



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

## **Istraživanje o zadovoljstvu turističkom ponudom među posjetiocima regiona Bjelasica i Komovi**



**Centar za preduzetništvo i ekonomski razvoj**

Omladinskih brigada 1, 81000 Podgorica

e-mail: [cfepg@cg.yu](mailto:cfepg@cg.yu), web-site: [www.visit-ceed.org](http://www.visit-ceed.org)

**April 2005**

## SADRŽAJ

<b>UVODNE NAPOMENE</b>	<b>3</b>
<b>O REGIONU BJELASICA I KOMOVI</b>	<b>4</b>
<b>CILJ ISTRAŽIVANJA</b>	<b>6</b>
<b>UZORAK I METODOLOGIJA</b>	<b>7</b>
<b>DEMOGRAFSKI PODACI ISPITANIKA</b>	<b>9</b>
<b>MOTIVI ZA DOLAZAK I IZVOR INFORMACIJA O REGIONU</b>	<b>11</b>
<b>OCJENA KVALITETA ZIMSKOG ODMORA</b>	<b>16</b>
<b>LJETNJI ODMOR U REGIONU BJELASICE I KOMOVA</b>	<b>24</b>
<b>REZIME I ZAKLJUČCI</b>	<b>27</b>
<b>DODATAK</b>	<b>31</b>

<b>1. UVODNE NAPOMENE</b>
---------------------------

Ovaj projekat realizovan je uz zajedničke napore Centra za preduzetništvo i ekonomski razvoj i Kancelarije Austrijsko-crnogorskog partnerstva za Bjelasicu i Komove.

Za prikupljanje podataka angažovana su 4 anketara čiji rad su koordinirale Jelena Peruničić i Gorica Bojić. U realizaciji istraživanja učestvovalo je ukupno 9 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, Jelena Peruničić 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.

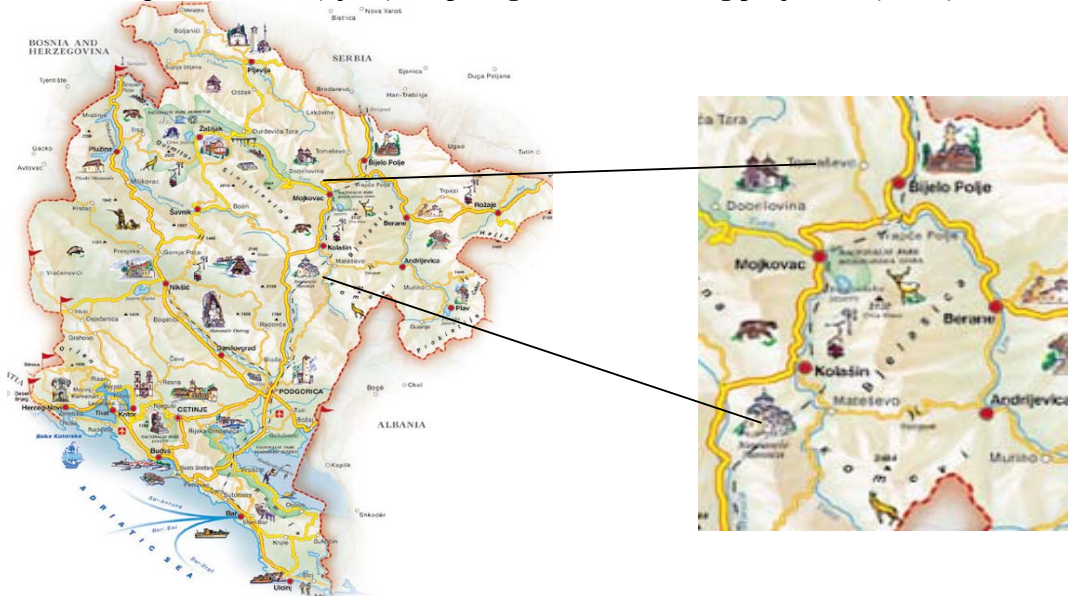
**Dragana Radević**  
**Programski direktor**

**Podgorica, april 2005.**

## 2. O REGIONU BJELASICA I KOMOVI

Prirodne ljepote sjevernog regiona Crne Gore odavno su prepoznatljive i privlačne za sve one koji znaju njihove vrijednosti. Čist vazduh, umjerene temperature i u toku ljetnjeg perioda, domaći specijaliteti od mlijeka i mesa, kao i u gostoprimstvo lokalnog stanovništva primamljivo djeluju na mnoge posjetioce. Region Bjelasice i Komova koji obuhvata pet opština, od kojih svaka za sebe predstavlja značajan turistički potencijal Crne Gore, svakako 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, poznat je kao “posljednja prašuma posljednjeg crnogorskog kralja”. Osnovan je 1952. godine i ima karakter zaštićenog rezervata. Karakteriše ga najtipičnija prašumska vegetacija. Nacionalni park Biogradska Gora je ujedno i jedna od tri preostale prašume u Evropi. U srcu Parka nalazi se Biogradsko jezero, najveće i najpoznatije ledeničko jezero na području Nacionalnog parka.



Opština **Andrijevica** se nalazi u sjeveroistočnom dijelu Crne Gore na prostoru od 342 km<sup>2</sup>, 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.



Opština **Mojkovac** locirana je u dolini rijeke Tare i podnožjima planina Bjelasica i Sinjajevine. Opština ima oko 11.000 stanovnika. Privredni subjekti opštine skoncentrisani su u oblasti drvne industrije u primarnoj i finalnoj preradi, metaloprerade, kao i proizvodnji kožne i tekstilne konfekcije.

U oblasti privatnog preduzetništva je oko 200 registrovanih preduzeća i samostalnih radnji. Razvoj ove opštine bazira se na proizvodnji zdrave hrane, drvopreradi, metalopreradi 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 897km<sup>2</sup> živi oko 9.950 stanovnika, pri čemu skoro polovina živi u prigradskim naseljima. Privredni razvoj temelji se na prirodnim resursima. Kada su u pitanju privredne djelatnosti, kao najrazvijenije se izdvajaju turizam, drvoprerada i metaloprerada. Posljednjih godina na značaju sve više dobijaju privatna preduzeća iz oblasti trgovine.



Po pitanju turističke ponude, sa najvećim ugostiteljskim kapacitetom izdvaja se hotel "Bjelasica" (279 ležaja), čije renoviranje je u toku. Sem ovog hotela, na značaju sve više dobija i ponuda u privatnom smještaju. Uspješni primjeri za sve bolji kvalitet ponude u privatnom sektoru su hoteli: "Vila Jelka" koja raspolaže kapacitetom od 33 ležaja i restoranom od 50 mjesta, zatim "Čile" sa kapacitetom od 25 ležaja, "Garni" sa kapacitetom od 20 ležaja, "Brile" i ostali. Osnov razvoja ove opštine čini zimski turizam i razvijanje zimskih sportova.

U tu svrhu, na Jezerinama su izgradjeni adekvatni objekti i tereni. Od objekata, u ovom dijelu je uspinjača do vrha Čupova i dalje do vrha Ključ, te ski lift do Carevog Dola. Od terena i staza tu su staze za skijanje za sve kategorije, sankanje, snowboard, noćno skijanje i sl.

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 km<sup>2</sup> živi 35.068 stanovnika, od čega blizu 13.000 živi u centru grada. Industrijska proizvodnja se polako oporavlja, ali posljednjih 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.



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 km<sup>2</sup> 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.

U posljednjih par godina, zimska turistička ponuda obogaćena je manifestacijom pod nazivom "Vrela zima u brdima", u organizaciji Turističke organizacije Crne Gore i Ministarstva turizma, a u trajanju od 26. decembra do kraja marta. Program manifestacije sačinjava niz

kulturnih, sportskih i zabavnih dešavanja. Od pomenutih se izdvajaju takmičenja u zimskim sportovima organizovana na ski stazama (u snowboardu, ski takmičenja...), zatim kulturna dešavanja (kao što je "Crnogorski ski-fest") i brojni koncerti koji upotpunjuju večernji program ski centara.

### 3. CILJ ISTRAŽIVANJA

Na osnovu inicijative OEBS kancelarije u Podgorici, koja je započela 2001. godine sa među-opštinskom saradnjom sa ciljem poboljšanja ekonomskog razvoja, 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 započela 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
- Obezbeđenje finansijske podrške za implementaciju turističkih pilot projekata u regionu.

Sa ciljem obezbjeđivanja 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 zimsku sezonu 2004-2005, otpočela je decembra 2004. godine sa pripremom upitnika. Upitnik je definisan na način da obezbijedi informacije o: profilu turista koji provode zimski odmor u regionu Bjelasice i Komova, njihovim navikama dok su na odmoru, te ocjeni kvaliteta smještaja i gastronomije. Takođe, zadatak istraživanja bio je da nas upozna sa željama turista u slučaju ljetnjeg odmora u ovim krajevima.

Region Bjelasica – Komovi obuhvata pet opština: Andrijevicu, Berane, Bijelo Polje, Kolašin i Mojkovac. 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 Kolašinu i Beranama na ski-stazama Jezerine i Lokve, kao i u opštini Bijelo Polje, u centru grada. U ovoj fazi, upitnici nisu popunjavani u Andrijevici i Mojkovcu.

