

**TURISTIČKA ORGANIZACIJA TIVAT**

**www.tivat.travel**

**ANKETA TURISTA**

**2019**

Tivat, oktobar 2019

**REZULTATI ANKETE TURISTA 2019.**

**ZA OPŠTINU TIVAT**

**I - METODOLOŠKI DIO**

**REALIZACIJA ISPITIVANJA**

Anketno ispitivanje turista na teritoriji opštine Tivat realizovano je u periodu od 01. avgusta – 01. septembra 2019. 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 i 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 2019. 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 2019. 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 752. U odnosu na jezik ispunjavanja ankete, 466 turista ispunio je anketu na crnogorskom jeziku, 178 su anketu ispunili na engleskom jeziku i 108 na ruskom. Među turistima koji su anketu ispunili na engleskom jeziku imamo turiste koji su došli iz različitih zemalja, a konkretno se navode USA, Njemačka, Kina, Španija, Turska, Albanija, Bugarska, Izrael, Italija, Litvanija, Francuska, Velika Britanija, Belgija, Rumunija, Švajcarska, UAR, Švedska, Australija, , Mađarska.

A kod turista koji su anketu ispunili na ruskom jeziku imamo goste iz Rusije i Ukrajine. Ukupan broj anketiranih turista je na istom nivou kao i prošle godine.

**PRIKAZ UZORKA PREMA IZABRANIM KRITERIJUMIMA**

**U odnosu na jezik ispunjavana ankete:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| JEZIK | crnogorski | engleski | ruski | ukupno turista |
| Procenat | 61,97 % | 23.67 % | 14.36 % | 100.00 % |

Procentualno, kao i ranijih godina, dominantan je broj ispitanika koji su anketu popunili na crnogorskom jeziku.

**Po vrsti smještaja:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| JEZIK | MNE | **u %** | ENG | **u %** | RUS | **u %** | **ukupno** | **u %** |
| Hoteli | 163 | 21,68 | 105 | 13,96 | 64 | 8,51 | **332** | **44,15** |
| Privatni smještaj | 273 | 36,30 | 67 | 8,91 | 44 | 5,85 | **384** | **51,06** |
| Odmarališta – EPS | 4 | 0,53 | / | / | / | / | **4** | **0,53** |
| Auto – kampovi | 15 | 1,99 | 2 | 0,27 | 0 | / | **17** | **2,26** |
| Ostalo | 13 | 1,73 | 2 | 0,27 | / | / | **15** | **1,99** |
| **Ukupno turista:** | **414** | **54.91** | **228** | **30.24** | **112** | **14.85** | **754** | **100 %** |

Po vrsti smještaja najviše anketiranih turista je bilo u privatnom smještaju (51,06%), a zatim u hotelima 44,15%. Kad je jezik ispitivanja u pitanju, u kategoriji turista koji su anketu ispunili na crnogorskom jeziku privatni smještaj je dominantna vrsta smještaja u kojem je anketirano 36,30% ukupno anketiranih turista. Zatim slijede hoteli 21,68%, pa onda auto kampovi i odmarališta. Kod engleskog, odnosno ruskog jezika, najviše turista je anketiranu u hotelima (engleski 13,96%, ruski 8,51%), a zatim u privatnom smještaju (engleski 8,91%, ruski 5,85%).

## ANALIZA ODGOVORA PO PITANJIMA

**(u %)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Šta Vas je motivisalo da svoj odmor provedete u Tivtu? (Svi jezici) | | 2019 | 2018 |
| 1. | Odmor i opuštanje | **76,86** | 86.16 |
| 2. | Povoljne cijene | **8,70** | 12.94 |
| 3. | Predhodni dolasci | **32,12** | 25.08 |
| 4. | Sprtsko rekreativne aktivnosti | **5,61** | 11.54 |
| 5. | Zabava i provod | **20,90** | 24.93 |
| 6. | Kulturne manifestacije | **11,78** | 17.17 |
| 7. | Upoznavanje prirodnih ljepota | **9,54** | 17.18 |
| 8. | Raznolikost i kvalitet ugostiteljske ponude | **5,75** | 6.86 |
| 9. | Blizina Tivta | **15,29** | 22.77 |
| 10. | Kvalitet smještajne ponude | **6,03** | 8.77 |
| 11. | Posjeta rodbini i prijateljima | **4,77** | 8.84 |
| 12. | Vjerski razlozi | **1,54** | 6.35 |
| 13. | Upoznavanje kulturnih znamenitosti | **2,24** | 7.52 |
| 14. | Klimatske pogodnosti | **11,64** | 21.13 |
| 15. | Vrijednost za novac | **1,96** | 6.12 |
| 16. | Kvalitet promocije Tivta | **3,09** | 7.91 |
| 17. | Imidž Tivta | **15,71** | 24.04 |
| 18. | Prometna dostupnost | **4,21** | 9.56 |
| 19. | Osjećaj sigurnosti | **6,17** | 10.95 |
| 20. | Poslovne obaveze | **3,09** | 6.36 |
| 21. | Gostoljubivost | **16,55** | 24.96 |
| 22. | Ekološka očuvanost | **6,03** | 13.32 |
| 23. | Čistoća mjesta | 25,25 | 36.97 |

U Anketi, turisti su imali mogućnost da izaberu veliki broj odgovora sa ponuđene liste. Ukupno je dato 713 odgovora, a 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  ***zabava i provod, gostoljubivost, imidž i blizina Tivta…*** kao posticaj za dolazak u Tivat.

