**REZULTATI ANKETE TURISTA 2017.**

**ZA OPŠTINU TIVAT**

**I - METODOLOŠKI DIO**

**REALIZACIJA ISPITIVANJA**

Anketno ispitivanje turista na teritoriji opštine Tivat realizovano je u periodu od 05.07. - 05.09.2017. godine. Turistička organizacija Tivta je i ove godine nastavila sa projektom elektronske ankete koja omogućava anketiranje turista od strane anketara na tablet uređajima, kao i automatsko generisanje izvještaja na bazi sakupljenih podataka. Rješenje sistema anketiranja koristiti već razvijen sistem nekih gotovih online rješenja, iskonfigurisan i prilagođen potrebama anketiranja Turističke organizacije Tivat. Dizajn anketnih stranica je prilagođen dizajnu i brand-u TO Tivat sa istaknutim logom i nazivom organizacije. Lista pitanja je isprogramirana i prilagođena u elektronskom sistemu uz online pristup generisanim izvještajima automatsko obrađenih sakupljenih podataka. Sistem podržava višejezički prikaz ankete, tako da smo ove godine uradili anketu na crnogorskom, engleskom i ruskom jeziku. Za potrebe prikupljanja podataka angažovali smo tri anketara koji su putem mobilnog tablet uređaja obilazili područje cijele opštine, a dobijeni podaci su se automatski obrađivali i bili dostupni za analizu. Anketari su svoj posao obavili izuzetno profesionalno, savjesno i odgovorno. 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 ponuđenih elemenata sa mogućnošću odgovora na petostepenoj skali 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 anketa 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 2017. 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 2017. 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*.*

**METODE I TEHNIKE ISTRAŽIVANJA/OPIS INSTRUMENTA**

Istraživanje je deskriptivno, sistematsko-neeksperimentalnog tipa. Tehnika prikupljanja podataka je elektronska anketa koja omogućava anketiranje turista od strane anketara na tablet uređajima, kao i automatsko generisanje izvještaja na bazi sakupljenih podataka. Pitanja su raznorodna po sadržaju, formi i zahtjevanom načinu odgovaranja (pitanja otvorenog i zatvorenog tipa, dihotomna pitanja i pitanja višestrukog izbora, pitanja sa mogućnošću izbora jednog ili većeg broja ponuđenih odgovora), u sklopu kojih se nalazi i 29 pitanja formulisanih u obliku petostepene skale Likertovog tipa. U anketi smo ostavili i prostor za iznošenje slobodnih/spontanih utisaka, sugestija, komentara i primjedbi turista.

**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, tako da zadovoljavaju kriterijume za obradu, je 805. U odnosu na jezik ispunjavanja ankete, 439 turista ispunili su anketu na crnogorskom jeziku, 166 su anketu ispunili na ruskom i 200 na engleskom jeziku. Među turistima koji su anketu ispunili na engleskom jeziku imamo turiste koji su došli iz različitih zemalja, a konkretno se navode Njemačka, Velika Britanija, Francuska, Mađarska, Danska, Švajcarska, Turska, Italija, SAD, Rumunija, Švedska, Malta, Albanija Kanada, Južna Afrika, Australija, Palestina, Iran, Norveška, Holandija, Belgija i Slovenija. A kod turista koji su anketu ispunili na ruskom jeziku imamo goste iz Rusije i Ukrajine. Ukupan broj anketiranih turista je za 33% veći u odnosu na prošlu godinu.

**PRIKAZ UZORKA PREMA IZABRANIM KRITERIJUMIMA**

**U odnosu na jezik ispunjavana ankete:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| JEZIK | crnogorski | Ruski | engleski | ukupno turista |
| Procenat | 54.53 % | 20.62 % | 24.84 % | 100.00 % |

U uzorku su dominantni turisti koji su anketu ispunili na crnogorskom jeziku. Procentualno, iako je i dalje veći broj ispitanika koji su anketu popunili na crnogorskom jeziku, iz tabele se može primjetiti da je skoro izjednačen broj anketiranih turista na engleskom i ruskom jeziku, što zajedno čini oko 50%, što ranijih godina nije bio slučaj kada je broj anketiranih turista na crnogorskom jeziku bio oko 70%.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ukupno | **(u %)** |
| Hoteli | 142 | 32.35  |
| Privatni smještaj | 215 | 48. 97  |
| Odmarališta – EPS | 31 | 7.06  |
| Auto – kampovi | 41 | 9.34  |
| Ostalo | 10 | 2.28 |
| Ukupno turista | 439 | 100.00  |

U kategoriji turista (koji su anketu ispunili na crnogorskom jeziku) privatni smještaj je dominantna vrsta smještaja u kojem je anketirano 48.97% ukupno anketiranih turista. Zatim slijede hoteli 32.25%, auto kampovi pa odmarališta.

