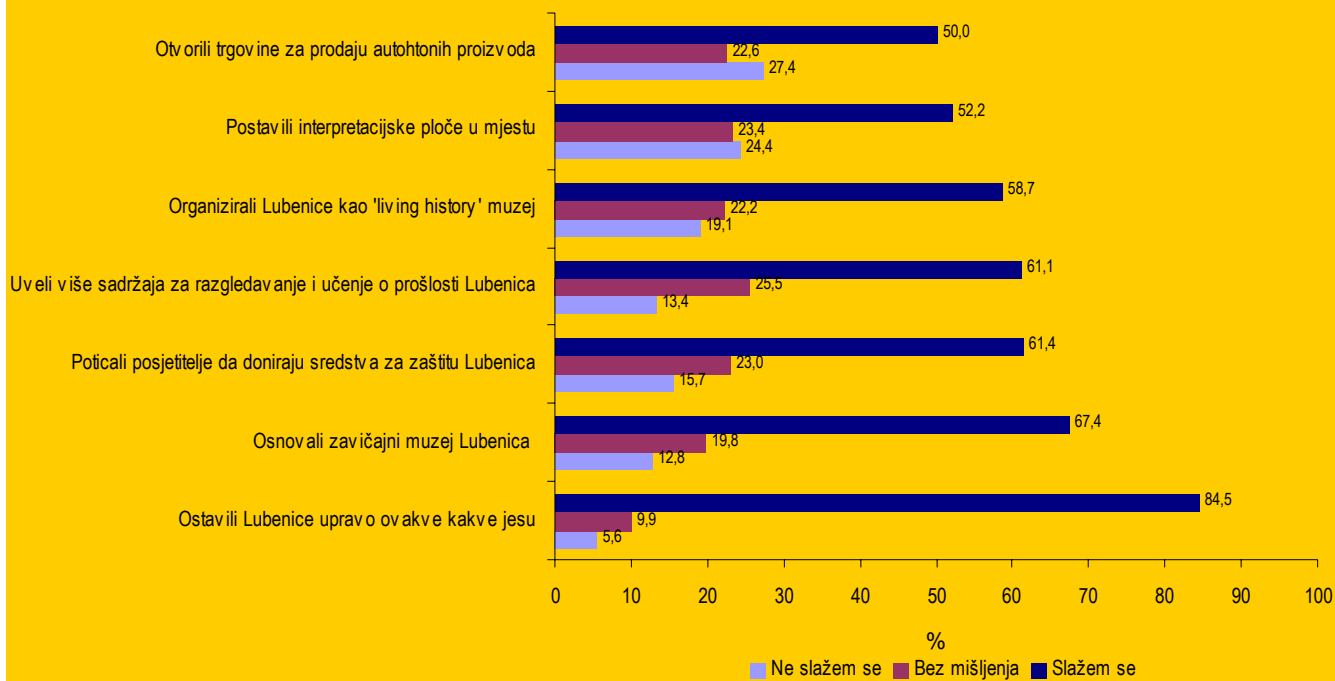
Iako upravljanje Lubenicama ne smije ovisiti isključivo o željama posjetitelja, jer ono mora biti integrirano, uravnotežavajući zaštitu resursa s načinom njegova korištenja, ipak mišljenje posjetitelja o tome kako unaprijediti Lubenice je od koristi.

Kako bi ovo utvrdili, oblikovano je 18 prijedloga, u rasponu od uvođenja više interpretacijskih ploča do onih radikalnih, poput pretvaranja Lubenica u butik-hotel. Posjetitelje smo pitali koje bi od spomenutih mjera oni uveli da su zaduženi za upravljanje ovim lokalitetom. Svoju suglasnost ili nesuglasnost ispitanici su izražavali na skali od 1 (potpuno neslaganje) do 5 (potpuno slaganje).

Nasuprot ustaljenim promišljanjima vezanim uz upravljanje kulturno-povijesnim atrakcijama gdje se, u novije vrijeme, naglasak stavlja na staranje i upravljanje doživljajem, za očekivati bi bilo da će posjetitelji podržavati cijeli raspon mjera kojima bi se osigurao cjelovit doživljaj posjete.