**(u %)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Šta Vas je motivisalo da svoj odmor provedete u Tivtu?** | | **crnogorski** | | **engleski** | | **ruski** | |
| **2019** | 2018 | **2019** | 2018 | **2019** | 2018 |
| 1. | Odmor i opuštanje | **75.85** | 85.00 | **78.31** | 85.24 | **78.70** | 88.24 |
| 2. | Povoljne cijene | **9.11** | 14.21 | **9.64** | 12.86 | **5.56** | 11.76 |
| 3. | Predhodni dolasci | **37.59** | 38.16 | **18.67** | 15.24 | **30.56** | 21.85 |
| 4. | Sprtsko rekreativne aktivnosti | **5.01** | 8.16 | **7.23** | 10.48 | **5.56** | 15.97 |
| 5. | Zabava i provod | **16.86** | 29.74 | **36.75** | 25.71 | **12.96** | 19.33 |
| 6. | Kulturne manifestacije | **10.71** | 17.63 | **12.65** | 12.86 | **14.81** | 21.01 |
| 7. | Upoznavanje prirodnih ljepota | **8.88** | 17.11 | **12.65** | 17.62 | **7.41** | 16.81 |
| 8. | Raznolikost i kvalitet ugostiteljske ponude | **7.29** | 7.89 | **4.82** | 4.29 | **0.93** | 8.40 |
| 9. | Blizina Tivta | **20.05** | 27.63 | **9.64** | 17.14 | **4.63** | 23.53 |
| 10. | Kvalitet smještajne ponude | **7.52** | 9.21 | **4.82** | 6.19 | **1.85** | 10.92 |
| 11. | Posjeta rodbini i prijateljima | **7.06** | 15.53 | **1.20** | 7.62 | **0.93** | 3.36 |
| 12. | Vjerski razlozi | **1.59** | 4.21 | **1.20** | 4.76 | **1.85** | 10.08 |
| 13. | Upoznavanje kulturnih znamenitosti | **1.37** | 5.26 | **3.61** | 11.43 | **3.70** | 5.88 |
| 14. | Klimatske pogodnosti | **8.66** | 22.37 | **18.07** | 20.00 | **13.89** | 21.01 |
| 15. | Vrijednost za novac | **2.05** | 4.21 | **0.60** | 2.38 | **3.70** | 11.76 |
| 16. | Kvalitet promocije Tivta | **4.10** | 11.32 | **2.41** | 9.05 | **0.00** | 3.36 |
| 17. | Imidž Tivta | **13.44** | 17.11 | **18.67** | 24.76 | **20.37** | 30.25 |
| 18. | Prometna dostupnost | **2.73** | 2.11 | **7.23** | 11.43 | **5.56** | 15.13 |
| 19. | Osjećaj sigurnosti | **7.52** | 12.63 | **5.42** | 7.62 | **1.85** | 12.61 |
| 20. | Poslovne obaveze | **2.96** | 7.37 | **2.41** | 6.67 | **4.63** | 5.04 |
| 21. | Gostoljubivost | **19.36** | 28.42 | **6.02** | 12.86 | **21.30** | 33.61 |
| 22. | Ekološka očuvanost | **5.01** | 8.95 | **6.63** | 10.00 | **9.26** | 21.01 |
| 23. | Čistoća mjesta | **20.96** | 30.79 | **28.92** | 38.10 | **30.04** | 42.02 |

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 ruskom jeziku*) najviša, a kod turista koji su anketu turista popunili na crnogorskom jeziku najniža.

Kod anketnog uzorka na crnogorskom jeziku, ***predhodni dolasci, čistoća mjesta***, ***blizina Tivta, gostoljubivost, zabava i provod…*** su takođe, jedni od najvažnijih razloga/motiva za dolazak u Tivat. Interesantno je da su sve ocjene kod anketnog uzorka na crnogorskom jeziku, doživjele blagi pad u odnosu na prošlu godinu, pa tako je i motiv za dolazak u Tivat vrlo raznovrstan. Najveći pad ocjene u odabiru Tivta za mjeto odmora, kod ovog jezika, se odnosi na ***klimatske pogodnosti, čistoća mjesta i odmor i opuštanje.***

Takođe, skoro sve ocjene kod anketnog uzorka na engleskom jeziku su doživjele pad u odnosu na prošlu godinu, a najveći pad motiva za dolazak u Tivat je kod poduzorka ***čistoća mjesta*** (prošle godine je ova ocjena imala najveći rast)***, upoznavanje kulturnih znamenitosti, odmor i opuštanje i gostoljubivost.*** A najveći, a ujedno i jedini rast ocjene u odnosu na prošlu godinu bilježimo kod ***prethodni dolasci, zabava i provod i raznolikost i kvalitet ugostiteljske ponude.***

