**REZULTATI ANKETE TURISTA 2015.**

**ZA OPŠTINU TIVAT**

**I - METODOLOŠKI DIO**

**REALIZACIJA ISPITIVANJA**

Anketno ispitivanje turista na teritoriji opštine Tivat realizovano je u periodu od 01.07.2015. godine do 01.09.2015. godine. Projektovano je zadavanje ankete na uzorku od **1.000** turista iz različitih zemalja, smještenih u različitim vrstama smještajnih objekata na području opštine Tivat. Anketni listići štampani su na engleskom, ruskom i crnogorskom jeziku. Za terensku realizaciju ispitivanja angažovana su tri anketara, koji su bili zaduženi za anketiranje turista na različitim područjima opštine, od Lepetana do Radovića, odnosno Krašića. Anketari su svoj posao obavili izuzetno profesionalno, savjesno i odgovorno. I ove godine Anketa je sadržala tri grupe pitanja (motivacija za dolazak u Tivat, kako se saznalo za Tivat i zadovoljstvo turističkom ponudom u Tivtu), kao i mjesto gdje se moglo ostaviti komentar. Treće pitanje ***„Kako ste zadovoljni sledećim elementima turističke ponude u Tivtu“*** je sadržalo 29 potpitanja i obradom se došlo do ukupne prosječne ocjene koju ćemo u ovom izvještaju porediti sa prošlom godinom. Odstupanja od planiranog uzorka su očekivana, a broj anketnih listića koje su ušle u obradu predstavlja relevantan uzorak za pouzdano zaključivanje o faktorima koji su od značaja za projektovanje turističke ponude Tivta.

**CILJ ISPITIVANJA**

Opšti cilj ispitivanja je snimanje i opis širokog spektra faktora značajnih za procjenu turističke ponude i ocjenu uspjeha glavne turističke sezone na teritoriji opštine Tivat za ljeto 2015. godine, kao i identifikovanje snaga i slabosti u postojećoj ponudi, te sagledavanje mogućnosti za njeno poboljšanje u perspektivi budućnosti.

Poseban cilj ispitivanja bio je mjerenje stepena zadovoljstva, odnosno nezadovoljstva turista različitim elementima/aspektima turističke ponude Tivta u sezoni 2015. godine, iskazanog samoprocjenom turista na petostepenoj skali zadovoljstva/nezadovoljstva u odnosu na 29 ponuđenih elemenata, koji elementi su prepoznati kao relevantni, te poređenje različitih grupa turista, formiranih prema jeziku ispunjavanja ankete (crnogorski, ruski, engleski) i vrsti smještajnog objekta, u odnosu na manifestovani stepen zadovoljstva/nezadovoljstva generalno i u odnosu na prezentovane elemente*.*

**PLAN OBRADE PODATAKA**

Dobijeni podaci su obrađeni kvantitativno i kvalitativno. U kvantitativnoj analizi podataka korišćene su metode deskriptivne statistike.

Kvalitativna obrada podataka izvršena je analizom sadržaja odgovora turista na pitanja otvorenog tipa, prije svega analizom sadržaja njihovih komentara, primjedbi i sugestija.

**II – PRIKAZ I ANALIZA REZULTATA**

**OPIS UZORKA**

Uzorak ispitanih turista koji su uredno ispunili zadate ankete je 752 od ukupno planiranih 1.000 (svi jezici) ili 75,2 %. U odnosu na jezik ispunjavanja ankete, 470 gosta su ispunili anketu na crnogorskom jeziku, 145 su anketu ispunili na ruskom i 137 na engleskom jeziku. Među turistima koji su anketu ispunili na engleskom jeziku imamo turiste koji su došli iz različitih zemalja. Ove godine broj anketiranih turista je znatno manji nego prošlih godina. Razlog za smanjenje ukupnog broja anketiranih turista je bolji monitoring samih anketara, kao i procentualno povećanje broja popunjenih anketnih listića, što smo i postigli. Broj pristiglih anketnih listića zadovoljavaju kriterijume za obradu.

**PRIKAZ UZORKA PREMA IZABRANIM KRITERIJUMIMA**

**U odnosu na jezik ispunjavana ankete:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| JEZIK | crnogorski | ruski | engleski | ukupno turista |
| Procenat | 62.50 % | 19.30 % | 18.20 % | 100.00 % |

U uzorku su dominantni turisti koji su anketu ispunili na crnogorskom jeziku, a ove godine je više turista koji su anketu popunili na ruskom u odnosu na engleski jezik.

**Po vrsti smještaja** (*samo za ankete ispunjene na crnogorskom jeziku*)**:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ukupno | **(u %)** |
| Hoteli | 134 | 28.50  |
| Privatni smještaj | 262 | 55. 70  |
| Odmarališta – EPS | 24 | 5.10  |
| Auto – kampovi | 50 | 10.70  |
| **Ukupno turista** | **470** | **100.00**  |

U kategoriji turista (koji su anketu ispunili na crnogorskom jeziku) privatni smještaj je dominantna vrsta smještaja u kojem je anketirano 55.7% ukupno anketiranih turista. U odnosu na prošlu godinu procentualno je pad broja anketiranih turista u hotelima iz razloga što u nekim hotelima, kao što su Aurora, Villa Royal, Splendido MB i Pine od planiranog broja, na obradu su došao vrlo mali broj anketnih listića, tako da ove hotele nećemo posebno obrađivati, ali će rezultati ući u ukupan zbir.

**ANALIZA ODGOVORA PO PITANJIMA**

**Pitanje 1 (u %)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Šta Vas je motivisalo da svoj odmor provedete u Tivtu? (Svi jezici) | 2015 | 2014 | 2013 |
| 1. | Odmor i opuštanje | **29.44** | 24.11 | 34.76 |
| 2. | Povoljne cijene | **7.27** | 7.94 |  6.59 |
| 3. | Predhodni dolasci | **10.87** | 11.56 | 10.18 |
| 4. | Sprtsko rekreativne aktivnosti | **2.11** | 2.74 |  1.47 |
| 5. | Zabava i provod | **4.59** | 4.87 |  4.30 |
| 6. | Kulturne manifestacije | **2.18** | 2.86 |  1.49 |
| 7. | Upoznavanje prirodnih ljepota | **4.05** | 3.71 | 4.39 |
| 8. | Raznolikost i kvalitet ugostiteljske ponude | **1.19** | 1.70 | 0.67 |
| 9. | Blizina Tivta | **2.84** | 3.65 | 2.03 |
| 10. | Kvalitet smještajne ponude | **2.44** | 2.01 | 2.87 |
| 11. | Posjeta rodbini i prijateljima | **3.24** | 2.18 | 4.29 |
| 12. | Vjerski razlozi | **0.94** | 0.95 | 0.92 |
| 13. | Upoznavanje kulturnih znamenitosti | **2.23** | 1.78 | 2.67 |
| 14. | Klimatske pogodnosti | **4.80** | 5.09 | 4.51 |
| 15. | Vrijednost za novac | **2.30** | 2.20 | 2.40 |
| 16. | Kvalitet promocije Tivta | **1.13** | 1.07 | 1.19 |
| 17. | Imidž Tivta | **2.31** | 3.30 | 1.32 |
| 18. | Prometna dostupnost | **2.02** | 2.66 | 1.38 |
| 19. | Osjećaj sigurnosti | **2.66** | 3.30 | 2.01 |
| 20. | Poslovne obaveze | **0.95** | 0.84 | 1.05 |
| 21. | Gostoljubivost | **4.14** | 4.89 | 3.38 |
| 22. | Ekološka očuvanost | **3.62** | 3.49 | 3.75 |
| 23. | Čistoća mjesta | 2.74 | 3.10 | 2.37 |