**ANALIZA ODGOVORA PO PITANJIMA**

**Pitanje 1 (u %)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Šta Vas je motivisalo da svoj odmor provedete u Tivtu? (Svi jezici) | 2017 | 2016 |
| 1. | Odmor i opuštanje | **83.58** | 76.23 |
| 2. | Povoljne cijene  | **15.89** | 13.60 |
| 3. | Predhodni dolasci  | **18.79** | 19.14 |
| 4. | Sprtsko rekreativne aktivnosti | **1.87** | 5.89 |
| 5. | Zabava i provod  | **16.90** | 18.71 |
| 6. | Kulturne manifestacije | **5.62** | 7.05 |
| 7. | Upoznavanje prirodnih ljepota | **5.54** | 12.14 |
| 8. | Raznolikost i kvalitet ugostiteljske ponude | **1.30** | 1.07 |
| 9. | Blizina Tivta  | **12.83** | 3.83 |
| 10. | Kvalitet smještajne ponude | **4.01** | 3.41 |
| 11. | Posjeta rodbini i prijateljima | **5.53** | 4.65 |
| 12. | Vjerski razlozi | **0.92** | 0.08 |
| 13. | Upoznavanje kulturnih znamenitosti | **1.37** | 5.39 |
| 14. | Klimatske pogodnosti | **11.04** | 22.25 |
| 15. | Vrijednost za novac | **4.37** | 6.28 |
| 16. | Kvalitet promocije Tivta | **5.08** | 4.60 |
| 17. | Imidž Tivta  | **16.79** | 16.31 |
| 18. | Prometna dostupnost | **4.30** | 3.24 |
| 19. | Osjećaj sigurnosti | **5.43** | 4.34 |
| 20. | Poslovne obaveze | **5.26** | 9.02 |
| 21. | Gostoljubivost | **11.39** | 5.23 |
| 22. | Ekološka očuvanost | **7.63** | 1.63 |
| 23. | Čistoća mjesta  | 21.80 | 2.75 |

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*** (svi jezici)*.*

***Predhodni dolasci*** su i dalje na drugom, a ***čistoća mjesta*** na trećem mjestu po motivima za odabir Tivta kao mogućnost za dolazak u Tivat.

Dalje slijede, kao i prošle godine, z***abava i provod, imidž Tivta, povoljne cijene i blizina Tivta,*** koji su jedni od važnijih posticaja za dolazak u Tivat.

**Pitanje 1 (u %)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Šta Vas je motivisalo da svoj odmor provedete u Tivtu?** | **crnogorski** | **ruski** | **engleski** |
| **2017** | 2016 | **2017** | 2016 | **2017** | 2016 |
| 1. | Odmor i opuštanje | **83.37** | 81.44 | **82.10** | 72.73 | **85.26** | 74.51 |
| 2. | Povoljne cijene | **15.20** | 18.32 | **20.37** | 11.69 | **12.11** | 10.78 |
| 3. | Predhodni dolasci | **34.20** | 33.66 | **11.11** | 12.99 | **11.05** | 10.78 |
| 4. | Sprtsko rekreativne aktivnosti | **0.95** | 4.95 | **3.09** | 3.90 | **1.58** | 8.82 |
| 5. | Zabava i provod | **20.67** | 18.56 | **3.70** | 1.30 | **26.32** | 36.27 |
| 6. | Kulturne manifestacije | **4.99** | 4.21 | **5.56** | 9.09 | **6.32** | 7.84 |
| 7. | Upoznavanje prirodnih ljepota | **7.13** | 6.44 | **3.70** | 14.29 | **5.79** | 15.69 |
| 8. | Raznolikost i kvalitet ugostiteljske ponude | **2.85** | 1.24 | **0.00** | 0.00 | **1.05** | 1.96 |
| 9. | Blizina Tivta | **17.81** | 5.94 | **11.73** | 2.60 | **8.95** | 2.94 |
| 10. | Kvalitet smještajne ponude | **7.36** | 3.71 | **3.09** | 2.60 | **1.58** | 3.92 |
| 11. | Posjeta rodbini i prijateljima | **12.11** | 8.42 | **1.85** | 2.60 | **2.63** | 2.94 |
| 12. | Vjerski razlozi | **1.19** | 0.25 | **0.00** | 0.00 | **1.58** | 0.00 |
| 13. | Upoznavanje kulturnih znamenitosti | **1.90** | 5.45 | **0.62** | 7.79 | **1.58** | 2.94 |
| 14. | Klimatske pogodnosti | **17.10** | 15.59 | **8.64** | 20.78 | **7.37** | 30.39 |
| 15. | Vrijednost za novac | **7.13** | 3.22 | **1.23** | 7.79 | **4.74** | 7.84 |
| 16. | Kvalitet promocije Tivta | **5.23** | 2.72 | **0.00** | 5.19 | **10.00** | 5.88 |
| 17. | Imidž Tivta | **8.79** | 12.13 | **17.90** | 22.08 | **23.68** | 14.71 |
| 18. | Prometna dostupnost | **0.95** | 2.23 | **2.47** | 2.60 | **9.47** | 4.90 |
| 19. | Osjećaj sigurnosti | **6.89** | 5,20 | **3.09** | 3.90 | **6.32** | 3.92 |
| 20. | Poslovne obaveze | **4.28** | 5.20 | **6.76** | 5.19 | **4.74** | 16.67 |
| 21. | Gostoljubivost | **14.25** | 6.93 | **17.28** | 7.79 | **2.63** | 0.98 |
| 22. | Ekološka očuvanost | **3.33** | 0.99 | **14.81** | 3.90 | **4.74** | 0.00 |
| 23. | Čistoća mjesta | **17.81** | 1.73 | **26.54** | 2.60 | **21.05** | 3.92 |

Posmatrano na nivou poduzoraka, ***odmor i opuštanje***su, kao i svih ranijih godina, 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 ruskih najniža.

