



Austrijsko-Crnogorsko partnerstvo za Bjelasicu i Komove
Austrian-Montenegrin Partnership for Bjelasica&Komovi

Istraživanje o zadovoljstvu turističkom ponudom medju posjetiocima regiona Bjelasica i Komovi



CEED

Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj
Omladinskih brigada 1, 81000 Podgorica
e-mail: cfepg@cg.yu, web-site: www.visit-ceed.org

Novembar 2005

SADRŽAJ:

UVODNE NAPOMENE	2
O REGIONU BJELASICA I KOMOVI	3
CILJ ISTRAŽIVANJA	6
UZORAK I METODOLOGIJA	7
DEMOGRAFSKI PODACI ISPITANIKA	9
OSNOVNI MOTIVI DOLASKA	11
OCJENA KVALITETA LJETNJEG ODMORA	16
LJETNJI ODMOR U REGIONU BJELASICE I KOMOVA	23
HIPOTEZE ZASNOVANE NA NALAZIMA ISTRAŽIVANJA	27
REZIME	32
ZAKLJUČCI	36

1. UVODNE NAPOMENE

Istraživanje o zadovoljstvu turističkom ponudom posjetilaca regiona Bjelasice i Komova nastalo je kao rezultat inicijative Kancelarije Austrijsko-Crnogorskog partnerstva za Bjelasicu i Komove. Sa ciljem poboljšanja turističke ponude, ova Kancelarija je pokrenula istraživanje o motivima dolaska turista u sjeverni region Crne Gore, kao i njihovoj percepciji postojeće ponude i očekivanja kada su u pitanju budući dolasci. Prvo istraživanje realizovano je tokom zimske sezone 2004/2005, a logičan nastavak bilo je novo prikupljanje podataka tokom ljetnjih mjeseci, kada ovaj predio svojom ljepotom i prijatnom klimom, takođe privlači domaće i inostrane turiste. Putem sprovedenog istraživanja dolazi se do informacija o kvalitativnim aspektima potražnje domaćih i stranih gostiju, koji su potrebni za sagledavanje profila i očekivanja turista.

Istraživanja o zadovoljstvu turističkom ponudom u regionu Bjelasice i Komova, u zimskom i u ljetnjem periodu, realizovana su uz zajedničke napore Centra za preduzetništvo i ekonomski razvoj i Kancelarije Austrijsko-Crnogorskog partnerstva za Bjelasicu i Komove.

Za prikupljanje podataka angažovano je 6 anketara čiji rad su koordinirale Andrijana Kumburović i Gorica Bojić. Samim tim, u realizaciji sprovedenog istraživanja učestvovalo je ukupno 10 ljudi. Za analizu podataka, zaključke i preporuke bio je zadužen tim analitičara Centra za preduzetništvo i ekonomski razvoj. U pripremi ovog izvještaja, učestvovali su: Slavica Nikolić, Andrijana Kumburović, Slavica Gajić i Jelena Mišurović.

Zahvalnost dugujemo kolegama iz Kancelarije Austrijsko-Crnogorskog partnerstva, Karmen Mentil i Gorici Bojić koji su odgovarali na naša pitanja i davali konstruktivne predloge vezano za sadržinu upitnika. Zahvaljujemo se i gospodinu Manfredu Kojanu koji je svojim sugestijama pomogao da upitnik dobije konačnu formu.

Posebnu zahvalnost dugujemo turistima/posjetiocima regiona Bjelasice i Komova koji su odvojili vrijeme da odgovore na pitanja iz upitnika. Time su nam omogućili da prikupimo potrebne informacije i obradimo ih u ovom izvještaju.

Dragana Radević
Programski direktor

2. O REGIONU BJELASICA I KOMOVI

Sjeverni dio Crne Gore oduvijek je svojim prirodnim ljepotama privlačio pažnju posjetilaca. Čist vazduh, umjerene temperature i tokom ljetnjeg perioda, domaći specijaliteti od mlijeka i mesa, kao i u gostoprimstvo lokalnog stanovništva djeluju primamljivo. Značajan turistički potencijal Crne Gore predstavlja region Bjelasice i Komova koji obuhvata pet opština i svaku od njih vrijedi posjetiti. Posebnu pažnju posjetilaca u ovom regionu privlači Nacionalni park "Biogradska gora".

Slika 1: Mapa Crne Gore (lijevo), mapa regiona obuhvaćenog projektom (desno)



Nacionalni park "Biogradska gora", smješten u sjeveroistočnom dijelu Crne Gore, između rijeka Tare i Lima, u središnjem dijelu planine Bjelasica. Pejzaž Biogradske gore ispresijecan je brzim potocima, zelenim livadama i bistrim jezerima u kojim se ogledaju stogodišnje šume. Ono što Biogradsku Goru čini jedinstvenom je prašuma Biogradska gora. U samom središtu prašume "unjedrilo" se Biogradsko jezero koje je najveće i najpoznatije ledničko jezero na području Nacionalnog parka. Izuzetno bogate šume Biogradske gore čini više od pedeset vrsta drveća i ujedno predstavljaju stanište brojnih rijetkih vrsta visoke divljači.

Opština **Andrijevica** se nalazi u sjeveroistočnom dijelu Crne Gore na prostoru od 342 km², okružena planinama Komovima, Bjelasicom i Prokletijama. U centru grada živi oko 1000 stanovnika (od ukupno 5782), dok je preostali dio smješten u seoskom području. Privredni razvoj ove opštine bazira se na ugostiteljstvu, kao i trgovinskoj i zanatskoj djelatnosti. Od postojećih preduzeća najbrojnija su mala preduzeća iz oblasti trgovine i ugostiteljstva.

Najznačajniji potencijal ove opštine predstavlja razvoj planinskog turizma. Kada je u pitanju turistički kapacitet opštine, izdvaja se hotel "Komovi" koji raspolaže sa 90 kreveta, ali je zatvoren zbog renoviranja



koje se planira u narednom periodu.



Na desnoj obali rijeke Tare, između planina Bjelasice i Sinjajevine, smješten je **Mojkovac**. Mojkovac se nalazi u blizini starog rudarskog naselja Brskovo koji je jedan od najstarijih naselja na našim prostorima. Privredni subjekti opštine skoncentrisani su u oblasti drvne industrije u primarnoj i finalnoj preradi, metaloprerađi, kao i proizvodnji kožne i tekstilne konfekcije. Najzastupljeniji oblik turizma je seoski, a kako je Tara u blizini veoma je aktuelno splavarenje.

U oblasti privatnog preduzetništva je oko 200 registrovanih preduzeća i samostalnih radnji. Razvoj ove opštine bazira se na proizvodnji zdrave hrane, drvoprerađi, metaloprerađi i razvoju turizma.

Opština **Kolašin** smještena je između tokova rijeka Morače i Tare, na nadmorskoj visini od 945m. Zahvaljujući povoljnom geografskom položaju, Kolašin predstavlja veoma značajan turističko-tranzitni centar Crne Gore. Na površini od 897km² živi oko 9.950 stanovnika, pri čemu skoro polovina živi u prigradskim naseljima. Privredni razvoj ove opštine temelji se na prirodnim resursima, tako da se kao najrazvijenije privredne sjelatnosti izdvajaju turizam, drvoprerađi i metaloprerađi. Posljednjih godina na značaju sve više dobijaju privatna preduzeća iz oblasti trgovine.



Nedavno je završeno renoviranje hotela „Bjelasica“, koji je naslijedio hotel „Bjanka“. Hotel Bjanka raspolaže sa 117 soba i 12 apartmana, od kojih samo „predsjednički“ ima 170 m². Između ostalog u hotelu postoji:

zatvoreni bazen, teretana, fitnes i beauty centar, kao i najsavremenija kardiovaskularna oprema.

Za gurmane, ali i one koji to nijesu, na raspolaganju su dva restorana – nacionalni i internacionalni. Sem toga, na značaju sve više dobija i ponuda u privatnom smještaju. Primjeri za sve bolji kvalitet ponude u privatnom sektoru su „Vila Jelka“ koja ima u svojoj ponudi 33 ležaja i restoran od 50 mjesta, „Čile“ sa kapacitetom od 25 ležaja, „Garni“ sa 20 ležaja, itd.



Kolašin je prepoznatljiv i po kanjonu rijeke Tare, jednom od najvećih i najdubljih kanjonskih dolina u svijetu dugom 80 km i visinom preko 1300m. Tara je prepoznatljiva po splavarenju, a u skorije vrijeme i raftingu gumenim čamcima. Rafting rijekom Tarom predstavlja aktivan odmor, koji učesnicima ostaje u pamćenju kao „nezaboravni dan na zelenoj ljepotici koja je cijelim svojim tokom pitka“. Po svjetkoj kategorizaciji rijeka koja se vrši tokom mjeseca juna, Tara je dobila ocjenu 3 – 4 (na ovaj način se približila Koloradu i drugim svjetskim rijekama čija je kategorizacija do 5).



Posebno mjesto među ljepotama ovog područja, koji je udaljen oko 18km od Kolašina, pripada Biogradskom jezeru koje je idealno mjesto za šetnju i uživanje u prirodi.

Opština **Berane** smještena je u Gornjem Polimlju, ispod planine Bjelasica. Na prostoru od 717 km² živi 35.068 stanovnika, od čega blizu 13.000 živi u centru grada. Berane je sa svih strana okruženo planinskim visoravnima, tako da je grad orjentisan ka propagiranju zimskog turizma. Industrijska proizvodnja se polako oporavlja, ali poslednjih godina na značaju dobija niz otvorenih trgovinskih ili ugostiteljskih preduzeća. Kada su u pitanju ugostiteljski objekti izdvajaju se hoteli: "Berane", "Buče" i "Lokve" kao i restorani: Etna, Ognjište, Prosine, Sjeland i sl.

Manastir Djurdjevi stupovi, gdje je Sveti Sava osnovao jednu od prvih srpskih episkopija, predstavlja važan istorijski kulturni spomenik ovoga grada.



Opština **Bijelo Polje** nalazi se u živopisnoj dolini rijeke Lima. Bogata je arheološkim nalazištima, kao i ostacima duhovne i ilirsko-rimske kulture. Opština predstavlja privredni i kulturni centar na sjeveru Crne Gore, gdje na površini od 924 km² živi 50.284 stanovnika.

Ovo područje je pogodno za razvoj stočarstva i voćarstva. Međutim, dugoročna perspektiva razvoja je u aktiviranju nalazišta mineralnih i termalnih voda, a posebno ulaganju u planinu Bjelasicu i svim njenim potencijalima za razvoj turizma. Od turističkih objekata izdvaja se hotel "Bijela rada" sa kapacitetom od 114 ležaja.

Bijelo Polje je živopisan grad okružen bogatim pašnjacima, izvorima i nepreglednim šumama. Ova opština je prepoznatljiva po crkci Svetog Pavla u kojoj se nalazi Miroslavljevo Jevandjelje, jedan od najstarijih i najljepših rukopisa napisanih ćirilicom.

3. CILJ ISTRAŽIVANJA

Na osnovu inicijative OEBS kancelarije u Podgorici, koja je započeta među-opštinskom saradnjom sa ciljem poboljšanja ekonomskog razvoja 2001. godine, Vlada Austrije se 2002. godine uključila u realizaciju projekta bilateralnim programom za razvoj održivog turizma u regionu planina Bjelasice i Komova.

Osnovni ciljevi druge faze saradnje koja je započeta u maju 2004. godine su:

- Pojačana saradnja između pet opština u regionu, Nacionalnog parka i relevantnih ministarstava
- Osnivanje regionalne turističke organizacije
- Priprema i usvajanje strategije regionalnog turizma
- Omogućavanje raznolikih aktivnosti s ciljem unapređenja kvalifikovanosti nosioca ponude i priprema relevantnih turističkih projekata za region
- Obezbjedjenje finansijske podrške za implementaciju turističkih pilot projekata u regionu.

Sa ciljem obezbjedjivanja informacije o obimu i kvalitetu tražnje stranih i domaćih turista u zimskom i ljetnjem periodu, odlučeno je da se pripremi procjena turističkog tržišta. U tu svrhu, realizovano je ovo istraživanje kako bi se dobile informacije za ciljani razvoj proizvoda i odgovarajućeg marketinga u turizmu. Ovo istraživanje trebalo je da omogući i kreiranje profila i očekivanja (potencijalnih) turista koji borave u regionu Bjelasice i Komova.

4. UZORAK I METODOLOGIJA

Realizacija istraživanja o zadovoljstvu turističkom ponudom među posjetiocima regiona Bjelasica i Komovi za ljetnju sezonu 2005.godine, otpočela je juna 2005. godine sa pripremom upitnika. Upitnik je definisan na način da obezbijedi informacije o: profilu turista koji provode ljetnji odmor u regionu Bjelasice i Komova, njihovim navikama dok su na odmoru, te ocjeni kvaliteta smještaja i gastronomije. Takođe, zadatak istraživanja je bio da nas upozna sa ocjenama važnosti i kvaliteta turističke ponude.

Region Bjelasica – Komovi obuhvata pet opština (Andrijevicu, Berane, Bijelo Polje, Kolašin i Mojkovac) i Nacionalni park Biogradska gora. Na osnovu podataka Turističke organizacije Crne Gore o boravku turista u navedenim opštinama, a uz saglasnost predstavnika kancelarije Austrijsko-Crnogorskog partnerstva za Bjelasicu i Komove, istraživanje je sprovedeno u svih pet opština (Kolašin - operatori i centar grada) i NP Biogradska Gora.

Prikupljanje podataka vršeno je u pet “talasa”. Radilo se ukupno deset dana u toku tri mjeseca i to vikendom. Raspored istraživanja, odnosno pregled dana kada su anketari izlazili na teren predstavljen je u tabeli koja slijedi.

Tabela 1. Pregled dana u kojima je realizovano istraživanje

Radni dani	Dan u nedjelji	Datum
1	Subota (1)	23.07
2	Nedelja (2)	24.07
3	Subota (1)	30.07
4	Nedelja (2)	31.07
5	Subota (1)	13.08
6	Nedelja (2)	14.08
7	Subota (1)	20.08
8	Nedelja (2)	21.08
9	Subota (1)	10.09
10	Nedelja (2)	11.09

Osnovne karakteristike uzorka: Istraživanje je realizovano na uzorku od 304 ispitanika, u skladu sa unaprijed definisanim kvotoma po polu, starosti i porijeklu posjetilaca. Potencijalni ispitanici su morali biti stariji od 15 i mlađi od 64 godine. Istraživanjem nijesu obuhvaćeni stanovnici opština u kojima se vršilo anketiranje. Struktura uzorka obuhvaćenog istraživanjem prikazana je u tabeli koja slijedi.

Tabela 2. Struktura uzorka

	Kolašin/131			Berane/50	Bijelo Polje/72	Mojkovac/25	Andrijevića/26	Ukupno
	Biogradska gora	Centar	Operatori					
Crna Gora	20	30	5	20	26	10	10	121
Srbija	15	17	5	15	24	8	8	92
Stranci	15	19	5	15	22	7	8	91
Ukupno:								304



Obuka anketara i metodologija: Sa ciljem dobijanja validnih rezultata istraživanja, svi anketari su prošli jednodnevnu obuku. Posebna pažnja posvećena je otvorenim pitanjima i pitanjima koja su imala mogućnost navodjenja više odgovora. Pored uspješno savladane obuke, anketari su morali poznavati i služiti se engleskim jezikom, s obzirom da je bilo predviđeno anketiranje i gostiju iz inostranstva.

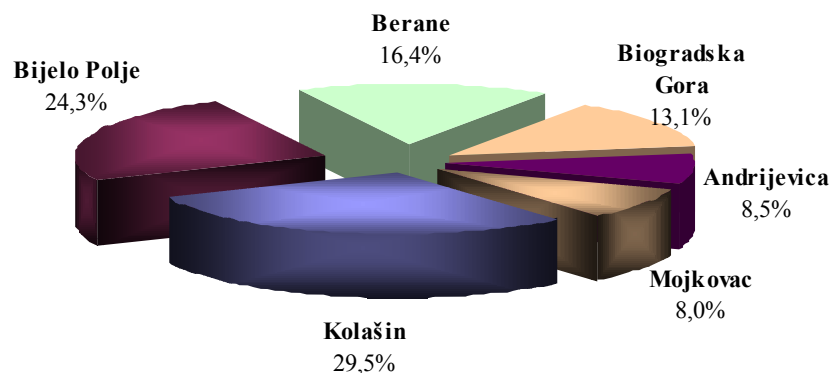
U finalnoj verziji, upitnik je imao 34 pitanja (uključujući demografska pitanja). Primjerak upitnika sa osnovnim frekvencijama dat je u Dodatku. Unos podataka sa potrebnim logičkim kontrolama i obrada podataka urađena je u SPSS programu.

Imajući u vidu način na koji je uzorak kreiran, kao i primijenjenu metodologiju, smatramo da se prezentirani nalazi mogu tretirati kao validni pokazatelji stavova ispitanika o temama obuhvaćenim upitnikom.

5. DEMOGRAFSKI PROFIL POSJETILACA

Istraživanje među posjetiocima turističkih centara, na području Bjelasice i Komova, obuhvatilo je 304 ispitanika koji su u trenutku sprovođenja ankete boravili u ovom regionu. U skladu sa definisanim kvotama po gradovima, anketirani su posjetioci pet crnogorskih opština ovog regiona i NP Biogradska Gora.