U Anketi, turisti su imali mogućnost da izaberu veliki broj odgovora sa ponuđene liste. I ove godine, turisti su ubjedljivo najčešće označavali kao razlog/motiv koji ih je podstakao da odmor provedu u Tivtu - ***odmor i opuštanje****,* a isto pitanje je dobilo najveći rast ocjene u odnosu na prošlu godinu.

***Predhodni dolasci i cijene*** su i dalje na drugom odnosno trećem mjestu po motivima za odabir Tivta kao mogućnost za dolazak u Tivat, a primjetno je da te ocjene imaju blagi pad u odnosu na prošlu godinu.

Zanimljivo je da ***Imidž Tivta***, kategorija koja je prošle godine imala najveći rast ocjene, ove godine ima najveći pad u odnosu na prošlu godinu.

**Pitanje 1 (u %)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Šta Vas je motivisalo da svoj odmor provedete u Tivtu?** | **crnogorski** | **ruski** | **engleski** |
| **2015** | **2014** | **2013** | **2015** | 2014 | 2013 | **2015** | **2014** | **2013** |
| 1. | Odmor i opuštanje | **20.00** | 24.52 | 38.70 | **24.89** | 14.93 | 22.02 | **30.16** | 32.88 | 43.56 |
| 2. | Povoljne cijene | **7.34** | 7.57 |  7.44 | **8.00** | 6.63 | 4.67 | **6.52** | 9.63 | 7.67 |
| 3. | Predhodni dolasci | **15.28** | 13.23 | 16.67 | **9.11** | 6.82 | 4.67 | **9.24** | 14.63 | 9.20 |
| 4. | Sprtsko rekreativne aktivnosti | **3.02** | 1.82 | 0.74 | **3.56** | 2.90 | 2.45 | **5.71** | 3.50 | 1.23 |
| 5. | Zabava i provod | **5.58** | 5.14 | 5.83 | **2.89** | 3.47 | 1.56 | **8.97** | 6.00 | 5.52 |
| 6. | Kulturne manifestacije | **3.87** | 2.76 | 1.43 | **3.33** | 2.70 | 2.11 | **4.62** | 3.13 | 0.92 |
| 7. | Upoznavanje prirodnih ljepota | **3.27** | 3.07 | 2.64 | **4.89** | 6.56 | 7.45 | **3.26** | 1.50 | 3.07 |
| 8. | Raznolikost i kvalitet ugostiteljske ponude | **1.71** | 1.49 | 0.55 | **1.11** | 2.12 | 1.45 | **1.09** | 1.50 | 0.00 |
| 9. | Blizina Tivta | **4.07** | 4.03 | 2.36 | **2.44** | 4.18 | 1.89 | **3.80** | 2.75 | 1.84 |
| 10. | Kvalitet smještajne ponude | **2.61** | 2.21 | 2.59 | **1.56** | 2.57 | 2.34 | **1.36** | 1.25 | 3.68 |
| 11. | Posjeta rodbini i prijateljima | **2.81** | 2.43 | 5.27 | **1.11** | 2.12 | 4.23 | **3.53** | 2.00 | 3.37 |
| 12. | Vjerski razlozi | **0.60** | 0.80 | 0.74 | **1.78** | 1.54 | 1.11 | **0.54** | 0.50 | 0.92 |
| 13. | Upoznavanje kulturnih znamenitosti | **2.11** | 2.02 | 1.48 | **2.44** | 2.70 | 3.78 | **1.09** | 0.63 | 2.76 |
| 14. | Klimatske pogodnosti | **5.03** | 4.92 | 1.99 | **5.56** | 7.59 | 8.79 | **3.80** | 2.75 | 2.76 |
| 15. | Vrijednost za novac | **2.01** | 1.68 | 0.79 | **2.00** | 3.80 | 4.56 | **1.90** | 1.13 | 1.84 |
| 16. | Kvalitet promocije Tivta | **1.36** | 1.38 | 0.55 | **0.67** | 0.32 | 0.56 | **1.63** | 1.50 | 2.45 |
| 17. | Imidž Tivta | **3.87** | 4.00 | 1.06 | **3.56** | 2.51 | 1.67 | **2.99** | 3.38 | 1.23 |
| 18. | Prometna dostupnost | **1.91** | 1.60 | 0.65 | **1.33** | 4.76 | 2.89 | **1.09** | 1.63 | 0.61 |
| 19. | Osjećaj sigurnosti | **2.86** | 3.40 | 1.76 | **3.78** | 4.38 | 3.67 | **1.09** | 2.13 | 0.61 |
| 20. | Poslovne obaveze | **1.11** | 0.86 | 0.92 | **1.56** | 0.77 | 1.00 | **0.82** | 0.88 | 1.23 |
| 21. | Gostoljubivost | **4.42** | 5.66 | 3.24 | **5.11** | 6.37 | 5.67 | **1.63** | 2.63 | 1.23 |
| 22. | Ekološka očuvanost | **2.26** | 2.21 | 1.07 | **5.56** | 6.50 | 7.12 | **1.90** | 1.75 | 3.07 |
| 23. | Čistoća mjesta | **2.91** | 3.20 | 1.53 | **3.78** | 3.73 | 4.34 | **3.26** | 2.38 | 1.23 |

Posmatrano na nivou poduzoraka, ***odmor i opuštanje***su u svakom od jezika anketiranja najčešće birani kao razlog/motiv koji ih je podstakao da odmor provedu u Tivtu, pri čemu je zastupljenost ovog odgovora kod turista (*anketni listić na engleskom jeziku*) najviša, a kod anketiranih turista iz okruženja (anketni list na crnogorskom jeziku) najniža. ***Odmor i* opuštanje**, kao motiv za dolazak ruskih turista bilježi najveći rast ocjene, a kod ostalih jezika (crnogorski i engleski) ova ocjena je i dalje u blagom padu u odnosu na prošle godine.