Prikupljanje podataka vršeno je u šest “talasa”. Radilo se ukupno deset dana u toku tri mjeseca, tokom vikenda i u vrijeme zimskog raspusta. Dodatni razlog da se istraživanje sprovodi u danima vikenda bila je manifestacija “Vrela zima u brdima” koju organizuje Ministarstvo turizma. Pošlo se od pretpostavke da je u to vrijeme posjeta turističkim zimskim centrima najveća. Raspored istraživanja odnosno pregled dana kada su anketari izlazili na teren dat je u tabeli 1.

**Tabela 1: Pregled dana u kojima je realizovano istraživanje**

Radni dani	Dan u nedjelji	Datum
1	Srijeda (1)	05.01
2	Subota (2)	15.01
3	Nedjelja (2)	16.01
4	Subota (3)	22.01
5	Nedjelja (3)	23.01
6	Subota (4)	05.02
7	Nedjelja (4)	06.02
8	Subota (5)	12.02
9	Nedjelja (5)	13.02
10	Subota (6)	07.03

**Osnovne karakteristike uzorka:** Istraživanje je realizovano na uzorku od 309 ispitanika, u skladu sa unaprijed definisanim kvotoma po polu, starosti i porijeklu posjetilaca. Potencijalni ispitanici su morali biti stariji od 15 i mlađji od 64 godine. Istraživanjem nijesu obuhvaćeni stanovnici opština u kojima se vršilo anketiranje.

S obzirom na strukturu gostiju, dvadeset procenata ukupnog uzorka čine strani turisti. Zbog odsustva stranih turista u opštini Berane, ovi upitnici su u cjelosti realizovani u Bijelom Polju i Kolašinu. Tabela 2 prikazuje strukturu uzorka obuhvaćenog istraživanjem.

**Tabela 2: Struktura uzorka**

	<b>Kolašin/185</b>	<b>Berane/85</b>	<b>Bijelo Polje/40</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Crna Gora</b>	83	33	13	<b>129</b>
<b>Srbija</b>	60	33	9	<b>102</b>
<b>Bosna i Hercegovina</b>	7	0	4	<b>11</b>
<b>Njemačka</b>	3	0	2	<b>5</b>
<b>Ostali stranci</b>	49	0	13	<b>62</b>
<b>UKUPNO</b>				<b>309</b>

**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 ankeiranje i gostiju iz inostranstva.

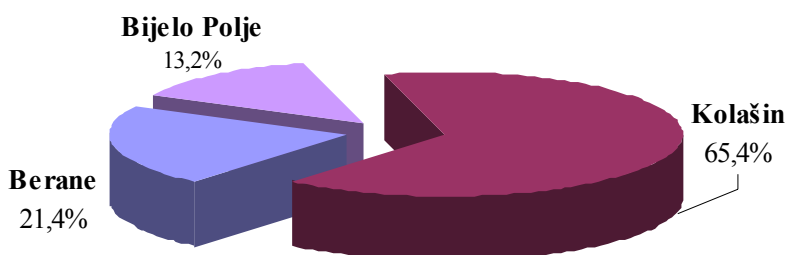
U finalnoj verziji upitnik je imao 37 pitanja (uključujući demografska pitanja). Primjerak upitnika sa osnovnim frekvencijama dat je u Dodatku. Program za unos podataka sa potrebnim logičkim kontrolama i obrada podataka uradjena je u SPSS programu.

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 PODACI ISPITANIKA

Istraživanje među posjetiocima turističkih centara na području Bjelasice i Komova je sprovedeno u tri crnogorske opštine: Kolašinu (ski centar Jezerine), Beranama (ski centar Lokve) i Bijelom Polju (centar grada). Struktura uzorka prema opštinama u kojima su popunjeni upitnici prikazana je na grafiku koji slijedi.

**Grafik 1: Struktura uzorka (po opštinama)**

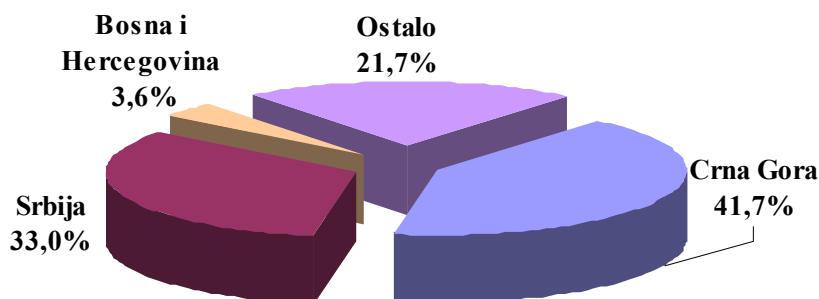


Istraživanje je obuhvatilo 309 ispitanika koji su se u trenutku sprovođenja ankete našli na ski stazi turističkog centra na području Bjelasice i Komova. Anketirani su posjetioci koji nisu bili mlađji od 15, ni stariji od 64 godine, bez obzira na razloge za dolazak i boravak na ovom području.

### 1. Mjesto stalnog boravišta

Istraživanjem su obuhvaćeni posjetioci koji potiču sa područja Srbije i Crne Gore, Bosne i Hercegovine ili imaju neko drugo mjesto boravišta. U skladu sa kreiranim uzorkom na osnovu podataka o boravku turista u ovom regionu tokom zimske sezone, najveći procenat ispitanika je iz Crne Gore (41,7%).

**Grafik 2: Stalno boravište ispitanika**



Ako se uzmu u obzir gradovi u kojima ispitanici žive, rezultati su pokazali da je skoro polovina ispitanika iz Podgorice (48,4%), 59,8% iz Beograda, dok je nešto više od dvije petine iz Trebinja (41,6%).

Od 21,7% anketiranih iz drugih država najveći procenat je iz Albanije (59,7%), Njemačke (7,5%), Hrvatske i Kanade (po 6,0%). Treba imati u vidu da je nevrjeme i zavejanost puteva tokom ove zimske sezone, mnogobrojne posjetioce odvratila od dolaska u Crnu Goru.

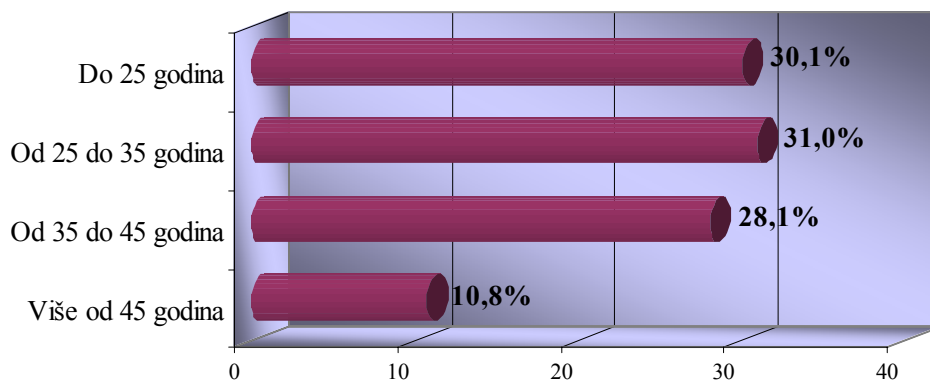
## 2. Pol ispitanika

Anketirani su u 54,0% slučajeva bili muškarci, a u 46,0% žene.

## 3. Starost ispitanika

Više od tri petine (61,1%) ispitanika mlađi su od 35 godina. U približno istom procentu (30,1% i 31,0%, respektivno) zastupljeni su ispitanici starosne dobi do 25 godina i od 25 do 35 godina. Prosječna starost ispitanika obuhvaćenih istraživanjem je 32,5 godine, a zanimljivo je to da su i muškarci i žene u prosjeku istih godina (32,5 i 32,4, respektivno). Struktura ispitanika po godinama prikazana je na grafiku koji slijedi.

**Grafik 3: Starosna struktura ispitanika**



## 4. Društveni status

Rezultati istraživanja su pokazali da su turisti koji posjećuju region Bjelasice i Komova, odnosno opštine Kolašin, Berane i Bijelo Polje, porodični ljudi (62,8% ispitanika ima oformljenu porodicu), dok je 27,6% ispitanika navelo da živi sa partnerom. U neznatnom procentu su zastupljeni ispitanici koji žive sami (6,9%) ili pak imaju neki drugi vid društvenog statusa (2,7%).

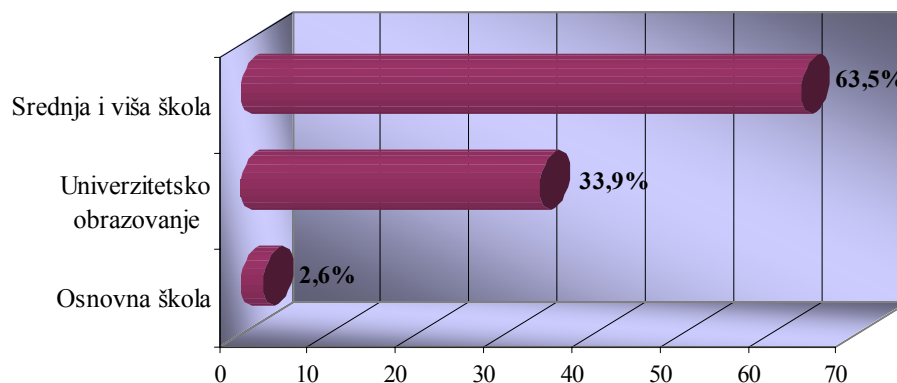
## 5. Djeca u domaćinstvu

Nešto manje od polovine ispitanika (48,4%) ima djecu u svom domaćinstvu. Među njima, više od polovine (51,7%) anketiranih ima dvoje djece, 29,0% jedno i 16,5% troje djece. Prosječan broj djece u domaćinstvu ispitanika obuhvaćenim uzorkom je 1,9.