I kad su ruski turisti u pitanju, sve ocjene su doživjele pad u odnosu na prošlu godinu izuzev kod elementa ***prethodni dolasci***, što je jedina ocjena sa rastom u odnosu na prošlu godinu. Najveći pad bilježe ocjene ***blizina Tivta, gostoljubivost, ekološka očuvanost, čistoća mjesta***…

Najveći pad ocjene je kod poduzorka na ruskom jeziku na pitanje koje se odnosi na ***blizina Tivta.***

**(u %)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Kako ste došli do potrebnih informacija o Tivtu?** | | **Svi jezici** | | **crnogorski** | | **engleski** | | **ruski** | |
| **2019** | 2018 | **2019** | 2018 | **2019** | 2018 | **2019** | 2018 |
| 1. | Već sam znao za destinaciju | **59.04** | 54.95 | **68.24** | 66.59 | **40.45** | 44.59 | **50.00** | 53.66 |
| 2. | Putem interneta | **22.21** | 34.99 | **10.52** | 25.06 | **46.07** | 48.20 | **33.33** | 31.71 |
| 3. | Preko prijatelja i rodbine | **18.22** | 29.27 | **19.31** | 32.95 | **11.80** | 24.77 | **24.07** | 30.08 |
| 4. | Preko medija | **2.93** | 9.49 | **3.00** | 3.94 | **3.93** | 13.96 | **0.93** | 10.57 |
| 5. | Iz knjiga i vodiča | **1.99** | 4.59 | **1.29** | 0.23 | **5.06** | 9.46 | **0.00** | 4.07 |
| 6. | Preko turističke agencije | **0.80** | 4.29 | **0.64** | 2.32 | **1.69** | 8.11 | **0.00** | 2.44 |
| 7. | Purtem turističkih sajmova i berzi | **0.00** | 4.60 | **0.00** | 4.41 | **0.00** | 4.50 | **0.00** | 4.88 |
| 8. | Ostalo | **0.40** | 0.61 | **0.21** | 0.93 | **1.12** | 0.90 | **0.00** | 0 |

***Prethodno poznavanje destinacije*** na nivou svih poduzorka, bilježi rast ocjene u odnosu na prošlu godinu, a najveći pad ocjene kod pitanja kako anketirani turisti dolaze do informacija o Tivtu je ***putem interneta*** i ***preko rodbine i prijatelja.*** Ove dvije ocjene su i prošle godine bile na drugom odnosno na trećem mjestu.

