

REZULTATI ANKETE TURISTA 2014. ZA OPŠTINU TIVAT

I - METODOLOŠKI DIO

REALIZACIJA ISPITIVANJA

Anketno ispitivanje turista na teritoriji opštine Tivat realizovano je u periodu od 01.07.2014. godine do 01.09.2014. godine. Projektovano je zadavanje ankete na uzorku od **2.720** 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. 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 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 2014. 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 2014. 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, tako da zadovoljavaju kriterijume za obradu, je 1865. U odnosu na jezik ispunjavanja ankete, 1205 turista ispunili su anketu na crnogorskom jeziku, 341 su anketu ispunili na ruskom i 319 na engleskom jeziku. Među turistima koji su anketu ispunili na engleskom jeziku imamo turiste koji su došli iz različitih zemalja. Ukupan broj anketiranih turista je za 14.4 % veći u odnosu na prošlu godinu.

PRIKAZ UZORKA PREMA IZABRANIM KRITERIJUMIMA

U odnosu na jezik ispunjavanja ankete:

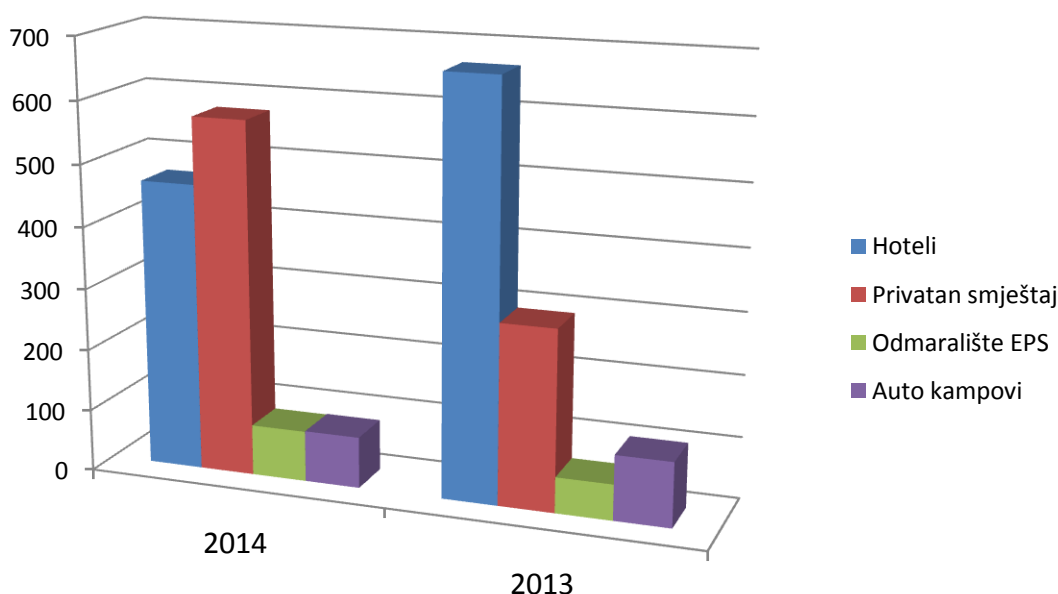
JEZIK	crnogorski	Ruski	engleski	ukupno turista
Procenat	64.61 %	17.10 %	18.29 %	100.00 %

U uzorku su dominantni turisti koji su anketu ispunili na crnogorskom jeziku, kojih ima 7.4 % više u odnosu na prošlu godinu, 80.2 % više turista je anketu popunilo na engleskom jeziku, a 3.0 % više turista koji su popunili anketu na ruskom jeziku.

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

	ukupno	(u %)
Hoteli	466	38.67
Privatni smještaj	574	47.63
Odmarališta – EPS	82	6.81
Auto – kampovi	83	6.89
Ukupno turista	1.205	100.00

U kategoriji turista (koji su anketu ispunili na crnogorskom jeziku) privatni smještaj je dominantna vrsta smještaja u kojem je anketirano 47.63% ukupno anketiranih turista. U odnosu na prošlu godinu u **privatnom smještaju** je anketirano 14 % manje turista, u **hotelima** 37 % više, u **auto kampovima** 27 % manje, a u **odmaralištima** 29 % više.