## 6. Obrazovanje ispitanika

Više od tri petine (63,5%) ispitanika je sa srednjom i višom školom.

**Grafik 4: Obrazovna struktura ispitanika**



## 6. MOTIVI ZA DOLAZAK I IZVOR INFORMACIJA O REGIONU

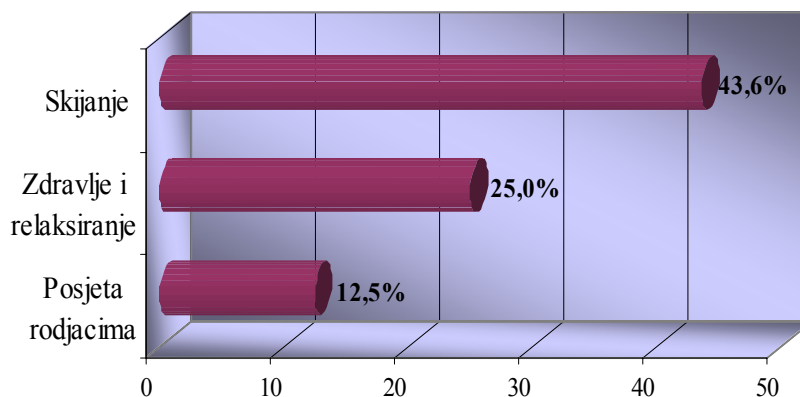
Čitav set pitanja u upitniku poslužio je za sagledavanje i ocjenu zadovoljstva postojećom turističkom ponudom u regionu Bjelasice i Komova. Dio koji slijedi analizira razloge za dolazak i boravak u regionu, vid smještaja za koji se opredjeljuju ispitanici koji ostaju preko noći, ocjene zadovoljstva/nezadovoljstva turističkom ponudom (smještajem, hranom, ski ponudom), kao i aktivnosti kojima bi se bavili u Nacionalnom parku i regionu i sl.

### 1. Razlog dolaska

Region Bjelasice i Komova pruža različite mogućnosti za posjetioce turističkih centara na ovom području. Tako su u prilici da uživaju zaljubljenici u prirodu, pejzaž, klimu, te oni zainteresovani za razne ljetnje i zimske sportove. Ipak, šta je presudno za dolazak?

Kako pokazuju rezultati istraživanja, ono što najviše privlači posjetioce regiona Bjelasice i Komova je prije svega mogućnost skijanja, zatim relaksacija i zdravstveni razlozi, te posjete i druženje sa rođacima i prijateljima. Najveći procenat ispitanika, više od dvije petine (43,6%), kao prvo navedeni razlog dolaska ističe skijanje. Jedna petina anketiranih je navela da dolazi zbog zdravlja/oporavka i relaksiranja, dok je za 12,5% osnovni razlog posjeta rođacima.

**Grafik 5: Razlog dolaska**



Kada su u pitanju posjetiooci koji su došli zbog skijanja (43,6%), iznad prosjeka se izdvajaju ispitanici koji potiču iz Bosne i Hercegovine (100%), u približno istom procentu žene i muškarci (82,0% i 81,3%, respektivno), mlađji ispitanici (do 25 godina - 95,3%), oni koji su na odmor doputovali sa organizovanom grupom ljudi (88,9%), kao i 90% posjetilaca koji imaju dnevne troškove po osobi od 15 do 20€. Većina ispitanika koji su kao razlog dolaska naveli skijanje istakli su da je od presudnog značaja za njihov boravak to što je u pitanju dobar ski-centar (61,6%).

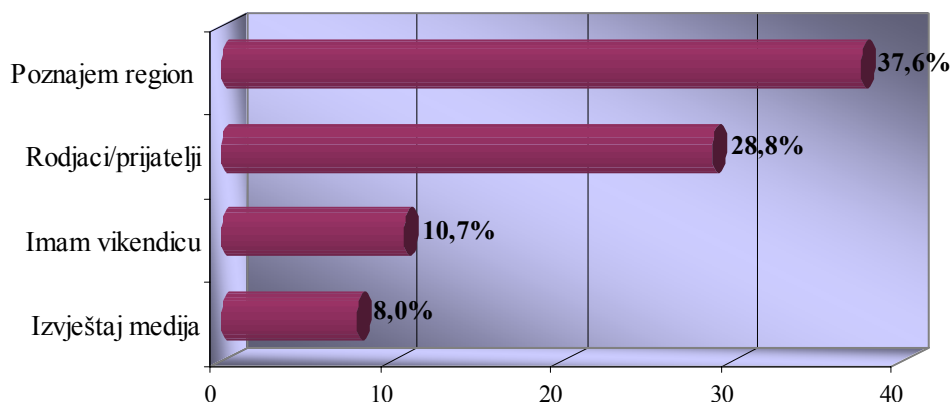
Zdravlje/oporavak i relaksiranje je osnovni razlog dolaska na područje Bjelasice i Komova za 39,5% koji potiču iz nekog drugog mjesta van Crne Gore, skoro polovinu (47,8%) onih koji imaju više od 45 godina, jednu trećinu anketiranih sa fakultetskim obrazovanjem, 41,4% posjetilaca koji su na odmor došli sa drugim članovima porodice.

### 2. Koje izvore informacija ste koristili da bi se pripremili za odmor?

Ovo pitanje je imalo za cilj da utvrdi koji su to izvori informacija od značaja posjetiocima kada se pripremaju za zimski/ljetnji odmor. Samim tim, ispitanicima je ostavljena mogućnost da izaberu i rangiraju četiri od više ponuđenih izvora.

Za skoro dvije petine (37,6%) ispitanika presudno je to što već poznaju ovaj region, naspram 28,8% onih kojima su od koristi bile informacije dobijene od rođjaka/prijatelja.

Grafik 6: Izvori informacija



Dodatna analiza je pokazala da su ispitanici bez obzira na mjesto stalnog boravka (Crna Gora, Srbija, BiH, neko drugo mjesto boravka) u približno istom procentu (86,3% u prosjeku) već upoznati sa regionom. Na osnovu ove činjenice, možemo pretpostaviti da se radi o stalnim gostima. Dalja analiza ukazuje na njihove druge karakteristike. U pitanju su: muškarci (87,7%), ispitanici starosne dobi do 40 godina (95,7%), kao i oni koji su na putovanju sa prijateljima ili nekim drugim članom porodice (po 87,5%), i (u 91,2% slučajeva) dnevno troše više od 30€ po osobi.

Rođaci i prijatelji su izvor informacija u pripremi odmora za 57,1% ispitanika koji potiču iz Bosne i Hercegovine, žene (57,1%), skoro tri petine ispitanika koji imaju od 35 do 45 godina (58,1%), kao i za posjetioce koji su na odmor došli sa prijateljima (70,0%). Ovi posjetioci za dnevni trošak (u 61,7% slučajeva), izdvajaju od 15 do 20€.

Među ispitanicima koji su naveli da imaju vikendicu na području Bjelasice i Komova i da je ona presudna za zimski odmor u ovom regionu, iznad prosjeka se izdvaja 50,0% ispitanika koji potiču iz nekog drugog mjesta boravka (van Crne Gore), 44,4% muškaraca, dvije petine ispitanika koji imaju između 25 i 35 godina, 37,5% stranih turista (BiH i ostalo mjesto boravka), kao i dvije petine onih koji su došli na odmor sa prijateljima pri čemu više od polovine izdvaja od 15 do 20€ po osobi.

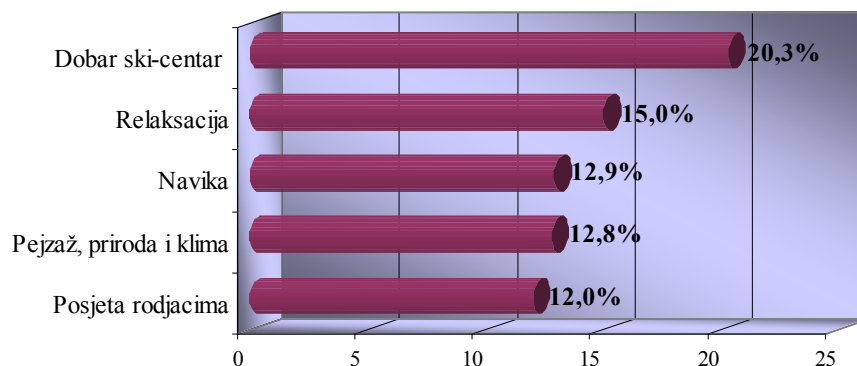
Zanimljivo je da su izvještaji medija izvor informacija značajan za 38,5% ispitanika koji imaju neko drugo mjesto boravka (van Crne Gore), žena (37,5%), kao i skoro dvije petine onih koji imaju od 35 do 45 godina (38,5%). Reklame pojedinih turističkih centara u medijima su izvor informacija za 20,0% ispitanika koji potiču iz Srbije.

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

Okolina Bjelasice i Komova je prepoznatljiva kao veoma atraktivna lokacija. Tako je među poklonicima zimskih sportova, ovo područje poznato kao mjesto koje pruža mnogo toga skijašima, planinarima, ... Ovo pitanje imalo je za cilj da ukaže na presudne motive za izbor ovog regiona kao turističke destinacije, a ne nekog drugog.