**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)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Elementi** | | **Svi jezici** | | **crnogorski** | | **engleski** | | **ruski** | |
| **2019** | 2018 | **2019** | 2018 | **2019** | 2018 | **2019** | 2018 |
| 1. | Ljepota prirode i okruženja | **4.67** | 4.70 | **4.62** | 4.66 | **4.74** | 4.72 | **4.77** | 4.73 |
| 2. | Pogodnost za provodenje porodič. odmora | **4.63** | 4.50 | **4.58** | 4.52 | **4.71** | 4.47 | **4.70** | 4.50 |
| 3. | Kvalitet usluga u smještajnom objektu | **4.56** | 4.42 | **4.53** | 4.45 | **4.61** | 4.41 | **4.59** | 4.39 |
| 4. | Ljubaznost osoblja u smještajnom objektu | **4.54** | 4.51 | **4.53** | 4.56 | **4.65** | 4.45 | **4.45** | 4.51 |
| 5. | Kvalitetom hrane u smještajnom objektu | **4.39** | 4.36 | **4.38** | 4.39 | **4.39** | 4.31 | **4.40** | 4.39 |
| 6. | Komfor smještaja | **4.36** | 4.30 | **4.38** | 4.38 | **4.42** | 4.26 | **4.25** | 4.27 |
| 7. | „Vrijednost za novac“ smještaja | **4.26** | 4.17 | **4.24** | 4.22 | **4.45** | 4.09 | **4.12** | 4.21 |
| 8. | Kvalitet hrane u restoran. van smješ. obj. | **4.26** | 4.21 | **4.25** | 4.21 | **4.38** | 4.20 | **4.16** | 4.21 |
| 9. | Bogastvo gastronomske ponude u mjestu | **4.24** | 4.20 | **4.25** | 4.19 | **4.30** | 4.16 | **4.09** | 4.26 |
| 10. | „Vrijednost za novac“ gastronom. ponude | **4.16** | 4.11 | **4.17** | 4.08 | **4.12** | 4.12 | **4.19** | 4.13 |
| 11. | Gostoljubivost lokalnog stanovništva | **4.37** | 4.40 | **4.40** | 4.43 | **4.40** | 4.35 | **4.26** | 4.43 |
| 12. | Čistoća grada | **4.36** | 4.35 | **4.41** | 4.34 | **4.30** | 4.31 | **4.26** | 4.40 |
| 13. | Čistoća, uređenost i opremljenost plaža | **4.20** | 4.14 | **4.22** | 4.06 | **4.15** | 4.12 | **4.23** | 4.23 |
| 14. | Ponuda organiz.izleta u okruženju Tivta | **4.18** | 4.11 | **4.12** | 4.10 | **4.27** | 4.13 | **4.25** | 4.10 |
| 15. | Bogastvo sportskih sadržaja | **4.11** | 3.98 | **4.05** | 3.87 | **4.24** | 3.91 | **4.19** | 4.16 |
| 16. | Bogastvo sadržaja za zabavu | **4.19** | 4.03 | **4.18** | 3.96 | **4.25** | 3.96 | **4.16** | 4.17 |
| 17. | Raznolikost kulturnih manifestacija | **4.20** | 4.10 | **4.20** | 4.14 | **4.23** | 4.09 | **4.18** | 4.06 |
| 18. | Prometna dostupnost mjesta | **4.15** | 4.13 | **4.11** | 4.00 | **4.24** | 4.10 | **4.18** | 4.29 |
| 19. | Kvalitet lokalnog prevoza | **3.85** | 3.78 | **3.79** | 3.70 | **4.01** | 3.79 | **3.86** | 3.84 |
| 20. | Saobracaj sa ostalim mjestima | **3.84** | 3.87 | **3.75** | 3.81 | **3.93** | 3.82 | **4.01** | 3.97 |
| 21. | Prezentacija kulturne baštine | **4.13** | 4.13 | **4.07** | 4.18 | **4.25** | 4.13 | **4.17** | 4.09 |
| 22. | Mogucnost za kupovinu | **4.19** | 4.12 | **4.19** | 4.09 | **4.25** | 4.04 | **4.14** | 4.22 |
| 23. | Ocijena radnog vremena trgovine | **4.21** | 4.24 | **4.21** | 4.21 | **4.28** | 4.19 | **4.14** | 4.32 |
| 24. | Kvalitet informacija | **4.26** | 4.30 | **4.26** | 4.31 | **4.32** | 4.30 | **4.17** | 4.28 |
| 25. | Tišina i mir | **4.37** | 4.39 | **4.34** | 4.37 | **4.44** | 4.43 | **4.39** | 4.37 |
| 26. | Ekološka ocuvanost | **4.26** | 4.30 | **4.21** | 4.15 | **4.35** | 4.35 | **4.32** | 4.39 |
| 27. | „Vrijednost za novac“ ukupnog boravka | **4.29** | 4.23 | **4.23** | 4.20 | **4.45** | 4.26 | **4.31** | 4.23 |
| 28. | Ukupan boravak | **4.48** | 4.45 | **4.43** | 4.43 | **4.57** | 4.44 | **4.54** | 4.47 |
| 29. | Sigurnost | **4.59** | 4.57 | **4.53** | 4.53 | **4.70** | 4.62 | **4.63** | 4.57 |
| **UKUPNA PROSJEČNA OCJENA:** | | **4.29** | 4.25 | **4.26** | 4.23 | **4.36** | 4.23 | **4.28** | 4.28 |

***Ukupna prosječna ocjena (4,29),*** posmatrajući cjelokupni uzorak, je najveća ocjena, 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 ***(4,36)***, što je takođe jedna od najvećih ocijena pojedinačno na nivou jezika na kojima se anketa radila***.*** Ukupna prosječna ocjena kod anketiranih turista na crnogorskom je (4,26), a na ruskom jeziku iznosi (***4,28).*** Kod svih poduzoraka primjećujemo rast ukupne prosječne ocjene u odnosu na prošlu 2018. godinu. Najveći rast je kod engleskih turista. Iz ugla rezultata ankete turista 2019. možemo konstatovati, da je ovogodišnja turistička sezona prošla odlično i da su gosti više nego zadovoljni većinom elemenata turističke ponude Tivta.

Elementi/aspekti turističke ponude Tivta kojima su turisti na nivou cjelokupnog uzorka najzadovoljniji su: ***ljepota prirode i okruženja (4.67), pogodnost za provođenje porodičnog odmora (4,63), sigurnost (4,59), kvalitet usluga u smještajnom objektu (4,56), ljubaznost osoblja u smještajnom objektu (4,54). N***ajveći rast u odnosu na prošlu godinu, na nivou svih poduzoraka, imaju ocjene: ***bogatstvo sadržaja za zabavu, kvalitet usluga u smještajnom objektu, pogodnost za provođenje porodičnog odmora i bogatstvo sportskih sadržaja.***

Elementi/aspekti turističke ponude Tivta kojima su turisti, generalno posmatrano, najmanje ili, preciznije rečeno, nešto manje zadovoljni su kao i ranijih godina: ***saobracaj sa ostalim mjestima (3,84) i kvalitet lokalnog prevoza (3,85),*** 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 su na crnogorskom jeziku samo ove ocjene ispod 4, a kod engleskog jezika ***saobracaj sa ostalim mjestima (3,93)*** je jedina ocjenjena kategorija ispod 4, a kod ruskog jezika to je ***kvalitet lokalnog prevoza (3,86)***.