Kod anketnog uzorka na crnogorskom jeziku, ***predhodni dolasci, zabava i provod i čistoća mjesta***, su takođe, jedni od najvažnijih razloga/motiva za dolazak u Tivat. Najveći rast ocjene u odabiru Tivta za mjeto odmora kod ovog jezika se odnosi na ***čistoću mjesta i blizina Tivta***.

Kad su ruski turisti u pitanju, pored ***odmora i opuštanja,*** najvažnije im je ***čistoća mjesta, povoljne cijene i imidž Tivta*** kao motiv za izbor našeg grada kao mjesto odmora.

A kod engleskih turista ***zabava i provod, imidž Tivta i čistoća mjesta*** su glavni motivi za dolazak u Tivat.

***Čistoća mjesta,*** na nivou engleskog poduzorka je ocjena koja je doživjela najveći rast u odnosu na prošlu godinu, dok su klimatske pogodnosti doživjele najveći pad ocjene na nivou ovog poduzorka u odnosu na prošlu godinu.

**Pitanje 2 (u %)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kako ste došli do potrebnih informacija o Tivtu?** | **Svi jezici** | **crnogorski** | **ruski** | **engleski** |
| **2017** | 2016 | **2017** | 2016 | **2017** | 2016 | **2017** | 2016 |
| 1. | Već sam znao za destinaciju | **66.14** | 48.98 | **84,97** | 67.32 | **72.89** | 48.44 | **64.50** | 31.18 |
| 2. | Putem interneta | **9.77** | 22.23 | **5,24** | 11.39 | **19.28** | 21.17 | **18.50** | 34.12 |
| 3. | Preko prijatelja i rodbine | **15.29** | 13.79 | **19,59** | 16.58 | **7.23** | 16.01 | **22.50** | 8.78 |
| 4. | Preko medija | **3.08** | 5.96 | **1.82** | 2.23 | **6.02** | 3.90 | **5.50** | 11.75 |
| 5. | Iz knjiga i vodiča | **3.08** | 9.01 | **0,91** | 2.48 | **7.83** | 10.39 | **6.00** | 14.17 |
| 6. | Preko turističke agencije | **2.23** | / | **1,14** | / | **1.81** | / | **6.50** | / |
| 7. | Purtem turističkih sajmova i berzi | **0.32** | / | **0,23** | / | **1.20** | / | **0.00** | / |
| 8. | Ostalo | **0.11** | / | **0** | / | **0.00** | / | **0.50** | / |

***Prethodno poznavanje destinacije*** najveće je na nivou svih poduzorka. Zatim slijedi informisanje ***preko prijatelja i rodbine***, dok je dolaženje do informacija o Tivtu ***preko interneta*** na trećem mjestu.

Iz tabele može da se vidi da su ocjene anketiranih koji su već ***znali za destinaciju***, na nivou svih poduzoraka veće u odnosu na predhodnu godinu, što možemo tumačiti dobrim jer nam se turisti rado vraćaju. Takođe ocjena na pitanje o dobijanju informacija o Tivtu preko rodbine i prijatelja bilježi rast u odnosu na prošlu godinu osim kod uzorka na ruskom jeziku gdje ova ocjena bilježi najveći pad.

**ZADOVOLJSTVO / NEZADOVOLJSTVO TURISTA RAZLIČITIM ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE TIVTA**

**-TABELA PROSJEČNIH OCJENA NA PITANJA O KVALITETU-**

Koliko ste zadovoljni sledećim elementima turističke ponude u Tivtu?

(veoma zadovoljan-5, zadovoljan-4, osrednje-3, nezadovoljan-2, veoma nezadovoljan-1)