Istraživanje je pokazalo da ne postoji jedan jedini presudni razlog koji se izdvaja kao najveća atrakcija kada je u pitanju izbor regiona Bjelasice i Komova za zimski odmor. Svakako, turisti najčešće navode odgovor da se prije svega radi o dobrom ski-centru, ali su za njih ne manje interesantni motivi: relaksacija, navika, prirodne ljepote i klima, te posjeta prijateljima i rođacima.

U 20,3% slučajeva, ispitanici su kao presudan razlog za boravak naveli to što je u pitanju dobar ski-centar, dok nešto manje od jedne šestine (15%) ističe relaksaciju. U približno istom procentu kao najčešće navodjeni razlozi slijede navika, pejzaž i priroda, kao i posjeta rođacima.

**Grafik 7: Presudan razlog za boravak**

Ukrštanjem podataka došlo se do zaključka da je dobar ski-centar od presudnog značaja za boravak istog procenta ispitanika koji dolaze iz Crne Gore i iz Srbije (po 62,2%), osoba ženskog pola (65,2%), ispitanika starosne dobi od 25 do 35 godina (66,7%), kao i oni koji su došli na odmor sa prijateljima (66,0%) i koji dnevno troše u 67,7% slučajeva od 20 do 30€.

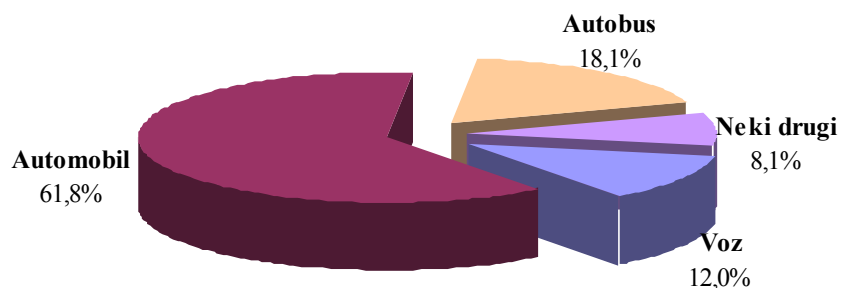
Kada je u pitanju relaksacija i oporavak pokazalo se da su oni presudan faktor za 44,8% posjetilaca koji imaju neko drugo mjesto boravka (van Crne Gore), žene (37,3%), starije ispitanike (57,9% posjetilaca starosne dobi iznad 45 godina), više od dvije petine onih koji su došli na odmor sa organizovanom grupom ljudi (44,4%), kao i ispitanici koji imaju dnevne troškove po osobi do 15€ (52,2%).

Navika je od značaja za boravak u regionu Bjelasice i Komova kod 50% ispitanika koji potiču iz Crne Gore, naspram posjete rođacima/prijateljima koju navode ispitanici iz Srbije ili iz nekog drugog mjesta boravišta (po 44,4%). Navika je presudna kod 42,5% žena, više od polovine anketiranih koji imaju preko 45 godina (51,0%), kao i 50% onih koji su došli na odmor sa članovima porodice (roditelji, djeca starija od 14 godina).

Pejzaž, priroda i klima je primamljivija za muškarce (31,6%), ispitanike mlađe populacije (za 32,1% posjetilaca starosne dobi od 25 do 35 godina), 34,5% onih koji imaju univerzitetsko obrazovanje, kao i skoro dvije petine (39,3%) posjetilaca koji su na odmoru sa prijateljima. Posjeta rođacima/prijateljima je karakteristična u približno istom procentu i za muškarce i za žene (40,7% i 40,0%, respektivno), skoro polovinu ispitanika koji imaju do 25 godina, i 50% posjetilaca koji su na odmoru sa djecom koja imaju do 14 godina.

#### 4. Koju vrstu prevoza ste koristili da doputujete ovdje?

Ispitanici su koristili različita prevozna sredstva da bi došli do turističkih centara u kojima je sprovedeno anketiranje. Više od tri petine se opredijelilo za automobil (61,8%), dok su u znatno manjem procentu zastupljeni autobus i voz ili kombinacija navedenih prevoznih sredstava.

**Grafik 8: Prevoz do mjesta boravka**

Za voz se opredijelilo 17,2% posjetilaca koji potiču iz Crne Gore, 17,6% ispitanica, kao i oni koji imaju između 25 i 35 godina (17,9%). Automobil kao prevozno sredstvo su u najvećem broju slučajeva koristili posjetioci iz Srbije (68,6%), više muškarci nego žene (68,5%), mlađi ispitanici (od 35 do 45 godina - 69,8%), kao i oni koji su najčešće na odmoru sa partnerom (66,7%). Za jednu trećinu posjetilaca iz Bosne i Hercegovine autobus je bio najčešći vid prevoza.

#### 5. Da li ste zadovoljni putovanjem/tom vrstom prevoza?

U zavisnosti od toga za koju vrstu prevoza su se opredijelili posjetioci turističkih centara kreirano je pitanje koje se odnosi na ocjenu zadovoljstva navedenim. Istraživanje pokazuje da je 90,5% ispitanika zadovoljno sa odabranim prevoznim sredstvom, naspram 9,5% koje je izrazilo nezadovoljstvo zbog neudobnosti prevoznog sredstva, kašnjenja ili loših puteva.

Najzadovoljniji su posjetioci koji su kao prevozno sredstvo koristili autobus (iz Bosne i Hercegovine - 100,0%), muškarci (91,5%), u približno istom procentu i stariji (više od 45 - 96,9%) i mlađi (do 25 godina - 92,2%) ispitanici, kao i oni koji provode odmor sa članovima svoje porodice (94,9%).

#### 6. Da li ste putovali sami ili sa nekim?

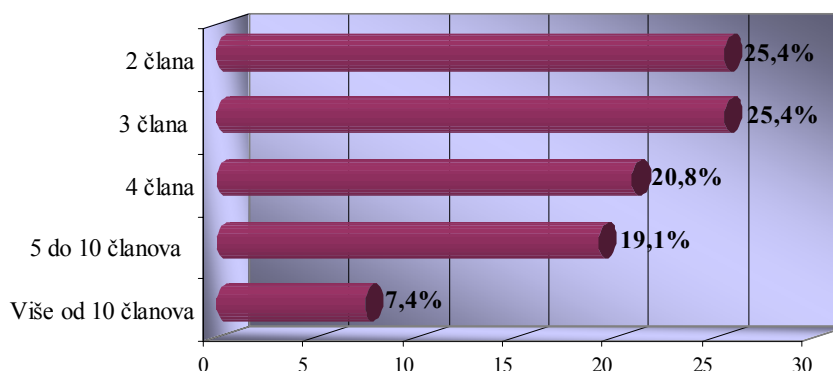
Rezultati istraživanja su pokazali da su ispitanici najčešće imali društvo pri posjeti pojedinih turističkih centara. Naime, pokazalo se da je 91,6% anketiranih putovalo sa nekim, naspram 8,4% koji su putovali sami.

Sa nekim su putovali u najvećem procentu ispitanici koji dolaze iz Bosne i Hercegovine (100,0%) ili imaju neko drugo mjesto boravka van Crne Gore (95,5%), žene (97,2%), kao i oni koji imaju više od 45 godina (100%). Sami su u 10,8% slučajeva putovali oni čije je stalno mjesto boravka u Srbiji.

#### 7. Koliko je ljudi bilo u Vašoj putničkoj grupi (uključujući i djecu)?

Većina ispitanika (91,6%) putovala je u društvu sa nekim, tako da su u istom procentu zastupljene putničke grupe koje broje 2 i 3 člana (po 25,4%). U nešto manjem procentu (20,8% i 19,1%) slijede putničke grupe koje imaju 4 ili 5 do 10 ljudi.

**Grafik 9: Broj ljudi u putničkoj grupi**



Rezultati ukrštanja su pokazali da je grupa od 2 člana karakteristična za posjetioce iz Bosne i Hercegovine, u približno istom procentu za muškarce (27,1%) i žene (24,6%), za jednu trećinu ispitanika starosne dobi od 25 do 35 godina, kao i za 37,9% onih koji su na odmor došli sa partnerom.

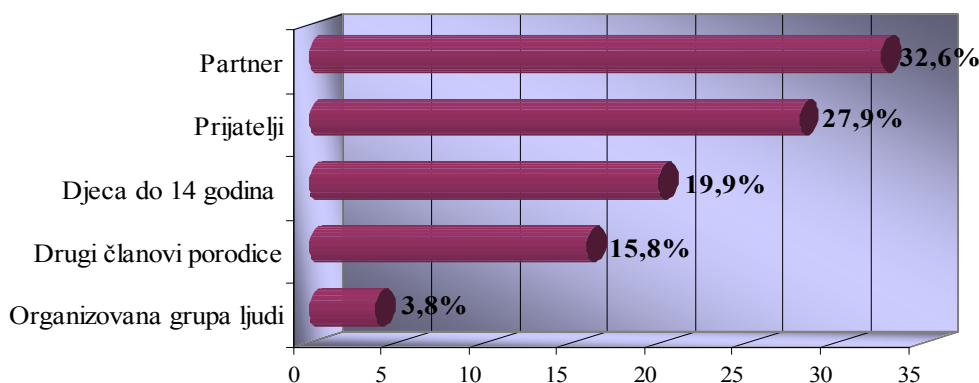
Putnička grupa koja broji troje ljudi odnosi se u najvećem broju slučajeva na dvije petine ispitanika koji potiču iz Srbije, 29,8% onih koji imaju do 25 godina, i nešto više od dvije petine (42,1%) posjetilaca koji su doputovali sa članovima porodice i uz to, dok su na zimovanju, dnevno troše od 15 do 20€ (35,3%).