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. Najveća ocjena ove godine je bila kod „ruskih“ turista ***ljepota prirode i okruženja (4.77).*** Ovaj element/aspekt ujedno ima i najveću ocjenu kod svih poduzoraka, a nakon njega je ***pogodnost za provođenje porodičnog odmora***, kod anketiranih turista na crnogorskom ***(4,58),*** engleskom ***(4,71)*** i ruskom jeziku (4,70)*.*

Kada je riječ o kvalitetu smještaja, usluge i hrane u smještajnom objektu anketirani turisti su, na nivou svih poduzoraka, dali veoma visoke ocjene, a najveća je na nivou poduzorka na engleskom jeziku ***ljubaznost osoblja u smještajnom objektu (4,65).***

Elementi ***čistoća grada*** i ***čistoća, uređenost i opremljenost plaža,*** koji su takođe jedan od važnih faktora, ako ne i najvažniji, su i ove godine dobili veoma visoke ocjene ***(preko 4***) na nivou svih poduzoraka. S tim u vezi, a i visokim ocjenama koje su dali anketirani turisti po svim kategorijama, možemo konstatovati da je Tivat s razlogom zaslužio epitet grada sa najboljim uslovima za provođenje godišnjeg odmora.

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

* **anketni listić na crnogorskom jeziku –**

Na poduzorku od 404 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 163 ili 21.68% ukupno anketiranih na crnogorskom jeziku, 273 turista ili 36.30% je boravilo u privatnom smještaju, 4 gosta ili 0.53% bilo je smješteno u odmarilištu EPS-a, a 15 anketiranih gostiju ili 1.99% 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 | |
|  | **2019** | 2018 | **2019** | 2018 | **2019** | 2018 | **2019** | 2018 |
| 1. | **4.67** | 4.63 | **4.58** | 4.69 | **5.00** | 5.00 | **4.40** | 4.65 |
| 2. | **4.67** | 4.54 | **4.50** | 4.51 | **5.00** | 5.00 | **4.33** | 4.32 |
| 3. | **4.64** | 4.45 | **4.44** | 4.45 | **4.00** | 5.00 | **4.53** | 4.26 |
| 4. | **4.55** | 4.56 | **4.48** | 4.52 | **4.00** | 4.86 | **4.71** | 4.74 |
| 5. | **4.41** | 4.44 | **4.34** | 4.34 | **4.00** | 4.67 | **4.25** | 4.29 |
| 6. | **4.43** | 4.35 | **4.34** | 4.43 | **4.00** | 4.00 | **4.00** | 4.22 |
| 7. | **4.31** | 4.25 | **4.17** | 4.20 | **4.00** | 4.29 | **4.00** | 4.12 |
| 8. | **4.33** | 4.19 | **4.18** | 4.25 | **4.00** | 4.14 | **4.08** | 4.12 |
| 9. | **4.35** | 4.15 | **4.15** | 4.21 | **4.00** | 4.43 | **4.50** | 4.32 |
| 10. | **4.21** | 4.01 | **4.10** | 4.12 | **4.00** | 4.43 | **4.33** | 4.11 |
| 11. | **4.37** | 4.27 | **4.39** | 4.52 | **4.00** | 4.86 | **4.47** | 4.75 |
| 12. | **4.34** | 4.15 | **4.47** | 4.52 | **3.00** | 4.57 | **4.27** | 4.32 |
| 13. | **4.27** | 3.87 | **4.15** | 4.25 | **2.00** | 4.29 | **4.53** | 4.11 |
| 14. | **4.15** | 4.01 | **4.10** | 4.16 | **3.00** | 4.43 | **4.07** | 4.28 |
| 15. | **4.12** | 3.83 | **3.99** | 3.90 | **3.00** | 4.43 | **4.07** | 4.06 |
| 16. | **4.28** | 4.00 | **4.10** | 3.91 | **3.00** | 4.29 | **4.13** | 4.16 |
| 17. | **4.28** | 4.07 | **4.14** | 4.19 | **3.00** | 4.29 | **4.20** | 4.26 |
| 18. | **4.15** | 3.96 | **4.06** | 4.04 | **5.00** | 4.29 | **4.33** | 3.89 |
| 19. | **3.80** | 3.73 | **3.78** | 3.66 | **4.00** | 4.67 | **3.80** | 3.50 |
| 20. | **3.80** | 3.80 | **3.68** | 3.75 | **4.00** | 4.86 | **4.13** | 4.11 |
| 21. | **4.06** | 4.08 | **4.04** | 4.19 | **4.00** | 4.86 | **4.00** | 4.58 |
| 22. | **4.16** | 4.03 | **4.18** | 4.13 | **3.00** | 4.86 | **4.27** | 4.29 |
| 23. | **4.30** | 4.12 | **4.11** | 4.31 | **4.00** | 4.43 | **4.13** | 4.22 |
| 24. | **4.25** | 4.33 | **4.24** | 4.31 | **4.00** | 4.57 | **4.33** | 4.37 |
| 25. | **4.39** | 4.35 | **4.29** | 4.39 | **3.00** | 4.43 | **4.47** | 4.47 |
| 26. | **4.26** | 4.15 | **4.17** | 4.18 | **3.00** | 4.14 | **4.20** | 4.05 |
| 27. | **4.25** | 4.25 | **4.18** | 4.16 | **4.00** | 4.86 | **4.27** | 4.11 |
| 28. | **4.50** | 4.47 | **4.35** | 4.40 | **4.00** | 4.86 | **4.53** | 4.53 |
| 29. | **4.63** | 4.56 | **4.44** | 4.55 | **4.00** | 4.75 | **4.60** | 4.79 |
| **M** | **4.31** | 4.19 | **4.21** | 4.25 | **3.76** | 4.57 | **4.27** | 4.28 |