Kod poduzorka na crnogorskom jeziku, ***povoljne cijene, vjerski razlozi, kvalitet promocije Tivta, imidž Tivta, osjećaj sigurnosti, gostoljubivost, čistoća mjesta*** su ocjene koje su doživjele blagi pad u odnosu na prošlu godinu, dok su najmanje odgovora dobili v***ijerski razlozi*** kao motiv za dolazak u Tivat.

Kod ruskih turista ***predhodni dolasci i povoljne cijene*** su i ove godine doživjele rast ocjene kada su u pitanju motivi za dolazak u Tivat, dok su ovi motivi kod engleskih turista doživjele najveći pad ocjene u odnosu na prošlu godinu. Najveći rast ocjene kao motiv za dolazak u Tivat engleskih turista ove godine bilježimo kod pitanja ***zabava i provod***. Takođe ***povoljne cijene,*** ***sprtsko rekreativne aktivnosti i kulturne manifestacije*** na nivou engleskog poduzorka su motivi koji su dobili veoma visoke ocjene ocjene. Kad su engleski turisti u pitanju najmanji razlozi za dolazak u Tivat su ***vjerski razlozi i poslovne obaveze***.

Kod ruskih turista kao razlog/motiv za dolazak u Tivat se ističu i ***ekološka očuvanost, klimatske pogodnosti, gostoljubivost i zabava i provod.***

**Pitanje 2 (u %)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kako ste došli do potrebnih informacija o Tivtu?** | **Svi jezici** | **crnogorski** | **ruski** | **engleski** |
| **2015** | **2014** | **2013** | **2015** | **2014** | **2013** | **2015** | **2014** | **2013** | **2015** | **2014** | **2013** |
| 1. | Već sam znao za destinaciju | **42.42** | 46.5 | 54.5 | **50.71** | 53.8 | 70.1 | **36.36** | 34.3 | 38.9 | **40.21** | 51.4 | 54.6 |
| 2. | Putem interneta | **15.10** | 15.0 | 23.7 | **11.73** | 11.6 |  8.7 | **17.17** | 20.4 | 35.2 | **16.40** | 12.9 | 27.3 |
| 3. | Preko prijatelja i rodbine | **27.04** | 22.2 | 17.3 | **26.94** | 23.5 | 19.9 | **28.79** | 21.9 | 21.7 | **25.40** | 21.1 | 10.3 |
| 4. | Preko medija | **5.08** | 5.2 |  0.5 | **3.80** | 4.1 |  0.5 | **4.55** | 5.5 |  0.3 | **6.88** | 6.1 |  0.6 |
| 5. | Iz knjiga i vodiča | **3.76** | 3.7 |  4.0 | **1.43** | 2.0 |  0.9 | **4.55** | 6.0 |  3.9 | **5.29** | 3.2 |  7.3 |
| 6. | Preko turističke agencije | **4.83** | 6.2 |  | **3.17** | 4.1 |  | **6.57** | 9.8 |  | **4.76** | 4.6 |  |
| 7. | Purtem turističkih sajmova i berzi | **1.27** | 1.0 |  | **1.27** | 0.5 |  | **2.02** | 1.7 |  | **0.53** | 0.7 |  |
| 8. | Ostalo | **0.49** | 0.3 |  | **0.95** | 0.4 |  | **0.00** | 0.4 |  | **0.53** | 0.0 |  |

Iz godine u godinu se ponavlja da najveći broj anketiranih turista je ***već znao za Tivat***, slijede oni koji su do potrebnih informacija o Tivtu došli preko ***rodbine i prijatelja,*** zatim ***putem interneta.*** Ove godine kod engleskih turista dolazi do porasta odgovora da, ***putem interneta i preko prijatelja i rodbine,*** saznaju za Tivat što smatramo jako dobrim. Takođe veliki broj anketiranih turista je informacije o Tivtu dobilo ***preko turističkih agencija i iz knjiga i vodiča***.

Kod poduzorka na crnogorskom, odnosno ruskom jeziku uglavnom je isto kao i prošle godine, stim što imamo mali pad ocjene kad je u pitanju odgovor v***eć sam znao za destinaciju***, a odgovor ***preko prijatelja i rodbine*** i dalje bilježi rast u odnosu na prošle godine.

**TABELA PROSJEČNIH OCJENA NA PITANJA O KVALITETU**

Koliko ste zadovoljni sledećim elementima turističke ponude u Tivtu?