Grupno organizovan odmor (grupa broji od 5 do 10 članova) karakterističan je za 39,0% posjetilaca koji imaju mjesto stalnog boravka van Crne Gore, skoro jednu trećinu ispitanika starosti od 25 do 35 godina, 29,2% onih koji su na odmor došli sa djecom do 14 godina i koji dnevno troše od 20 do 30€ po osobi (28,8%).

### 8. Ko je putovao sa Vama?

Najčešći saputnici su partner i prijatelji (32,6% i 27,9% posjetilaca, respektivno). Skoro jedna petina posjetilaca (19,9%) je putovala sa djecom do 14 godina, dok je 15,8% posjetilaca u dolasku uživala društvo nekog drugog člana porodice.

**Grafik 10: Saputnici tokom putovanja**



Sa partnerom je putovalo 38,3% posjetilaca iz Srbije, približno isti procenat muškaraca i žena (51,7% i 48,3%), kao i 40,3% ispitanika starosne dobi od 25 do 35 godina. Dvije petine ispitanika iz Crne Gore najčešće putuje sa prijateljem, u većem procentu muškarci nego žene (56,2%) i 41,3% ispitanika starosne dobi do 25 godina. Sa drugim članovima porodice (roditelji, djeca starija od 14 godina,...) u 53,3% slučajeva putuju osobe ženskog pola, ispitanici starosti od 35 do 45 godina (37,3%), koji tokom zimovanja dnevno troše od 20 do 30€ po osobi (30,5%).

### 9. Da li ste dnevni posjetilac?

Zanimalo nas je da utvrdimo koliko posjetilaca dodje na jedan dan, u odnosu na one koji u turističkim centrima ostaju duže. Rezultati su pokazali da su u znatno većem procentu zastupljeni ispitanici koji ostaju više dana (63,4%), naspram nešto više od jedne trećine (36,6%) koji su dnevni posjetioci.

Kada su u pitanju višednevni posjetioci, iznad prosjeka se izdvajaju ispitanici sa sledećim karakteristikama: imaju stalno mjesto boravka van Crne Gore (85,1%), žene (68,3%), u približno istom procentu oni koji imaju od 35 do 45 godina i više od 45 (78,8% i 77,9%, respektivno), ispitanici koji imaju univerzitetsko obrazovanje (69,2%), kao i 85,1% onih koji su na odmor došli sa djecom do 14 godina i dnevno troše više od 30€ po osobi (80,6%).

Dnevni posjetioci imaju sledeće karakteristike: u istom procentu (po 50,0%) dolaze iz Crne Gore i Bosne i Hercegovine, starosne dobi su do 25 godina (66,3%), više od jedne polovine (52,4%) je onih koji su došli sa prijateljima na jedan dan, po osobi troše od 15 do 20€ dnevno.

## 7. OCJENA KVALITETA ZIMSKOG ODMORA

Sa ciljem obezbjeđivanja informacija 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, kreiran je čitav set pitanja čiji su rezultati prikazani u djelovima koji slijede.

### 11. U kojoj opštini ste smješteni preko noći?

Prilikom izbora turističke destinacije, pored njene atraktivnosti, važnu ulogu imaju i mjesto boravka, vrsta smještaja, dužina odmora itd. U tom cilju su kreirana pitanja koja slijede u nastavku.

Za smještaj preko noći u Kolašinu se odlučuje 76,5% ispitanika koji su višednevni posjetiooci, dok značajno manji procenat ostaje u Bijelom Polju (20,9%) i Beranama (2,6%).

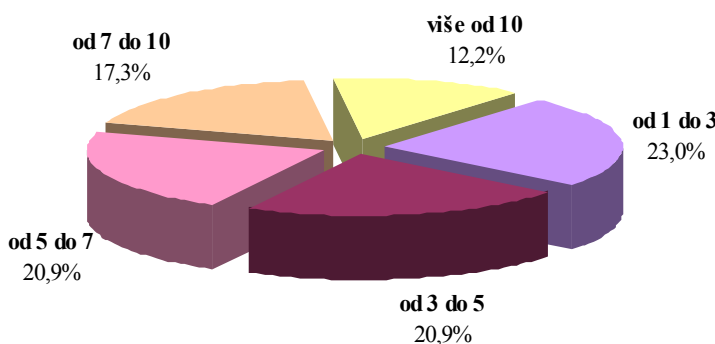
Razlozi za ovakve rezultate istraživanja mogu se naći u činjenici da u Kolašinu postoji više objekata za hotelski i privatni smještaj, dok je taj broj u Bijelom Polju i Beranama značajno manji, a i objekti se nalaze u fazi renoviranja i modernizacije. Kada uporedimo procenat ispitanika u odnosu na smještaj i procenat strukture uzorka, vidimo da jedan broj ispitanika (prevažodno oni koji spavaju u Kolašinu) idu na skijanje i u druge centre (uglavnom u Berane).

Među ispitanicima koji su za višednevni boravak odabrali Kolašin, iznad prosjeka se izdvajaju domaći turisti odnosno oni čije je stalno mjesto boravka u Srbiji (81,2%) i Crnoj Gori (78,1%). Isto važi za 78,4% pripadnica ženskog pola, ispitanike starosti od 35 do 45 godina (85,1%), u približno istom procentu oni koji su na odmoru sa djecom do 14 godina (93,7%) i prijateljima (92,0%), koji su doputovali sa tri i četiri člana (94,4% i 95,2%, respektivno), te ispitanici sa dnevnom potrošnjom za smještaj i hranu po osobi od 20 do 30 eura (86,1%). Prema istraživanju, u Kolašinu u prosjeku 98,8% ispitanika ostaje između jedne i pet noći.

### 12. Koliko noći ostajete?

Dužina odmora najčešće ima presudan uticaj u stvaranju ukupnog utiska o posjeti nekom turističkom centru. Prema rezultatima istraživanja, od višednevnih posjetilaca skoro jedna četvrtina (23,0%) ostaje između jedne i tri noći, dok svaki peti ispitanik ostaje između tri i pet i između pet i sedam noći (po 20,9%). Broj noćenja posjetilaca turističkih centara na području Bjelasice i Komova prikazan je na grafiku koji slijedi.

Grafik 11: Broj noćenja

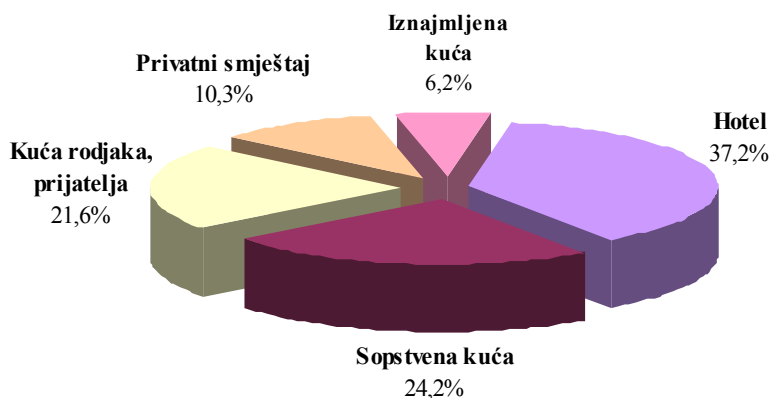


Ispitanici koji na području Bjelasice i Komova ostaju od jedne do tri noći su više od jedne trećine (36,7%) strani turisti (BiH i ostali), muškarci (25,5%), starosti od 35 do 45 godina (31,3%), koji su doputovali sa organizovanom grupom (37,5%) ili sami (30,8%), u čijoj grupi je bilo više od 10 članova (46,2%) i uz dnevne izdatke po osobi većoj od 30 eura (40,4%). Više od dvije petine ovih ispitanika ima hotelski smještaj (41,1%).

### 13. Koji ste oblik smještaja izabrali?

Važan segment posjete i boravka u nekom turističkom centru je mogućnost i vrsta smještaja. Rezultati istraživanja pokazuju da se 37,2% višednevnih posjetilaca opredjeljuje za smještaj u hotelu, nešto manje od jedne četvrtine ima sopstvenu kuću (24,2%), a svaki peti je smješten kod rođaka odnosno prijatelja.

**Grafik 12: Vrsta smještaja**



U odnosu na prosjek (37,2%), za hotelski smještaj prije se opredjeljuju strani turisti (57,1%), podjednako muškarci i žene (37,1% i 38,1%, respektivno), i posjeticu starosne dobi između 35 i 45 godina (43,9%). Takođe, više od polovine posjetilaca koji su doputovali sa djecom do 14 godina (54,0%), u grupi sa više od 10 članova (69,2%), čiji boravak traje od jedne do tri noći (68,2%), dnevnim troškovima po osobi većim od 30 eura (46,9%), kao i polovina ispitanika koji su odsjeli u Kolašinu (49,3%).

Za boravak kod rođaka/prijatelja se odlučuje tri petine ispitanika koji su smješteni u Beranama, polovina onih koji dolaze iz BiH i 46,2% posjetilaca koji su doputovali sami.

#### 13.1 Ime hotela

Od ukupnog broja anketiranih koji su se odlučili za smještaj u hotelu 39,7% je izabralo Brile, skoro jedna trećina Čile (30,1%), jedna petina je odabrala Vila jelku (19,2%), a svaki deseti anketirani je smješten u Domu mladih i gorštaka. Navedeni objekti se nalaze u Kolašinu.