*M: Ukupna prosječna ocjena*

Iz tabele vidimo da su turisti koji su bili smješteni u hotelima, generalno posmatrano, povoljnije procjenili turističku ponudu Tivta od turista smještenih u ostalim vidovima smještaja, pri čemu je opšta prosječna ocjena turističke ponude **najniža** kod turista koji su bili smješteni u **odmaralištu (3,76).**

Na poduzorku turista koji su bili smješteni u **auto-kampovima,** prosječne ocjene za pojedinačne elemente turističke ponude kreću se u rasponu od ***3.80 (kvalitet lokalnog prevoza)*** do ***4.71 (ljubaznost osoblja u smještajnom objektu).*** Na poduzorku turista koji su boravili u **hotelima** prosječne ocjene se nalaze u intervalu od ***3.80 (kvalitet lokalnog prevoza i saobraćaj sa ostalim mjestima)*** do ***4.67 (ljepota prirode i okruženja i pogodnost za provođenje porodičnog odmora).*** Na poduzorku turista koji su bili korisnici **privatnog smještaja** prosječne ocjene su smještene u rasponu od ***3.68 (saobraćaj sa ostalim mjestima)*** do ***4.58 (ljepota prirode i okruženja).*** Na poduzorku turista u **odmaralištu EPS** prosječne ocjene su u intervalu od ***2.00 (čistoća grada)*** do ***5.00 ljepota prirode i okruženja i pogodnost za provodenje porodičičnog odmora.***

**ZADOVOLJSTVO/NEZADOVOLJSTVO TURISTA**

**ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE U HOTELIMA**

Na poduzorku od 319 turista *(anketni listić na svim jezicima)*koji su boravili u hotelima, 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“).

Slijedi prikaz kako su turisti smješteni u hotelima procjenili kvalitet određenih elemenata turističke ponude, sa uporedbom na prošlu godinu. Iz prikazane tabele smo izuzeli hotele („Magnolija“ i „Regent PM“) koje, zbog malog broja ispitanih gostiju (ispod 5 anketiranih), 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** | | **kvalitet usluge** | **ljubaznost osoblja** | **kvalitet hrane** | **komfor smještaja** | **„vrijednost za novac“** | **Ukupno** |
| Splendido | **2019** | **4.42** | **4.50** | **4.31** | **4.40** | **4.63** | **4,45** |
| 2018 | 4.17 | 4.33 | 4.33 | 4.00 | 4.17 | 4.20 |
| Villa Royal | **2019** | **4.38** | **4.43** | **4.00** | **4.33** | **4.67** | **4.36** |
| 2018 | 4.16 | 4.34 | 4.26 | 4.13 | 4.11 | 4.20 |
| Helada | **2019** | **4.55** | **4.43** | **4.71** | **4.83** | **4.60** | **4.62** |
| 2018 | 3.94 | 4.31 | 4.25 | 4.13 | 4.13 | 4.15 |
| Vizantija | **2019** | **4.37** | **4.63** | **4.46** | **4.65** | **4.40** | **4.50** |
| 2018 | 4.68 | 4.70 | 4.58 | 4.69 | 4.36 | 4.60 |
| Samardžić | **2019** | **4.50** | **4.60** | **4.15** | **4.32** | **4.20** | **4.35** |
| 2018 | 4.53 | 4.47 | 4.53 | 4.58 | 4.22 | 4.47 |
| Anderba | **2019** | **4.65** | **4.70** | **4.61** | **4.74** | **4.26** | **4.59** |
| 2018 | 4.40 | 4.70 | 4.80 | 4.70 | 4.40 | 4.60 |
| Carruba | **2019** | **4.66** | **4.39** | **4.29** | **4.23** | **4.12** | **4.34** |
| 2018 | 4.59 | 4.74 | 4.29 | 4.39 | 4.09 | 4.42 |
| Kamelija | **2019** | **4.75** | **4.54** | **4.34** | **4.21** | **4.25** | **4.42** |
| 2018 | 4.42 | 4.56 | 4.33 | 4.23 | 4.20 | 4.35 |
| San | **2019** | **4.87** | **4.54** | **4.35** | **4.29** | **4.31** | **4.47** |
| 2018 | 4.50 | 4.63 | 4.38 | 4.35 | 4.35 | 4.44 |
| Pine | **2019** | **/** | **/** | **/** | **/** | **/** | **/** |
| 2018 | 4.29 | 4.29 | 4.18 | 4.24 | 4.12 | 4.22 |
| Palma | **2019** | **/** | **/** | **/** | **/** | **/** | **/** |
| 2018 | 3.92 | 4.08 | 4.00 | 3.82 | 4.10 | 3.98 |
| Montenegrino | **2019** | **4.61** | **4.53** | **4.35** | **4.36** | **4.50** | **4.47** |
| 2018 | 4.41 | 4.76 | 4.41 | 4.35 | 3.94 | 4.37 |
| Magnolija | **2019** | **5.00** | **5.00** | **5.00** | **5.00** | **5.00** | **5.00** |
| 2018 | **/** | **/** | **/** | **/** | **/** | **/** |
| Franca | **2019** | **4.50** | **4.48** | **4.27** | **4.35** | **4.24** | **4.37** |
| 2018 | 4.77 | 4.61 | 4.87 | 4.60 | 4.53 | 4.68 |
| Regent PM | **2019** | **5.00** | **5.00** | **5.00** | **5.00** | **5.00** | **5.00** |
| 2018 | **/** | **/** | **/** | **/** | **/** | **/** |
| **Ukupna srednja ocjena** | **2019** | **4.64** | **4.60** | **4.45** | **4.52** | **4.48** |  |
| 2018 | 4.37 | 4.50 | 4.40 | 4.32 | 4.21 |