Međutim, suprotno očekivanjima, velika većina posjetitelja bi ostavili Lubenice upravo onakvima kakve one jesu, a mjere unapređenja koje podržavaju (Tablica 4.) vezane su uz dodavanje sadržaja koji bi im omogućili da steknu bolje razumijevanja i shvate kulturno- povijesni značaj ovog

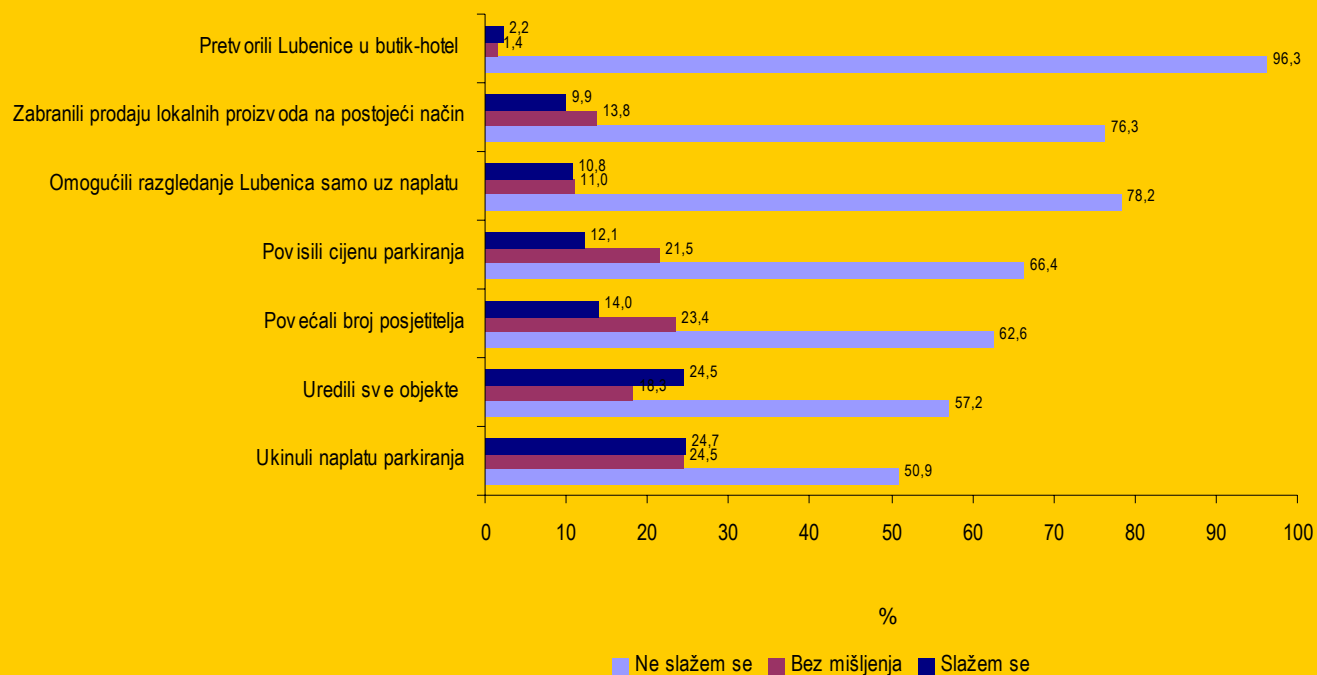
Tablica 4: Mjere upravljanja koje većina podržava



lokaliteta. Dakle, to su mjere koje se odnose na osnivanje zavičajnog muzeja, postavljanje interpretacijskih ploča, pretvaranje Lubenica u muzej uprizorene prošlosti (*living history*) muzej kojim bi se oživio običaji i način života. Također, posjetitelji nisu izrazili niti odbojnost prema komercijalnim aktivnostima te podržavaju otvaranje trgovina autohtonih proizvoda kao i osmišljavanje i uvođenje programa donacija za obnovu i restauraciju Lubenica. Ipak, niti jedna od ovih mjera nije postigla konsenzus kao prijedlog da se Lubenice ostave upravo ovakve kakve jesu, iako uvođenje sadržaja kojima su dali podršku ne bi smjelo narušiti sadašnji njihov izgled.