##### 13.1.1 Da li znate koliko zvjezdica ima hotel?

Broj zvjezdica hotela je znalo da navede svega 41,1% ispitanika koji su smješteni u nekom od gore navedenih objekata. Prema odgovorima anketiranih posjetilaca, hoteli u kojima su smješteni ispitanici imaju jednu (1,4%) i tri zvjezdice (39,7%), dok 58,9% nije znalo da navede kojoj kategoriji pripadaju njihovi hoteli.

#### 13.2 Naziv privatnog smještaja

Samo jedan ispitanik naveo je naziv privatnog smještaja u kojem boravi, što može značiti da se turisti u najvećem broju slučajeva odlučuju za smještaj »na crno«. U pitanju je objekat Life koji se nalazi u Kolašinu.

##### 13.2.1 Plaćanje boravišne takse

Da privatni smještaj nije u legalnim okvirima, odnosno da nije registrovan, govori i podatak iz istraživanja da pola ispitanika nije odgovorilo da li plaća boravišnu taksu, 30,0% je ne plaća, a tek svaki peti ispitanik to čini.

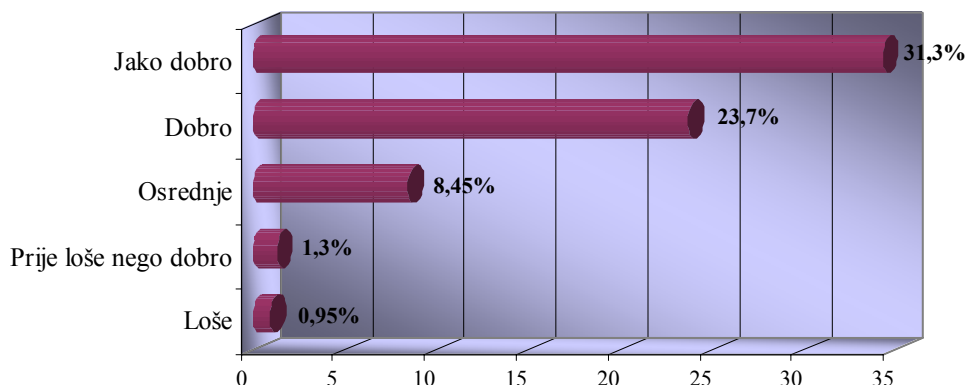
### 14. Kvalitet smještaja

Kvalitet smještaja je svakako važna komponenta izbora destinacije. Višednevni posjetioci regiona Bjelasice i Komova imali su mogućnost ocjenjivanja kvaliteta smještaja odnosno njegovih pojedinih segmenata, kao i priliku davanja dodatnog komentara zašto nešto ocjenjuju kao dobro odnosno loše.

Za ocjenjivanje kvaliteta smještaja, ispitanicima su bili ponudjeni sledeći odgovori: »Loše«, »Prije loše nego dobro«, »Osrednje«, »Dobro«, »Jako dobro« i »Bez odgovora«.

Prema rezultatima istraživanja, 34,3% anketiranih je u prosjeku sve aspekte kvaliteta smještaja ocijenilo »Jako dobro«, a prosječno 1,6% dalo je ocjenu »Loše« odnosno »Prije loše nego dobro«. Struktura odgovora po ocjenama kvaliteta smještaja data je u prosječnim iznosima na grafiku koji slijedi.

**Grafik 13: Prosječna ocjena kvaliteta smještaja**



Generalno, ukoliko posmatramo indikatore ocjene kvaliteta po svim segmentima smještaja, iz tabele koja slijedi, se vidi da su visoki odnosno ocjene su pozitivne. Vrijednost indikatora bliža 1 znači da je, po mišljenju ispitanika, kvalitet ocijenjen kao visok, dok indikator bliži nuli označava kvalitet, po mišljenju ispitanika, lošiji. Ovaj indikator kreće se u intervalu od 0 do 1, gdje 0 označava da je generalna ocjena veoma loša, a 1 da je ocjena jako dobra. Dakle, veća vrijednost indikatora označava bolju ocjenu određenog segmenta smještaja.

**Tabela 3: Indikatori ocjene kvaliteta smještaja**

Segmenti kvaliteta smještaja	Indikator ocjene kvaliteta
1. Kvalitet sobe	0,68
a. Čistoća	0,69
b. Grijanje	0,67
c. Namještaj	0,67
d. Kupatilo	0,65
2. Kvalitet usluge (uslužnost osoblja)	0,51
3. Cijene	0,41
4. Kvalitet doručka	0,51
5. Slobodno vrijeme/zabava	0,31

Čistoća je segmet čiji je kvalitet najbolje ocijenjen od strane anketiranih (sa indikatorom 0,69), dok je slobodno vrijeme/zabava ocijenjeno najnižom vrijednošću indikatora (indikator 0,31).

Neznatan procenat anketiranih (1,5%) je imao komentar vezano za pojedine elemente kvaliteta smještaja. Oni su se odnosili na poboljšanje zvučne izolacije u sobama, previše jako grijanje tokom dana, slabije tokom noći i nepoznavanje stranih jezika od strane osoblja.

### 15. Sugestije za poboljšanje smještaja

Po mišljenju ispitanika koji su odgovorili na ovo pitanje (21,4%), više od polovine (52,4%) sugeriše modernizaciju smještajnih kapaciteta. Za 16,7% osnovna sugestija je grijanje, za 7,1%, repektivno, kvalitet usluge (profesionalniji odnos, edukacija osoblja) i zabave (programi za djecu, slobodno vrijeme), a u istom procentu (po 4,8%) sugeriše poboljšanje higijene i parking prostora.

Modernizacija kao osnovna sugestija poboljšanja smještaja je prepoznata od strane 66,7% ispitanika koji borave u Beranama, domaćih turista (55,6%), osoba muškog pola (59,1%), 80% onih koji su doputovali u društvu 5 do 10 osoba, uz dnevne izdatke po osobi za smještaj i hranu od 20 do 30 eura. Interesantno je napomenuti da modernizaciju sugerirše svaki ispitanik koji je dao odgovor na ovo pitanje, a boravi od 5 do 7 noći na području Bjelasice i Komova.

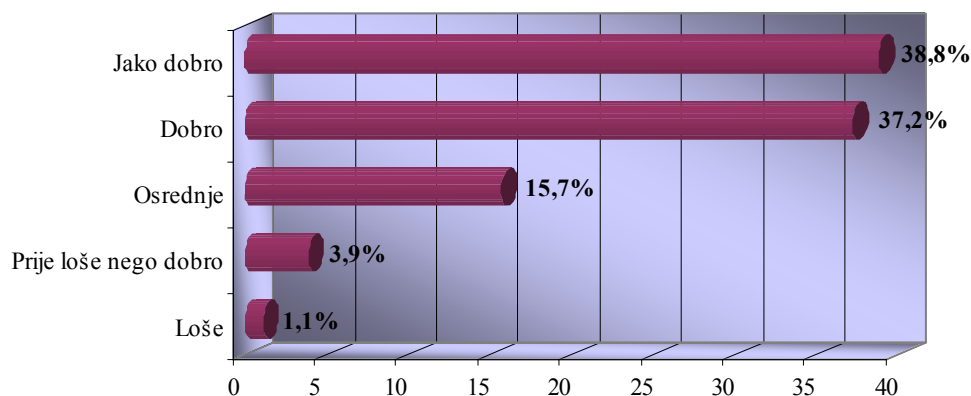
### 16. Kvalitet u gastronomiji

Boravak u nekom turističkom centru u velikoj mjeri je uslovljen mogućnostima i kvalitetom ishrane posjetilaca. Shodno tome, ispitanici su, bez obzira na dužinu boravka, bili u prilici da ocijene pojedine segmente gastro ponude i dodatno prokomentarišu zašto nešto ocjenjuju kao dobro odnosno loše.

Za ocjenjivanje kvaliteta u gastronomiji ispitanici su imali mogućnost da se opredijele za neku od sledećih ocjena: »Loše«, »Prije loše nego dobro«, »Osrednje«, »Dobro«, »Jako dobro« i »Bez odgovora«.

Analiza dobijenih odgovora je pokazala da anketirani u prosjeku, približno jednakim procentom (38,8% i 37,2%, respektivno) ocjenjuju kvalitet u gastronomiji »Jako dobro« i »Dobro«. Struktura odgovora po ocjenama kvaliteta u gastronomiji data je u prosječnim iznosima na grafiku koji slijedi.

**Grafik 14: Prosječna ocjena kvaliteta u gastronomiji**



Ukoliko pođemo od indikatora ocjene kvaliteta po segmentima gastronomije, iz tabele 4 koja slijedi, se može zaključiti da su ocjene visoke odnosno pozitivne. Vrijednost indikatora bliža 1 znači da je, po mišljenju ispitanika, kvalitet ocijenjen kao visok, dok indikator bliži nuli označava kvalitet, po mišljenju ispitanika, lošiji.

**Tabela 4: Indikatori ocjene kvaliteta u gastronomiji<sup>1</sup>**

Segmenti kvaliteta gastronomije	Indikator ocjene kvaliteta
1. Kvalitet restorana (čistoća)	0,78
2. Kvalitet usluge (uslužnost osoblja)	0,77
3. Cijene	0,64
4. Kvalitet hrane	0,79
5. Ponuda tradicionalnih domaćih proizvoda	0,79

Ispitanici su kvalitet navedenih segmenata gastronomije ocijenili veoma pozitivno i približno istim indikatorom. Tako, kvalitet hrane i ponuda tradicionalnih domaćih proizvoda prepoznati su kao najbolji segmenti gastro ponude (indikator 0,79, respektivno); približno istim indikatorom su ocijenjeni kvalitet

<sup>1</sup> Ovaj indikator kreće se u intervalu od 0 do 1, gdje 0 označava da je generalna ocjena veoma loša, a 1 da je ocjena jako dobra. Dakle, veća vrijednost indikatora označava bolju ocjenu pojedinog segmenta u gastronomiji.

restorana i uslužnost osoblja (sa indikatorom 0,78 i 0,77, respektivno). Cijene u gastronomiji su od strane ispitanika ocijenjene najnižim indikatorom 0,64.