**Pitanje 3**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Elementi** | **Svi jezici** | **crnogorski** | **ruski** | **engleski** |
| **2015** | 2014 | 2013 | **2015** | 2014 | 2013 | **2015** | 2014 | 2013 | **2015** | 2014 | 2013 |
| 1. | Ljepota prirode i okruženja | **4.49** | 4.32 | 4.64 | **4.40** | 4.33 | 4.46 | **4.54** | 4.12 | 4.73 | **4.52** | 4.52 | 4.73 |
| 2. | Pogodnost za provodenje porodič. odmora | **4.40** | 4.13 | 4.48 | **4.40** | 4.36 | 4.39 | **4.31** | 3.80 | 4.48 | **4.48** | 4.24 | 4.58 |
| 3. | Kvalitet usluga u smještajnom objektu | **4.38** | 4.15 | 4.48 | **4.31** | 4.29 | 4.39 | **4.34** | 3.91 | 4.43 | **4.49** | 4.26 | 4.63 |
| 4. | Ljubaznost osoblja u smještajnom objektu | **4.42** | 4.21 | 4.56 | **4.41** | 4.36 | 4.44 | **4.35** | 4.05 | 4.63 | **4.49** | 4.22 | 4.61 |
| 5. | Kvalitetom hrane u smještajnom objektu | **4.32** | 4.08 | 4.40 | **4.26** | 4.24 | 4.30 | **4.24** | 3.86 | 4.37 | **4.46** | 4.15 | 4.53 |
| 6. | Komfor smještaja | **4.32** | 4.01 | 4.35 | **4.24** | 4.15 | 4.25 | **4.26** | 3.79 | 4.29 | **4.47** | 4.10 | 4.52 |
| 7. | „Vrijednost za novac“ smještaja | **4.27** | 3.94 | 4.31 | **4.20** | 4.04 | 4.14 | **4.20** | 3.76 | 4.32 | **4.41** | 4.02 | 4.40 |
| 8. | Kvalitet hrane u restoran. van smješ. obj. | **4.22** | 3.93 | 4.33 | **4.19** | 4.09 | 4.13 | **4.16** | 3.68 | 4.33 | **4.31** | 4.02 | 4.53 |
| 9. | Bogastvo gastronomske ponude u mjestu | **4.19** | 3.85 | 4.22 | **4.14** | 4.03 | 4.08 | **4.08** | 3.57 | 4.21 | **4.34** | 3.95 | 4.38 |
| 10. | „Vrijednost za novac“ gastronom. ponude | **4.16** | 3.77 | 4.21 | **4.06** | 3.93 | 4.02 | **4.05** | 3.55 | 4.26 | **4.36** | 3.84 | 4.36 |
| 11. | Gostoljubivost lokalnog stanovništva | **4.23** | 3.90 | 4.39 | **4.18** | 4.06 | 4.19 | **4.16** | 3.73 | 4.54 | **4.34** | 3.92 | 4.45 |
| 12. | Čistoća grada | **4.03** | 3.55 | 4.10 | **3.97** | 3.74 | 3.87 | **3.93** | 3.36 | 4.24 | **4.19** | 3.56 | 4.18 |
| 13. | Čistoća, uređenost i opremljenost plaža | **3.80** | 3.39 | 3.89 | **3.74** | 3.49 | 3.69 | **3.72** | 3.14 | 3.96 | **3.95** | 3.55 | 4.03 |
| 14. | Ponuda organiz.izleta u okruženju Tivta | **4.01** | 3.64 | 3.94 | **3.96** | 3.79 | 3.83 | **3.91** | 3.34 | 3.95 | **4.17** | 3.79 | 4.03 |
| 15. | Bogastvo sportskih sadržaja | **3.98** | 3.61 | 3.82 | **3.89** | 3.79 | 3.64 | **3.82** | 3.21 | 3.81 | **4.24** | 3.83 | 4.00 |
| 16. | Bogastvo sadržaja za zabavu | **4.01** | 3.73 | 3.84 | **3.94** | 3.86 | 3.75 | **3.81** | 3.41 | 3.79 | **4.27** | 3.92 | 3.99 |
| 17. | Raznolikost kulturnih manifestacija | **4.11** | 3.79 | 3.98 | **4.12** | 3.95 | 3.88 | **3.93** | 3.39 | 3.95 | **4.29** | 4.03 | 4.10 |
| 18. | Prometna dostupnost mjesta | **4.02** | 3.82 | 4.13 | **3.93** | 3.98 | 3.97 | **3.97** | 3.47 | 4.23 | **4.17** | 4.02 | 4.20 |
| 19. | Kvalitet lokalnog prevoza  | **3.96** | 3.77 | 4.02 | **3.89** | 3.94 | 3.92 | **3.90** | 3.40 | 4.16 | **4.10** | 3.98 | 3.99 |
| 20. | Saobracaj sa ostalim mjestima | **4.01** | 3.76 | 4.11 | **3.94** | 3.93 | 3.95 | **3.95** | 3.42 | 4.14 | **4.14** | 3.92 | 4.23 |
| 21. | Prezentacija kulturne baštine | **4.20** | 3.89 | 4.18 | **4.16** | 4.01 | 4.01 | **4.13** | 3.55 | 4.19 | **4.31** | 4.10 | 4.34 |
| 22. | Mogucnost za kupovinu | **4.16** | 3.83 | 4.12 | **4.20** | 4.10 | 4.11 | **4.00** | 3.38 | 3.89 | **4.27** | 4.01 | 4.36 |
| 23. | Ocijena radnog vremena trgovine | **4.28** | 3.96 | 4.22 | **4.34** | 4.14 | 4.09 | **4.19** | 3.69 | 4.18 | **4.32** | 4.05 | 4.38 |
| 24. | Kvalitet informacija | **4.28** | 3.96 | 4.29 | **4.27** | 4.11 | 4.10 | **4.18** | 3.60 | 4.21 | **4.38** | 4.18 | 4.57 |
| 25. | Tišina i mir | **4.22** | 4.03 | 4.41 | **4.19** | 4.18 | 4.11 | **4.16** | 3.74 | 4.40 | **4.30** | 4.16 | 4.72 |
| 26. | Ekološka ocuvanost | **4.31** | 4.06 | 4.40 | **4.14** | 4.07 | 4.01 | **4.34** | 3.86 | 4.44 | **4.44** | 4.24 | 4.74 |
| 27. | „Vrijednost za novac“ ukupnog boravka | **4.31** | 4.10 | 4.41 | **4.28** | 4.17 | 4.20 | **4.24** | 3.80 | 4.34 | **4.40** | 4.32 | 4.68 |
| 28. | Ukupan boravak | **4.37** | 4.22 | 4.51 | **4.38** | 4.34 | 4.35 | **4.24** | 3.90 | 4.45 | **4.50** | 4.43 | 4.72 |
| 29. | Sigurnost | **4.42** | 4.28 | 4.52 | **4.40** | 4.38 | 4.23 | **4.33** | 3.99 | 4.60 | **4.54** | 4.47 | 4.75 |
| **UKUPNA PROSJEČNA OCJENA:** | **4.20** | 3.92 | 4.25 | **4.16** | 4.06 | 4.09 | **4.12** | 3.64 | 4.26 | **4.33** | 4.06 | 4.40 |

Posmatrajući cjelokupni uzorak (svi jezici) **ukupna prosječna ocjena** iznosi **(4,20)** što u odnosu na prošlogodišnju(3,92) je veliki rast ukupne ocjene kad je u pitanju zadovoljstvo gostiju turističkom ponudom Tivta. Samo tri kategorije imaju ocjenu ispod 4, a to su ***bogastvo sportskih sadržaja (3,98), kvalitet lokalnog prevoza (3,96) i čistoća, uređenost i opremljenost plaža (3,80).*** I ove „najniže“ ocjene su izuzetno visoke, pa možemo slobodno konstatovati da su turisti koji su ovog ljeta boravili u Tivtu zadovoljni svim elementima turističke ponude i da je ova sezona jedna od najboljih i najuspješnije priprmljenih i sprovedenih od kad se anketa sprovodi. Najveću ocjenu kod cjelokupnog uzorka (svi jezici) dobila je ***ljepota prirode i okruženja (4,49).*** Takođe veoma visoke ocjene dobile su i ***sigurnost (4,42), ljubaznost osoblja u smještajnom objektu (4,42) i pogodnost za provodenje porodičnog odmora (4,40)***.

Na nivou poduzoraka, najveću ***ukupnu prosječnu ocjenu*** dali su turisti koji su anketu popunili na engleskom jeziku ***(4,33),*** zatim crnogorski jezik ***(4,16),*** a kod ruskih turista ukupna prosječna ocjena je iznosila ***(4,12).*** Analizirajući poduzorke najveću ocjenu dobila je ***ljepota prirode i okruženja (4,54)*** kod poduzorka na ruskom jeziku, kao i ***sigurnost (4,54)*** kod anketa na engleskoom jeziku. ***Čistoća, uređenost i opremljenost plaža*** je na nivou svih poduzoraka dobila najnižu ocjenu crnogorski (3,74), ruski (3,72) i engleski jezik (3,95). Iz tabele se vidi da je kod engleskog jezika ovo i jedina ocjena ispod 4.