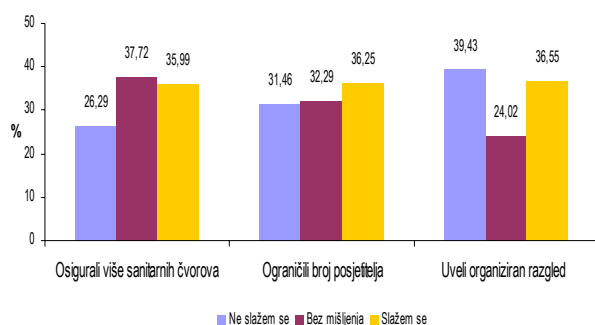
Jednako tako, postoji niz mjera koje većina posjetitelja (više od 50%) ne podržava (Tablica 5.). U skladu sa željama da se Lubenice ostave onakvima kakve jesu danas, većina posjetitelja ne bi zabranila prodaju proizvoda na postojeći način (gdje vlasnici ispred svoji kuća prodaju maslinovo ulje, med, ovčju kožu poslaganu na stolicama) niti bi uvela obavezan organiziran razgled Lubenica uz naplatu, ali također smatraju da se broj posjetitelja ne bi smio povećavati. Iako postoji konsenzus kad je u pitanju opozicija uvođenju radikalne mjere pretvaranja Lubenica u butik-hotel, polarizacija stavova prisutna je po pitanju uređenja svih objekata, gdje bi ih

Tablica 5: Mjere upravljanja koje većina ne podržava



četvrtina htjela vidjeti potpuno uređene, iako 57% ne podržava ovu mjeru. Slična polarizacija vidljiva je i kod naplate parkiranja, gdje bi četvrtina ukinula ovu mjeru, iako većina podržava naplaćivanje parkiranja. Konačno, valja obratiti pažnju i na činjenicu da većina ne bi htjela vidjeti povećanje broja posjetitelja u Lubenicama, što upućuje ili na činjenicu da su, u njihovim očima, Lubenice dosegle maksimalnu

Slika 10:
Polarizirani stavovi



nosivost ili pak smatraju da bi veći broj posjetitelja umanjio kvalitetu njihove posjete.

Konačno, najočitija polarizacija stavova posjetitelja vidljiva je kod ograničenja broja posjetitelja, uvođenja organiziranog razgleda Lubenica u manjim grupama te povećanja broja sanitarnih čvorova (Slika 10.), unatoč činjenici da su sanitarni čvorovi locirani na samom ulasku u mjesto, oni su malih kapaciteta i slabo označeni. Polarizacija stavova po ovom pitanju vjerojatno je odraz činjenice da većina posjetitelja nije trebala sanitarne čvorove zbog kratkoće posjete te, jednako kao što nisu znali izraziti stupanj svog zadovoljstva ovom uslugom, tako nisu u stanju odlučiti da li je potrebno povećanje njihovog broja.

ZAKLJUČAK

Iako planiranje razvoja kulturno-turističkih atrakcija ne smije biti u potpunosti uvjetovano preferencijama posjetitelja, istraživanje posjetitelja, njihove motivacije i zadovoljstva jedan je od neizostavnih sastavnica ovog procesa koji informira sve korake sustavnog upravljanja kulturno-turističkim resursima. Profil posjetitelja te motivacija za posjetu ključne su informacije za osmišljavanje odgovarajućih promotivnih aktivnosti. Jednako tako, motivacija posjetitelja, način na koji posjetitelji koriste resurs te zadovoljstvo posjetom ključni su u osmišljavanju turističkog doživljaja posjete kulturnom lokalitetu. U tom smislu, istraživanje poput ovog provedenog u Lubenicama, trebao bi biti učestalija pojava na svim onim lokalitetima koji ili već jesu ili teže postati posjetiteljima privlačan lokalitet.

Istraživanje posjetitelja Lubenica pokazalo je da su, u ovom trenutku, Lubenice atrakcija lokalnog i, donekle regionalnog karaktera. Naime, većina posjetitelja Lubenica su stacionirani gosti otoka Cresa, Lošinja i Krka koji su u Lubenice došli ciljano ili je njihova posjeta u sklopu obilaska cijelog otoka. Radi se uglavnom o posjetiteljima srednje i starije životne dobi, bez djece u svojoj pratnji. Značajan dio njih već je posjetio Lubenice. Prema nacionalnoj strukturi, uglavnom je riječ o građanima Italije, Hrvatske, Njemačke i Austrije te, u nešto manjem broju Slovenije. Ova struktura odražava strukturu stacioniranih gostiju Primorsko-goranske županije.