Grafik 1. Struktura uzorka (po opštinama, uključujući lokaciju Biogradska Gora)

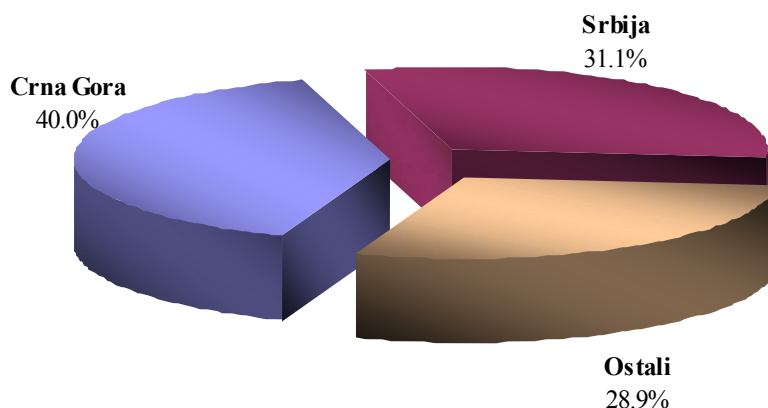


U cilju obezbjeđivanja reprezentativnosti uzorka, posjetioci su anketirani metodom slučajnog izbora, uzimajući u obzir razloge za dolazak i boravak u ovom regionu.

1. Stalno mjesto boravišta

Istraživanjem su obuhvaćeni posjetioci iz Crne Gore, Srbije, Bosne i Hercegovine i ostalih zemalja. Na osnovu podataka o broju turista koji su posjetili ovaj region tokom zimske sezone, većina posjetilaca je iz Crne Gore (40,0%).

Grafik 2. Mjesto boravišta ispitanika



Od 28,9% posjetilaca koji dolaze iz neke druge države, pokazalo se da je najveći broj njih iz Češke Republike (17,3%), Francuske i Velike Britanije (po 9,2%), kao i Danske, Makedonije i Ukrajine (po 8,0%).

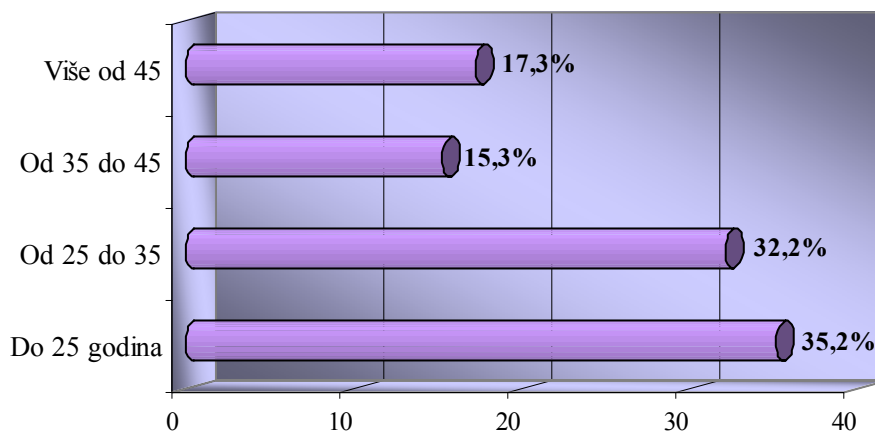
2. Pol ispitanika

Polna struktura ispitanika je u približno istom procentu zastupljena, gdje je 50,7% muškaraca i 49,3% žena.

3. Starost ispitanika

Više od tri petine (67,4%) ispitanika mlađi su od 35 godina, dok su u približno istom procentu zastupljeni ispitanici koji imaju do 25 i od 25 do 35 godina (35,2% i 32,2%, respektivno). Prosječna starost ispitanika obuhvaćenih istraživanjem iznosi 33 godine.

Grafik 3. Starosna struktura ispitanika



Mlađi ispitanici (do 25 godina) u približno istom procentu dolaze iz Srbije i Crne Gore (45,3% i 34,0%, respektivno) i na odmoru su sa prijateljima u kući prijatelja/rodjaka. Posjetioci koji imaju 36 do 45 godina u najvećem broju slučajeva dolaze iz inostranstva i provode više od 10 dana u regionu.

4. Društveni status

Turisti koji posjećuju region Bjelasice i Komova u najvećem broju slučajeva su porodični ljudi (69,0% ispitanika živi sa porodicom), dok svaki peti posjetilac živi sa partnerom, i broj onih koji žive sami je zanemarljiv (9,8%). Svega četiri posjetioca su naveli da dijele stan sa cimerom/kom.

5. Djeca u domaćinstvu

Nešto manje od tri petine (58,7%) anketiranih ima djecu u svom domaćinstvu. Među njima, 48,9% ima više od dvoje djece, 22,5% jedno, i svaki peti ispitanik živi u domaćinstvu sa troje djece. Prosječan broj djece u domaćinstvima ispitanika je 2,1.

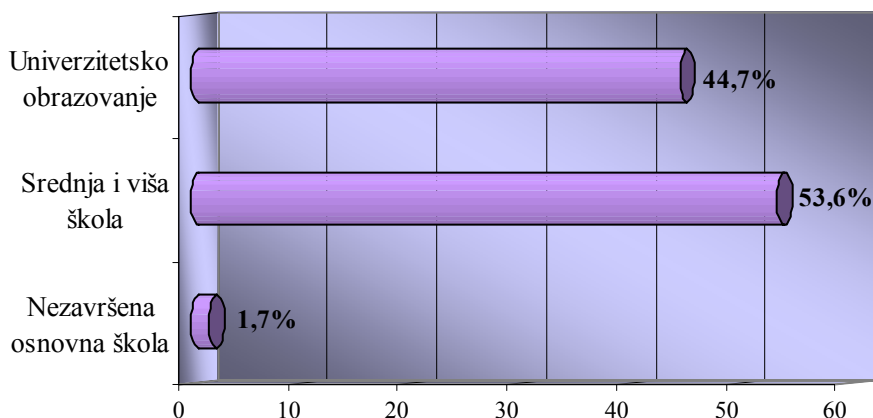
Dvije petine posjetilaca iz Crne Gore provode odmor sa djecom do 14 godina, kao i 30% onih koji su došli iz Srbije i inostranstva.

6. Zanimanje ispitanika

Region Bjelasice i Komova najčešće posjećuju zaposleni i studenti. Naime, 66% inostranih posjetilaca, 55% onih iz Srbije i 48% posjetilaca iz Crne Gore su zaposleni; dok 28% posjetilaca iz Srbije, 24% iz Crne Gore i 18% iz inostranstva još uvijek studira. Među posjetiocima iz Crne Gore, 12% njih su penzioneri. U istom položaju je po 6% posjetilaca iz Srbije i inostranstva.

7. Obrazovanje ispitanika

Više od polovine ispitanika (53,6%) je sa završenom srednjom i višom školom, dok je 44,3% sa završenim fakultetom. Posjetioci iz Srbije i inostranstva imaju donekle bolji obrazovni nivo, jer 48% i 55% (respektivno) njih ima univerzitetsku diplomu.

Grafik 4. Obrazovna struktura ispitanika

6. OSNOVNI RAZLOZI DOLASKA I IZVOR INFORMACIJA O REGIONU

Set pitanja koji slijedi kreiran je da obezbijedi ocjenu zadovoljstva posjetilaca sa trenutnom turističkom ponudom u regionu Bjelasice i Komova. Ovaj dio analizira osnove razloge dolaska i ostajanja u regionu, vrstu smještaja posjetilaca koji ostaju više dana, i nivo (ne)zadovoljstva turističkom ponudom (smještaj, hrana,...)

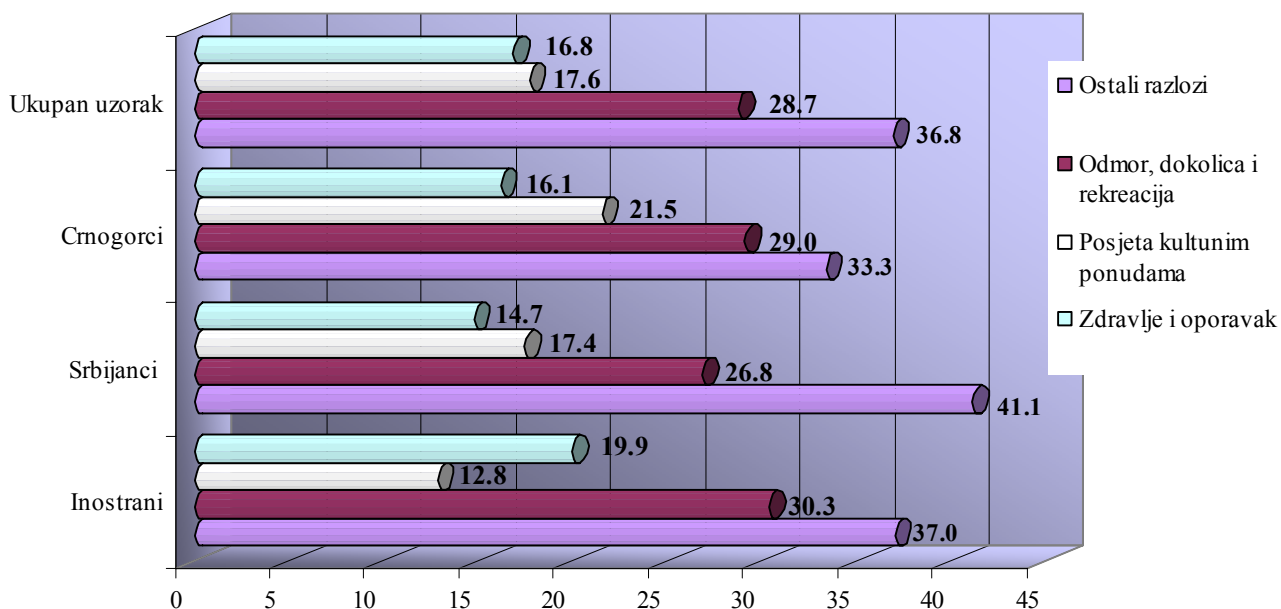
1. Razlog dolaska

Region Bjelasice i Komova pruža različite mogućnosti za posjetioce turističkih centara. Tako su oni u mogućnosti da uživaju u prirodi, prijatnom ambijentu i klimi podneblja, a oni koji su ljubitelji ljetnjih i zimskih sportova imaju priliku da uživaju u širokoj turističkoj ponudi.

U skladu sa sprovedenim istraživanjem, posjetioci ovog regiona kao presudan razlog dolaska naveli su oporavak i relaksiranje, te posjetu kulturnim ponudama. Navedena je činjenica da 28,7% ispitanika dolazi u region prvenstveno radi odmora, 17,6% njih ističe interesovanje za kulturne ponude ovog regiona, dok 16,8% izdvaja zdravlje i oporavak kao primarne ciljeve dolaska. Pored pomenutih razloga, ispitanici su dali svoje mišljenje i o ostalim bitnim razlozima dolaska i boravka u region B&K. (pogledati Tabelu 3)

Tabela 3. Razlozi dolaska (ponderisane vrijednosti)

		%
1.	Odmor, dokolica i rekreacija	28.7
2.	Posjeta kulturnim ponudama	17.6
3.	Zdravlje i oporavak	16.8
4.	Ostali razlozi dolaska	36.9
4.1	Putovanje	16.6
4.2	U okviru službenog puta	7.0
4.3	Sportovi	6.8
4.4	Posejta prijateljima/rodjacima	2.8
4.5	Rganizovanje ekskurzija	2.6
4.6	Ostalo (kampovanje, druženje sa prijateljima, ture po jezeru)	1.1
UKUPNO		100.0

Grafik 5: Razlozi dolaska (ponderisane vrijednosti)

Na ovo pitanje ispitanici su imali mogućnost da daju više odgovora. Ako pogledamo tri najčešće spomenuta razloga za dolazak, u poredjenju sa prosjekom uzorka, možemo zaključiti da su inostrani posjetioci više zainteresovani za odmor, dokolicu i rekreaciju, i zdravlje i oporavak (30,3% i 19,9% vs. 28,7% i 16,8% za ukupan uzorak respektivno). Sa druge strane, posjetioci iz Crne Gore i Srbije mnogo više su zainteresovani za posjetu kulturnim znamenitostima (21,5% i 17,4%, respektivno u poredjenju sa 17,6% na nivou ukupnog uzorka). Samo jedna petina inostranih posjetilaca pokazala je interesovanje za posjetu kulturnim znamenitostima i muzejima, što jednim dijelom može biti uzrokovano nedostatkom informacija (pogledati grafik 5).

Sa aspekta poznavanja regiona, posjetioce možemo podijeliti na internacionalne koji poznaju region (imaju vikendicu ili su smješteni u kući prijatelja/rodjaka – 50%) i internacionalne posjetioce koji ne poznaju region (nemaju vikendicu i koriste neke druge izvore informacija o regionu – 50.0%). Koji su najbitniji razlozi dolaska internacionalnih posjetilaca koji ne poznaju region ili pak nemaju vikendicu na ovom području – nazvaćemo ih “pravi internacionalni turisti”? Za ove turiste najbitniji razlog dolaska je odmor, zdravlje i mogućnost bavljenja sportskim aktivnostima. Sa druge strane, ostali inostrani posjetioci ističu odmor, posjetu kulturnim znamenitostima i putovanje, kao ključne razloge dolaska.

2. Koje izvore informacija ste koristili u pripremi za odmor?

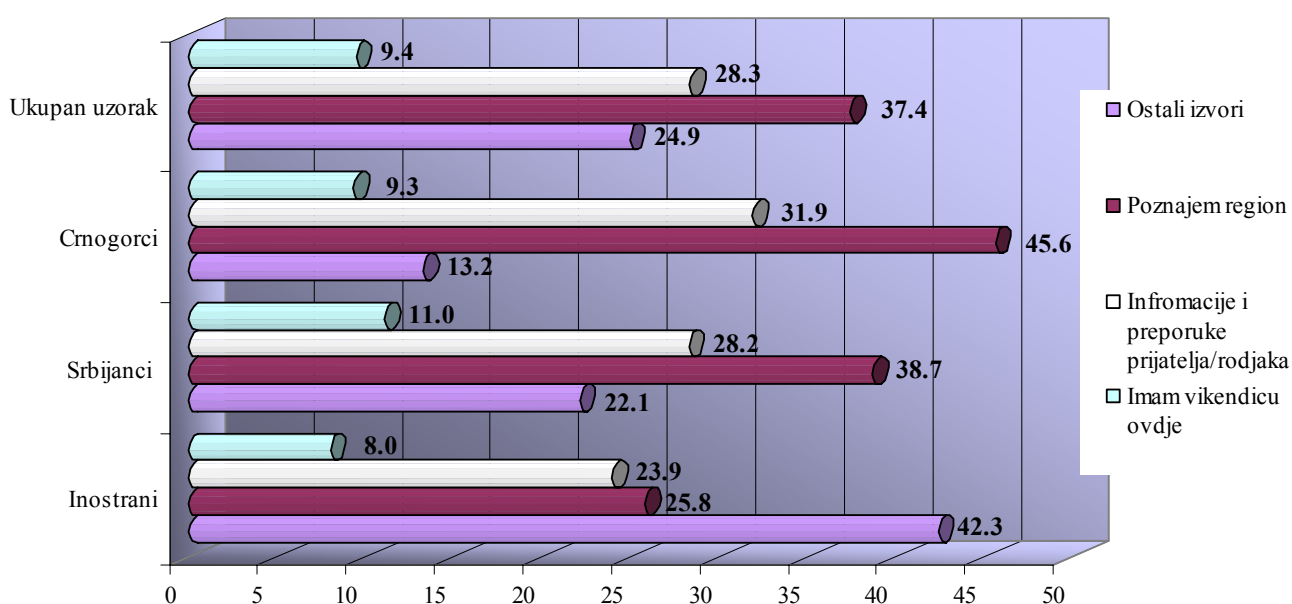
Ovo pitanje je imalo za cilj da utvrdi izvore informacija koje su ispitanici koristili u pripremi za ljetnji odmor. U tu svrhu, anketirani su bili u mogućnosti da izaberu i rangiraju tri od više ponudjenih izvora. Skoro jedna trećina ispitanika već je bila upoznata sa regionom i stečeno znanje navode kao važan izvor informacija, dok je 28,3% turista dobilo informacije od rodjaka/prijatelja. Svaki deseti ispitanik je naveo da ima vikendicu u ovoj oblasti (9,4%). Pored tri njima značajnija izvora informacija turisti su naveli i časopise/brošure regiona, kataloge turističkih agencija, putničku literaturu... (Pogledati tabelu 4).

Tabela 4. Izvori informacija (ponderisane vrijednosti)

	%
1. Poznajem region	37.4
2. Informacije i preporuke prijatelja, rodjaka	28.3
3. Imam vikendicu ovdje	9.4

4.	Ostali izvori informacija	24.9
4.1	Časopisi/brošure regiona	6.2
4.2	Putnička literatura	5.4
4.3	Savjeti/Katalozi tour operatera	4.3
4.4	Izveštaji/Reklame medija	2.4
4.5	Informacije iz turističke kancelarije kod kuće	2.2
4.6	Internet	2.2
4.7	Ostalo	1.5
4.8	Posjeta sajma/turističkih izložbi	0.7
TOTAL		100.0

Grafik 6: Izvori informacija (ponderisane vrijednosti)



To što poznaju ovaj region bila je glavna “preporuka” za Crnogorce. Posjetioци koji imaju vikendicu u regionu Bjelasica i Komovi, i koji je navode kao presudan razlog dolaska, su oni koji potiču iz Crne Gore i Srbije.

Izvori informacija o regionu kod “pravih” internacionalnih turista, koji nemaju vikendicu u region ili nijesu smješteni kod prijatelja, su prikazani u Tabeli 5.

Tabela 5. Izvori informacija o regionu - “pravi” internacionalni turisti (ponderisane vrijednosti)

	%
1. Informacije i preporuke prijatelja, rodjaka	26.8
2. Putnička literatura	25.3
3. Internet	14.9
4. Savjeti/Katalozi tour operatera	13.4
5. Časopisi/brošure regiona	10.5
6. Informacije iz turističke kancelarije kod kuće	9.1

U slučaju da zanemarimo činjenicu kako su rangirani (na kom mjestu) pojedini izvori informacija, primjećujemo da dvije trećine ispitanika (64,9%) već poznaje region, dok je skoro polovina (49,2%) značajne informacije i preporuke dobila od rodjaka i prijatelja (pogledati Tabelu 4.1).