ANALIZA ODGOVORA PO PITANJIMA

Pitanje 1

(u %)

Šta Vas je motivisalo da svoj odmor provedete u Tivtu? (Svi jezici)		2014	2013
1.	Odmor i opuštanje	24.11	34.76
2.	Povoljne cijene	7.94	6.59
3.	Predhodni dolasci	11.56	10.18
4.	Sprtsko rekreativne aktivnosti	2.74	1.47
5.	Zabava i provod	4.87	4.30
6.	Kulturne manifestacije	2.86	1.49
7.	Upoznavanje prirodnih ljepota	3.71	4.39
8.	Raznolikost i kvalitet ugostiteljske ponude	1.70	0.67
9.	Blizina Tivta	3.65	2.03
10.	Kvalitet smještajne ponude	2.01	2.87
11.	Posjeta rodbini i prijateljima	2.18	4.29
12.	Vjerski razlozi	0.95	0.92
13.	Upoznavanje kulturnih znamenitosti	1.78	2.67
14.	Klimatske pogodnosti	5.09	4.51
15.	Vrijednost za novac	2.20	2.40
16.	Kvalitet promocije Tivta	1.07	1.19
17.	Imidž Tivta	3.30	1.32
18.	Prometna dostupnost	2.66	1.38
19.	Osjećaj sigurnosti	3.30	2.01
20.	Poslovne obaveze	0.84	1.05
21.	Gostoljubivost	4.89	3.38
22.	Ekološka očuvanost	3.49	3.75
23.	Čistoća mjesta	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**. Međutim, kao nikada do sada, odgovor na ovu mogućnost je doživila pad od oko 10 %.

Predhodni dolasci i cijene su i dalje na drugom odnosno trećem mjestu po motivima za odabir Tivta kao mogućnost za dolazak u Tivat.

Klimatske pogodnosti, gostoljubivost, zabava i provod, upoznavanje prirodnih ljepota i blizina Tivta su jedni od važnijih posticaja za dolazak u Tivat, a **Imidž Tivta** je kategorija koja ima najveći rast ocjene u odnosu na prošlu godinu.

Pitanje 1

(u %)

Šta Vas je motivisalo da svoj odmor provedete u Tivtu?		crnogorski		ruski		engleski	
		2014	2013	2014	2013	2014	2013
1.	Odmor i opuštanje	24.52	38.70	14.93	22.02	32.88	43.56
2.	Povoljne cijene	7.57	7.44	6.63	4.67	9.63	7.67
3.	Predhodni dolasci	13.23	16.67	6.82	4.67	14.63	9.20
4.	Sportsko rekreativne aktivnosti	1.82	0.74	2.90	2.45	3.50	1.23
5.	Zabava i provod	5.14	5.83	3.47	1.56	6.00	5.52
6.	Kulturne manifestacije	2.76	1.43	2.70	2.11	3.13	0.92
7.	Upoznavanje prirodnih ljepota	3.07	2.64	6.56	7.45	1.50	3.07
8.	Raznolikost i kvalitet ugostiteljske ponude	1.49	0.55	2.12	1.45	1.50	0.00
9.	Blizina Tivta	4.03	2.36	4.18	1.89	2.75	1.84
10.	Kvalitet smještajne ponude	2.21	2.59	2.57	2.34	1.25	3.68
11.	Posjeta rodbini i prijateljima	2.43	5.27	2.12	4.23	2.00	3.37
12.	Vjerski razlozi	0.80	0.74	1.54	1.11	0.50	0.92
13.	Upoznavanje kulturnih znamenitosti	2.02	1.48	2.70	3.78	0.63	2.76
14.	Klimatske pogodnosti	4.92	1.99	7.59	8.79	2.75	2.76
15.	Vrijednost za novac	1.68	0.79	3.80	4.56	1.13	1.84
16.	Kvalitet promocije Tivta	1.38	0.55	0.32	0.56	1.50	2.45
17.	Imidž Tivta	4.00	1.06	2.51	1.67	3.38	1.23
18.	Prometna dostupnost	1.60	0.65	4.76	2.89	1.63	0.61
19.	Osjećaj sigurnosti	3.40	1.76	4.38	3.67	2.13	0.61
20.	Poslovne obaveze	0.86	0.92	0.77	1.00	0.88	1.23
21.	Gostoljubivost	5.66	3.24	6.37	5.67	2.63	1.23
22.	Ekološka očuvanost	2.21	1.07	6.50	7.12	1.75	3.07
23.	Čistoća mjesta	3.20	1.53	3.73	4.34	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 ruskih najniža. Takođe još jednom moramo konstatovati da je kod svih odgovora ovaj izbor doživio najveći pad.