Unatoč percepcijama lokalnih interesnih skupina koji smatraju da u strukturi posjetitelja prevladavaju tipični masovni posjetitelji s

marginalnim interesom za kulturno-povijesnu baštinu, rezultati su pokazali upravo suprotno. Većinom motivacija za posjetu bila je težnja za upoznavanjem i učenjem, te doživljajem atmosfere autentičnog ruralnog ambijenta. U tom smislu, svaka intervencija u osmišljavanje posjete Lubenicama mora imati na umu da se ne smije narušiti ova autentična atmosfera pretjeranom intervencijom u prostoru ili pretjeranim osmišljavanjem doživljaja, dok u tržišnoj komunikaciji, pri eventualnom sustavnijem promoviranju ovog ambijenta, trebaju naglasiti upravo ove dvije dimenzije.

Pri planiranju turističkog korištenja lokaliteta od važnosti je upoznati na koji način posjetitelji koriste lokalitet. U slučaju Lubenica gdje, u nedostatku osmišljenih sadržaja za posjetitelje, većina ih šetnjom uživa u atmosferi i karakteru mjesta, promatra panoramu (s obzirom da su Lubenice smještene na stijeni gotovo 400 m nad morem), fotografira te razgleda unutrašnjost crkvi. Stoga ne iznenađuje da se većina ovdje zadržala od jednog do tri sata. Unatoč činjenici da je ugostiteljska ponuda izuzetno skromna, kao i ponuda lokalnih proizvoda, četvrtina je ipak konzumirala piće ili hranu te, još značajnije s aspekta samih stanovnika, gotovo četvrtina posjetitelja kupila je neke od lokalnih proizvoda što iz žitelji prodaju ispred svojih kuća.

Suvremeni pristup upravljanju kulturno-povijesnim lokalitetima nalaže da se lokalitet mora pripremiti za turistički obilazak te se, u tom procesu, posebna pažnja treba obratiti osmišljavanju doživljaja za posjetitelje.

Iz toga proizlazi da bi, s obzirom da Lubenice nisu pripremljene za turistički obilazak, kao što je to opisano u uvodnom dijelu ovog izvještaja, posjetitelji trebali biti uglavnom nezadovoljni posjetom Lubenicama. Međutim, u slučaju posjetitelja Lubenica, rezultati istraživanja zadovoljstva posjetom pokazuju upravo suprotno. Za većinu posjetitelja posjeta je bila upravo onakva kakvu su očekivali, što se može objasniti velikim brojem ponovnih posjetitelja. Ipak, za ostatak posjeta je bila iznad njihovog očekivanja te je velika većina izjavila da je zadovoljna cjelokupnom posjetom. Najveći izvor zadovoljstva bio je autentičan karakter mjesta, očuvanost ruralnog ambijenta te, za one koju su posjetili, Kulturno-edukativni centar „Škola“. Najveći stupanj nezadovoljstva izazvala je cestovna dostupnost no ipak, tek je jedna četvrtina izrazila svoje nezadovoljstvo s dostupnošću Lubenica, dok je otprilike petina izrazila nezadovoljstvo organizacijom parkiranja.

Ovo se jednim dijelom može objasniti činjenicom da su posjetitelji uglavnom upoznati s našom zemljom, odnosno njezinim priobaljem, te točno znaju što očekuju, a time su, uglavnom zadovoljni. Istovremeno, naša se zemlja promovira na stranim tržištima naglašavanjem izvornog, autentičnog, pomalo arhaičnog Mediterana sloganom „Mediteran kakav je nekad bio“ gdje lokaliteti poput Lubenica upravo epitomiziraju ovakvo pozicioniranje u svijesti posjetitelja. Konačno, suvremena teorija i praksa upravljanja kulturno-turističkih atrakcijama nameće određene zakonitosti vezane uz osmišljavanje doživljaja za posjetitelje, koje dovode do standardizacije prezentacije kulturno-turističkih atrakcije s kojima posjetitelji postaju zasićeni.