Tabela 4.1 Prvo, drugo i treće rangirani izvor informacija

		%
1.	Poznajem region	64.9
2.	Informacije i preporuke prijatelja, rodjaka	49.2
3.	Imam vikendicu ovdje	16.4
4.	Časopisi/brošure regiona	10.8
5.	Putnička literatura	9.5
6.	Posjeta sajma/turističkih izložbi	7.9
7.	Savjeti/Katalozi tour operatera	7.5
8.	Izvještaji/Reklame medija	4.3
9.	Internet	4.3
10.	Informacije iz turističke kancelarije kod kuće	3.9
11.	Ostalo	2.0

Ukoliko uzmemo u obzir prvo rangirane izvore, koji imaju presudnu ulogu za dolazak na ovo područje, poznavanje regiona je najdominantniji izvor informacija sa 52,8%, a zatim su slijede prijatelji i rodjaci (24,9%).

Tabela 4.2 Prvo rangirani izvor informacija

		%
1.	Poznajem region	52.8
2.	Informacije i preporuke prijatelja, rodjaka	24.9
3.	Imam vikendicu ovdje	3.9
4.	Časopisi/brošure regiona	4.3
5.	Putnička literatura	4.3
6.	Internet	2.8
7.	Savjeti/Katalozi tour operatera	2.2
8.	Izvještaji/Reklame medija	1.8
9.	Internet	1.4
10.	Informacije iz turističke kancelarije kod kuće	0.9
11.	Ostalo	0.7

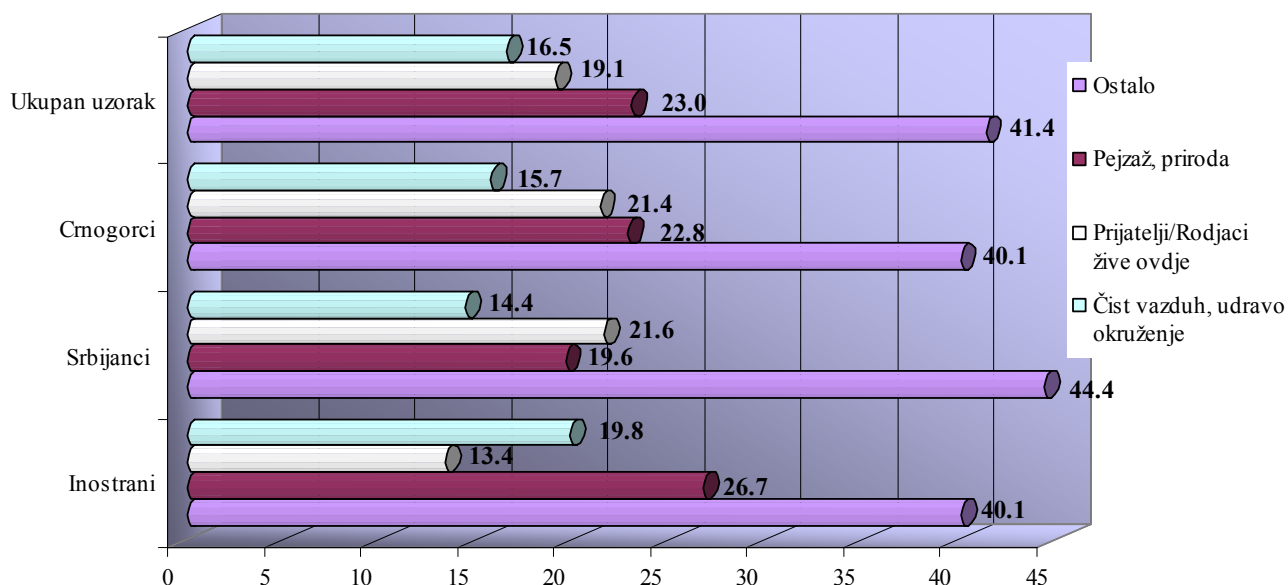
3. Šta je od presudnog značaja da se odlučite za boravak ovdje, a ne negdje drugdje?

Područje Bjelasice i Komova je prepoznatljivo kao atraktivna turistička destinacija. Ovo pitanje imalo je za cilj da utvrdi koji faktori utiču na izbor ovog regiona kao atraktivne destinacije u odnosu na ostale.

Dobijeni rezultati istraživanja su pokazali da ispitanici najčešće izdvajaju pejzaž i zdravo okruženje, ali za njima ne zaostaju ni navika da dolaze svake godine i prijatelji koji žive ovdje. Tri, prema mišljenju ispitanika, najznačajnija faktora dolaska su pejzaž, (za 23,0% anketiranih), posjeta prijateljima/rođacima (19,1%) i uživanje u svježem vazduhu (16,5%). Tabela 6. prikazuje faktore koji su, pored navedenih, prepoznati kao veoma važni razlozi dolaska u B&K region.

Tabela 6. Presudni razlozi dolaska (ponderisane vrijednosti)

	%
1. Pejzaž, priroda	23.0
2. Prijatelji/rodjaci žive ovdje	19.1
3. Čist vazduh, zdravo okruženje	16.5
4. Ostali bitni faktori	41.4
4.1 Zato što dolazimo svake godine	12.2
4.2 Nacionalni Park	12.1
4.3 Dobri uslovi za bavljene sportom	7.2
4.4 Iskusiti nešto novo	4.9
4.5 Jer je blizu transportnih puteva	2.2
4.6 Cijena je bila presudna	1.3
4.7 Ostalo	1.3
TOTAL	100.0

Grafik 7: Najvažniji faktor dolaska (ponderisane vrijednosti)

Čist vazduh i zdravo okruženje je najvažniji za inostrane posjetioce, dok su prijatelji i rođjaci presudan razlog za posjetioce koji dolaze iz Srbije i Crne Gore (21.6% and 21.4%, respektivno) (pogledati grafik 7).

Kao presudne faktore, pri odabiru turističke destinacije, “pravi” internacionalni posjetioци su u najvećem broju slučajeva izdvojili pejzaž, Nacionalni park i čist vazduh. Sa druge strane, internacionalni turisti koji poznaju region ističu da im prijatelji žive ovdje i sama navika da dolaze svake godine je ključan faktor ponovnog povratka.

Ukoliko posmatramo osnovne razloge dolaska, bez obzira kako su rangirani, moguće je primijetiti da skoro dvije trećine (63.0%) ispitanika ističe prirodu, dok nešto više od polovine (52,1%) navodi prijatelje kao najvažniji razlog (pogledati Tabelu 6.1).

Tabela 6. 1 Prvo, drugo i treće rangiran razlog dolaska

	%
1. Pejzaž, priroda	63.0
2. Prijatelji/rođjaci žive ovdje	52.1
3. Čist vazduh, zdravo okruženje	45.2
4. Zato što dolazimo svake godine	33.1
5. Nacionalni Park	32.8
6. Dobri uslovi za bavljene sportom	19.7
7. Iskusiti nešto novo	13.4
8. Jer je blizu transportnih puteva	5.9
9. Cijena je bila presudna	3.6
10. Ostalo	4.6

Ako uzmemo u obzir prvo rangirane razloge dolaska, prijatelji turista koji žive na prostoru regiona navedeni su u najvećem broju slučajeva (19,0%), zatim slijede priroda i lijep pejzaž kao veoma bitni faktori (14,1%) (Tabela 6.2).

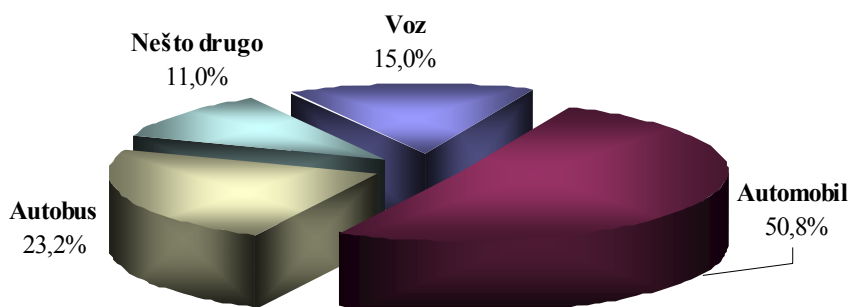
Table 6. 2 Prvo rangirani razlozi dolaska

	%
1. Prijatelji/rođjaci žive ovdje	19.0
2. Pejzaž, priroda	14.1
3. Čist vazduh, zdravo okruženje	5.2
4. Nacionalni Park	23.6
5. Zato što dolazimo svake godine	17.4
6. Dobri uslovi za bavljene sportom	9.5
7. Iskusiti nešto novo	5.6
8. Jer je blizu transportnih puteva	3.0
9. Ostalo	1.3
10. Cijena je bila presudna	2.0

4. Koju vrstu prevoza ste koristili da doputujete ovdje? Ocjena zadovoljstva.

Područje Bjelasice i Komova je drumskim i željezničkim putevima povezan sa centralnim i južnim dijelom Crne Gore. Zanimalo nas je koji vid prevoza je izabrao najveći procenat posjetilaca. Više od polovine (50,8%) posjetilaca je došlo automobilom, dok je 23,2% koristilo autobus i 15% voz.

Grafik 8. Prevozno sredstvo do mjesta boravka



Automobil, kao prevozno sredstvo, koristilo je 58,2% posjetilaca iz Crne Gore, 65,8% mlađjih ispitanika (do 35 godina), svaki četvrti posjetilac na odmoru u grupi koja ima 4 ljudi i koji u 26,6% slučajeva ostaju 3 do 5 noći.

Posjetioci iz Srbije su najčešće koristili automobil (53%), dok je voz koristilo 27,4% ovih ispitanika. Također, vozom su najčešće doputovali mlađi posjetioci, I polovina onih koji su na odmoru sa partnerom I koji ostaju 7 do 10 noći (36,4%). Inostrani posjetioci su kombinovali različita prevozna sredstva (34%).

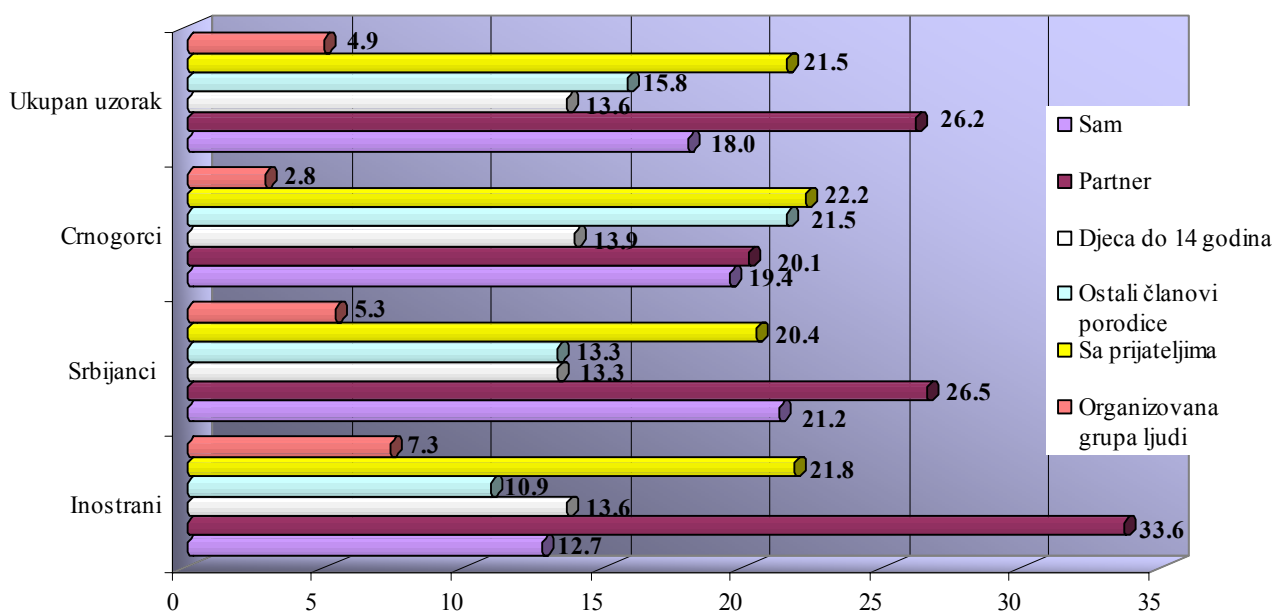
Zadovoljstvo sa izabranom vrstom prevoza je navelo visokih 94,4% posjetilaca, dok su ostali svoje nezadovoljstvo obrazložili sa loše održanim putevima, kašnjenjem autobusa i neurednim vozovima.

5. Da li ste putovali sami ili sa nekim?

Turisti najčešće imaju saputnika kada posjećuju turistički centar. Naime, 78,1% ispitanika putovalo je sa nekim, u poredjenju sa 21,9% onih koji su putovali sami.

Na pitanje koj je putovao sa vama, ispitanici su imali mogućnost da daju više odgovora. Posjetioci su najčešće putovali sa partnerom ili prijateljem (26,2% i 21,5%), dok je 15,8% posjetilaca došlo sa nekim drugim članom porodice.

Grafik 9. Saputnici tokom putovanja



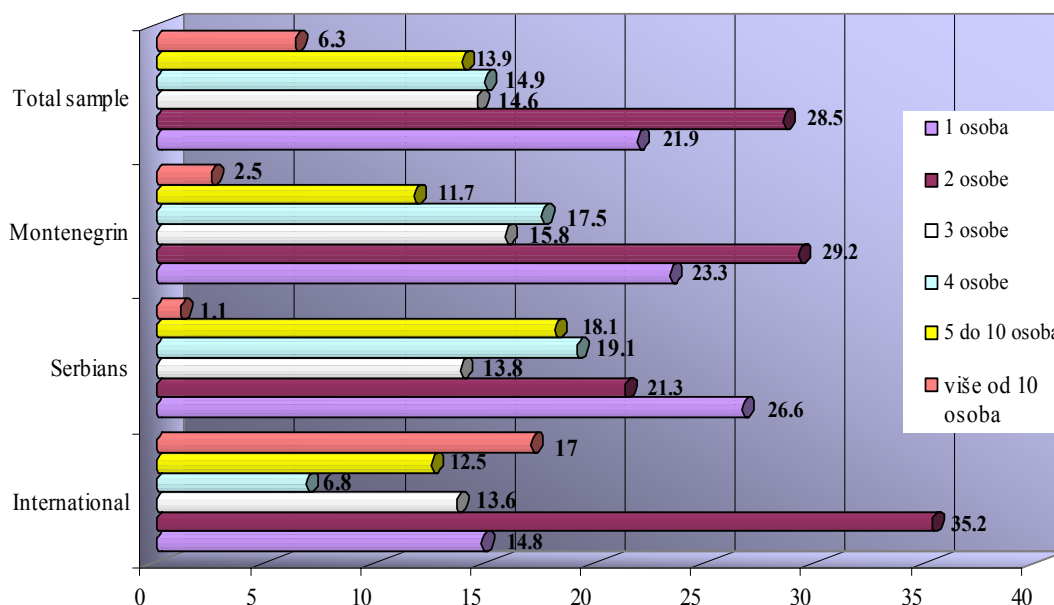
Inostrani posjetioci su najčešće doputovali sa partnerom (33,6%); ovo je karakteristično i za 26,5% posjetilaca iz Srbije i svakog četvrtog posjetioca iz Crne Gore. Crnogorci dolaze sa ostalim članovima porodice, dok najveći procenat posjetilaca iz Srbije dolazi sa prijateljima ili sami. Dalje, posjetioci koji dolaze sa partnerom su oni koji imaju 26 do 35 godina, koji ostaju više od 10 dana i troše više od 30€ po danu.

“Pravi” inostrani posjetioci u većini slučajeva u region dolaze sa prijateljima ili partnerom, dok je neznatno mali procenat onih koji dolaze sami ili sa članovima organizovane grupe ljudi.

6. Koliko je ljudi bilo u vašoj putničkoj grupi (uključujući i djecu)?

Većina ispitanika putovala u društvu sa nekim, i najčešće grupe imaju dva, tri ili četiri člana (28,5% i 14,9%, respektivno).

Grafik 10. Broj ljudi sa kojima ste putovali



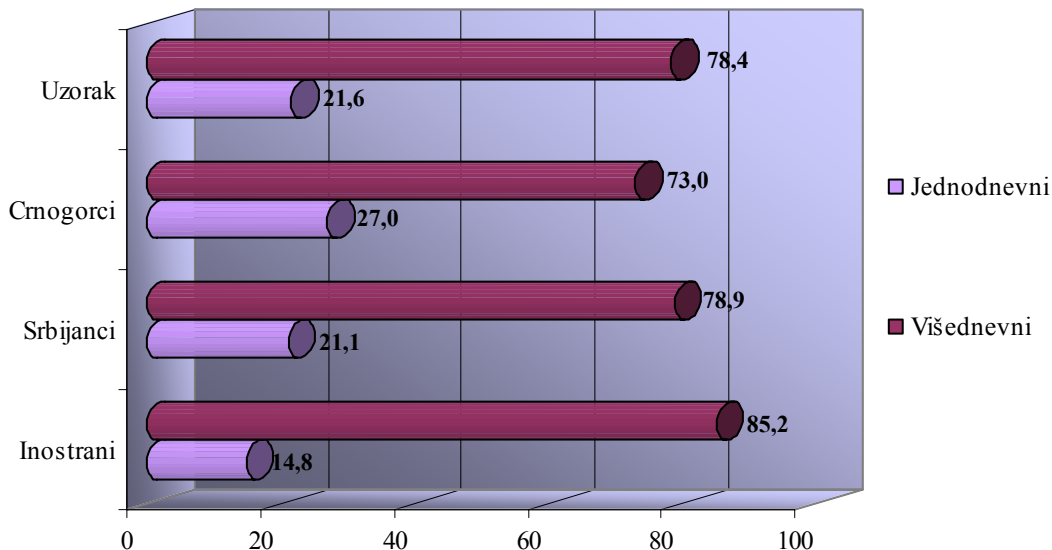
Istraživanje je pokazalo da internacionalni posjetioци najčešće dolaze u organizovanoj grupi koja broji 2 ili više od 10 osoba (35,2% i 17,0%, respektivno). Uzimajući u obzir ukupan uzorak, posjetioци iz Srbije i Crne Gore dolaze sami (26,6% i 23,3%, respektivno).