Interesantno je da sve ocjene, kod svih jezika bilježe manji ili veći rast ocjene u odnosu na prošlu godinu osim kod zadatih elemenata ***prometna dostupnost mjesta*** i ***kvalitet lokalnog prevoza*** kod poduzorka na crnogorskom jeziku. Najveći rast ocjene u odnosu na prošlu godinu je kod kategorije ***čistoća grada*** na engleskom jeziku, kao i ***mogućnost za kupovinu*** na ruskom jeziku. Takođe veliki rast ocjene u odnosu na prošlu godinu je kod kategorije ***„Vrijednost za novac“ gastronomske ponude*** (engleski jezik). Takođe, zanimljivo je da sve ocjene kod poduzorka (ruski jezik) bilježe veliki rast ocjene u odnosu na prošlu godinu.

Analiza različitih elemenata turističke ponude Tivta na poduzorcima pokazuje da su turisti koji su popunili anketu na engleskom jeziku ispoljili veći stepen zadovoljstva u odnosu na skoro sve posmatrane elemente. Prosječne ocjene za pojedinačne elemente turističke ponude se na cjelokupnom uzorku nalaze u intervalu od ***3.80 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)*** do ***4.49 (ljepota prirode i okruženja),*** poduzorku turista (anketa na crnogorskom jeziku) od ***3.74 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)*** do ***4.41 (ljubaznost osoblja u smještajnom objektu),*** na poduzorku ruskih turista kreću se u intervalu od ***3.72 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)*** do ***4.54 (ljepota prirode i okruženja),*** dok su na engleskom poduzorku smještene u intervalu od ***3.95 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)*** do ***4.54 (sigurnost)*** što je ujedno i najveća ocjena u anketi, kao i kod elementa ***(ljepota prirode i okruženja)*** na ruskom jeziku.

Slijedi tabela prosječnih ocjena zadovoljstva/nezadovoljstva turista, turističkom ponudom Tivta, koji su bili smješteni u različitim smještajnim smještajnim objektima (hoteli, privatni smještaj, odmarališta i auto kampovi). Tabela se odnosi na anketni listić na crnogorskom jeziku.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Hoteli | Privatni smještaj | Odmarališta | Auto-kampovi |
|  | **2015** | 2014 | 2013 | **2015** | 2014 | 2013 | **2015** | 2014 | 2013 | **2015** | 2014 | 2013 |
| 1.  | **4.46** | 4.41 | 4.56 | **4.35** | 4.44 | 4.43 | **4.28** | 3.46 | 4.30 | **4.49** | 4.17 | 4.44 |
| 2. | **4.40** | 4.39 | 4.42 | **4.42** | 4.40 | 4.38 | **4.09** | 4.04 | 4.30 | **4.43** | 4.23 | 4.45 |
| 3. | **4.30** | 4.28 | 4.40 | **4.34** | 4.38 | 4.39 | **4.21** | 3.94 | 4.33 | **4.25** | 4.03 | 4.38 |
| 4. | **4.46** | 4.36 | 4.50 | **4.43** | 4.38 | 4.41 | **4.21** | 4.16 | 4.33 | **4.25** | 4.09 | 4.51 |
| 5. | **4.26** | 4.22 | 4.45 | **4.31** | 4.31 | 4.27 | **4.13** | 3.97 | 4.26 | **4.11** | 4.10 | 3.96 |
| 6. | **4.26** | 4.04 | 4.24 | **4.30** | 4.28 | 4.28 | **3.86** | 3.90 | 4.11 | **4.00** | 4.10 | 4.16 |
| 7. | **4.20** | 3.96 | 4.03 | **4.21** | 4.16 | 4.18 | **3.97** | 3.86 | 4.11 | **4.24** | 4.10 | 4.30 |
| 8. | **4.21** | 4.10 | 4.21 | **4.17** | 4.13 | 4.11 | **3.99** | 3.96 | 4.03 | **4.27** | 3.93 | 4.13 |
| 9. | **4.23** | 3.97 | 4.14 | **4.10** | 4.15 | 4.06 | **4.01** | 3.85 | 3.98 | **4.06** | 3.77 | 4.10 |
| 10. | **4.10** | 3.92 | 4.08 | **4.07** | 4.02 | 3.98 | **3.86** | 3.69 | 4.00 | **3.90** | 3.70 | 4.10 |
| 11. | **4.16** | 4.08 | 4.27 | **4.17** | 4.10 | 4.16 | **3.99** | 3.79 | 4.09 | **4.21** | 3.93 | 4.22 |
| 12. | **4.05** | 3.70 | 3.91 | **3.89** | 3.78 | 3.77 | **4.12** | 3.49 | 4.12 | **4.08** | 3.77 | 4.20 |
| 13. | **3.86** | 3.44 | 3.76 | **3.66** | 3.55 | 3.61 | **3.80** | 3.07 | 3.98 | **3.73** | 3.71 | 3.82 |
| 14. | **4.12** | 3.74 | 3.91 | **3.92** | 3.83 | 3.78 | **3.91** | 3.41 | 3.91 | **3.56** | 3.99 | 3.88 |
| 15. | **3.96** | 3.75 | 3.67 | **3.87** | 3.84 | 3.60 | **3.83** | 3.49 | 3.72 | **3.74** | 3.88 | 3.71 |
| 16. | **4.00** | 3.89 | 3.78 | **3.83** | 3.93 | 3.72 | **4.09** | 3.24 | 3.72 | **3.92** | 3.83 | 3.81 |
| 17. | **4.17** | 3.92 | 3.92 | **4.11** | 4.09 | 3.86 | **4.01** | 3.62 | 3.74 | **3.93** | 3.60 | 4.00 |
| 18. | **4.12** | 4.05 | 4.06 | **3.84** | 3.98 | 3.90 | **3.83** | 3.75 | 3.90 | **3.86** | 3.88 | 4.14 |
| 19. | **4.02** | 4.03 | 3.91 | **3.84** | 3.93 | 3.91 | **3.85** | 3.63 | 3.78 | **3.76** | 4.16 | 4.08 |
| 20. | **4.01** | 4.06 | 3.98 | **3.92** | 3.96 | 3.89 | **3.81** | 3.65 | 3.91 | **3.79** | 3.72 | 4.20 |
| 21. | **4.20** | 4.09 | 4.05 | **4.17** | 4.11 | 3.98 | **3.91** | 3.50 | 3.79 | **4.03** | 3.88 | 4.22 |
| 22. | **4.18** | 4.13 | 4.11 | **4.27** | 4.19 | 4.09 | **3.96** | 3.75 | 4.03 | **4.00** | 4.08 | 4.23 |
| 23. | **4.30** | 4.17 | 4.14 | **4.38** | 4.19 | 4.07 | **4.14** | 4.01 | 4.02 | **4.33** | 4.07 | 4.14 |
| 24. | **4.42** | 4.14 | 4.15 | **4.26** | 4.23 | 4.06 | **3.95** | 3.66 | 4.05 | **3.99** | 4.04 | 4.20 |
| 25. | **4.23** | 4.20 | 4.15 | **4.17** | 4.30 | 4.07 | **4.23** | 3.59 | 4.16 | **4.10** | 4.19 | 4.21 |
| 26. | **4.16** | 4.02 | 4.18 | **4.16** | 4.22 | 3.88 | **4.14** | 3.70 | 4.17 | **3.88** | 3.93 | 4.20 |
| 27. | **4.24** | 4.20 | 4.30 | **4.28** | 4.30 | 4.15 | **4.10** | 3.68 | 4.21 | **4.41** | 4.10 | 4.25 |
| 28. | **4.36** | 4.38 | 4.42 | **4.37** | 4.40 | 4.34 | **4.33** | 4.09 | 4.23 | **4.45** | 4.31 | 4.30 |
| 29. | **4.40** | 4.41 | 4.40 | **4.40** | 4.42 | 4.28 | **4.19** | 3.99 | 4.18 | **4.51** | 4.36 | 4.21 |
| M | **4.20** | 4.07 | 4.14 | **4.15** | 4.14 | 4.06 | **4.03** | 3.72 | 4.05 | **4.08** | 3.99 | 4.16 |