**Pitanje 3**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Elementi** | **Svi jezici** | **crnogorski** | **ruski** | **engleski** |
| **2017** | 2016 | **2017** | 2016 | **2017** | 2016 | **2017** | 2016 |
| 1. | Ljepota prirode i okruženja | **4.53** | 4.60 | **4.52** | 4.52 | **4.53** | 4.64 | **4.56** | 4.64 |
| 2. | Pogodnost za provodenje porodič. odmora | **4.46** | 4.39 | **4.42** | 4.35 | **4.48** | 4.34 | **4.54** | 4.49 |
| 3. | Kvalitet usluga u smještajnom objektu | **4.38** | 4.37 | **4.32** | 4.33 | **4.44** | 4.33 | **4.45** | 4.45 |
| 4. | Ljubaznost osoblja u smještajnom objektu | **4.37** | 4.40 | **4.36** | 4.37 | **4.37** | 4.34 | **4.38** | 4.49 |
| 5. | Kvalitetom hrane u smještajnom objektu | **4.24** | 4.28 | **4.42** | 4.28 | **4.25** | 4.22 | **4.28** | 4.33 |
| 6. | Komfor smještaja | **4.29** | 4.34 | **4.27** | 4.35 | **4.34** | 4.34 | **4.29** | 4.32 |
| 7. | „Vrijednost za novac“ smještaja | **4.17** | 4.33 | **4.15** | 4.31 | **4.20** | 4.33 | **4.20** | 4.34 |
| 8. | Kvalitet hrane u restoran. van smješ. obj. | **4.16** | 4.32 | **4.16** | 4.28 | **4.18** | 4.32 | **4.16** | 4.36 |
| 9. | Bogastvo gastronomske ponude u mjestu | **4.25** | 4.26 | **4.23** | 4.24 | **4.25** | 4.21 | **4.30** | 4.32 |
| 10. | „Vrijednost za novac“ gastronom. ponude | **4.12** | 4.20 | **4.08** | 4.12 | **4.15** | 4.12 | **4.17** | 4.36 |
| 11. | Gostoljubivost lokalnog stanovništva | **4.31** | 4.40 | **4.31** | 4.40 | **4.29** | 4.34 | **4.34** | 4.46 |
| 12. | Čistoća grada | **4.32** | 4.18 | **4.34** | 4.24 | **4.27** | 4.19 | **4.33** | 4.12 |
| 13. | Čistoća, uređenost i opremljenost plaža | **4.10** | 4.00 | **4.07** | 3.96 | **4.13** | 4.04 | **4.13** | 3.99 |
| 14. | Ponuda organiz.izleta u okruženju Tivta | **4.11** | 4.12 | **4.10** | 4.09 | **4.13** | 4.19 | **4.10** | 4.08 |
| 15. | Bogastvo sportskih sadržaja | **3.83** | 4.05 | **3.76** | 4.01 | **3.95** | 4.03 | **3.88** | 4.12 |
| 16. | Bogastvo sadržaja za zabavu | **4.08** | 4.08 | **4.03** | 4.06 | **4.14** | 4.06 | **4.13** | 4.11 |
| 17. | Raznolikost kulturnih manifestacija | **4.16** | 4.17 | **4.14** | 4.21 | **4.19** | 4.14 | **4.18** | 4.16 |
| 18. | Prometna dostupnost mjesta | **4.01** | 4.13 | **3.89** | 4.07 | **4.09** | 4.23 | **4.23** | 4.10 |
| 19. | Kvalitet lokalnog prevoza  | **3.69** | 3.93 | **3.68** | 3.95 | **3.61** | 3.99 | **3.78** | 3.86 |
| 20. | Saobracaj sa ostalim mjestima | **3.70** | 3.95 | **3.66** | 3.95 | **3.64** | 4.08 | **3.82** | 3.82 |
| 21. | Prezentacija kulturne baštine | **4.14** | 4.20 | **4.14** | 4.20 | **4.14** | 4.24 | **4.13** | 4.17 |
| 22. | Mogucnost za kupovinu | **4.20** | 4.06 | **4.16** | 4.09 | **4.26** | 4.00 | **4.25** | 4.09 |
| 23. | Ocijena radnog vremena trgovine | **4.30** | 4.21 | **4.29** | 4.22 | **4.32** | 4.14 | **4.28** | 4.26 |
| 24. | Kvalitet informacija | **4.34** | 4.28 | **4.34** | 4.33 | **4.38** | 4.19 | **4.32** | 4.31 |
| 25. | Tišina i mir | **4.34** | 4.35 | **4.33** | 4.37 | **4.40** | 4.31 | **4.30** | 4.36 |
| 26. | Ekološka ocuvanost | **4.17** | 4.33 | **4.10** | 4.25 | **4.28** | 4.41 | **4.22** | 4.34 |
| 27. | „Vrijednost za novac“ ukupnog boravka | **4.16** | 4.30 | **4.16** | 4.26 | **4.18** | 4.33 | **4.16** | 4.31 |
| 28. | Ukupan boravak | **4.27** | 4.44 | **4.26** | 4.43 | **4.27** | 4.49 | **4.27** | 4.40 |
| 29. | Sigurnost | **4.30** | 4.53 | **4.28** | 4.47 | **4.34** | 4.58 | **4.31** | 4.55 |
| **UKUPNA PROSJEČNA OCJENA:** | **4.19** | 4.25 | **4.16** | 4.23 | **4.21** | 4.25 | **4.22** | 4.27 |

***Ukupna prosječna ocjena (4,19),*** posmatrajući cjelokupni uzorak, je nešto niža u odnosu na 2016. godinu (4,25) koja je bila najbolja godina po ocjeni turista od kada se radi anketa na području opštine Tivat. Na nivou poduzoraka, najviši opšti stepen zadovoljstva možemo konstatovati na poduzorku „engleskih“ turista (4,22). „Najmanje“ zadovoljni turisti su oni koji su anketu popunili na crnogorskom jeziku (4,16). Kod svih poduzoraka možemo primjetit blagi pad ukupne prosječne ocjene u odnosu na prošlu godinu. S obzirom da se ovdje i dalje radi o vrlo visokim ocjenama sa malim, gotovo neznatnim, padom u odnosu na prošlu godinu, možemo konstatovati, iz ugla rezultata ankete turista 2017., da je ovogodišnja turistička sezona prošla dobro i da su gosti više nego zadovoljni svim elementima turističke ponude Tivta.