Grupno organizovan odmor (grupe koje imaju 5 do 10 ljudi koji putuju zajedno) je karakterističan za 18,1% ispitanika koji dolaze iz Srbije, mlađe posjetioce (do 25 godina), kao i jednu četvrtinu onih koji dnevno troše do 10€.

Strani posjetioци koji nemaju sopstvenu kuću u regionu, obično su smješteni u privatnom smještaju ili hotelu i najčešće putuju sa nekim u grupi (2 osobe). S druge strane, turisti koji imaju kuću ili su smješteni kod prijatelja/rodjaka najčešće dolaze sa organizovanom grupom ljudi koja broji 5 do 10 ljudi.

7. Da li ste dnevni posjetilac?

Kao još jedan cilj istraživanja, željeli smo da utvrdimo koliko posjetilaca dolazi na jedan dan u poredjenju sa onima koji ostaju duže u turističkom centru. U skladu sa definisanim kvotama istraživanja obuhvaćeno je 78,4% posjetilaca koji ostaju na više dana (u poredjenju sa 21,6% dnevnih posjetilaca).

Grafik 11: Jednodnevni/višednevni posjetioci

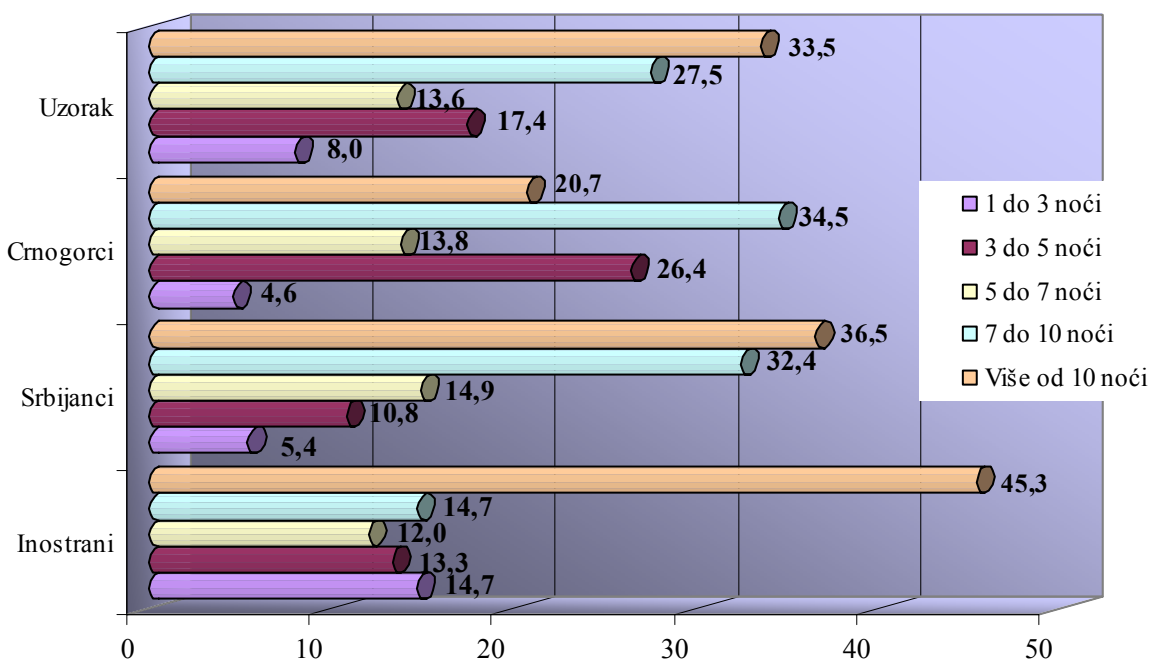
U odnosu na porijeklo turista, inostrani posjetioci ostaju na više dana (u odnosu na prosjek), dok posjetioci iz Crne Gore ostaju na jedan dan u odnosu na ukupan uzorak.

7. OCJENA KVALITETA LJETNJEG ODMORA

Za posjetioce koji ostaju preko noći od presudnog značaja, za izbor određene turističke destinacije, je mjesto boravka, kvalitet smještaja i ishrane, prpratnih sadržaja i cjelokupne turističke ponude, te dosadašnje iskustvo posjetilaca. U cilju sagledavanja ocjene kvaliteta ljetnjeg odmora kreiran je čitav set pitanja. Dobijeni rezultati su prezentovani u narednom dijelu.

8. Koliko noći ostajete?

Dužina odmora je jedan od najvažnijih pokazatelja atraktivnosti regiona koji ima uticaj na cjelokupnu impresiju turista prilikom posjete turističkog centra. Ukoliko izuzmemo mali procenat posjetilaca koji ostaju u regionu više od 30 dana (većina ostaje u sopstvenoj kući ili kod prijatelja/rodjaka), prosječna dužina ostanka se razlikuje ali ne zavisi u mnogome od porijekla turista. Tako posjetioci iz Crne Gore ostaje u prosjeku 8,5 dana, oni iz inostranstva 9,4 dana I iz Srbije 10 dana, u poredjenju sa 9,3 dana koliko ostaju u prosjeku. Grafik 12 pokazuje dužinu ostajanja u regionu u zavisnosti od porijekla posjetilaca.

Grafik 12. Broj noćenja po porijeklu posjetilaca

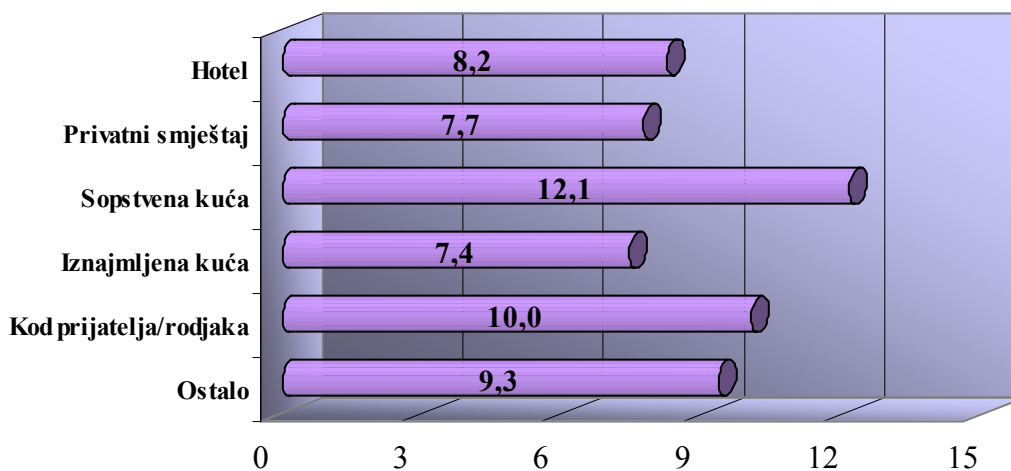
Kada su u pitanju internacionalni posjetioci (Grafik 12), možemo vidjeti da skoro polovina njih (45,3%) ostaje duže od 10 dana u regionu. Međutim, ukoliko analiziramo insotrane posjetioce sa stanovišta da li imaju ili nemaju sopstvenu kuću dolazimo do različitih zaključaka. Jedna četvrtina turista koji nemaju vikendicu u regionu ostaju više od 10 noći u poredjenju sa 60,5% posjetilaca koji ostaju isti period i smješteni su u sopstvenoj vikendici ili u kući prijatelja/rodjaka. (Pogledati Tabelu 8).

Tabela 8: Noćenja internacionalnih turista

	Imaju vikendicu u region (%)	Nemaju vikendicu u region (%)
1. Od 1 do 3 noći	7.5	22.8
2. Od 3 do 5 noći	5.0	22.8
3. Od 5 do 7 noći	2.5	22.8
4. Od 7 do 10 noći	22.5	5.7
5. Više od 10 noći	62.5	25.9

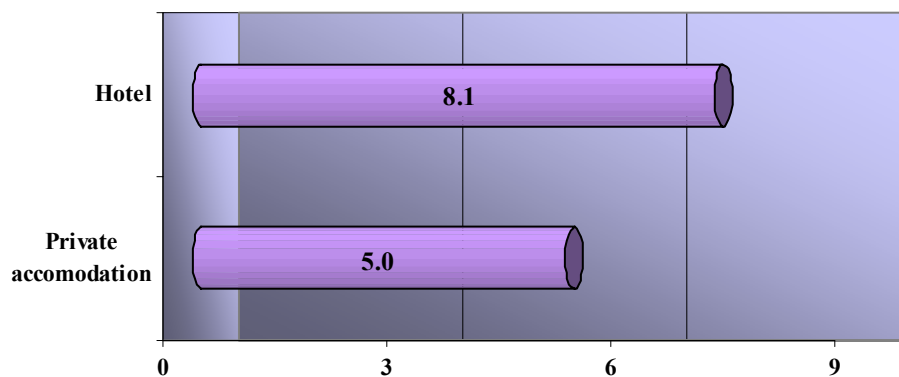
Nadalje, tip smještaja utiče na dužinu boravka u regionu. Shodno tome, oni koji su smješteni u sopstvenoj kući ostaju duže u poredjenju sa onima koji su smješteni u hotelu ili privatnom smještaju.

Grafik 13: Prosjek broja noćenja u zavisnosti od tipa smještaja



Ako uzmemo u obzir samo “prave” internacionalne posjetioce, vidimo da je 71% njih smješteno u hotelu.

Grafik 14. Pravi internacionalni posjetioci – prosječan broj noćenja u zavisnosti od tipa smještaja

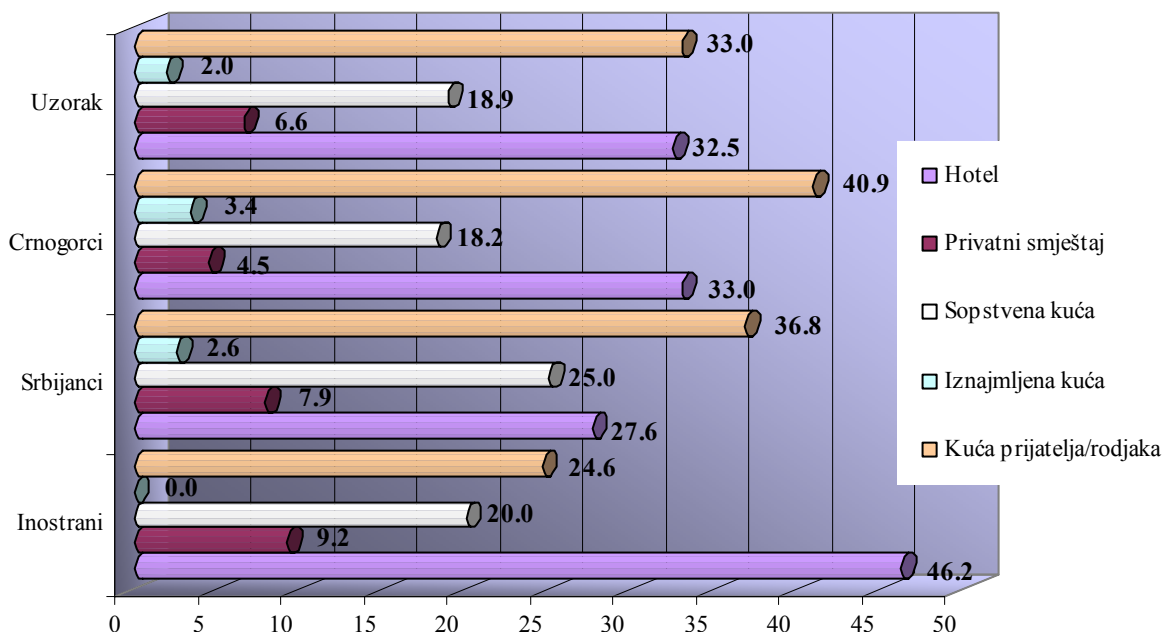


U odnosu na istraživanje sprovedeno u zimskom periodu, uočava se da posjetioci tokom ljetnjeg odmora ostaju duže. Naime, skoro jedna četvrtina (23,0%) posjetilaca tokom zimske sezone ostajala je između jedne i tri noći, dok je svaki peti ispitanik boravio između tri i pet i između pet i sedam noći (po 20,9%). U nešto manjem procentu bili su zastupljeni oni posjetioci koji su na području Bjelasice i Komova boravili sedam do deset i više od deset noći (17,3% i 12,2%, respektivno).

9. Vrsta smještaja?

Veoma bitan faktor prilikom izbora određenog turističkog centra predstavlja mogućnost i vrsta smještaja. Prema nalazima sprovedenog istraživanja, višednevni posjetioci u 33,4% slučajeva su smješteni u kući rodjaka/prijatelja, 33,1% u hotelu, a skoro jedna petina ima sopstvenu kuću u ovom regionu.

Grafik 15. Vrsta smještaja po porijeklu posjetilaca



Posjetioци iz Crne Gore i Srbije više ostaju u kući prijatelja/rodjaka (41% i 37% respektivno u poredjenju sa 33% kada se uzme u obzir cjelokupan uzorak). Sa druge strane, inostarni posjetioци ne iznajmljuju privatne kuće već su u 46% slučajeva smješteni u hotelu.

10. Smještaj u hotelu

Skoro 29,0% ispitanika je navelo da zna broj zvjezdica hotela u kome su smješteni. U skladu sa njihovim odgovorima, više od četiri petine je u hotelu sa tri (82,6%) i 17,4% sa dvije zvjezdice.

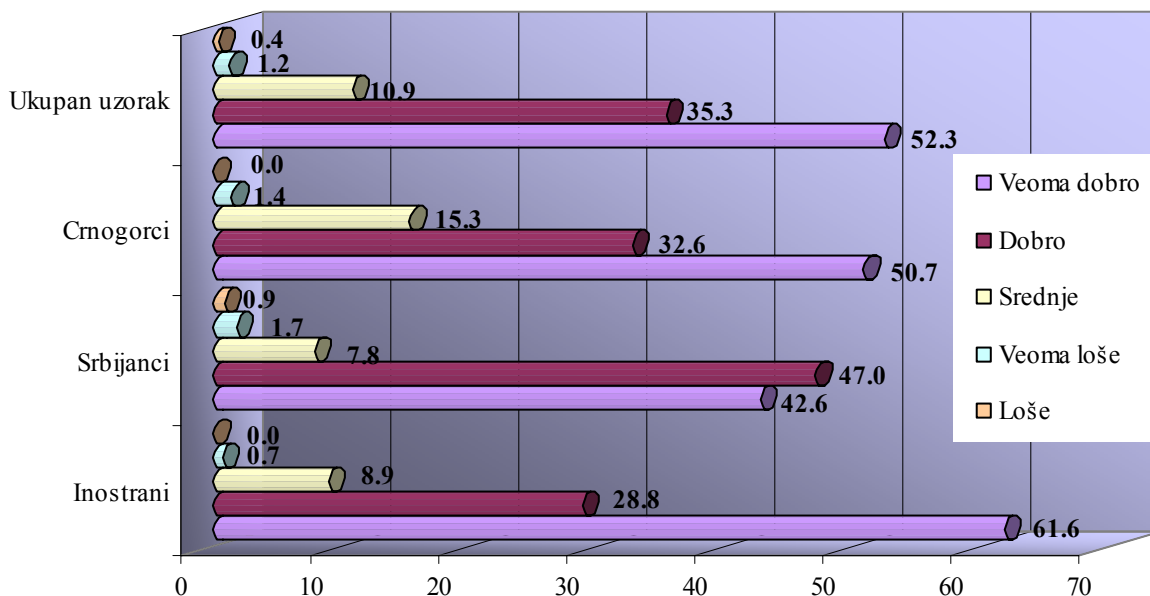
Ispitanici smješteni u hotelu, u 71,1% slučajeva, opredijelili su se za puni pansion, svaki četvrti ispitanik za polupansion i svega 3,9% u hotelu ima samo noćenje.

11. Kvalitet smještaja

Kvalitet smještaja je veoma bitan faktor prilikom izbora određene turističke destinacije. Prilikom ocjene kvaliteta smještaja ispitanici su imali mogućnost da daju jedan od sledećih odgovora: »Loše«, »Prije loše nego dobro«, »Osrednje«, »Dobro«, »Jako dobro« i »Bez odgovora«.

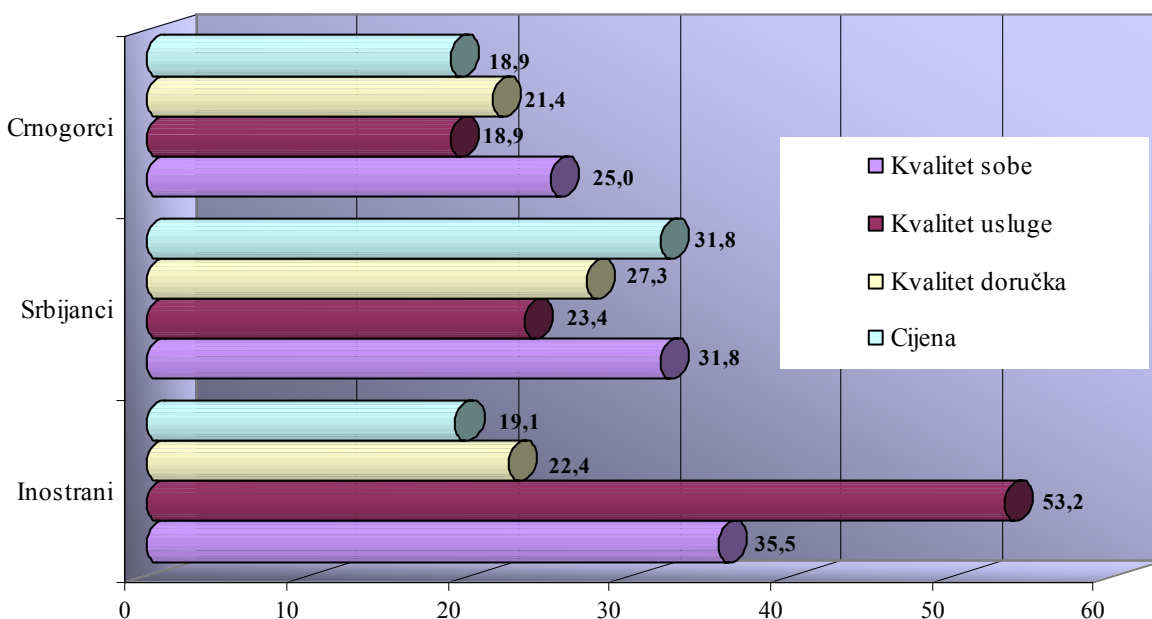
Turisti koji borave u regionu B&K, i koji su smješteni u sopstvenoj kući ili kući prijatelja/rodjaka, nijesu davali komentare na kvalitet smještaja.