*M: Ukupna prosječna ocjena*

Na poduzorku od 470 turista *(anketni listić na crnogorskom jeziku)*izvršili smo analizu zadovoljstva /nezadovoljstva različitim elementima turističke ponude Tivta na podgrupama turista, formiranih prema vrsti smještajnih objekata (hoteli, privatni smještaj, odmarališta, auto-kampovi).

U tabeli smo prikazali kako su turisti po različitim smještajnim objektima procjenili posmatrane elemente turističke ponude Tivta sa uporedbom sa prošlom godinom. Iz tabele vidimo da su turisti koji su bili smješteni u hotelima i privatnom smještaju, generalno posmatrano, povoljnije procjenili turističku ponudu Tivta od turista smještenih u auto-kampovima i odmaralištu EPS, pri čemu je opšta prosječna ocjena turističke ponude **najniža** kod turista u **odmaralištu (4,03),** a **najviša** kod turista u **hotelima (4.20).** Najveći rast ocjene bilježimo na poduzorku turista koji su bili smješteni u **odmaralištu** kod elementa ***(bogastvo sadržaja za zabavu)*** sa 3,24 na **4,09,** a najveći pad ocjene kod turista koji su bili smješteni u **auto kampovima** kod elementa (ponuda organizovanih izleta u okruženju Tivta), sa 3,99 na **3,56.**

Na poduzorku turista koji su bili smješteni u **auto-kampovima,** prosječne ocjene za pojedinačne elemente turističke ponude kreću se u rasponu od ***3.56 (ponuda organiz.izleta u okruženju Tivta)*** do ***4.51 (sigurnost).*** Na poduzorku turista koji su boravili u **hotelima** prosječne ocjene se nalaze u intervalu od ***3.86 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)*** do ***4.46 (ljepota prirode i okruženja).*** Na poduzorku turista koji su bili korisnici **privatnog smještaja** prosječne ocjene su smještene u rasponu od ***3.66 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)*** do ***4.42 (pogodnost za provodenje porodičnog odmora).*** Na poduzorku turista koji su bili smješteni u **odmaralištu EPS** prosječne ocjene su u intervalu od ***3.80 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)*** do ***4.33 (ukupan boravak).*** Može se konstatovati da su turisti u svim vrstama smještaja, izuzetno zadovoljni svim elementima turističke ponude u Tivtu, a najnižu ocjenu su dali turisti koji su bili smješteni u privatnom smještaju za kategoriju (***čistoća, uređenost i opremljenost plaža)*** **3,66.**

**ZADOVOLJSTVO/NEZADOVOLJSTVO TURISTA**

**ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE U HOTELIMA**

Na poduzorku od planiranih 215 turista koji su boravili u hotelima, na obradu je došlo 134 anketna listića ili 62,33 % *(anketni listić na crnogorskom jeziku)*. Za sve posmatrane hotele, izvršili smo analizu zadovoljstva/nezadovoljstva u odnosu na pet izabranih elemenata turističke ponude, koje smo procjenili kao najrelevantnije za hotelske goste (kvalitet usluge, ljubaznost osoblja, kvalitet hrane, komfor smještaja i „vrijednost za novac“). Podsjećamo, raspored ispitanih turista po pojedinim hotelima je slijedeći:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| HOTELI | Ukupno anketiranih | % |
| „Pine“ | 7 | 5.22 |
| „Kamelija“ | 18 | 13.43 |
| „Mimoza“ | 18 | 13.43 |
| „Montenegrino“ | 19 | 14.18 |
| „Magnolija“ | 15 | 11.19 |
| „Palma“ | 26 | 19.41 |
| „Aurora“ | 2 | 1.49 |
| „Splendido MB“ | 2 | 1.49 |
| „Vizantija“ | 13 | 9.70 |
| „Anderba“ | 8 | 5.97 |
|  „San“ | 6 | 4.49 |
|  **UKUPNO** | **134** | **100.00 %** |

Slijedi prikaz kako su turisti smješteni u hotelima procjenili kvalitet određenih elemenata turističke ponude, sa uporedbom na prošle godine. Iz prikazane tabele smo izuzeli hotele koje zbog malog broja ispitanih gostiju, dobijeni pokazatelji kvaliteta njihove ponude su nedovoljno pouzdani, pa tako ne zadovoljavaju kvalitetnu analizu pojedinih elemenata, ali u sveukupnom uzorku su od velike važnosti.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **HOTELI** | godina | **kvalitet usluge** | **ljubaznost osoblja** | **kvalitet hrane** | **komfor smještaja** | **„vrijednost za novac“** | **Ukupno** |
| **„Kamelija“** | **2015** | **4.29** | **4.55** | **4.17** | **3.80** | **4.07** | **4.18** |
| 2014 | 4.08 | 4.49 | 4.32 | 3.55 | 3.62 | 4.01 |
| 2013 | 4.00 | 4.29 | 4.30 | 3.68 | 3.48 | 3.95 |
| **„Mimoza“** | **2015** | **4.60** | **4.57** | **4.49** | **4.55** | **4.51** | **4.54** |
| 2014 | 4.42 | 4.42 | 4.19 | 4.22 | 4.12 | 4.27 |
| 2013 | 4.57 | 4.71 | 4.66 | 4.46 | 4.44 | 4.57 |
| **„Montenegrino“** | **2015** | **4.08** | **4.30** | **4.21** | **4.16** | **3.93** | **4.14** |
| 2014 | 4.30 | 4.30 | 4.20 | 4.00 | 3.19 | 4.00 |
| 2013 |  |  |  |  |  |  |
| **„Magnolija“** | **2015** | **4.72** | **4.85** | **4.37** | **4.48** | **4.28** | **4.54** |
| 2014 | 4.40 | 4.21 | 3.93 | 4.40 | 4.07 | 4.20 |
| 2013 | 4.29 | 4.71 | 4.14 | 4.29 | 4.14 | 4.31 |
| **„Palma“** | **2015** | **4.20** | **4.32** | **3.98** | **4.23** | **4.21** | **4.17** |
| 2014 | 4.30 | 4.13 | 4.10 | 4.12 | 4.05 | 4.14 |
| 2013 | 4.63 | 4.66 | 4.54 | 4.46 | 4.16 | 4.49 |
| **„Vizantija“** | **2015** | **4.07** | **4.44** | **4.13** | **4.42** | **4.44** | **4.27** |
| 2014 | 4.68 | 4.67 | 4.58 | 4.74 | 4.39 | 4.61 |
| 2013 | 4.77 | 4.62 | 4.77 | 4.62 | 4.38 | 4.63 |
| **„Anderba“** | **2015** | **4.29** | **4.42** | **4.40** | **4.29** | **4.16** | **4.31** |
| 2014 | 4.31 | 4.24 | 4.17 | 4.17 | 4.10 | 4.20 |
| 2013 | 4.05 | 3.76 | 3.83 | 3.86 | 3.59 | 3.81 |
| **Ukupna prosječna ocjena** | **2015** | **4.32** | **4.49** | **4.25** | **4.28** | **4.23** |  |
| 2014 | 4.33 | 4.37 | 4.24 | 4.19 | 3.93 |
| 2013 | 4.53 | 4.57 | 4.49 | 4.42 | 4.28 |