Kad su ruski i engleski turisti u pitanju **predhodni dolasci i povoljne cijene** su i ove godine doživjele rast ocjene kada su u pitanju motivi za dolazak u Tivat. Takođe **sportsko rekreativne aktivnosti i Imidž Tivta** na nivou engleskog poduzorka su ocjene koje su doživjele značajan rast u odnosu na prošlu godinu. Kod ruskih turista kao razlog/motiv za dolazak u Tivat se ističu i **gostoljubivost i ekološka očuvanost**.



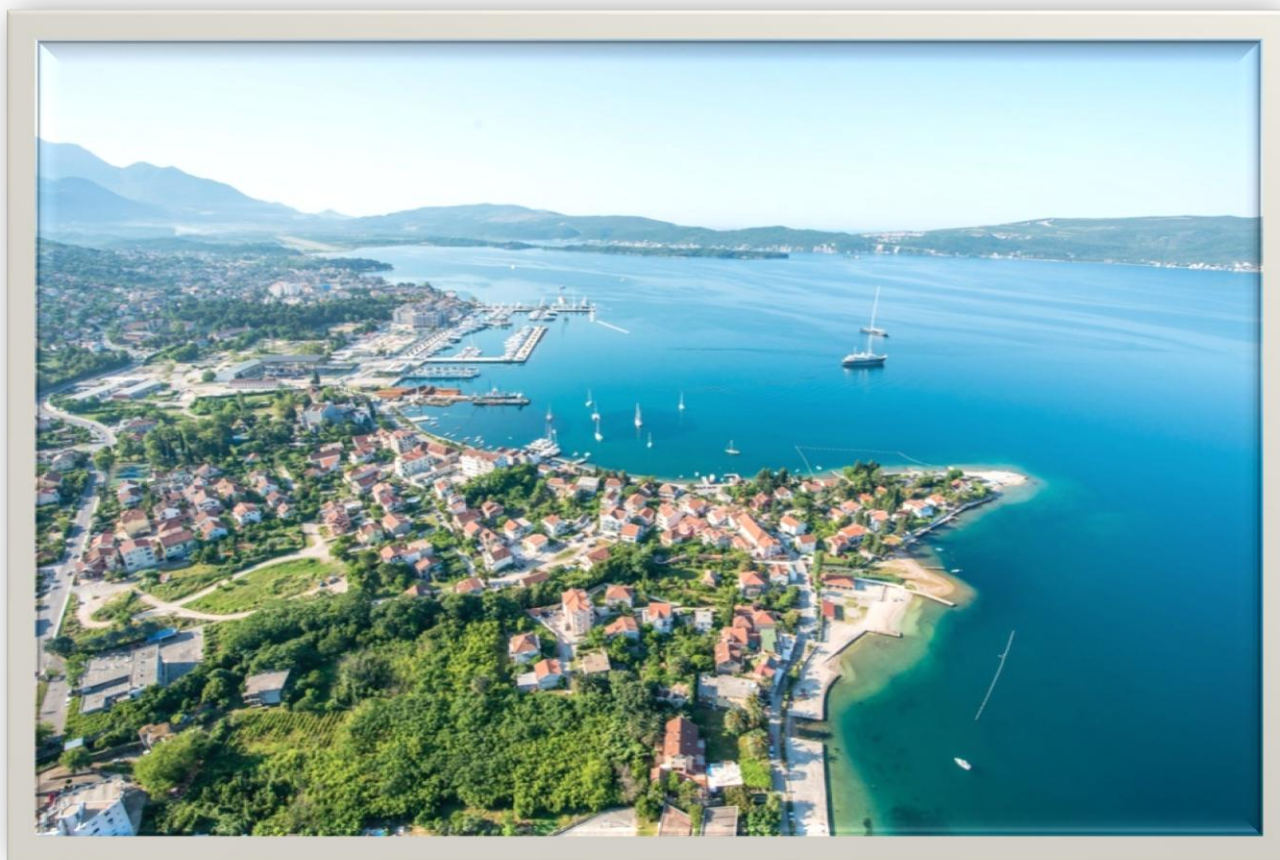
Pitanje 2

(u %)