Više od polovine (52,3%) ispitanika su sve aspekte kvaliteta smještaja u prosjeku ocijenili sa »jako dobro«. Odgovori koji se odnose na »veoma dobar kvalitet« smještaja prikazani su na sledećem grafiku.

Grafik 16. Prosječna ocjena kvaliteta smještaja

Ako pogledamo odgovore ispitanika, pokazalo se (Grafik 16) da je prosječna ocjena kvaliteta smještaja u regionu veoma dobra (52,3%) ili dobra (35,3%). Kvalitet smještaja uključuje: kvalitet sobe, kao i kvalitet usluge, doručka, satisfakciju sa različitim nivoima cijena i ocjenu ponude zabave i slobodnog vremena. Generalno, svi aspekti su pozitivno ocijenjeni; najpozitivniju ocjenu u okviru kvaliteta smještaja dali su inostrani posjetoci (u 61,6% slučajeva). Ako se uzme u obzir vrsta smještaja (hotel vs. privatni smještaj), veoma dobar kvalitet smještaja je generalno ocijenjen od strane 56% onih koji su odsjeli u privatnom smještaju, kao i 51,2% smještenih u hotelu.

Najčešća ocjena različitih aspekata kvaliteta smještaja bila je “dobro” i u okviru navedene ocjene rangirali različite aspekte, kako bi sagledali ocjene posjetilaca u zavisnosti od njihovog porijekla (pogledati Grafik 17).

Grafik 17. Veoma dobar kvalitet smještaja

Pod ocjenom “dobar” kvalitet, inostrani posjetioци su u najvećem stepenu bili zadovoljni kvalitetom usluge (53,2%), gosti iz Srbije podjednako zadovoljni sa cijenom i kvalitetom sobe (po 32%), dok su domaći posjetioци sa ovom ocjenom ocijenili kvalitet sobe.

Uzimajući u obzir indikatore ocjene kvaliteta po svim segmentima smještaja, iz tabele koja slijedi se vidi da su ocjene pozitivne, što znači da je krajnja ocjena veoma visoka. Vrijednost indikatora se kreće u intervalu od 1 do 5, pri čemu vrijednost bliža 5 (“veoma dobar”) označava visok kvalitet i vrijednost bliža 1 (“veoma loše”) označava lošiji kvalitet.

Tabela 9. Indikatori ocjene kvaliteta smještaja

Segmenti kvaliteta gastronomije	Indikator ocjene kvaliteta
1. Kvalitet usluge (uslužnost osoblja)	4.50
2. Kvalitet doručka	4.39
3. Slobodno vrijeme/zabava	4.36
4. Kvalitet soba	4.34
a. Čistoća	4.46
b. Namještaj	4.36
c. Kupatilo	4.23
d. Grijanje	4.10
5. Cijene	4.34

Ispitanici su pozitivno ocijenili Kvalitet usluge (uslužnost osoblja) sa najvećim indikatorom (4,50), i odmah iza slijedi Čistoća sobe u kojoj su odsjeli (4,46).

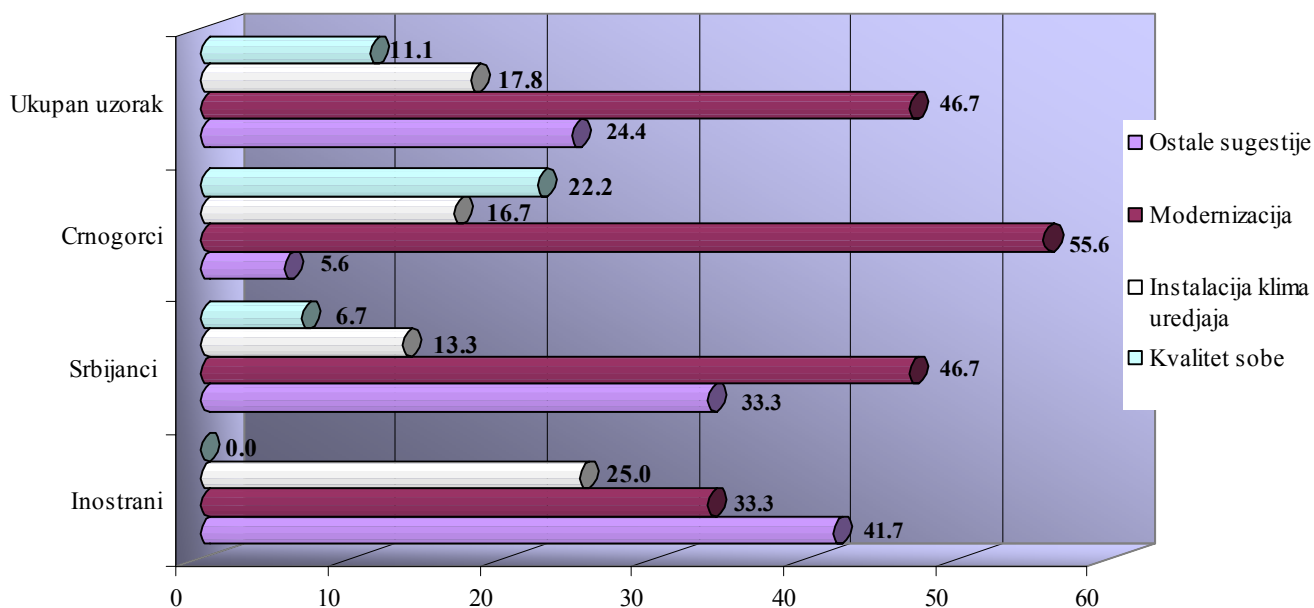
12. Sugestije za poboljšanje smještaja

Svega jedna petina ispitanika je dala sugestije u cilju poboljšanja smještaja: manje od polovine (46,7%) sugeriše modernizaciju soba, povezujući ovo sa uvođenjem rashladnih uređaja (Tabela 10).

Tabela 10. Sugestije za poboljšanje smještaja

		%
1.	Modernizacija (soba, kupatila)	46.7
2.	Instalacija klima	17.8
3.	Kvalitet sobe	11.1
4.	Ostale sugestije	24.4
4.1	Uvodjenje telefona u objektima	13.3
4.2	Da objekti imaju baštu	8.8
4.3	Kvalitet usluge	2.3
UKUPNO		100.0

Graph 18. Sugestije za poboljšanje smještaja



Više nego ostali, Crnogorci i oni iz Srbije su naveli modernizaciju soba (uključujući modernizaciju kupatila); dok su inostrani gosti mnogo više nego ostali zainteresovani i navode kao nužno uvođenje klima.

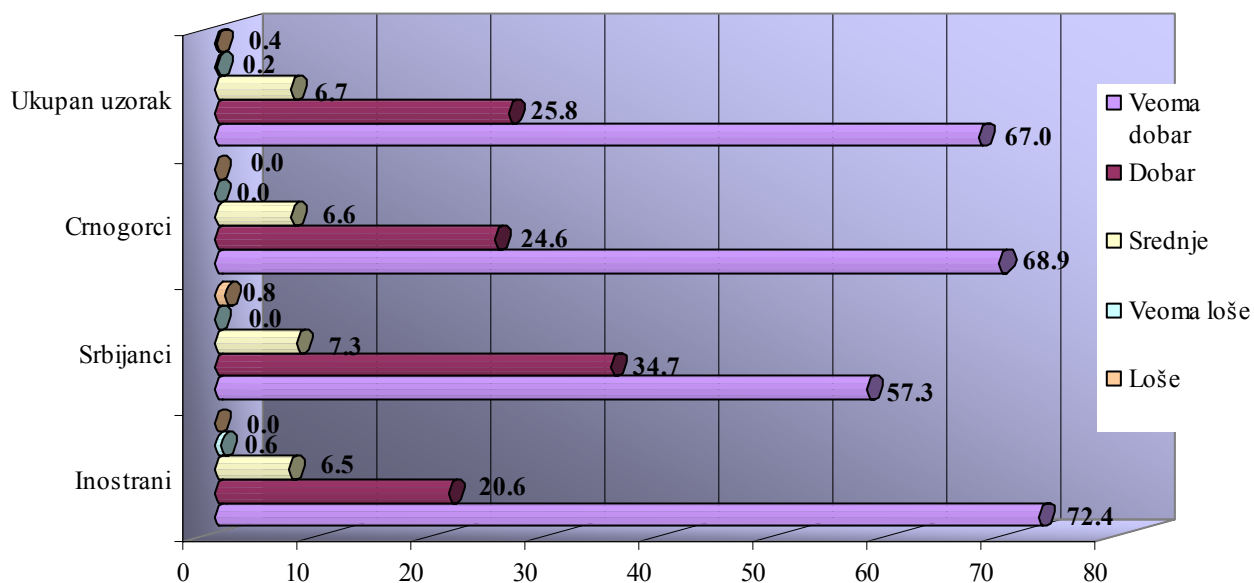
14. Kvalitet u gastronomiji

Posjeta nekog turističkog centra je najčešće određena smještajem i kvalitetom hrane koja može da im ponudi. Stoga, ispitanike smo pitali da ocijene i komentarišu pojedine kvalitete gastro ponude kao dobre ili loše, bez obzira koliko dugo ostaju. Prilikom ocjenjivanja kvaliteta u gastronomiji ispitanici su bili u prilici da izaberu neku od sledećih ocjena: “Loše”, “Prije loše nego dobro”, “Dobro”, “Jako dobro” i “Bez odgovora”.

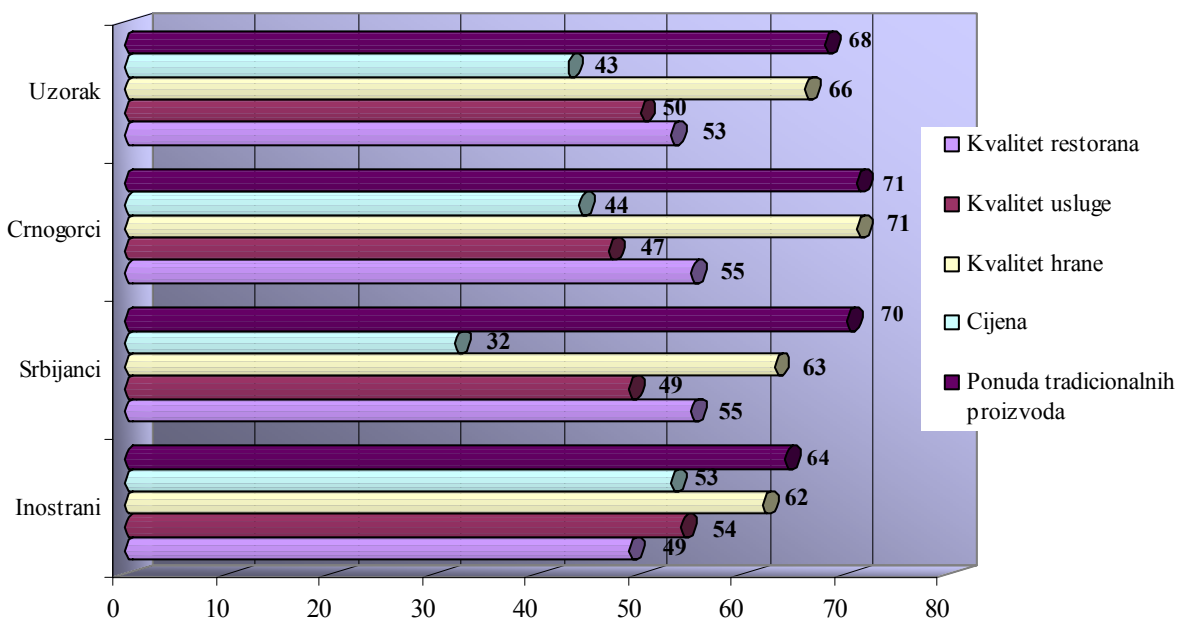
Turisti koji ostaju u regionu B&K, i koji su smješteni u sopstvenoj kući ili kući prijatelja, nijesu davali komentar na kvalitet u gastronomiji.

Analiza dobijenih rezultata pokazala je da 67,0% anketiranih u prosjeku sve aspekte kvaliteta smještaja ocijenilo “Jako dobro”, dok je 0,6% ispitanika u prosjeku dalo ocjenu “Loše” ili “Prije loše nego dobro”. Većina ispitanika evaluirala je “veoma dobro” kvalitet večere, i presjek odgovora ispitanika po porijeklu prikazan je u Grafiku 20.

Grafik 19. Prosječna ocjena kvaliteta u gastronomiji



Grafik 20. Veoma dobar kvalitet u gastronomiji



Posmatrajući indikatore ocjena kvaliteta po segmentima gastronomije, iz tabele koja slijedi, može se zaključiti da su ocjene pozitivne. U tabeli 11 prikazani su indikatori koji se kreću 1 do 5, pri čemu 1 predstavlja „veoma lošu“ generalnu ocjenu i 5 „veoma dobru“ ocjenu kvalitet hrane.

Tabela 11. Indikatori ocjene kvaliteta u gastronomiji

Segmenti kvaliteta gastronomije	Indikator ocjene kvaliteta
1. Kvalitet hrane	4.57
2. Ponuda tradicionalnih domaćih proizvoda	4.55
3. Kvalitet restorana	4.42
4. Kvalitet usluge (uslužnost osoblja)	4.30
5. Cijene	4.09

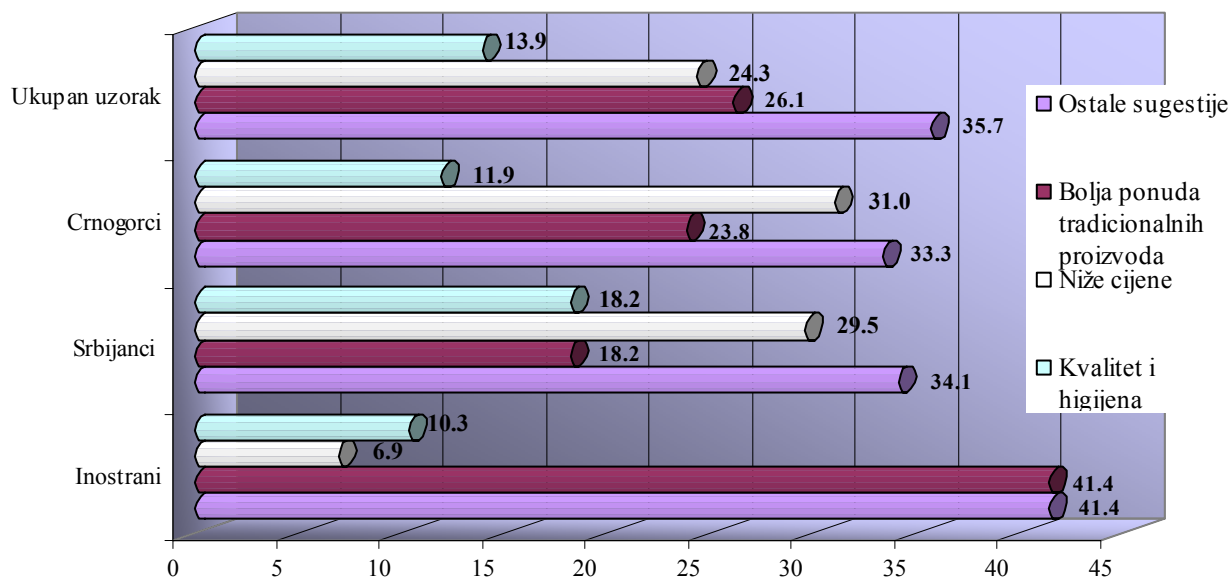
Posjetioci regiona su kvalitet pojedinih segmenata gastronomije ocijenili veoma pozitivno. Tako su ponuda tradicionalnih domaćih proizvoda i kvalitet hrane prepoznati kao najbolji segmenti gastro ponude (indikator 4,57 i 4,55, respektivno); približno istim indikatorom su ocijenjeni kvalitet restorana i kvalitet usluge (sa indikatorom 4,42 i 4,30, respektivno). Sa najnižim indikatorom su ocijenjene cijene u gastronomiji (4,09).

15. Sugestije za poboljšanje kvaliteta u gastronomiji

Pored toga što su turisti pozitivno ocijenili kvalitet u gastronomiji, jedna trećina ispitanika je sugerisala poboljšanje. Približno isti procenat posjetilaca sugerisao je povećanje ponude tradicionalnih/domaćih proizvoda i niže cijene (26,1% i 24,3%, respektivno). U manjem procentu turisti sugerišu poboljšanje kvaliteta/higijene i profesionalniju uslugu (Tabela 12).

Tabela 12. Sugestije za poboljšanje kvaliteta u gastronomiji

	%
1. Bolja ponuda tradicionalnih proizvoda	26.1
2. Niže cijene	24.3
3. Kvalitet i higijena	13.9
4. Ostale sugestije	35.7
4.1 Usluga	25.1
4.2 Jezici	8.7
4.3 Vegetarijanska hrana	1.9
UKUPNO	100.0

Grafik 21. Sugestije za poboljšanje kvaliteta u gastronomiji

Za inostrane posjetioce aspekt cijena nije toliko bitan, već kao sugestiju navode da osoblje treba da govori više jezika. Iznad prosjeka, posjetioci iz Srbije i Crne Gore kao sugestiju navode sniženje cijena; i dok su posjetioci iz Srbije zainteresovani za bolji kvalitet i higijenu.