Prema **ukupnoj prosječnoj ocjeni**, vidimo da su turisti, gosti hotela, i ove godine, generalno manifestovali visok stepen zadovoljstva u odnosu na posmatrane elemente turističke ponude, pri čemu su i ove godine najzadovoljniji ***ljubaznošću osoblja u hotelima* (4.49),** dok su najmanje zadovoljstva ispoljili spram ***„vrijednosti za novac“* (4,23).**

S obzirom na ukupnu prosječnu ocjenu posmatrane ponude po konkretnim hotelima, možemo konstatovati da su generalno najzadovoljniji bili gosti koji su bili smješteni u hotelima **„Mimoza“ i „Magnolija“ (4,54)**; dok su najmanje zadovoljni ponudom bili gosti hotela hotela **„Kamelija“ (4.18),** Sve ocjene bilježe rast u odnosu na prošlu godinu, osim kod hotela **„Vizantija“** koji je prošle godine bio najbolje ocjenjen hotel, a ove godine je jedini hotel koji bilježi pad ukupne ocjena u odnosu na izabrane elemente. Najveći rast ocjene kad je riječ o izabranim elementima turističke ponude je kod hotela **„Magnolija“.**

Pojedinačno po svim izabranim elementima hotel **„Mimoza“** se može izdvojiti kao hotel koji turisti opažaju kao vodeći po ***kvalitetu ishrane* (4,49)**, ***i komforu smještaja* (4,55) *u odnosu „vrijednost za novac“* (4,51),**hotel „Magnolija“ po ***kvalitetu usluge* (4,72) i** ***ljubaznosti osoblja* (4,85),** a ovo je ujedno i najveća ocjena u anketi.

**ZADOVOLJSTVO/NEZADOVOLJSTVO TURISTA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE U**

**AUTO-KAMPOVIMA I ODMARALIŠTIMA**

Na poduzorku od 50 turista koji su boravili u auto-kampovima, anketirali smo po 25 turista u auto-kampu „Lovćen“ i 25 u auto -kampu „Bova“. Analizirali smo zadovoljstvo/nezadovoljstvo turista određenim elementima turističke ponude, koje smo izdvojili kao najznačajnije sa uporednim podacima sa prošlim godinama.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **AUTO - KAMP** | godina | **kvalitet usluge** | **ljubaznost osoblja** | **komfor smještaja** | **„vrijednost za novac“** | **Ukupno** |
| **„Lovćen“** | **2015** | **4.11** | **3.85** | **3.63** | **3.99** | **3.90** |
| 2014 | 3.70 | 3.77 | 3.95 | 3.81 | 3.80 |
| 2013 | 4.19 | 4.28 | 3.92 | 3.98 | 4.09 |
| **„Bova“** | **2015** | **4.35** | **4.63** | **4.33** | **4.49** | **4.45** |
| 2014 | 4.47 | 4.50 | 4.30 | 4.54 | 4.45 |
| 2013 | 4.53 | 4.71 | 4.37 | 4.57 | 4.54 |
| **Ukupna prosječna ocjena** | **2015** | **4.23** | **4.24** | **3.98** | **4.24** |  |
| 2014 | 4.01 | 4.10 | 4.10 | 4.20 |
| 2013 | 4.36 | 4.49 | 4.14 | 4.27 |

Turisti koji su bili smješteni u auto-kampovima su u odnosu na posmatrane elemente turističke ponude najpovoljnije procjenili ***ljubaznost osoblja*** **(4.24) i *„vrijednost za novac“* (4,24)**, a najmanje povoljno ***konfor smještaja* (3.98).** Može se zapaziti da su turisti u auto-kampu „Bova“ generalno zadovoljniji po svim izabranim elementima turističke ponude, nego turisti u auto-kampu „Lovćen“. Kod auto kampa „Lovćen“ svi izabrani elementi imaju ocjenu ispod 4, osim ***kvaliteta usluge* (4,11).**. Kao i prošle godine u procjeni pojedinih elemenata turističke ponude, turisti smješteni u auto-kampu „Bova“ su manifestovali primjetno viši stepen zadovoljstva u odnosu na svaki od posmatranih elemenata, nego turisti u auto-kampu „Lovćen“. Pad ocjene u odnosu na prošlu godinu kod auto kampa „Lovćen“ ima ***konfor smještaja,*** a kod auto kampa „Bova“ imaju kategorije***kvalitet usluge i „vrijednost za novac“.***Ocjene turista u auto-kampu „Lovćen“ kreću se u rasponu od ***3,63 (konfor smještaja)*** do ***4,11 (kvaliteta usluge),*** dok su ocjene turista u auto-kampu „Bova“ u intervalu od ***4,33 (konfor smještaja)*** do ***4,63 (ljubaznost osoblja).***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ODMARALIŠTE** | godina | **kvalitet usluge** | **ljubaznost osoblja** | **komfor smještaja** | **„vrijednost za novac“** | **Ukupno** |
| **EPS****Ukupna prosječna ocjena** | **2015** | **4.21** | **4.21** | **3.86** | **3.97** | **4.06** |
| 2014 | 3.94 | 4.16 | 3.90 | 3.86 | 3.96 |
| 2013 | 4.33 | 4.37 | 4.11 | 4.11 | 4.23 |