Kako ste došli do potrebnih informacija o Tivtu?		Svi jezici		crnogorski		ruski		engleski	
		2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013
1.	Već sam znao za destinaciju	46.5	54.5	53.8	70.1	34.3	38.9	51.4	54.6
2.	Putem interneta	15.0	23.7	11.6	8.7	20.4	35.2	12.9	27.3
3.	Preko prijatelja i rodbine	22.2	17.3	23.5	19.9	21.9	21.7	21.1	10.3
4.	Preko medija	5.2	0.5	4.1	0.5	5.5	0.3	6.1	0.6
5.	Iz knjiga i vodiča	3.7	4.0	2.0	0.9	6.0	3.9	3.2	7.3
6.	Preko turističke agencije	6.2		4.1		9.8		4.6	
7.	Putem turističkih sajмова i berzi	1.0		0.5		1.7		0.7	
8.	Ostalo	0.3		0.4		0.4		0.0	

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 što ove dvije kategorije razlikuje od odgovora koje su dobili prošle godine, odnosno došlo je do pada saznanja putem interneta, a porasta saznanja o destinaciji koju su dobili putem prijatelja i rodbine što smatramo jako dobrim. Takođe veliki broj anketiranih turista je informacije o Tivtu dobilo preko turističkih agencija i medija.

Prethodno poznavanje destinacije najveće je i na nivou svih poduzorka. Zatim slijedi informisanje preko prijatelja i rodbine, dok je dolaženje do informacija o Tivtu preko interneta na trećem mjestu po učestalosti i znatno manje zastupljeno kao izvor informacija kod poduzorka „crnogorski“ i „engleski“. Kod ruskih turista dobijanje informacija preko turističke agencije ima značajnu ulogu, kao i iz knjiga i vodiča.



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

Na osnovu **ukupne prosječne ocjene (3,92)**, posmatrajući cjelokupni uzorak, možemo zaključiti da su turisti uglavnom zadovoljni turističkom ponudom Tivta, iako ova ukupna prosječna ocjena bilježi pad u odnosu na prošlu godinu. Na nivou poduzoraka, najviši opšti stepen zadovoljstva možemo konstatovati na poduzorku „engleskih“ i turista koji su anketu popunili na crnogorskom jeziku (**4,06**), dok su „najmanje“ zadovoljni turisti koji su anketu popunili na ruskom jeziku (**3,64**).

Takođe iz navedene tabele možemo zaključiti da su, posmatrajući cjelokupni uzorak, kao i kod poduzoraka „engleski“ i „ruski“ sve ocjene doživjele blagi pad, osim kod poduzorka „crnogorski“ gdje neke ocjene bilježe rast u odnosu na prošlu godinu.

Elementi/aspekti turističke ponude Tivta kojima su turisti na nivou cjelokupnog uzorka najzadovoljniji su: *ljepota prirode i okruženja (4.32)*, *sigurnost (4.28)*, *ukupan boravak (4.22)*, *ljubaznost osoblja u smještajnom objektu (4.21)*.

Elementi/aspekti turističke ponude Tivta kojima su turisti, generalno posmatrano, najmanje zadovoljni su: *čistoća, uređenost i opremljenost plaža (3.39)*, *čistoća grada (3.55)*, *bogastvo sportskih sadržaja (3.61)*, *ponuda organizovanih izleta u okruženju Tivta (3.64)*.

Iz rezultata Ankete turista može se vidjeti da je kategorija **čistoća, uređenost i opremljenost plaža** kod svih poduzoraka (crnogorski, ruski, engleski) dobila najnižu ocjenu, a ovo je ujedno i kategorija koja kod svih poduzoraka bilježi najveći pad ocjene u odnosu na prošlu godinu.

Analiza različitih elemenata turističke ponude Tivta na poduzorcima pokazuje da su turisti koji su popunili anketu na engleskom i crnogorskom jeziku ispoljili veći stepen zadovoljstva u odnosu na sve posmatrane elemente, dok su turisti (anketa na ruskom jeziku) u procjeni svih navedenih elemenata davali nešto niže ocjene od ostalih. Prosječne ocjene za pojedinačne elemente turističke ponude se na cjelokupnom uzorku nalaze u intervalu od **3.55 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)** do **4.32 (ljepota prirode i okruženja)**, poduzorku turista (anketa na crnogorskom jeziku) od **3.49 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)** do **4.38 (Sigurnost)**, na poduzorku ruskih turista kreću se u intervalu od **3.14 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)** do **4.12 (ljepota prirode i okruženja)**, dok su na "engleskom" poduzorku smještene u intervalu od **3.55 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)** do **4.52 (ljepota prirode i okruženja)**.