Crnogorski posjetioci, bez obzira da li su smješteni u hotelu ili kući prijatelja/rodjaka, sugerišu niže cijene i bolju uslugu; dok oni koji dolaze iz Srbije i koji su odsjeli u privatnom smještaju navode potrebu za boljom ponudom tradicionalnih domaćih proizvoda. Inostrani posjetioci koji su smješteni u hotelu ili privatnom smještaju zainteresovani su za bolji asortiman domaćih proizvoda, bolji kvalitet i bolju ponudu vegetarijanske hrane.

16. Važnost i kvalitet turističke ponude

Turisti prepoznaju region Bjelasice i Komova kao izvanrednu priliku za obavljanje raznovrsnih ljetnjih i zimskih aktivnosti. Istraživanje je bilo sprovedno sa ciljem sagledavanja važnosti i kvaliteta turističke ponude sa aspekta posjetilaca, kao i uzimanja u obzir njihovih mišljenja po osnovu pojedinih segmenata ponude.

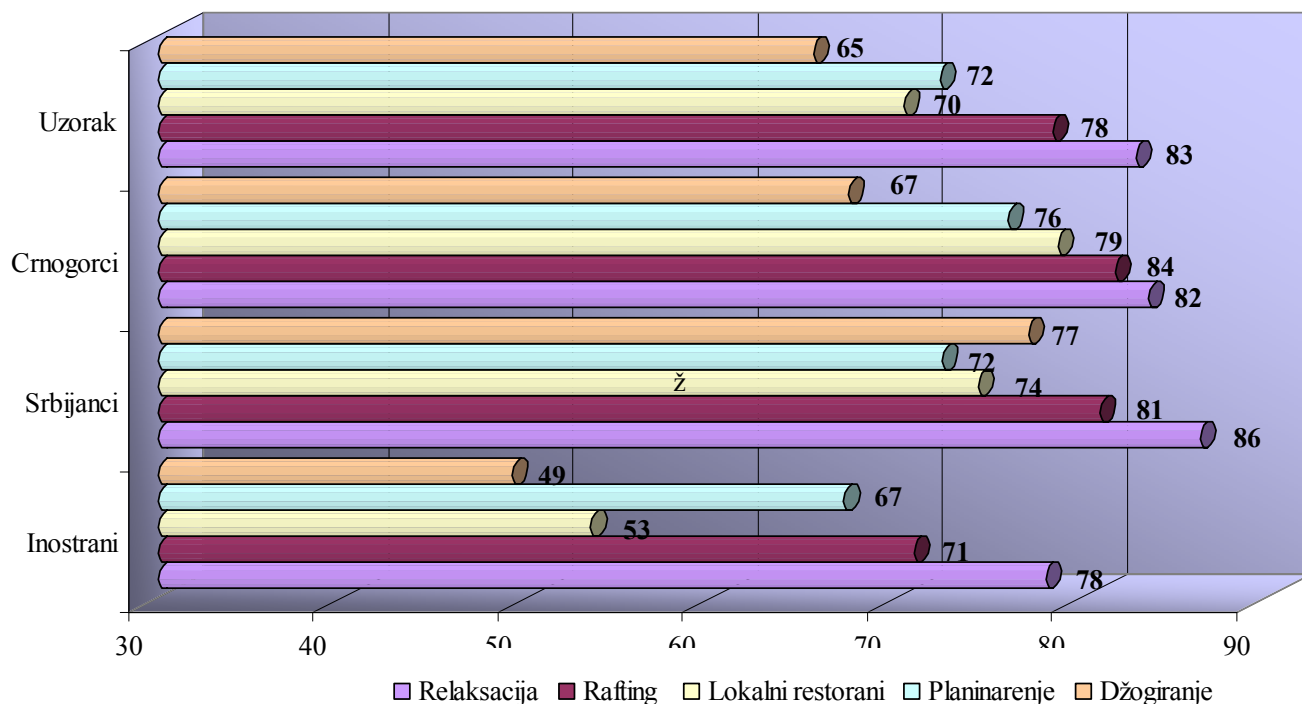
Prilikom ocjene **važnosti turističke ponude**, ispitanici su imali mogućnost da izaberu sledeće opcije: “veoma loše”, “loše”, “srednje”, “dobro”, “veoma dobro”. Među predloženim različitim aspektima turističke ponude, pet segmenata su ocijenjeni kao veoma važni: relaksacija/ljepota izdavlje, javni transport, informacije za posjetioce, označenost znamenitosti i kvalitet puteva. U poredjenju sa prosječnim rezultatima, relaksacija/ljepota i izdavlje su od presudnog značaja za posjetioce iz Srbije i Crne Gore, dok inostrani posjetioci kao najvažnije navode raspoloživost informacija i označenost znamenitosti.

U tabeli 13 prikazani su najvažniji aspekti različite turističke ponude. Kao što je i ranije napomenuto, relaksacija/ljepota i izdavlje i ponuda javnog transporta (indikator 4.67 i 4.50, respektivno) prepoznati su kao najvažniji segmenti turističke ponude. Najniži indikator je dodijeljen segmentu lov i program za djecu (indikator 3.26 and 3.19, respektivno).

Pored ocjene važnosti relevantnih aspekata turističke ponude, ispitanici su bili u mogućnosti da ocijene **kvalitet najvažnijih aspekata postojeće turističke ponude**. Iz ovog razloga, pitanja su uključivala preovladjujuće ocjene i komentare koji se odnose na relevantne aspekte kvaliteta turističke ponude. Prilikom ocjenjivanja kvaliteta turističke ponude, ispitanici su bili u prilici sa navede neku od sledećih ocjena: “Veoma niska”, Niska”, “Srednja”, “Visoka” i “Veoma visoka”.

Ako uporedimo kvalitet relevantnih aspekata postojeće ponude, i pogledamo pet aspekata sa najvećim vrijednostima (relaksacija/ljepota i izdavlje, rafting, tipični lokalni restorani, planinarenje i džogiranje), uzimajući u obzir samo one koji su ocijenili kvalitet kao “veoma visok” ili “visok” zaključujemo sledeće:

- Generalno, inostrani posjetioci su trenutno najmanje zadovoljni sa kvalitetom turističke ponude (u svim aspektima); najniži nivo zadovoljstva su naveli kada je u pitanju mogućnost džogiranja (u dijelu razvoja terena za džogiranje) i ponuda lokalnih restorana;
- Iznad prosjeka, posjetioci iz Crne Gore su zadovoljni sa uživanjem u raftingu i planinarenju;
- Posjetioci iz Srbije preferiraju ljepote regiona, mogućnost džogiranja kao i ponudu lokalnih restorana i rafting (pogledati grafik 22).

Grafik 22. Ocjena kvaliteta relevantnih aspekata turističke ponude

Ispitanici su dodijelili najbolje ocjene sledećim aspektima: relaksacija/ljepota i zdravlje i rafting (indikatori 4,51 i 4,14, respektivno), i kvalitet lokalnih restorana (indikator 4,09). Uzimajući u obzir mišljenje turista, identična vrijednost indikatora je dodijeljena šetnji kroz obližnja sela i džogiranju, trčanju (indikator 3,90). Najniži indikator se odnosio na program za djecu i jahanje (indikator 2,10 i 2,01 respektivno).

Tabela 13: Indikator ocjene važnosti i kvaliteta turističke ponude

Moguće aktivnosti	Indikator ocjene važnosti	Indikator ocjene kvaliteta
1. Relaksacija/ljepota i zdravlje	4.67	4.51
2. Ponuda javnog transporta	4.50	3.19
3. Informacije za posjetioce	4.42	3.38
4. Označenost znamenitosti, restorana, hotela, ski centara....	4.40	3.64
5. Kvalitet puteva	4.38	2.61
6. Lokalni restorani	4.35	4.09
7. Posjeta kulturnim ponudama, muzejima, izložbama	4.33	3.45
8. Rafting	4.26	4.14
9. Muzički događaji, pozorište, festivali	4.21	3.17
10. Šetnja kroz obližnja sela	4.19	3.90
11. Planinarenje, osvajanje vrhova	4.17	3.94
12. Džogiranje, trčanje	4.11	3.90
13. Biciklizam	4.04	3.59
14. Diskoteke, barovi	3.99	3.79
15. Šoping	3.98	3.69
16. Večernji događaji	3.86	3.15
17. Osvajanje kanjona	3.77	3.26
18. Ostale sportske aktivnosti (paragliding...)	3.74	2.65
19. Ribolov	3.69	3.59

20. Jahanje	3.56	2.01
21. Planinski biciklizam	3.48	2.64
22. Program za loše vrijeme	3.31	2.27
23. Kulturna ponuda	3.30	-
24. Lov	3.26	3.04
25. Program za djecu	3.19	2.10

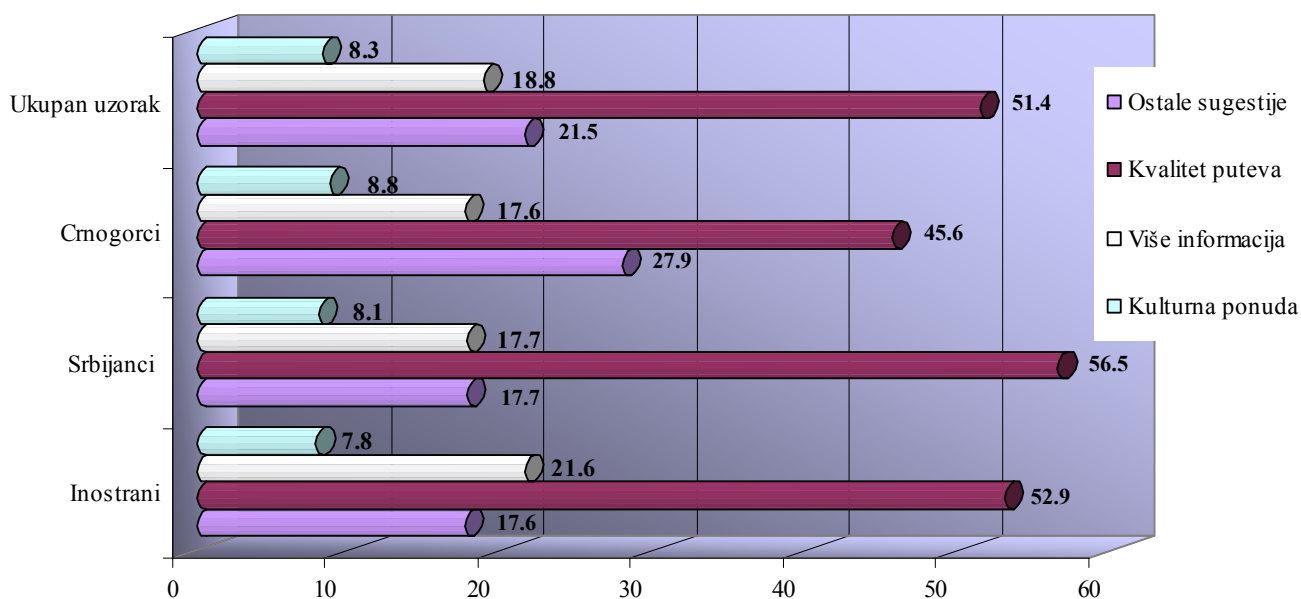
17. Sugestije za poboljšanje kvaliteta turističke ponude

Većina ispitanika je sugerisala poboljšanje relevantnih aspekata turističke ponude. Nešto više od polovine (51,4%) ispitanika sugerisao je poboljšanje kvaliteta puteva, i 18,8% veći broj informacija o turističkoj ponudi. Neznatan procenat ispitanika je naveo sugestije koje su se odnosile na kulturnu ponudu, ponudu javnog transporta i veći broj hotela (Tabela 14).

Tabela 14. Sugestije za poboljšanje kvaliteta relevantnih aspekata turističke ponude

	%
1. Kvalitet puteva	51.4
2. Više informacija o turističkoj ponudi	18.8
3. Kulturna ponuda	8.3
4. Ostale sugestije	21.5
4.1 Bolja ponuda javnog transporta	7.1
4.2 Više hotela	5.5
4.3 Zabava (kulturna dešavanja, večernji događaji)	4.9
4.4 Sportske aktivnosti	4.0
TOTAL	100.0

Graph 22. Sugestije za poboljšanje kvaliteta relevantnih aspekata turističke ponude



Crnogorski posjetioci su najviše sugerisali poboljšanje javnog transporta i zabavu (kulturni i večernji događaji), dok su oni iz Srbije pored poboljšanja javnog transporta sugerisali i bolji kvalitet puteva. U odnosu na prosjek, inostrani posjetioci su najviše zainteresovani za poboljšanje puteva, i više informacija.

8. LJETNJI ODMOR U REGIONU BJELASICE I KOMOVA

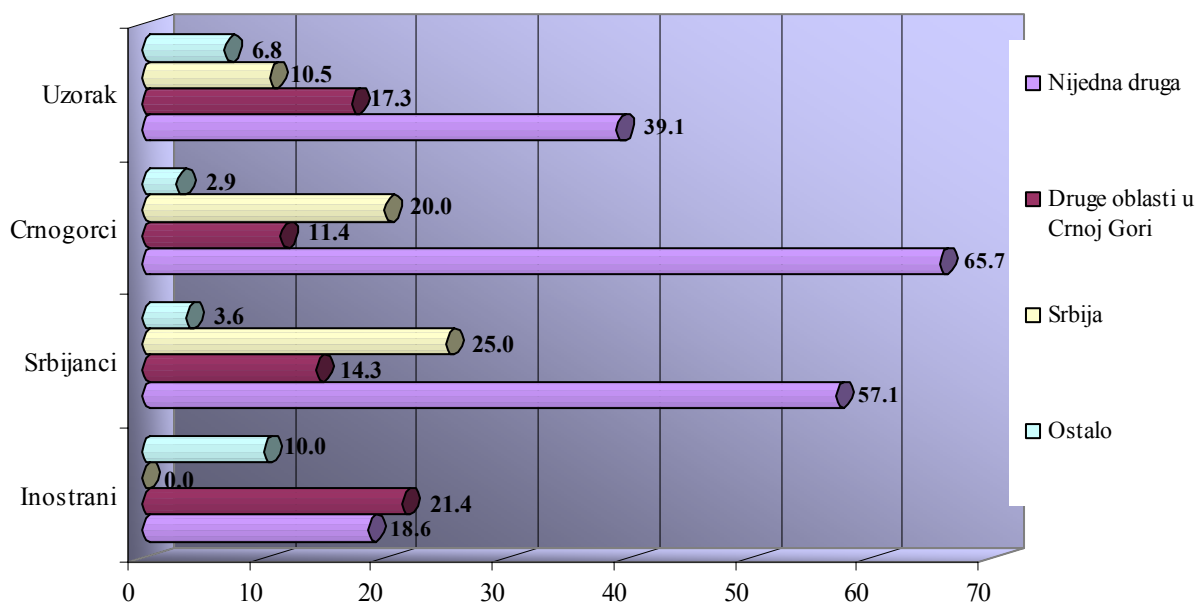
18. Alternativne destinacije

Pored regiona Bjelasice i Komova, veoma atraktivne destinacije za turizam postoje i u inostranstvu. Pitanje koje slijedi kreirano je sa ciljem da se utvrde koje su to alternativne destinacije primamljive za posjetioce.

Turisti koji ostaju u regionu B&K, i koji su smješteni u sopstvenoj kući ili kući prijatelja, nijesu davali komentar na destinacije koje bi im bile primamljive.

Značajan procenat (39,1%) posjetilaca bi regionu Bjelasice i Komova ostali vjerni, dok bi 17,3% izabralo neku drugu oblast u Crnoj Gori. Procenat posjetilaca koji bi izabrali destinaciju u Srbiji je 10,5%, dok bi se svega 6,8% opredijelilo da odmor provede van Srbije i Crne Gore.

Grafik 23: Alternativne destinacije



U većini slučajeva, posjetioци iz Crne Gore ne bi izabrali nijednu drugu destinaciju osim Bjelasice i Komova (66,7%) ili bi se opredijelili za neku drugu destinaciju u Crnoj Gori (20,0%). Iznad prosjeka, posjetioци iz Srbije ne bi izabrali ni jednu drugu destinaciju osim Bjelasice i Komove (57,1%), dok bi svaki deseti internacionalni posjetilac išao van zemlje.

Ovaj region bi izabrali mlađji posjetioци (mlađji od 25 godina), oni koji odsijedaju u hotelu ili u kući prijatelja/rodjaka. Neka druga destinacija u Crnoj Gori je alternativa za posjetioce smještenе u hotelu, one koji ostaju duže od 10 dana i imaju dnevnu potrošnju više od 30€. Alternativne destinacije u Srbiji bi izabrali posjetioци smješteni u kući prijatelja/rodjaka, kao i dvije petine onih koji ostaju više od 10 noći.