Sukladno ovim pokazateljima, većina posjetitelja Lubenica učinila bi minimalne intervencije kojima bi se unaprijedilo upravljanje ovim lokalitetom. Velika većina ostavili bi Lubenice upravo onakvima kakve one jesu (većina ne bi željela vidjeti niti sve objekte restaurirane), no ipak podržavaju određene mjere kojima bi se povećala spoznaja posjetitelja o ovom lokalitetu i njegovoj povijesnoj ulozi kao i povećala ekonomska koristi od turističke aktivnosti. Te mjere odnose se na osnivanje zavičajnog muzeja te uvođenja više interpretativnih sadržaja kojima bi se steklo više znanja o lubeničkoj prošlosti, dok je ideja pretvaranja Lubenica u muzej uprizorone prošlosti (*living history*) bila također podržana od polovine posjetitelja.

Također, posjetitelji podržavaju i suptilnije oblike ostvarivanja ekonomske koristi od turističkih posjeta poput otvaranja trgovine autohtonih proizvoda (iako im ne smeta način na koji se proizvodi trenutno prodaju) te ideju da se potiču donacije posjetitelja kako bi se osigurala financijska sredstva za njihovu zaštitu i revitalizaciju. Istovremeno, nisu skloni podržati ostale oblike financiranja poput uvođenja naplate za razgled Lubenica, povećanje cijene parkiranja te su, također, neskloni podržavati povećanje broja posjetitelja.

U zaključku, upravljanje Lubenicama ne smije se prepustiti stihiji, osobito ako se one žele revitalizirati te u njih vratiti život. Pri tome valja biti izuzetno oprezan. Posjetitelji su privučeni Lubenicama zbog jedinstvene atmosfere autohtonog ruralnog ambijenta i to

je, ujedno, njihov najveći izvor zadovoljstva, iako bi voljeli više naučiti o prošlosti Lubenica čime bi obogatili svoj posjet i poimanje ovih prostora kroz povijest. Proces interpretacije mora biti suptilan i nenametljiv, a posjetitelji se moraju osjećati slobodnim da po vlastitom nahođenju doživljavaju ovaj prostor te, također, da po vlastitom nahođenju doprinose njegovoj revitalizaciji putem dobro osmišljenih programa donacija, radije nego direktnom naplatom ulaznica ili ponuđenih sadržaja.

Istovremeno, valja imati na umu potencijalne probleme – cestovnu dostupnost i parkiranje, koje treba riješiti tako da se samo mjesto maksimalno zaštiti od automobila te valja voditi računa da se pri tome na naruši vizura Lubenica. Iako rezultati trenutno ne pokazuju izraženo nezadovoljstvo ovim aspektima, ipak valja imati

na umu da je četvrtina posjetitelja ovdje izrazila svoje nezadovoljstvo te, bude li rastao broj posjetitelja, postoji realna opasnost da će problemi s pristupom i parkiranjem negativno utjecati na doživljaj, te samim time, zadovoljstvo posjetom.

Istraživanje posjetitelja, poput ovog provedenog u Lubenicama, nezaobilazan je korak u planiranju, osobito u kratkoročnom i srednjoročnom razdoblju. Ipak, za lokalitete poput Lubenica, ostaje pitanje dugoročnog razvoja koje treba biti osmišljeno tako da se Lubenice prepoznaju kao lokalitet od nacionalnog ne samo kulturnog, već i turističkog značaja, da se uzmu u obzir karakter posjeta ovom lokalitetu, njegov prihvatni kapacitet te uloga u širem sustavu turističkih atrakcija ovog prostora.

POPIS LITERATURE

1. Državni zavod za statistiku (2007). Turizam – Kumulativni podaci. Razdoblje od siječnja – prosinca 2006. Priopćenje br. 4.4.2/11.
2. Institut za turizam (2005) TOMAS Ljeto 2004: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj. Institut za turizam. Zagreb.
3. Ministry of Culture of Croatia (2005) Preliminary technical assessment of the architectural and archeological heritage in South-East Europe: Urban Ensemble Lubenice.