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 (sve ocjene su preko 4), pri čemu su najzadovoljniji ***kvalitetom usluge (4.64),*** dok su najmanje zadovoljstva ispoljili spram ***kvalitet hrane (4.45).*** Primjećujemo da je ***ukupna srednja ocjena,*** kod svih posmatranih elemenata, veća u odnosu na prošlu godinu, što nam jasno pokazuje ocjenu o kvalitetu ponude tivatskih hotela koji su iskazali gosti kroz ovu anketu.

S obzirom na srednju prosječnu ocjenu posmatrane ponude po konkretnim hotelima, možemo konstatovati da su generalno najzadovoljniji, bili gosti u **hotelu „Helada“** ***(4.62);*** dok su najmanje zadovoljni ponudom bili gosti hotela **hotela „Carruba“ *(4.34).***Iz navedene tabele se može primjetiti da sve ocjene u hotelu Magnolija i hotelu Regent PM iznose 5, ali obzirom da su u navedenim hotelima anketirane ukupno dvije, odnosno jedna osoba, iste nismo uzeli u analizi ovog dijela ankete.

Pojedinačno po elementima, **hotel „San“** je dobilo najveću ocjenu kod kategorija:***kvalitet usluge (4.87),* hotel „Anderba“**je dobio najveću ocjenu kod kategorije ***„ljubaznost osoblja“*** ***(4.70),*** **hotel „Helada“** kod ***kvalitet hrane (4.71) i „konfor smještaja“ (4.83).*** A gosti hotela ***„Villa Royal“*** su bili najzadovoljniji ***kod kategorije „vrijednosti za novac“ (4,67).***

**ZADOVOLJSTVO/NEZADOVOLJSTVO TURISTA**

**ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE U**

**AUTO-KAMPOVIMA I ODMARALIŠTIMA**

Na poduzorku od 15 gostiju koji su boravili u auto-kampovima (svi jezici), analizirali smo zadovoljstvo/nezadovoljstvo turista određenim elementima turističke ponude, koje smo izdvojili kao najznačajnije.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **AUTO - KAMP** |  | **kvalitet usluge** | **ljubaznost osoblja** | **komfor smještaja** | **„vrijednost za novac“** |
| **„Lovćen“ i „Bova“** | **2019** | **4.53** | **4.71** | **4.00** | **4.50** |
| 2018 | 4.32 | 4.77 | 4.20 | 4.16 |

Turisti koji su bili smješteni u auto-kampovima su u odnosu na posmatrane elemente turističke ponude najpovoljnije procjenili ***„ljubaznost osoblja“*** ***(4.71),*** a najmanje povoljno ***„konfor smještaja“. (4.00).***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ODMARALIŠTE** |  | **kvalitet usluge** | **ljubaznost osoblja** | **komfor smještaja** | **„vrijednost za novac“** |
| **EPS** | **2019** | **4.50** | **4.50** | **4.50** | **4.00** |
| 2018 | 5.00 | 4.75 | 4.00 | 4.13 |

Turisti koji su bili smješteni u odmaralištu EP Srbija su u odnosu na prikazane elemente turističke ponude najmanje su bili zadovolji kod kategorije ***„vrijednost za novac“ (4.00),*** dok su kod svih ostalih posmatranih elemenatadobili istu prosječnu ocjenu (***4.50).***