19. Kojim biste se aktivnostima bavili u Nacionalnom parku?

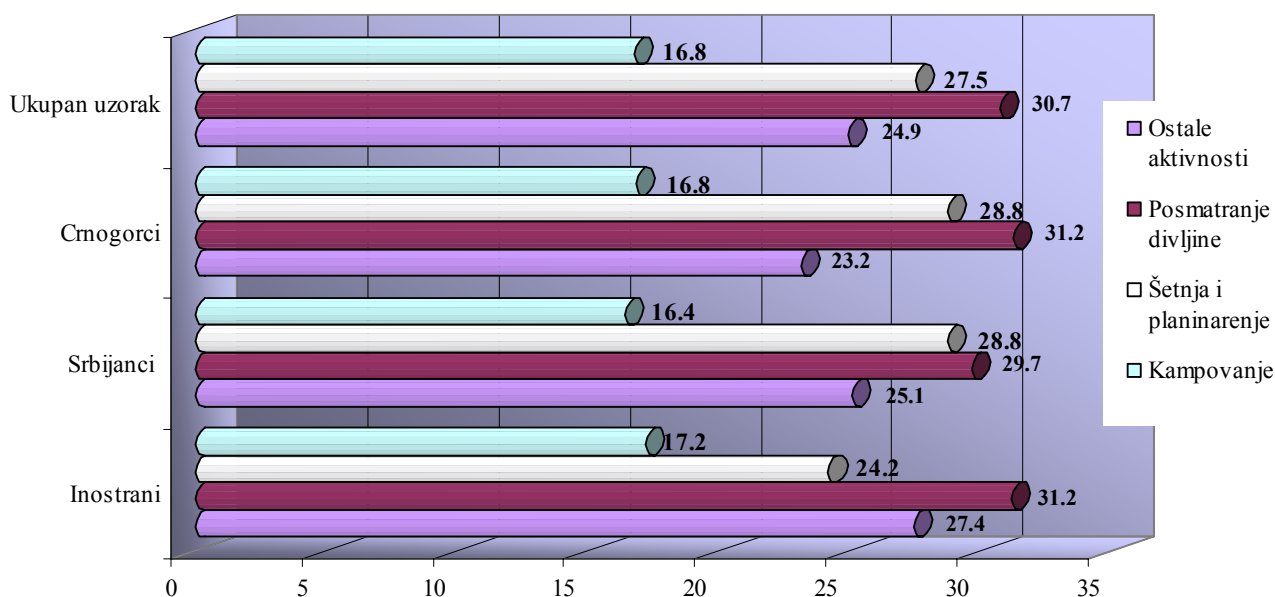
Oko 95% ispitanika je upoznato sa postojanjem Nacionalnog parka «Biogradska gora», što ukazuje na mogućnost boljeg iskorišćenja njegovih potencijala u skladu sa razvojem programa održivog turizma. Ovaj procenat odstupa u zavisnosti od porijekla posjetilaca: kao što je I bilo za očekivati: 98,4% Crnogoraca zna za Nacionalni park, kao i 92,6% onih iz Srbije i 86,4% internacionalnih posjetilaca.

U cilju bolje turističke ponude na ovom području, kreirano je pitanje o zainteresovanosti posjetilaca za pojedine aktivnosti. U skladu sa dobijenim rezultatima, posjetioци su kao posebno atraktivne aktivnosti naveli posmatranje divljine i šetnju (30,7% i 27,5%, respektivno), kao i kampovanje (16,8%). Pored tri navedenih aktivnosti, turisti su isticali i učešće u turama sa vodičem, foto safari, planinski biciklizam.

Tabela 15. Aktivnosti u Nacionalnom parku

		%
1.	Posmatranje divljine	30.7
2.	Šetnja i planinarenje	27.5
3.	Kampovanje	16.8
4.	Ostale aktivnosti	25.0
4.1	Učešće u turama sa vodičem	9.4
4.2	Foto safari	7.3
4.3	Planinski biciklizam	5.5
4.4	Naučne posjete	1.5
4.5	Ostalo	1.3
UKUPNO		100.0

Grafik 24: Aktivnosti u Nacionalnom Parku (ponderisane vrijednosti)



Posmatranje divljine preferiraju crnogorski i inostrani posjetioци, oni koji imaju do 35 godina (67,7%) I tri petine onih koji ostaju više od 7 dana u regionu

Učešće u turama sa vodičem je atraktivno za crnogorske turiste i one iz Srbije, posjetioce koji imaju 26 do 35 godina (47,1%), one koji ostaju 1 do 3 noći u regionu (34,1%), kao i aza one koji tu ostaju sa prijateljima. Ture sa vodičem su interesantne za one koji smještene kod prijatelja/rodjaka (46,2%) I koji troše dnevno više od 30€ (u 33% slučajeva).

“Pravi” internacionalni posjetioци su, posmatranje divljine i planinarenje, kao i kampovanje i foto safari navodili kao najznačajnije aktivnosti kojim bi voljeli da se bave u Nacionalnom parku. Turisti iz Srbije koji ne poznaju region, kao najatraktivnije aktivnosti ističu posmatranje divljine, šetnju i učešće u turama sa vodičem.

Ukoliko sada zanemarimo činjenicu na kom mjestu su rangirane navedene aktivnosti, možemo zapaziti da 73,1% ispitanika izdvaja posmatranje divljine, dok čak dvije trećine posjetilaca kao veoma značajnu aktivnost (66,6%) ističe šetnju i planinarenje (pogledati Tabelu 15.1).

Tabela 15.1 Prvo, drugo i treće rangirane aktivnosti u Nacionalnom parku

		%
1.	Posmatranje divljine	73.1
2.	Šetnja i planinarenje	66.6
3.	Kampovanje	42.3
4.	Učešće u turama sa vodičem	22.6
5.	Foto safari	18.4
6.	Planinski biciklizam	13.1
7.	Ostalo	4.3
8.	Naučna posjeta	3.6

Ako uzmemo u obzir prvo rangirane aktivnosti u Nacionalnom parku, posmatranje divljine je najdominantnija aktivnost (53,1%), zatim se navode šetnja i planinarenje kao značajni faktori (25,6%).

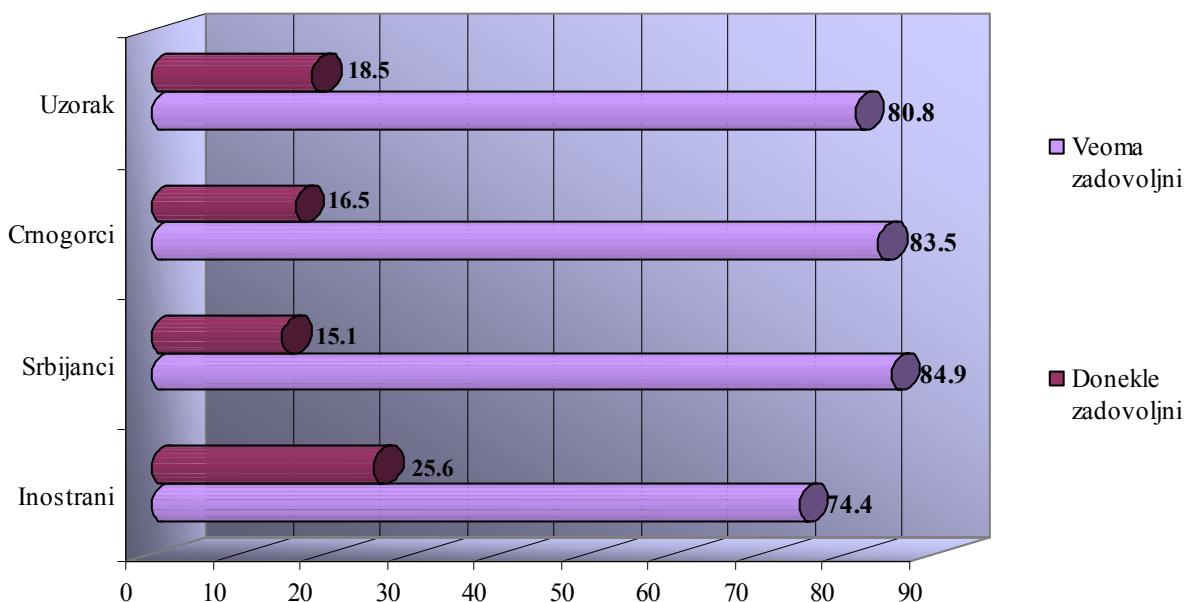
Tabela 15.2 Prvo rangirana navedena aktivnost u Nacionalnom parku

		%
1.	Posmatranje divljine	53.1
2.	Šetnja i planinarenje	25.6
3.	Kampovanje	8.9
4.	Učešće u turama sa vodičem	6.3
5.	Naučna posjeta	2.2
6.	Foto safari	1.6
7.	Planinski biciklizam	1.3
8.	Ostalo	1.0

20. Zadovoljstvo boravkom u regionu Bjelasica i Komovi

Područje Bjelasice i Komova je prepoznatljivo kao region koji ima izvanredne mogućnosti za razvoj i organizovanje različitih oblika turizma: izletnički, rekreativni, sportski, zdravstveni... Samim tim, zaljubljenici prirode su u prilici da upoznaju prirodne ljepote regiona, uživaju u zdravom okruženju, kao i da se upoznaju sa kulturom ovog područja.

Uopšte, generalna ocjena zadovoljstva turista boravkom u turističkom centru Bjelasice i Komova je veoma visoka: 80,8% posjetilaca je veoma zadovoljno sa odmorom na ovom području, dok je 18,5% navelo da je donekle zadovoljno.

Grafik 25: Zadovoljstvo sa boravkom u regionu Bjelasica & Komovi

Više od prosjeka (80,8%), veoma zadovoljni sa odmorom u regionu su posjetioci: iz Crne Gore i Srbije (83,5% i 84,9%, respektivno), oni koji su smješteni u hotelu (86,3%), koji ostaju od 5 do 10 dana (87,5%) i troše više od 20€ dnevno po osobi. Donekle zadovoljni su internacionalni posjetioci (25,6%), oni smješteni u privatnom smještaju (37,5%) i koji ostaju duže od 10 noći u regionu.

21. Šta Vam se nije dopalo tokom odmora?

Kako bi se zadržali postojeći i privukli novi turisti, od presudnog značaja je utvrditi glavne „zamjerke“ posjetilaca. Više od jedne trećine posjetilaca (33,8%) je imalo zamjerke tokom boravka na području Bjelasice i Komova: 29,1% je navelo loše vrijeme, a po 27,2% putnu infrastrukturu i zabavno/ kulturni program.

22. Šta je bilo najljepše iskustvo tokom odmora

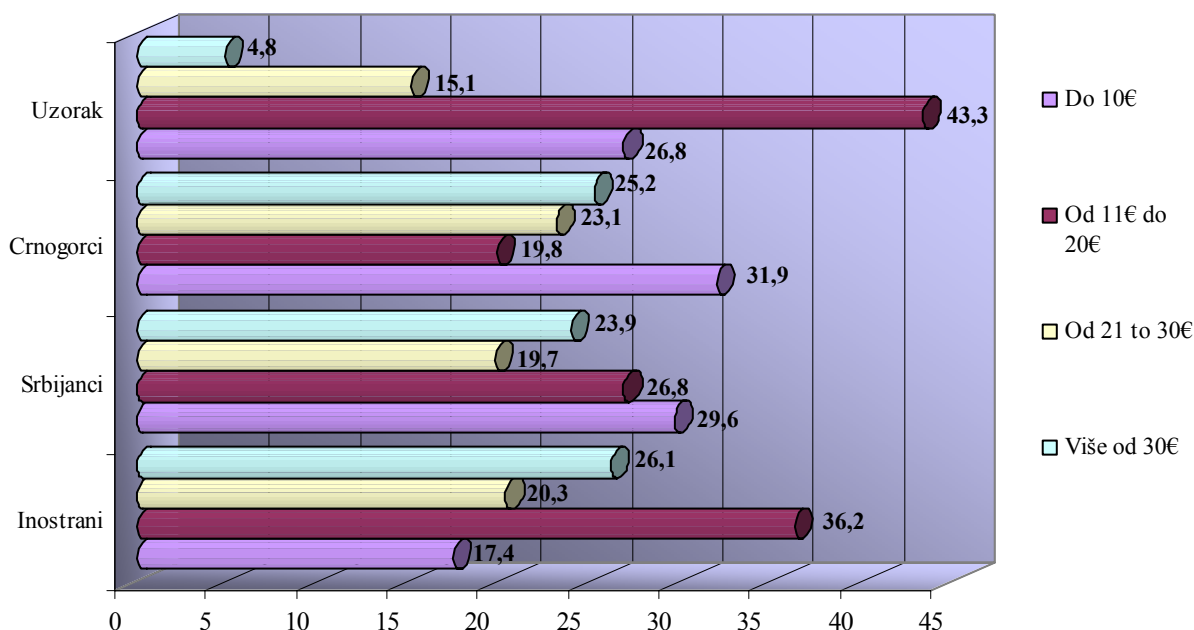
Zadovoljstvo postojećom turističkom ponudom tokom odmora je najčešće presudan razlog ponovnog boravka. Skoro dvije trećine ispitanika je odgovorilo na ovo pitanje. Više od jedne četvrtine (26,1%) ispitanika druženje i sticanje prijatelja je ocijenilo kao najljepše iskustvo, a zatim slijedi uživanje u čarima prirode i planinarenje (17,9% i 11,8%, respektivno). U nešto manjem procentu ispitanici navode: šetnju i rekreaciju, obilazak jezera, čist vazduh i prirodu.

23. Da li biste preporučili prijateljima da provedu odmor ovdje?

Promocija regiona i dolazak novih gostiju zavisi od impresije koje će naši trenutni posjetioci ponijeti sa sobom. Više od dvije trećine (84,9%) bi region Bjelasice i Komova vjerovatno preporučilo kao atraktivnu lokaciju za odmor prijateljima; 12,5% bi sigurno preporučili ovo područje, dok je veoma mali procenat posjetilaca naveo da ga ne bi preporučio (0,3%).

24. Koliko dnevno trošite na smještaj i hranu?

Prilikom razmatranja ponovnog dolaska na određeno područje, posjetioci sagledavaju i dnevne troškove i troškove usluga. Manje od polovine anketiranih (43,3%) troši 11€ do 20€ dnevno po osobi, a više od četvrtine više od 10€ (26,8%).

Grafik 26: Koliko dnevno po osobi trošite na smještaj i hranu

Posjetioi koji dolaze iz Crne Gore I Srbije najčešće dnevno troše manje od 10€. Ovaj iznos najčešće troše oni smješteni u kući prijatelja/rodjaka (29,3%), oni koji ostaju 3 do 5 noći u regionu I odmor provode sa prijateljima ili ostalim članovima porodice.

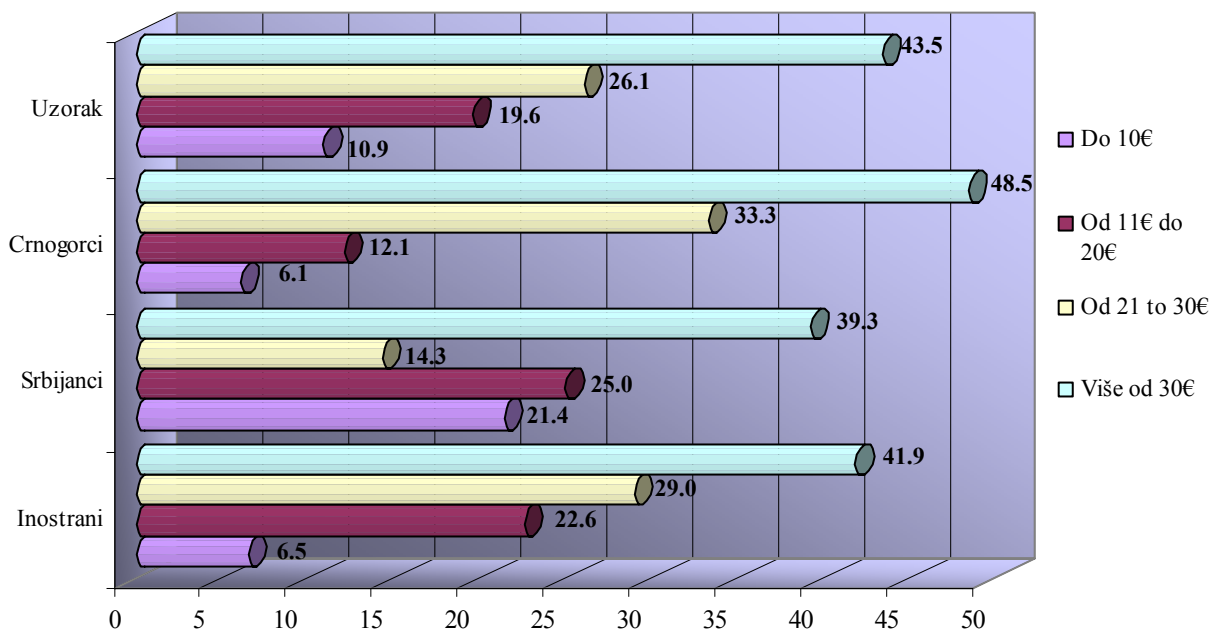
Nešto više od dvije petine inostranih posjetilaca ima dnevne troškove od €11 do €20. Ove dnevne troškove imaju posjetioi koji su na odmoru sa ostalim članovima porodice, oni koji koriste privatni smještaj I ostaju duže od 10 noći. Dnevni izdaci u iznosu od 21€ do 30€ su karakteristični za dvije petine posjetilaca iz Crne Gore, oni koji su smješteni u hotelu I koji su na odmoru sa djecom I partnerom.

U većini slučajeva, posjetioi iz Crne Gore I oni koji su smješteni u hotelu troše više od 30€ dnevno. Ovi turisti u 40% slučajeva ostaju 7 do 10 noći I putuju sa organizovanom grupom ljudi.

Odgovori turista koji ostaju u B&K region, i koji su smješteni u sopstvenoj kući ili kući prijatelja/rodjaka, nijesu uključeni na sledećem grafiku (pogledati Grafik 26.1).

Skoro polovina ispitanika (43,5%) dnevno troši više od 30€ po osobi, naspram 26,1% onih koji troše od 21€ do 30€.

Grafik 26.1 Koliko dnevno trošite po osobi na hranu i smještaj



U većini slučajeva posjetioci iz Crne Gore troše više od 30€ dnevno (48,5%). Ovi posjetioci u 40% slučajeva ostaju 7 do 10 noći i putuju u organizovanim grupama.

Skoro dvije petine (39.3%) internacionalnih posjetilaca dima dnevnu potrošnju od 11€ do 20€. Ovo je dnevni trošak za posjetioce koji putuju sa ostalim članovima porodice, one koji su smješteni u privatnom smještaju i koji ostaju više od 10 noći. Dnevni izdaci koji se kreću u rasponu do 21€ do 30€ je karakteristična za jednu trećinu crnogorskih posjetilaca, one koji odsijedaju u hotelu i putuju sa djecom i partnerom.