Elementi/aspekti turističke ponude Tivta kojima su turisti na nivou cjelokupnog uzorka najzadovoljniji su: ***ljepota prirode i okruženja (4.53), pogodnost za provođenje godišnjeg odmora (4.46), kvalitet usluga u smještajnom objektu (4.38), ljubaznost usluga u smještajnom objektu (4,37), kvalitet informacija (4,34), tišina i mir (4,34).***

Elementi/aspekti turističke ponude Tivta kojima su turisti, generalno posmatrano, najmanje ili, preciznije rečeno, nešto manje zadovoljni su: ***bogatstvo sportskih sadržaja (3,83),*** ***saobracaj sa ostalim mjestima (3.70) i kvalitet lokalnog prevoza (3.69).*** Ovo su ujedno i najlošije ocjene na nivou cjelokupnog uzorka i jedine sa ocjenom ispod 4. Kad su ove ocjene u pitanju moramo primjetiti da ove ocjene na nivou cjelokupnog uzorka bilježe najveći pad ocjena u odnosu na prošlu godinu. Takođe, ovi elementi/aspekti turističke ponude Tivta na nivou svih poduzoraka (crnogorski, ruski i engleski jezik) imaju ocjenu ispod 4.

Od oko 20 % svih ocjena na nivou cjelokupnog uzorka, najveći rast u odnosu na prošlu godinu imaju: ***mogućnost za kupovinu, ocjena radnog vremena trgovina, pogodnost za provođenje porodičnog odmora i kvalitet informacija.***

Analiza različitih elemenata turističke ponude Tivta na poduzorcima pokazuje da su turisti koji su popunili anketu na svim jezicima (crnogorski, engleski i ruski) ispoljili približno isti stepen zadovoljstva u odnosu na gotovo sve posmatrane elemente. Najnižu ocjenu su dali „ruski“ gosti na element ***kvalitet lokalnog prevoza (3.61).*** Najveća ocjena je bila kod „engleskih“ turista ***ljepota prirode i okruženja (4.56).*** Ovaj element/aspekt ujedno ima i najveću ocjenu kod svih poduzoraka, a nakon njega, takođe kod svih poduzoraka slijedi ***pogodnost za provođenje porodičnog odmora.***

Kada je riječ o kvalitetu smještaja, usluge i hrane u smještajnom objektu anketirani turisti su, na nivou svih poduzoraka, dali veoma visoke ocjene. Takođe, ovo isto možemo konstatovati i na element ***čistoća grada*** gdje se ova ocjena kreće ***od 4,27 (ruski turisti) do 4,34 (crnogorski turisti).***

**ZADOVOLJSTVO / NEZADOVOLJSTVO TURISTA SMJEŠTENIH U RAZLIČITE SMJEŠTAJNE OBJEKTE TURISTIČKOM PONUDOM TIVTA**

* **anketni listić na crnogorskom jeziku –**

Na poduzorku od 439 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).

Podsjećamo na podatke prikazane u tabeli na strani 2, broj anketiranih turista *(anketni listić na crnogorskom jeziku)* koji su bili smješteni u hotelima je 142 ili 32.35% ukupno anketiranih na crnogorskom jeziku, 215 turista ili 48.97% je boravilo u privatnom smještaju, 31 gost ili 7.06% bilo je smješteno u odmarilištu EPS-a, a 41 anketirani gost ili 9.34% boravo je u auto-kampovima. U tabeli smo prikazali kako su turisti po različitim smještajnim objektima procjenili posmatrane elemente turističke ponude Tivta sa uporedbom sa prošlom godinom.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Hoteli | Privatni smještaj | Odmarališta | Auto-kampovi |
|  | **2017** | 2016 | **2017** | 2016 | **2017** | 2016 | **2017** | 2016 |
| 1.  | **4.35** | 4.43 | **4.54** | 4.62 | **4.73** | 4.32 | **4.71** | 4.43 |
| 2. | **4.19** | 4.24 | **4.46** | 4.43 | **4.40** | 4.45 | **4.74** | 4.18 |
| 3. | **4.27** | 4.22 | **4.32** | 4.43 | **4.34** | 4.15 | **4.29** | 4.24 |
| 4. | **4.18** | 4.32 | **4.45** | 4.43 | **4.37** | 4.40 | **4.37** | 4.24 |
| 5. | **4.16** | 4.14 | **4.27** | 4.40 | **4.10** | 4.56 | **4.18** | 4.15 |
| 6. | **4.15** | 4.31 | **4.38** | 4.40 | **4.03** | 4.10 | **4.11** | 4.31 |
| 7. | **4.06** | 4.32 | **4.22** | 4.34 | **4.03** | 4.42 | **4.14** | 4.11 |
| 8. | **4.13** | 4.28 | **4.22** | 4.31 | **3.76** | 4.29 | **4.06** | 4.11 |
| 9. | **4.18** | 4.28 | **4.27** | 4.25 | **3.90** | 4.17 | **4.25** | 4.17 |
| 10. | **4.07** | 4.21 | **4.11** | 4.11 | **3.86** | 3.94 | **3.91** | 4.00 |
| 11. | **4.17** | 4.37 | **4.34** | 4.46 | **4.36** | 4.26 | **4.38** | 4.31 |
| 12. | **4.19** | 4.32 | **4.36** | 4.28 | **4.46** | 3.84 | **4.40** | 4.00 |
| 13. | **3.91** | 3.99 | **4.12** | 4.00 | **4.20** | 3.60 | **4.11** | 3.83 |
| 14. | **3.98** | 4.11 | **4.12** | 4.06 | **4.07** | 4.26 | **4.17** | 4.09 |
| 15. | **3.69** | 4.04 | **3.17** | 4.01 | **3.61** | 4.00 | **3.57** | 3.97 |
| 16. | **3.96** | 4.10 | **4.10** | 4.02 | **3.73** | 4.16 | **3.74** | 4.09 |
| 17. | **4.09** | 4.27 | **4.18** | 4.19 | **3.70** | 4.39 | **4.23** | 4.03 |
| 18. | **3.79** | 4.07 | **3.86** | 4.04 | **3.90** | 4.28 | **3.81** | 4.12 |
| 19. | **3.63** | 4.04 | **3.56** | 3.88 | **3.59** | 4.14 | **3.74** | 4.00 |
| 20. | **3.58** | 4.05 | **3.48** | 3.90 | **3.90** | 4.12 | **3.61** | 3.91 |
| 21. | **4.06** | 4.19 | **4.18** | 4.21 | **4.03** | 4.28 | **4.09** | 4.09 |
| 22. | **4.08** | 4.15 | **4.19** | 4.08 | **3.93** | 3.90 | **4.08** | 4.14 |
| 23. | **4.11** | 4.22 | **4.32** | 4.23 | **4.50** | 4.15 | **4.29** | 4.18 |
| 24. | **4.24** | 4.30 | **4.34** | 4.37 | **4.48** | 4.21 | **4.39** | 4.22 |
| 25. | **4.24** | 4.34 | **4.35** | 4.45 | **4.37** | 4.28 | **4.39** | 4.00 |
| 26. | **4.06** | 4.25 | **4.15** | 4.30 | **3.89** | 4.17 | **4.03** | 4.08 |
| 27. | **4.09** | 4.30 | **4.22** | 4.27 | **4.03** | 4.33 | **4.05** | 4.03 |
| 28. | **4.16** | 4.44 | **4.31** | 4.,46 | **4.13** | 4.42 | **4.26** | 4.22 |
| 29. | **4.23** | 4.46 | **4.31** | 4.51 | **4.10** | 4.37 | **4.26** | 4.31 |
| **M** | **4.07** | 4.23 | **4.19** | 4.10 | **4.09** | 4.21 | **4.15** | 4.12 |