I turisti koji su bili smješteni u odmaralištu EP Srbija su u odnosu na prikazane elemente turističke ponude, a u odnosu na prošlu godinu, dali nešto veće ocjene ***ukupna prosječna ocjena* (4,06).** Sve izabrane ocjene bilježe rast u odnosu na prošlu godinu izuzev ***konfor smještaja*** koji ima blagi pad**.** Najpovoljnije su procjenili ***„ljubaznost osoblja“*** i ***„kvalitet usluge“*** **(4,21),** a najmanje povoljno ***konfor smještaja“* (3.86).**

**KVALITATIVNA ANALIZA**

Kao što smo ranije napomenuli u upitniku smo ostavili prostor za iznošenje dodatnih utisaka, komentara, sugestija ili primjedbi turista, čija analiza predstavlja značajan segment ove ankete. Ukupno je bilo 120 turista koji su ostavili neki komentar ili 16.0 %. Od 120 dobijena odgovora, polovina se odnosi na pohvale. Ostatak se odnosi na primjedbe, sugestije, zapažanja i komentare.

Analizom sadržaja odgovora utvrdili smo da se pohvale turista najčešće odnose na: ***ljepotu prirode, lijep i čist grad, sigurnost boravka, dobru zabavu, veliki broj fešti i koncerata, ljubaznost osoblja u pojedinim hotelima (Carrubba, Magnolija, Kamelija, Mimoza, San), dobar provod i gostoprimstvo.***

Kao ilustrativne odgovore izdvajamo:

**Hotel Kamelija:** *„Dolazim i sledeće godine“;* **Auto kamp „Lovćen*“:*** *„Zadovoljni smo gradom“****;*** *„Velika pohvala za zabavu, veliki broj fešti i koncerata. Super je u Tivtu.“;* **Hotel Anderba:** “*Prijatan boravak, ljubazni ljudi, izvaredna hrana. Vratićemo se sigurno.”****;*** *“Zdravo, mi smo Keli I Kofin iz Engleske i ovo je naš prvi odmor u Crnoj Gori. Mi smo ludo zaljubljeni u ljude i prirodu i defitivno ćemo se vratiti.”;* **Privatni smještaj (Dumidran, Gradiošnica, Radovići, Krašići…):** *“Oduvek sam voleo da sa roditeljima dođem u Tivat. Sve pohvale.”****;*** *“Dolazimo godinama kod prijatelja i imamo samo reči hvale.”***; Odmaralište EP Srbija:** *“Super se provodimo.”****;*** *“Sve je lepo.”; “Voleo bih ovom prilikom da vas pohvalim, na dobrom gostoprimstvu što samo ovaj grad može ponuditi.”;* **Hotel Magnolija:** *“Najbolje mjesto za odmor.”;* **Privatni smještaj (Lepetani, Lastva, Seljanovo):** “Po *mom mišljenju, ovaj grad je kao iz snova.”.* **Hotel San*:*** *“Divan gradić, dobar hotel i sjajno gostoprimstvo.”…*

Primjedbe koje su turisti navodili najčešće su u vezi sa: čistoćom, uređenošću i opremljenošću plaža, neljubaznošću trgovaca, preglasna muzika na skijalištu „Župa“, nedostatak javnih toaleta, saobraćajna kultura, nedostatak zabave za mlade u Krašićima. U anketi je bilo vrlo malo primjedbi za gužve u saobraćaju, odnosno primjedbe su se više odnosile na buku u saobraćaju i saobraćajnu nekulturu nego na gužvu. Od ukupnog broja komentara (120) koje su turisti ostavljali, primjedbe na čistoću plaža iznose 21%.

Izdvajamo dio primjedbi koje su turisti ostavljali u Anketi turista 2015:

**Hotel San:** *„Malo pojačati čistoću plaža. Tivat je lep.“;* **Hotel Pine:** *„Gradska plaža bi mogla biti malo bolje održavana. Više tuševa, toalet, čistije...“;* **Hotel Anderba:** *„Ovdje se osjećamo jako sigurno i lijepo. Poradite malo na čistoći plaža i mjesta.“; „Plaže nisu uredne. Trgovci uopšte, su jako neljubazni.“; “Mladi nemaju mogućnost za provod.”; “Najviše imam zamerke na nečiste plaže, ostalo je sve na zadovoljavajućem nivou. Mesto je mirno i to nam odgovara.”*; **Auto kamp „Bova“:** „*Bolja higijena i velika buka. Diskoteke su u centru grada, ovde želim da spavam.“; „Preglasna muzika na skijalištu Župa u noćnim satima.“; „Primjedba na veoma glasnu muziku na skijalištu Župa i remećenje mira u noćnim satima kada bi se trebalo spavati.“;* **Privatni smještaj ( Lepetani, Lastva, Seljanovo):** *„Buka u saobraćaju“; “Odnošenje smeća trebalo bi biti svakodnevno, jer se širi neprijatan miris okolo. Nema javnih toaleta.”; “Problem sa javnim toaletima, smećem, parkiranjem.”; “Plaže su jako neuređene.”…*

**ZAKLJUČAK:**

Na nivou cjelokupne Ankete prosječnog turistu možemo definisati kao osobu za kojeg su ***Odmor i opuštanje, Predhodni dolasci, Klimatske pogodnosti, Zabava i provod, Gostoljubivost***, bili jedni od najvažnijih posticaja za dolazak u Tivat.

Najveći broj anketiranih turista je već znalo za Tivat, slijede oni koji su do potrebnih informacija o Tivtu došli preko rodbine i prijatelja, zatim putem interneta. Takođe veliki broj anketiranih turista je informacije o Tivtu dobilo preko medija i turističkih agencija.

U odnosu na procjenu kvaliteta turističke ponude Tivta, sudeći po manifestovanom zadovoljstvu turista, možemo konstatovati da su turisti, generalno posmatrano, više nego zadovoljni svim elementima ponude. U odnosu na prošlu godinu kod skoro svih elemenata turističke ponude bilježimo rast ocjene, a ovogodišnja ukupna prosječna ocjena (4,20), približila sa do sada najboljoj godini (2013.) koja je imala ukupnu prosječnu ocjenu (4,25). Ove godine su skoro svi elementi ponude dobili vrlo dobre ocjene odnosno preko 4.

Rezultati **Ankete turista 2015.** vrlo jasno ukazuju na potencijalne slabosti i prednosti turističke ponude Tivta, pa shodno tome, u pripremi naredne turističke sezone, pri projektovanju rješenja kako bi povećali zadovoljstvo turista boravkom u Tivtu, treba uzeti u obzir rezultate ove Ankete.

**Turistička organizacija Tivat**

**Ankete turista 2015**

Direktor:

Bernarda Moškov

Realizacija i obrada podataka:

Milorad Cile Karadžić