10. REZIME

Istraživanje medju posjetiocima turističkih centara u regionu Bjelasica & Komovi otpočeto je u junu 2005. godine. Istraživanje je uključilo posjetioce pet crnogorskih opština (Kolašin, Bijelo Polje, Berane, Andrijevića i Mojkovac) i NP Biogradska Gora. Cilj istraživanja je da se dobiju informacije o profilu posjetilaca, da se sazna šta je od presudnog značaja za njihov boravak u regionu, te da se sagleda njihovo zadovoljstvo turističkom ponudom.

DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE

U cilju obezbjedjivanja reprezentativnosti uzorka, anketirano je **304 posjetioca** metodom slučajnog izbora, uzimajući u obzir razloge za dolazak i boravak u ovom regionu. Polna struktura je dijelom pomjerena u korist muškaraca (51%); struktura ispitanika po starosnim kategorijama je sa najvećim učešćem ispitanika do 25 godina (35%). Nešto više od polovine ispitanika je sa završenom srednjom/višom školom i u najvećem broju slučajeva su zaposleni (za obje kategorije po 54%). Oko 69% posjetilaca su **porodični ljudi i skoro polovina ima dvoje djece u svom domaćinstvu** (49%). Dnevnu potrošnju, na hranu i smještaj, više od 30€ ima 43% posjetilaca.

RAZLOZI DOLASKA POSJETILACA

Područje Bjelasice i Komova za posjetioce turističkih centara pruža različite mogućnosti. Svaki četvrti posjetilac (28,7%) kao **presudan razlog dolaska i boravka u ovom regionu navodi odmor, dokolicu i rekreaciju**. Odmor, dokolica i rekreacija je presudan razlog za posjetu više od polovine internacionalnih posjetilaca, za mlade turiste i za one koji uglavnom troše od 11 do 20€ dnevno. Inostrani posjetioci su također zainteresovani za ostajanje u regionu zbog zdravlja, rekreacije i odmora, dok su posjetioci iz Crne Gore i Srbije donekle više zainteresovani za posjetu kulturnim ponudama, muzejima i izložbama.

Glavni izvor informacija za internacionalne posjetioce su informacije i preporuke koje dobijaju od prijatelja/rodjaka; Crnogorci već poznaju region, dok većina posjetioca iz Srbije i Internacionalnih turista imaju kuću u regionu ili su smješteni u kući prijatelja/rodjaka.

Region Bjelasice & Komova važi za veoma atraktivnu lokaciju koja može mnogo toga da pruži različitim posjetiocima. Ipak, šta je presudan razlog dolaska? Skoro dvije petine turista kao najznačajniji razlog navodi **pejzaž i prirodu** (za inostrane goste ovo je čak najvažnije i najprivlačnije – 27%). Čist vazduh i zdrava životna sredina su primamljivi za skoro sve internacionalne goste.

Područje Bjelasice i Komova je drumskim i željezničkim putevima povezano sa centralnim i južnim dijelom Crne Gore. Tako se nešto više od polovine ispitanika opredijelilo za **automobile**, dok je autobus bio druga po redu najčešće korišćena vrsta prevoza (23% posjetilaca su došli u region koristeći autobus). Zadovoljstvo prevozom automobilom je visoko, čak 94% ispitanih posjetilaca je navelo da su zadovoljni. Oni koji su bili nezadovoljni su to obrazložili sa loše održanim putevima, kašnjenjem autobusa i neurednim vozovima.

Tri četvrtine posjetilaca (78%) je putovalo u društvu, i to najčešće **partnera ili prijatelja**. Većina onih koji su putovali sa partnerom su inostrani posjetioci (33,6%). Razmatrajući turističke grupe, uglavnom su bile male i u 28,5% slučajeva sa **2 člana** – posjetioci iz inostranstva koji ostaju 7 do 10 noći. Organizovana putnička grupa sa 5 do 10 članova je bila uobičajena za jednu četvrtinu (18%) posjetilaca iz Srbije do 25 godina.

OCJENA KVALITETA LJETNJEG ODMORA

Od presudnog značaja za izbor određene turističke destinacije je mjesto boravka, kvalitet smještaja i ishrane, prpratnih sadržaja i cjelokupne turističke ponude, te dosadašnje iskustvo posjetilaca. Pokazatelj atraktivnosti regiona je dužina boravka posjetioca u nekom turističkom centru. **Nešto više od jedne trećine posjetilaca ostaje više od 10 noći**, dok 27,5% njih ostaje 7 do 10 noći. Izbor adekvatne turističke destinacije zavisi i od mogućnosti i vrste smještaja. Tako je približno isti procenat ispitanika smješten **u kući prijatelja/rodjaka i hotelu**, s približno jednom trećinom onih koji su smješteni u već navedenim vrstama smjštaja (33,0% i 32,5%, respektivno).

Značajan segment ponovne posjete nekoj turističkoj destinaciji u velikoj mjeri je određen i zadovoljstvom posjetilaca smještajem. Polovina ispitanika je u prosjeku sve aspekte kvaliteta smještaja ocijenilo »Jako dobro«, dok je ovaj procenat čak i veći kod inostranih posjetilaca (60,2%). Segmenti, čiji je kvalitet najbolje ocijenjen od strane anketiranih, su **kvalitet usluge** (indikator 4,50) i **čistoća** (4,46). Kao osnovna sugestija ispitanika ističe se modernizacija soba i kupatila, što naročito podvlače ispitanici iz Crne Gore, dok su internacionalni posjetioci tražili uvođenje klima uredjaja.

Pored smještaja, i ocjena ishrane od strane posjetilaca značajno utiče na stvaranje ukupnog utisaka o nekoj turističkoj destinaciji. Nešto više od dvije trećine ispitanika je sve aspekte kvaliteta ishrane ocijenilo "Jako dobro". **Ponuda tradicionalnih domaćih proizvoda i kvalitet hrane** prepoznati su kao najbolji segmenti gastro ponude (indikator 4,57 i 4,55, respektivno). U cilju poboljšanja gastro ponude ispitanicima je ostavljena mogućnost da navedu sugestije koje se odnose na poboljšanje ponude. Približno isti procenat posjetilaca je sugerisao bolju ponudu (tradicionalnih i domaćih proizvoda) i niže cijene. Pored navedenog, inostrani posjetioci smatraju da bi osoblje u restoranima trebalo da govori nekim od stranih jezika.

Region Bjelasice i Komova je poznat kao područje koje ima mnogo toga da ponudi posjetiocima, bilo da u njemu borave tokom ljetnjeg ili zimskog perioda. **Relaksacija/ljepota/zdravlje i ponuda javnog transporta** (indikatori 4,67 i 4,50, respektivno) su prepoznati kao najvažniji segmenti turističke ponude. Sa druge strane, najnižim indikatorom važnosti su **ocijenjeni lov i program za djecu**.

Pored kvalitetnog smještaja i usluge, svaka turistička ponuda treba da ima i svoje specifične mogućnosti koje posjetiocima pružaju osjećaj zadovoljstva i ispunjenosti tokom boravka. **Relaksacija/ljepota/zdravlje i rafting** su ocijenjeni kao najbolji segmenti turističke ponude, dok su sa najnižom ocjenom ocijenjeni **program za djecu i jahanje**. Ako uporedimo ocjenu kvaliteta relevantnih aspekata trenutne turističke ponude, i pogledamo najbolje rangirane turističke aspekte (relaksacija/ljepota/zdravlje, rafting, tradicionalni restorani, planinarenje i džogiranje) uzimajući u obzir samo one koji su dali ocjenu “veoma visok” i “visok” kvalitet, možemo zaključiti da su internacionalni posjetioci najmanje zadovoljni sa kvalitetom postojeće ponude (u ovim aspektima); najmanje su zadovoljni sa mogućnostima za džogiranje (u smislu razvijenih puteva za džogiranje) i sa ponudom u tradicionalnim restoranima. Više od prosjeka, posjetioci iz Crne Gore su zadovoljni ponudom za rafting i planinarenje, dok posjetioci iz Srbije više vole da uživaju u ljepoti prirode, mogućnostima za džogiranje kao i nacionalnoj kuhinji i raftingu. Sugestije za poboljšanje turističke ponude se odnose na kvalitet puteva i veći broj informacija o cjelokupnoj turističkoj ponudi.

U cilju kreiranja što bolje turističke ponude u ljetnjem periodu, kreirano je pitanje koje se odnosi na upoznatost i zainteresovanost za bavljenje pojedinim aktivnosti u Nacionalnom parku. Visok procenat (95%) posjetilaca je **upoznat sa postojanjem Nacionalnog parka «Biogradska gora»**, što ukazuje na mogućnost boljeg iskorišćenja njegovih potencijala u skladu sa razvojem održivog turizma.

Područje Bjelasice i Komova je prepoznatljivo kao turistička destinacija koja mnogo toga može da ponudi turistima. Najprivlačnija aktivnost za svakog drugog posjetioca je **posmatranje divljine**, dok je 28% ispitanika navelo **šetnju i planinarenje**. Posmatranje divljine i kampovanje su uglavnom prepoznati kao interesantni od strane internacionalnih posjetilaca. Učešće u turama sa vodičem preferiraju posjetioci iz Crne Gore, polovina ispitanika koji su između 26 i 35 godina, oni koji su došli u organizovanim grupama sa više od 10 članova i 34,9% posjetilaca koji ostaju 7 do 10 dana.

Visok procenat posjetilaca (99,3%) je naveo da je veoma ili donekle zadovoljan sa onim što im se ponudilo u turističkim centrima regiona Bjelasice i Komova (veoma zadovoljnih – 80,8% i donekle zadovoljnih – 18,5%). Najljepše iskustvo tokom odmora je **druženje i sticanje prijatelja**, a zatim slijede uživanje u čarima prirode i planinarenje. Jedna trećina posjetilaca je navela ono što im se najmanje dopalo tokom odmora: **loše vrijeme**, putna infrastruktura i zabavni i kulturni program.

Od velikog značaja za ponovni boravak turista na području Bjelasice i Komova je ocjena zadovoljstva turističkom ponudom, što je sa druge strane u direktnoj korelaciji sa preporukom prijateljima da odmor provedu u istom turističkom centru. Visokih 84% posjetilaca bi region Bjelasice i Komova preporučilo prijateljima kao turističku destinaciju za odmor.

11. ZAKLJUČCI

Dobijeni rezultati istraživanja su potvrdili niz pretpostavki koji se odnose na turističku ponudu regiona Bjelasice i Komova. Sprovodeći istraživanje, došlo se do osnovnih informacija, kao što su profil posjetilaca, njihovi razlozi i motivi boravka u regionu, kao i ocjena zadovoljstva turističkom ponudom.

Struktura posjetilaca u B&K regionu je takva da su više zastupljeni oni koji imaju kuću ili ostaju kod prijatelja/rodjaka. Inostrani posjetioци najčešće dolaze po preporuci prijatelja. Samim tim, posjetioци najčešće borave u regionu radi odmora, ili zato što imaju naviku da dolaze svake godine.

Mada posjetioци generalno ocjenjuju ponudu smještaja I kvaliteta u gastronomiji kao “veoma dobro”, upitani su da navedu sugestije sa ciljem poboljšanja. Posjetioци sugerišu modernizaciju soba I kupatila, poboljšanje putne infrastrukture, niže cijene, i bolju ponudu tradicionalnih i domaćih proizvoda.

Kao što istraživanje potvrđuje, region Bjelasice i Komova predstavlja veoma atraktivnu lokaciju za odmor koju bi prijateljima/rodjacima preporučilo 80% posjetilaca, i kao najljepše iskustvo navode druženje i sticanje prijatelja.

Zimska vs. ljetnja ponuda

Područje Bjelasice i Komova je poznato kao region koje posjetiocima omogućava da uživaju u prirodnim ljepotama, pejzažu, klimi bilo da u njemu borave zimi ili ljeti. Samim tim, u cilju sagledavanja ocjena zadovoljstva posjetilaca u zimskom i u ljetnjem periodu slijedi paralelan prikaz dobijenih rezultata istraživanja.

S obzirom na polnu strukturu ispitanika, oba istraživanja obuhvataju veći broj muškaraca u odnosu na osobe ženskog pola. Tokom zimske sezone više od jedne trećine posjetilaca je mlađe od 25 godina, dok su posjetioци tokom ljeta nešto malo stariji (od 25 do 35 godina - u 31,0% slučajeva).

Presudni razlozi dolaska posjetilaca u zimskom i ljetnjem periodu se razlikuju. Tako, dvije petine onih koji su bili na ovom području tokom zime kao osnovni razlog boravka navode skijanje, te zdravlje i relaksiranje; dok posjetioци u ljetnjem periodu najviše privlači odmor, dokolicu i rekreaciju. Za svakog petog posjetioца, dobar ski centar ili pejzaž/priroda je presudan razlog za boravak na području Bjelasice i Komova. Ovo je posebno bitno za turiste koji su već upoznati sa ovim područjem kada biraju turističku destinaciju. Inostrani posjetioци dolaze po preporuci prijatelja tako da je veoma važno, da je i istraživanje pokazalo da bi najveći broj njih (87%) preporučilo ovaj region svojim prijateljima.

Ispitanici najčešće putuju sa partnerom i prijateljima. U većini slučajeva, oni dolaze u putničkoj grupi koja broji 2 i 3 člana (po 25,4% u zimskom periodu) ili 2 člana (36,5% u ljetnjem periodu). Od presudnog značaja za razvoj određenog turističkog područja je da li posjetioci dolaze na jedan ili više dana. Tako se 63,4% zimskih i 78,4% ljetnjih posjetilaca u ovom regionu opredijelilo za višednevni boravak.

Kvalitet smještaja je veoma bitan faktor pri odabiru određene turističke destinacije i u skladu sa tim skoro polovina intervjuisanih posjetilaca, sve vrste ponude smještaja je ocijenila kao „veoma dobre“. Aspekti smještaja koji su ocijenjeni sa najvećim ocjenama su kvalitet usluge i kvalitet doručka.

Većina posjetilaca je sve segmente gastro ponude ocijenila kao “veoma dobre” (38.8% zimskih i 67% ljetnjih posjetilaca). Od svih navedenih aspekata gastronomije, posjetioci su najzadovoljniji sa kvalitetom hrane i ponudom tradicionalnih domaćih proizvoda.

Područje Bjelasice i Komova je poznato kao destinacija gdje turisti mogu provesti ljetnji i zimski odmor. Jedna trećina zimskih posjetilaca je ski ponudu ocijenila kao “visoku” i kao najbolje ocijenjeni segmenti ski ponude su ski staze i liftovi. Kao najznačajnija sugestija ispitanika ističe se poboljšanje organizacije i modernizacija liftova. Jedna trećina ljetnjih posjetilaca ocijenila je kvalitet turističke ponude “visoko”. Najveća ocjena je data relaksaciji/ljepoti/zdravlju i raftingu. Sugestije za poboljšanje turističke ponude se odnose na kvalitet putne infrastrukture i veći broj informacija o cjelokupnoj turističkoj ponudi.

Više od 90,0% posjetilaca je upoznato sa postojanjem Nacionalnog parka «Biogradska gora», što ukazuje na mogućnost boljeg iskorišćenja njegovih potencijala u skladu sa razvojem održivog turizma. Najprivlačnija aktivnost za posjetioce bi bila posmatranje divljine i kampovanje.

Visok procenat posjetilaca je naveo da je veoma zadovoljan sa onim što im se ponudilo u turističkim centrima regiona Bjelasice i Komova (62,2% zimskih i 80,8% ljetnjih posjetilaca, respektvno). Najljepše iskustvo tokom odmora je često presudan razlog ponovnog dolaska. Tako je za dvije petine posjetilaca boravak na snijegu ocijenjen kao najbolje iskustvo, dok je za svakog četvrtog posjetioca tokom ljeta u pitanju druženje i sticanje prijatelja.

Od velikog značaja za ponovni boravak turista na području Bjelasice i Komova je generalna ocjena zadovoljstva turističkom ponudom, što je sa druge strane u direktnoj korelaciji sa preporukom prijateljima da odmor provedu u istom turističkom centru. Visok procenat posjetilaca bi region Bjelasice i Komova preporučilo prijateljima kao turističku destinaciju za odmor (69,8% zimskih i 84,0% ljetnjih turista).

Na osnovu dobijenih rezultata istraživanja nameće se i niz zadataka kojima se treba posvetiti:

- Većina ljetnjih posjetilaca ostaje u regionu Bjelasice I Komova zato što imaju vikendicu ili su smješteni kod prijatelja/rodjaka, dok su inostrani posjetioci vodjeni preporukom prijatelja. Ovo područje nema neku prezentaciju na osnovu koje bi se potencijalni posjetioci upoznali i zainteresovali za njega;
- Istraživanje je pokazalo da su posjetioci, koji provode vrijeme u regionu Bjelasice I Komova, djelimično zadovoljni ili veoma zadovoljni sa iskustvom, naglašavajući značaj prirode i pejzaža; Zadovoljstvo sa turističkom ponudom ne izražava se samo kroz dobijene rezultate već i kroz činjenicu da bi većina posjetilaca preporučilo ovu turističku destinaciju porodici i prijateljima;
- U cilju zadržavanja postojećih i pridobijanja novih gostiju, potrebno je:
 - uvažiti i «riješiti» navedene sugestije kvaliteta hrane i smještaja;
 - ponuditi raznovrsniju kulturnu ponudu i veći broj večernjih događaja jer je to jedan od tri najvažnija razloga dolaska posjetilaca;
 - ponuditi što veći broj informacija turistima kako bi u potpunosti bili upoznati sa onim što se nudi u ovom regionu (brošure, publikacije, bilteni);
- Restorani treba da ponude meni koji će biti preveden na više jezika u skladu sa kampanjom «Godina dobre hrane»;
- Od značaja su ljepote prirode I okruženja što je posebno značajno za razvoj održivog turizma;
- Prirodne vrijednosti i pejzažne ljepote Nacionalnog parka predstavljaju priliku za veću konkurentnost i razvoj cijelog regiona.