Najveći rast ocjena u odnosu na prošlu godinu bilježe ocjene kod poduzorka na crnogorskom jeziku, a to su: **bogastvo sportskih sadržaja i sigurnost**.

Interesantno je da su ruski turisti iskazali veliki stepen nezadovoljstva kod kategorije **kvalitet lokalnog prevoza i saobraćaj sa ostalim mjestima**, pa su tako značajno umanjile ocjenu na cjelokupnom uzorku iako su se anketirani turisti na poduzorcima „crnogorski“ i „engleski“ jezik veoma pozitivno izjasnili o ovim kategorijama.



**ZADOVOLJSTVO / NEZADOVOLJSTVO TURISTA SMJEŠTENIH U RAZLIČITE
SMJEŠTAJNE OBJEKTE TURISTIČKOM PONUDOM TIVTA**
- anketni listić na crnogorskom jeziku -

Na poduzorku od 1.205 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 466 ili 38.67% ukupno anketiranih na crnogorskom jeziku, 574 turista ili 47.63% je boravilo u privatnom smještaju, 82 turista ili 6.81% bilo je smješteno u odmarilištu EPS-a, 83 gosta ili 6.89% boravilo je u auto-kampovima. U tabeli smo prikazali kako su turisti po različitim smještajnim objektima procijenili posmatrane elemente turističke ponude Tivta sa uporedbom sa prošlom godinom.

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

M: Ukupna prosječna ocjena

Iz tabele vidimo da su turisti koji su bili smješteni u hotelima i privatnom smještaju, generalno posmatrano, povoljnije procijenili 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 (3,72)**, a **najviša** kod turista u **privatnom smještaju (4.14)**. Jedino na poduzorku turista koji su bili smješteni u **privatnom smještaju** bilježimo rast ocjene u odnosu na prošlu godinu, dok kod ostalih poduzoraka, ukupna prosječna ocjena bilježi pad. Takođe moramo konstatovati da je na poduzorku turista koji su bili smješteni u odmaralištima, 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 **3.60 (raznolikost kulturnih manifestacija)** do **4.36 (sigurnost)**. Na poduzorku turista koji su boravili u **hotelima** prosječne ocjene se nalaze u intervalu od **3.44 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)** do **4.41 (ljepota prirode i okruženja, odnosno sigurnost)**. Na poduzorku turista koji su bili korisnici **privatnog smještaja** prosječne ocjene su smještene u rasponu od **3.55 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)** do **4.44 (ljepota prirode i okruženja)**. Na poduzorku turista u **odmaralištu EPS** prosječne ocjene su u intervalu od **3.07 (čistoća, uređenost i opremljenost plaža)** do **4.16 (ljubaznost osoblja u smještajnom objektu)**. Može se konstatovati da su turisti u svim vrstama smještaja, izuzev auto – kampova, najmanje zadovoljni **čistoćom, uređenosti i opremljenosti plaža**, pri čemu su kod turista koji su boravili u odmaralištu dali najnižu ocjenu za ovu kategoriju.



ZADOVOLJSTVO/NEZADOVOLJSTVO TURISTA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE U HOTELIMA

Na poduzorku od 466 turista (*anketni listić na crnogorskom jeziku*) koji su boravili u hotelima (prošle godine 292 ili 37.3 % manje), za sve posmatrane hotele, izvršili smo analizu zadovoljstva/nezadovoljstva u odnosu na pet izabranih elemenata turističke ponude, koje smo procijenili 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 sljedeći:

HOTELI	Ukupno anketiranih	%
„San“	7	1.50
„Kamelija“	116	24.89
„Mimoza“	117	25.11
„Primavera“	10	2.15
„Magnolija“	15	3.22
„Palma“	112	24.03
„Aurora“	10	2.15
„Splendido MB“	2	0.43
„Villa Royal“	5	1.07
„Vizantija“	20	4.29
„Anderba“	31	6.65
„Samardžić“	21	4.51
UKUPNO	466	100.00 %

Slijedi prikaz kako su turisti smješteni u hotelima procijenili kvalitet određenih elemenata turističke ponude, sa uporedbom na prošlu godinu. 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“	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“	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
„Primavera“	2014	4.30	4.30	4.20	4.00	3.19	4.00
	2013						
„Magnolija“	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“	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“	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“	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
„Samardžić“	2014	4.14	4.48	4.43	4.29	3.95	4.26
	2013	4.42	4.77	4.66	4.43	4.07	4.47
Uk. pros. ocjena	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 najzadovoljniji **ljubaznošću osoblja u hotelima (4.37)**, dok su najmanje zadovoljstva ispoljili spram **„vrijednosti za novac“ (3.93)**.