**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 51 anketiran turista koji je ostavio neki komentar ili 7,26%. Od dobijenih odgovora, dominiraju oni koji se po svom sadržaju jasno evidentiraju kao pohvale. 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, ljubaznost u smještajnom objektu, gostoljubivost i ljubaznost stanovništva i sigurnost.***

**PRIMJEDBE** koje su turisti navodili najčešće su u vezi sa: ***velikom gužvom i nekulturom u saobraćaju.***

Kao ilustrativne odgovore izdvajamo:

***Mne***

* *Promet neuređen. Največi problem motoristi, ponajviše skuteri. Voze između obije trake i potencialno ugrožavaju vozače koji su na svojoj traci. Godinama dolazim i još nisam primetio da ih milicija zaustavlja. Kao pješaka pogotovo na Pinama i gdje je dosta ljudi ugrožavaju električni skiroji koji voze jako brzo i voze izmecđu pješaka. Donja Lastva je zaboravljena uređenjem. Kanalizacija je neuređena, igralište jedino je pohvalna, nova asfaltna presvlaka. Carubi je očito sve dozvoljeno. Nebi me cudilo, da posječu i rogač. Več preko njega stavljaju rasvjetu? Največi je problem Tivta cestovni put Lepetane-kružni tok.*
* *Sve je super*
* *Jako čisto mesto*
* *Čist grad kao i plaze*
* *Ljubazno osoblje, pristojne cjene*
* *Jako ljubazno osoblje*
* *Sve je savrseno, dolazimo svaog leta u Tivat jedino guzve u saobracaju smetaju*
* *Ljudi su jako ljubazni, mjesto je cisto*
* *Manjak sportskih sadrzaja*
* *Losa organizacija i losi uslovi na aerodromu*
* *Prvi put u Tivtu. Cist grad, ljubazno osoblje hotela. Takodje, ljubazno stanovnistvo*
* *Previsoke cjene na primorju*
* *Jako ugodna klima ali previsoke cjene*
* *Bolje opremiti plaze za sezonu. Jako visoke cjene*
* *Sve je super osim velikih guzvi u saobracaju*
* *Odgovarajuca klima, ljubazno stanovnistvo ali preveliki haos u saobracaju svakodnevno*
* *Mirno mjesto. Ciste plaze kao i grad.*
* *Ugodno provodimo odmor u jako lijepom hotelu i gradu*
* *Nekultura u saobracaju. Guzve u saobracaju*
* *Guzve u saobracaju su nepodnosljive*
* *Sve pohvale*
* *Zadovoljni smo kvalitetom u smjestenom objektu*
* *Zadovoljni*
* *Saobracaj Budva Tivat veoma los*
* *Dolazimo i sledece godine Boze zdravlja*
* *Sve je bilo I vise nego super*
* *Malo vise kulturnih desavanja*
* *Prvi put u Tivtu. Čist miran grad. Ljudi su ljubazni. Plaze nisu bas uredjene*
* *Ne zadovoljni lokalnim prevozom*
* *Ljubazni ljudi sto je za svaku pohvalu. Plaze sredjenije nego prosle godine*
* *Prevelike guzve u saobracaju. Poraditi na tome*
* *Jako lijepo i mirno mjesto. Problemi u saobracaju*
* *Previsoke cjene*
* *Ne zadovoljni smo nekulturom u saobracaju*
* *Ljubazno i veoma gostoprimljivo rukovodstvo hotela "Kamelija" (Mirkovic Slobodan i Bucin Dragan) i ostalo*
* *Cist grad, najveci problem haos u saobracaju*
* *Prevelika guzva u saobracaju*

***Eng***

* *Tivat je naljepši grad u Crnoj Gori*
* *Sve je dobro i zadovoljna sam preljepom prirodom I divnim ljudima.*
* *Veoma smo zadovoljni našim boravkom u Tivtu. Lijepa zemlja i divni ljudi*

***Rus***

* *Zadovoljni smo*
* *Dobra klima*
* *Nije ekoloska drzava*

**ZAKLJUČAK:**

Na osnovu rezultata cjelokupne Ankete turista 2019. prosječnog turistu možemo definisati kao osobu za kojeg su ***odmor i opuštanje, predhodni dolasci, čistoća mjesta, zabava i provod, gostoljubivost, imidž Tivta…*** 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 ***putem interneta, zatim*** ***rodbine i prijatelja.***

U odnosu na procjenu kvaliteta turističke ponude Tivta, sudeći po manifestovanom zadovoljstvu turista, ove godine 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 kvalitet lokalnog prevoza, saobracaj sa ostalim mjestima dobili ukupnu prosječnu ocjenu ispod 4, uz konstataciju da sve ove ocjene bilježe rast ocjena u odnosu na prošlu godinu tako da i ovo pokazuje o uspješnosti ovogodišnje turističke sezone.

Rezultati Ankete turista 2019 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 2019**

**Turistička organizacija Tivat**