*M: Ukupna prosječna ocjena*

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 (4,09),** a **najviša** kod turista u **privatnom smještaju (4.19).** Na poduzorku turista koji su bili smješteni u **privatnom smještaju i auto kampovima** bilježimo rast ocjene u odnosu na prošlu godinu, dok kod **hotela i odmarališta**, ukupna prosječna ocjena bilježi pad. Takođe moramo konstatovati da su na poduzorku turista koji su bili smješteni u hotelima, sve ocjene doživjele blagi pad u odnosu na prošlu godinu.

Na poduzorku turista koji su bili smješteni u **auto-kampovima,** prosječne ocjene za pojedinačne elemente turističke ponude kreću se u rasponu od ***3.57 (bogatstvo sportskih sadržaja)*** do ***4.74 (pogodnost za provođenje porodičnog odmora).*** Na poduzorku turista koji su boravili u **hotelima** prosječne ocjene se nalaze u intervalu od ***3.58 (saobraćaj sa ostalim mjestima)*** do ***4.35 (ljepota prirode i okruženja).*** Na poduzorku turista koji su bili korisnici **privatnog smještaja** prosječne ocjene su smještene u rasponu od ***3.17 (bogatstvo sportskih sadržaja)*** do ***4.54 (ljepota prirode i okruženja).*** Na poduzorku turista u **odmaralištu EPS** prosječne ocjene su u intervalu od ***3.59 (kvalitet lokalnog prevoza)*** do ***4.73 (ljepota prirode i okruženja).*** Može se konstatovati da su turisti koji su bili smješteni u privatnom smještaju dali najnižu ocjenu ***3.17 (bogatstvo sportskih sadržaja),*** a najveću ocjenu ***4.74*** je dobila kategorija ***(pogodnost za provođenje porodičnog odmora)*** kod turista koji su bili smješteni u auto kampovima.

**ZADOVOLJSTVO/NEZADOVOLJSTVO TURISTA**

**ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE U HOTELIMA**

Na poduzorku od 142 turista *(anketni listić na crnogorskom jeziku)*koji su boravili u hotelima (prošle godine 139), 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 | % |
| „Splendido MB“ | 8 | 5.63 |
| „Villa Royal“ | 9 | 6.34 |
| „Helada“ | 10 | 7.04 |
| „Vizantija“ | 7 | 5.63 |
| „Samardžić“ | 8 | 4.93 |
| „Anderba“ | 5 | 3.52 |
| „Kamelija“ | 51 | 35.92 |
| „San“ | 7 | 4.93 |
| „Pine“ | 8 | 5.63 |
| „Palma“ | 12 | 8.45 |
| „Montenegrino“ | 9 | 6.34 |
| „Magnolija“ | 8 | 5.63 |
|  **UKUPNO** | **142** | **100.00 %** |