S obzirom na srednju prosječnu ocjenu posmatrane ponude po konkretnim hotelima, možemo konstatovati da su generalno najzadovoljniji bili gosti u hotelu „Vizantija“ (4.61); dok su najmanje zadovoljni ponudom bili gosti hotela „Kamelija“ (4.01), ali ova ocjena bilježi mali rast u odnosu na prošlu godinu. Najveći rast ocjene kad je riječ o izabranim elementima turističke ponude je kod hotela „Anderba“.

Pojedinačno po svim izabranim elementima hotel „Vizantija“ je dobila najveće ocjene, Ako izuzmemo ovaj hotel, hotel „Magnolija“ se može izdvojiti kao hotel koji turisti opažaju kao vodeći po **kvalitetu usluge i komforu smještaja**, hotel „Kamelija“ po **ljubaznosti osoblja**, hotel „Samardžić“ po **kvalitetu ishrane**, dok su **„vrijednost za novac“** najpovoljnije procijenili gosti u hotelu „Anderba“.



ZADOVOLJSTVO/NEZADOVOLJSTVO TURISTA ELEMENTIMA TURISTIČKE PONUDE U AUTO-KAMPOVIMA I ODMARALIŠTIMA

Na poduzorku od 83 turista koji su boravili u auto-kampovima, od kojih je 47 ili 56.6% bilo smješteno u auto-kampu „Lovćen“, a 36 ili 43.4% u auto-kampu „Bova“, 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“	2014	3.70	3.77	3.95	3.81	3.80
	2013	4.19	4.28	3.92	3.98	4.09
„Bova“	2014	4.47	4.50	4.30	4.54	4.45
	2013	4.53	4.71	4.37	4.57	4.54
Ukupna prosj. ocjena	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 „*vrijednost za novac*“ (4.20), a najmanje povoljno *kvalitet usluge* (4.01). Može se zapaziti da su turisti u auto-kampu „Bova“ generalno zadovoljniji, nego turisti u auto-kampu „Lovćen“. U oba auto kampa bilježimo pad izdvojenih elemenata turističke ponude. 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 **3.70 (*kvalitet usluge*)** do **3.95 (*konfor smještaja*)**, dok su ocjene turista u auto-kampu „Bova“ u intervalu od **4.01 (*kvalitet usluge*)** do **4.20 (*vrijednost za novac*)**.

ODMARALIŠTE	godina	kvalitet usluge	ljubaznost osoblja	komfor smještaja	„vrijednost za novac“	Ukupno
EPS	2014	3.94	4.16	3.90	3.86	3.96
Ukupna prosj. ocjena	2013	4.33	4.37	4.11	4.11	

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 manju ocjenu. Najpovoljnije su procjenili „*ljubaznost osoblja*“ (4.16), a najmanje povoljno „*vrijednost za novac*“ (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 292 turista koji su ostavili neki komentar ili 16.2 %. Od 292 dobijena odgovora, dominiraju oni koji se po svom sadržaju jasno evidentiraju kao pohvale, oko 40 %. Ostatak se odnosi na primjedbe, sugestije, zapažanja i komentare.