Skoro 3% ispitanika iz uzorka je navelo dodatni komentar koji se odnosi na pojedine segmente gastronomije. Oni se odnose na nedovoljnu ponudu domaćih proizvoda, neraznovrsnu hranu, nedostatak kuvanih jela, glasnu muziku, neprofesionalnu uslugu itd.

### **17. Sugestije za poboljšanje kvaliteta u gastronomiji**

I pored veoma visoke ocjene kvaliteta u gastronomiji, 41,1% ispitanik je naveo sugestije vezane za poboljšanje kvaliteta. Tako, više od dvije petine (46,5%) sugerise poboljšanje ponude tradicionalnih domaćih proizvoda, dok su za 32,2% anketiranih osnovni nedostatak visoke cijene. U manjem procentu ispitanici predlažu profesionalniji odnos i edukaciju osoblja (10,2%), modernizaciju restorana i osoblje koje govori strane jezike (po 4,7%, respektivno); svega 2,4% upućuje na poboljšanje higijene/čistoće.

#### **Promocija crnogorske kuhinje<sup>2</sup>**

Polazeći od toga da se Crna Gora u prethodnom dvogodišnjem periodu pozicionira na svjetskom tržištu kao jedinstvena i prepoznatljiva turistička destinacija sa specifičnostima koje je razlikuju od konkurencije, došlo se do zaključka da jedan vrlo specifičan segment njene ponude treba do kraja valorizovati i ponuditi tržištu. U tom smislu, kreativni tim Ministarstva turizma, Turističke organizacije Crne Gore i partnera kreirao je kampanju u pravcu animacije domaćeg i inostranog tržišta pod nazivom Godina crnogorske kuhinje, koja će pod sloganom "GODINA DOBRE HRANE" biti prezentirana na domaćem tržištu, a na inostranom tržištu pod sloganom GIFT&FLAVOURS OF NATURE.

U cilju sprovođenja kampanje biće kreiran i Nacionalni jelovnik, a spisak jela i receptura njihove pripreme prikupljaće se iz svih krajeva Crne Gore.

Poboljšanje ponude tradicionalnih domaćih proizvoda sugerise više od četiri petine ispitanika (83,3%) smještenih u Beranama, polovina domaćih turista (47,8%) i muškaraca (51,9%), u približno istom procentu starosne dobi do 25 godina i od 35 do 45 (51,9% i 50%, respektivno). Takodje, isto mišljenje dijele ispitanici koji su doputovali na područje Bjelasice i Komova sa djecom i drugim članovima porodice (60,6% i 61,9%, respektivno), u grupi sa više od 10 članova (58,3%), sa dnevnom potrošnjom po osobi do 15 eura. Bolju ponudu domaćih tradicionalnih proizvoda očekuje i 64,3% ispitanika koji su boravili u hotelima, te 73,9% posjetilaca sa dužinom boravka od 3 do 5 noći.

U odnosu na opštinu boravka tokom odmora, niže cijene sugerise 37,5% ispitanika iz Bijelog Polja, polovina posjetilaca iz Bosne i Hercegovine, 47,1% starijih od 45 godina, koji su doputovali sa partnerom (45,5%), sa dnevnom potrošnjom po osobi za smještaj i hranu od 15 do 20 eura (45,0%), te posjetioci koji su smješteni u iznajmljenoj kući (50,0%).

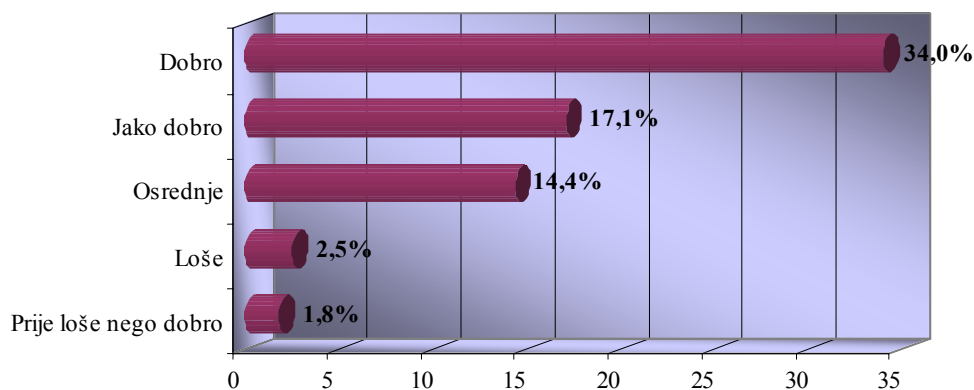
### **18. Kvalitet ski-ponude**

Područje Bjelasice i Komova od strane posjetilaca je prepoznato kao mjesto koje ima izvanredne mogućnosti za razne vidove aktivnosti u zimskom periodu. S obzirom na tu činjenicu, interesovalo nas je mišljenje ispitanika o kvalitetu ski ponude i komentari zašto je nešto dobro odnosno loše.

Ispitanicima su za ocjenjivanje kvaliteta smještaja bili ponudjeni sledeći odgovori: »Loše«, »Prije loše nego dobro«, »Osrednje«, »Dobro«, »Jako dobro« i »Bez odgovora«.

Kvalitet ski ponude u prosjeku jedna trećina (34,0%) ispitanika ocjenjuje »Dobro«, a svega 17,1% »Jako dobro«, što daje prostora za njegovo poboljšanje već za narednu turističku sezonu na ovom području. Grafik 15 koji slijedi pokazuje strukturu odgovora kada je u pitanju ocjenama kvaliteta ski ponude u prosječnim veličinama.

<sup>2</sup> Bilten broj 30, Ministarstvo turizma i Turistička organizacija Crne Gore, April 2004

**Grafik 15: Prosječna ocjena kvaliteta ski ponude**

Prema indikatorima, koji su prikazani u tabeli 5 koja slijedi, može se izvesti zaključak da su ispitanici u manjoj mjeri zadovoljni kvalitetom ski ponude u odnosu na indikatore ocjene kvaliteta smještaja i gastronomije.

**Tabela 5: Indikatori ocjene kvaliteta ski ponude<sup>3</sup>**

Segmenti kvaliteta ski – ponude	Indikator ocjene kvaliteta
1. Skijanje: ski staze, ski liftovi	0,66
2. Snow boarding	0,49
3. Zimsko planinarenje	0,30
4. Kros kantri/ nordijsko skijanje	0,19

Skijanje odnosno ski staze i liftovi su najbolje ocijenjeni (indikator 0,66), a kros kantri/nordijsko skijanje ocijenjeno je indikatorom koji ukazuje na najniži kvalitet od svih segmenata ski ponude na području Bjelasice i Komova (indikator 0,19). Razlog nižeg indikatora ocjene kvaliteta kros kantri/nordijskog skijanja i zimskog planinarenja je u tome što su to relativno nove discipline sa čijom ponudom turistima se počelo tek nedavno.

Dodatni komentari ispitanika na kvalitet ski ponude (5,8%) se najčešće odnose na nedovoljno pripremljene i obilježene staze (za planinarenje, nordijsko skijanje, snow boarding), ski liftove (korpe prespore, mokre, česti kvarovi) itd.

### 19. Sugestije za poboljšanje kvaliteta ski ponude

Više od polovine ukupnog uzorka (51,1%) je navelo sugestije za poboljšanje kvaliteta ski ponude. Tako, svaki drugi ispitanik sugerira poboljšanje organizacije (priprema i obilježavanje staza, odvojenost dječjih od staza odraslih, prevoz do skijališta, škola za odrasle, informisanost), svaki četvrti modernizaciju liftova, žičara, dok bi svaki deseti ispitanik poboljšao ponudu (nordijsko skijanje, noćno skijanje, zimsko planinarenje itd.).

Dodatna analiza je pokazala da u odnosu na prosjek (50,0%) poboljšanje kvaliteta organizacije značajnije sugeriraju posjetioci iz Srbije (56,4%), pripadnice ženskog pola (53,5%), starosne dobi od 35 do 45 godina (57,4%), kao i ispitanici koji su doputovali sami ili sa tri člana u grupi (60,0% i 62,9%, respektivno), te posjetioci u pratnji djece do 14 godina (61,7%). Ukoliko uzmemo u obzir vrstu smještaja, broj noćenja i

<sup>3</sup> Vrijednost indikatora bliža 1 znači da je, po mišljenju ispitanika, kvalitet ocijenjen kao visok, dok indikator bliži nuli označava kvalitet, po mišljenju ispitanika, lošiji. Ovaj indikator kreće se u intervalu od 0 do 1, gdje 0 označava da je generalna ocjena veoma loša, a 1 da je ocjena jako dobra. Dakle, veća vrijednost indikatora označava bolju ocjenu određenog segmenta.

potrošnju po osobi, vidimo da se radi o skoro tri petine ispitanika koji su smješteni u hotelu (58,9%) od 5 do 7 noći (59,1%), sa dnevnom potrošnjom do 15 eura (60,0%).