Slijedi prikaz kako su turisti smješteni u hotelima procjenili kvalitet određenih elemenata turističke ponude, sa uporedbom na prošlu godinu.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **HOTELI** | godina | **kvalitet usluge** | **ljubaznost osoblja** | **kvalitet hrane** | **komfor smještaja** | **„vrijednost za novac“** | **Ukupno** |
| **„Splendido“** | **2017** | **4,17** | **4,24** | **4,39** | **4,00** | **4,22** | **4,20** |
| 2016 | 4,36 | 4,55 | 4,27 | 4,40 | 4,67 | 4,45 |
| **„Villa Royal“** | **2017** | **4,27** | **3,47** | **3,80** | **4,25** | **3,75** | **3,91** |
| 2016 | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 4,13 | 4,00 | 4,03 |
| **„Helada“** | **2017** | **4,20** | **4,25** | **4,19** | **4,00** | **4,13** | **4,15** |
| 2016 | 4,14 | 4,40 | 4,50 | 4,50 | 4,50 | **4,41** |
| **„Vizantija“** | **2017** | **4,71** | **4,69** | **4,75** | **4,67** | **4,60** | **4,68** |
| 2016 | 4,17 | 4,20 | 4,17 | 4,00 | 3,80 | 4,07 |
| **„Samardžić“** | **2017** | **4,33** | **4,36** | **4,45** | **4,36** | **4,18** | **4,34** |
| 2016 | 4,41 | 4,44 | 4,43 | 4,57 | 4,47 | 4,46 |
| **„Anderba“** | **2017** | **4,27** | **4,30** | **4,30** | **4,30** | **4,25** | **4,28** |
| 2016 | 4,40 | 4,00 | 3,80 | 4,00 | 4,75 | 4,19 |
| **„Kamelija“** | **2017** | **4,05** | **4,03** | **3,92** | **3,95** | **3,83** | **3,96** |
| 2016 | 3,73 | 4,10 | 3,50 | 4,04 | 3,96 | 3,87 |
| **„San“** | **2017** | **4,50** | **4,41** | **4,28** | **4,38** | **4,26** | **4,36** |
| 2016 | 4,57 | 4,86 | 4,57 | 4,71 | 4,71 | 4,68 |
| **„Pine“** | **2017** | **4,43** | **4,52** | **4,30** | **4,45** | **4,40** | **4,42** |
| 2016 | 4,64 | 4,64 | 4,64 | 4,55 | 4,45 | 4,58 |
| **„Palma“** | **2017** | **4,44** | **4,30** | **4,50** | **4,30** | **4,40** | **4,39** |
| 2016 | / | / | / | / | / | / |
| **„Montenegrino“** | **2017** | **4,61** | **4,74** | **4,23** | **4,25** | **4,29** | **4,42** |
| 2016 | 4,44 | 4,56 | 4,44 | 4,56 | 4,67 | 4,53 |
| **„Magnolija“** | **2017** | **4,35** | **4,24** | **4,24** | **4,24** | **4,19** | **4,25** |
| 2016 | 4,50 | 4,33 | 4,50 | 4,20 | 4,17 | 4,34 |
| **Uk. pros. ocjena** | **2017** | **4,35** | **4,28** | **4,23** | **4,26** | **4,14** |  |
| 2016 | 4,29 | 4,33 | 4,22 | 4,31 | 4,36 |

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 najzadovoljniji ***kvalitetom usluge u hotelima (4.35),*** dok su najmanje zadovoljstva ispoljili spram ***„vrijednosti za novac“ (4.14).***

S obzirom na srednju prosječnu ocjenu posmatrane ponude po konkretnim hotelima, možemo konstatovati da su generalno najzadovoljniji bili gosti u hotelu „Vizantija“ (4.68); dok su najmanje zadovoljni ponudom bili gosti hotela hotela „Villa Royal“ (3.91).

Pojedinačno po svim izabranim elementima ***hotel „Vizantija“ je dobila najveće ocjene***, osim kod elementa ***ljubaznost osoblja*** gdje je hotel „Montenegrino“ bolje ocjenjen. Ako izuzmemo hotel „Vizantiju“ po svim ostalim elementima, hotel „Montenegrino“ se može izdvojiti kao hotel koji turisti opažaju kao vodeći po ***kvalitetu usluge,*** hotel „Palma“ po ***kvalitetu hrane,*** hotel „Pine“ po ***komforu smještaja,*** hotel „Kamelija“ po ***ljubaznosti osoblja,*** dok su kod elementa ***„vrijednost za novac“*** najpovoljnije procjenili gosti u hotelima „Pine“ i „Palma“.

**ZADOVOLJSTVO/NEZADOVOLJSTVO TURISTA**

**ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE U**

**AUTO-KAMPOVIMA I ODMARALIŠTIMA**

Na poduzorku od 41 gosta koji su boravili u auto-kampovima, analizirali smo zadovoljstvo/nezadovoljstvo turista određenim elementima turističke ponude, koje smo izdvojili kao najznačajnije sa uporednim podacima sa prošlom godinom.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **AUTO - KAMP** | godina | **kvalitet usluge** | **ljubaznost osoblja** | **komfor smještaja** | **„vrijednost za novac“** | **Ukupno** |
| **„Lovćen“** | **2017** | **4,14** | **4,14** | **4,06** | **4,03** | **4,09** |
| 2016 | 4,16 | 4,26 | 4,24 | 4,21 | 4,22 |
| **„Bova“** | **2017** | **4,65** | **4,80** | **4,29** | **4,43** | **4,54** |
| 2016 | 4,33 | 4,21 | 4,39 | 4,00 | 4,23 |
| **Ukupna prosj. ocjena** | **2017** | **4,40** | **4,47** | **4,18** | **4,23** | 4,32 |
| 2016 | 4,25 | 4,24 | 4,31 | 4,11 | 4,23 |