Analizom sadržaja odgovora utvrdili smo da se pohvale turista najčešće odnose na: ***gostoljubivost i ljubaznost u smještajnom objektu i lokalnog stanovništva, osjećaj sigurnosti, ljepotu prirode, ljepotu okruženja, pogodnost za odmor, ljubaznost osoblja u hotelima i kvalitet hrane (najviše u hotelu Kamelija).***

Kao ilustrativne odgovore izdvajamo:

“Dolazim godinama i volim vaš grad” (privatni smještaj Lastva - Seljanovo);

“Decenijama posjećujemo ovo mesto i jako smo zadovoljni. Pogodnost za provođenje odmora je savršena” (privatni smještaj Dumidran – Gradionica);

“Velike pohvale za smještaj” (privatni smještaj Lepetani);

“Mirno primorsko mjesto. Lijepa zabava, dobri ljudi” (privatni smještaj Lastva - Seljanovo);

“Svaka čast na organizaciji kulturnih manifestacija. I sledeće godine dolazim u Tivat” (privatni smještaj Lastva - Seljanovo);

“Lijep miran grad sa mnogo ljepote. Modernizujte se još malo” (anketni listić na engleskom jeziku)

“Predivno mjesto, malo više zabave za djecu ili dobra živa muzika bi takođe bila odlična opcija” (Radovići, anketni listić na engleskom jeziku)

“Pohvale za osoblje restorana i hranu u hotelu Kamelija” (hotel Kamelija)

Primjedbe koje su turisti navodili najčešće su u vezi sa: ***čistoćom, uređenošću i opremljenošću plaža, nedostatak mjesta za „noćni život“ i zabave za mlade, nedostatak sadržaja za djecu kao i kvalitetom smještaja u hotelu Kamelija.*** Moramo primjetiti da su ove godine turisti vrlo malo davali primjedbe na organizaciju saobraćaja. Ovo je bilo izraženo samo kod turista smještenih u Krašićima i par primjedbi u Lepetanima na učestalost prevoza. Od ukupnog broja komentara (292) koje su turisti ostavljali, primjedbe na čistoću plaža iznose 32 %. Na čistoću plaža najviše su se žalili anketirani turisti koji su bili smješteni u Krašićima, Seljanovu i Donjoj Lastvi.

Izdvajamo dio primjedbi koje su turisti ostavljali u Anketi turista 2014:

„Očekivali smo više u svakom smislu. Cene su visoke, grad nesređen. Plaže nisu čiste” (privatni smještaj Krašići);

„Kritike za nečiste plaže. Gostoprimstvo je nešto što bih izdvojila kao najpozitivnije” (privatni smještaj Krašići);

“Bolja organizacija u saobraćaju bi bila jako poželjna. Takođe uređenost plaža nije na zavidnom nivou” (privatni smještaj Krašići);

“Nema zabavnih sadržaja, pogotovo za nas mlade. Noćni život je jako loš”. (privatni smještaj Radovići);

„Red vožnje Lepetani – Tivat, da se produži vreme bar do 24h i da se uvede relacija Kotor – Tivat kroz tunel” (privatni smještaj Lepetani);

“Plaže su neuređene, prljave, do nekih je teško doći zbog nepristupačnog terena” (privatni smještaj Krašići);

“Plaže da budu čistije, previše zauzete plaže ležaljka koje su preskupe za korišćenje. Puno smeća” (auto – kamp Opatovo);

“Izvođenje građevinskih radova u sezoni i u vreme odmora (primedba)” (odmaralište EP Srbija);

“Betonske plaže su u lošem stanju, a nedostaju i javni toaleti u blizini plaža” (odmaralište EP Srbija);

„Sobe su poprilično tesne. Materijal, pokućstvo, davno potrošeno“ (hotel Kamelija).

ZAKLJUČAK:

Na nivou cjelokupne Ankete prosječnog turistu možemo definisati kao osobu za kojeg su **gostoljubivost, zabava i provod, upoznavanje prirodnih ljepota i blizina 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 preko rodbine i prijatelja, zatim putem interneta. Takođe veliki broj anketiranih turista je informacije o Tivtu dobilo preko turističkih agencija i medija.

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 svi elementi turističke ponude dobili dobre do vrlo dobre ocjene, kao i činjenicom da je prošle godine ukupna prosječna ocjena doživjela veliki rast u odnosu na 2012. godinu (sa 3.88 na 4.25). Ovdje ne smijemo zanemariti činjenicu koja takođe govori o uspješnosti ove sezone, posmatrajući kroz analizu Ankete turista 2014, a to je da je broj anketiranih turista u hotelima i privatnom smještaju 86 % ukupno anketiranih turista. Ukupna prosječna ocjena u hotelima je 4.07, a u privatnom smještaju 4.14 što je više nego zadovoljavajuće.

Rezultati Ankete turista 2014 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.

Turistička organizacija Tivat

Ankete turista 2014

Milorad Cile Karadžić