Turisti koji su bili smješteni u auto-kampovima su u odnosu na posmatrane elemente turističke ponude najpovoljnije procjenili ***„ljubaznost osoblja“*** ***(4.47),*** a najmanje povoljno ***konfor smještaja (4.18).*** Može se zapaziti da su turisti u auto-kampu „Bova“ po svim izdvojenim elementima turističke ponude, generalno zadovoljniji, nego turisti u auto-kampu „Lovćen“.. 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“. Ocjene turista u auto-kampu „Lovćen“ kreću se u rasponu od ***4.03 („vrijednost za novac“)*** do ***4.14 (kvalitet usluge, odnosno ljubaznost osoblja),*** dok su ocjene turista u auto-kampu „Bova“ u intervalu od ***4.29 (konfor smještaja)*** do ***4.80 (ljubaznost osoblja).***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ODMARALIŠTE** | godina | **kvalitet usluge** | **ljubaznost osoblja** | **komfor smještaja** | **„vrijednost za novac“** | **Ukupno** |
| **EPS****Ukupna prosj. ocjena** | **2017** | **4,34** | **4,38** | **4,03** | **4,03** | **4,17** |
| 2016 | 4,15 | 4,40 | 4,10 | 4,42 | **4,27** |

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 manju ocjenu. Samo kod ***kvaliteta usluge*** ova ocjena je veća u odnosu na prošlu godinu. Najpovoljnije su procjenili ***„ljubaznost osoblja“*** (4.38), a najmanje povoljno ***„vrijednost za novac“ i konfor smještaja*** (4.03).

**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 115 turista koji su ostavili neki komentar ili 14.29 %. Od 115 dobijena odgovora, dominiraju oni koji se po svom sadržaju jasno evidentiraju kao pohvale, oko 75 %. Ostatak se odnosi na primjedbe, sugestije, zapažanja i komentare.

Analizom sadržaja odgovora utvrdili smo da se **pohvale** turista najčešće odnose na: ***čistoću i uređenost grada i plaža, ljepotu prirode, veliki broj manifestacija gostoljubivost i ljubaznost stanovništva i sigurnost.***

Kao ilustrativne odgovore izdvajamo:

***„Čist uredjen grad s puno dešavanja“.***

***„Plaže su uređenije ove godine što je za svaku pohvalu“.***

***„Grad pun raznih manifestacija i ljubaznih ljudi“.***

***„Čist grad i plaže što nam je najbitnije. Ima bogatu ponudu dešavanja“.***

***„Mirno mjesto i prijatni ljudi. Jako lijepa priroda“.***

***„U posjeti sam rodbini na 5 dana. Nemam zamjerke. Svake godine nešto novo i ljepše nas dočeka u Tivtu“.***

***„Prvi put sam u Tivtu. Posjetio sam mnoge plaže, čiste su kao i grad u kojem je svakodnevno neko dešavanje. Ljubazni su ljudi“.***

***„Ne mjenjamo destinaciju za ljetovanje. U principu zadovoljni. Neke stvari su čak i bolje (uređenost plaža, grada.. vise dešavanja)“.***

**Primjedbe** koje su turisti navodili najčešće su u vezi sa: ***velikom gužvom i nekulturom u saobraćaju, problemi sa parkingom, nedostatak sportskih sadržaja.***

Izdvajamo dio primjedbi koje su turisti ostavljali u Anketi turista 2017:

***“Primjedbe na ogromne guzve u saobracaju bez regulisnja”.***

***“Saobracajni kolaps i buka”.***

***“Velike gužve i nekultura u saobraćaju”.***

***„Malo sportskih sadržaja“.***

***„Nemate sportskih događanja“.***

**ZAKLJUČAK:**

Na nivou cjelokupne Ankete prosječnog turistu možemo definisati kao osobu za kojeg su ***odmor i opuštanje, predhodni dolasci, čistoća mjesta, zabava i provod*** 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, knjiga i vodiča.***

U odnosu na procjenu kvaliteta turističke ponude Tivta, sudeći po manifestovanom zadovoljstvu turista, i ove godine, bez obzira na mali pad ocjena u odnosu na prošlu godinu, možemo konstatovati da su turisti, generalno posmatrano, više nego zadovoljni svim elementima ponude. To možemo definisati time da su skoro svi elementi turističke ponude dobili „vrlo dobre“ ocjene, odnosno ocjene iznad 4. Samo su elementi koji se odnose na ***saobraćaj, kvalitet lokalnog prevoza i bogatstvo sportskih sadržaja*** dobili ukupnu prosječnu ocjenu ispod 4, što se takođe može primjetiti i u kvalitativnoj analizi ove ankete gdje se većina primjedbi koje su dali turisti odnose na ove elemente turističke ponude Tivta.

Rezultati Ankete turista 2017 vrlo jasno ukazuju na potencijalne slabosti i prednosti turističke ponude Tivta, pa shodno tome, u pripremi naredne turističke sezone, treba projektovati rješenja kako bi povećali zadovoljstvo turista boravkom u Tivtu.

**Ankete turista 2017**

**Turistička organizacija Tivat**