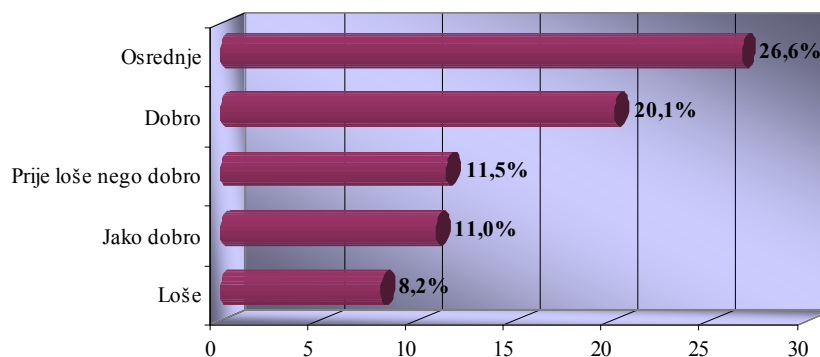
## 20. Kvalitet relevantnih aspekata turističke ponude

Pored kvalitetnog smještaja i usluge, svaka turistička ponuda treba da ima i svoje specifične mogućnosti, koja posjetiocima pružaju zadovoljstvo i atmosferu koju nose sa sobom kada odlaze, a što je često i najvažniji motiv ponovnog dolaska. Shodno tome, kreirano je pitanje sa ciljem dobijanja ocjena i komentara ispitanika pojedinih segmenata relevantnih aspekata ponude, a čiji rezultati su prikazani na grafiku 16.

Za ocjenjivanje kvaliteta relevantnih aspekata ispitanici su bili u prilici da koriste neku od sledećih ocjena: »Loše«, »Prije loše nego dobro«, »Osrednje«, »Dobro«, »Jako dobro« i »Bez odgovora«.

Najveći procenat ispitanika (26,6%) je kvalitet relevantnih aspekata ocijenilo »Osrednje«, svaki peti »Dobro«, dok svaki deseti relevantne aspekte ocjenjuje »Prije loše nego dobro« (11,5%) i »Jako dobro« (11,0%).

**Grafik 16: Prosječna ocjena kvaliteta relevantnih aspekata**



Generalno, uzimajući u obzir indikatore ocjene kvaliteta relevantnih aspekata, koji su prikazani u tabeli 6, vidi se da su ocjene pozitivne. Pri čemu, veća vrijednost indikatora označava bolju ocjenu pojedinog segmenta.

**Tabela 6: Indikatori ocjene kvaliteta relevantnih aspejkata<sup>4</sup>**

Segmenti kvaliteta relevantnih aspekata	Indikator ocjene kvaliteta
1. Raspoloživost informacija za posjetioce	0,53
2. Označenost znamenitosti, restorana, hotela, ski centra...	0,66
3. Kulturna ponuda	0,41
4. Ponuda ostalih sportskih aktivnosti	0,33
5. Mogućnost šopinga	0,38
6. Večernji događaji	0,45
7. Program za djecu	0,25
8. Program za loše vrijeme	0,22
9. Ponuda javnog transporta	0,46
10. Kvalitet puteva	0,53

Najbolje ocijenjeni segment relevantnih aspekata, po mišljenju anketiranih, je označenost znamenitosti, restorana, hotela, ski centra itd. (indikator 0,66), dok su najnižim indikatorima ocijenjeni progami za djecu i loše vrijeme (indikator 0,25 i 0,22, respektivno).

<sup>4</sup> Kao i u prethodnim slučajevima ovaj indikator kreće se u intervalu od 0 do 1, gdje 0 označava da je generalna ocjena veoma loša, a 1 da je ocjena jako dobra.

Komentari ispitanika na relevantne aspekte ponude su se odnosili na nemogućnost šopinga, neočišćene puteve i nedostupnost informacija itd. Sa druge strane, pozitivno su ocijenjena kulturna dešavanja (muzički koncerti, manifestacije, bioskop, »Vrela zima u brdima«...).

### 21. Sugestije za poboljšanje kvaliteta relevantnih aspekata turističke ponude

Više od tri petine (62,1%) ispitanika iz uzorka je sugerisalo poboljšanje relevantnih aspekata turističke ponude. Prema rezultatima istraživanja, svaki drugi anketirani bi poboljšao puteve, peti organizaciju, svaki šesti zabavni program, deseti kulturnu ponudu i mogućnost kupovine. Dok su nedostaci za manji broj ispitanika pouzdana informisanost (9,4%), visoke cijene (5,2%) i za 3,7% oznaka znamenitosti, ski staza itd.

### 22. Koje usluge očekujete od otvaranja turističkih kancelarija na području Bjelasice i Komova?

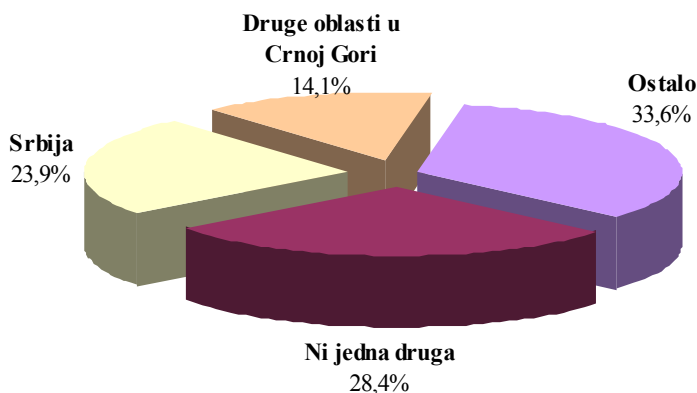
Očekivanja od otvaranja turističkih kancelarija u regionu Bjelasice i Komova je navelo 76,4% ispitanika. Više od tri četvrtine ispitanika (77,9%) očekuje pouzdanu informisanost o turističkoj ponudi, vremenskim prilikama, stanju na putevima itd. U znatno manjim procentima anketirani od budućih turističkih kancelarija očekuju bolju turističku ponudu, sprovođenje obuke zaposlenih u turizmu (uslužnost, ljubaznost osoblja) i organizovanje zabavnog programa (8,9%, 6,8% i 6,4%, respektivno).

### 23. Alternativna destinacija

Pored Bjelasice i Komova, u zemlji i inostranstvu, postoje veoma atraktivne turističke destinacije zimskog turizma. U cilju dobijanja podataka koje bi alternativne destinacije bile interesantne za posjetioce kreirano je ovo pitanje.

Analizom dobijenih odgovora došlo se do podataka (vidi grafik 17) da jedna trećina anketiranih ima alternativnu destinaciju van granica Crne Gore i Srbije, dok bi se najmanji procenat (14,1%) opredijelio za neku drugu destinaciju na području Crne Gore. Značajan broj posjetilaca bi u svakom slučaju ostao vjeran regionu Bjelasice i Komova (28,4%).

**Grafik 17: Alternativne destinacije**



Ako podjemo od alternativnih destinacija van granica Crne Gore i Srbije, kao najatraktivnije destinacije se izdvajaju: Austrija (34,0%), Švajcarska (22,3%) i Italija (14,6%). Od 23,9% anketiranih koji bi se opredijelili za destinaciju na području Srbije, najčešće se pominju Kopaonik (68,5%) i Zlatibor (31,5%). Atraktivne alternativne destinacije u Crnoj Gori su: Žabljak (55,8%) i Durmitor (16,2%).

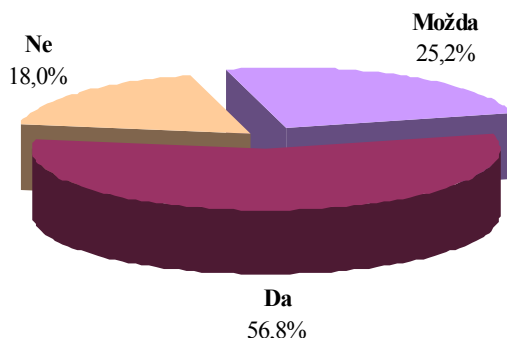
Među ispitanicima koji su naveli alternativnu destinaciju u inostranstvu iznad prosjeka se izdvajaju strani turisti (60,3%), anketirani u Kolašinu (47,2%), ispitanice (36,2%), posjetioci starosti od 35 do 45 godina (40,0%). Takođe, se radi o 60,0% ispitanika koji su doputovali sa organizovanom grupom, koja broji više od 10 članova (61,9%), sa hotelskim smještajem (54,8%), od 1 do 3 noći (68,9%) i dnevnim troškovima po osobi većim od 30 eura (63,9%).

## 8. LJETNJI ODMOR U REGIONU BJELASICE I KOMOVA

### 24. Zainteresovanost za bavljenje pojedinim aktivnostima

U cilju bolje turističke ponude na području Bjelasice i Komova, kako u zimskoj tako i u ljetnjoj sezoni, kreirano je pitanje o zainteresovanosti za pojedine aktivnosti u ovoj regiji. Prema rezultatima istraživanja, u prosjeku je 56,8% ispitanika iz uzorka zainteresovano za pojedine aktivnosti koje je moguće obavljati na ovom području.

**Grafik 18: Prosječna zainteresovanost za pojedine aktivnosti na području Bjelasice i Komova**



Uzimajući u razmatranje indikatore ocjene zainteresovanosti za pojedine aktivnosti, iz tabele koja slijedi, se može uočiti da postoji visok stepen zainteresovanosti. Ovaj indikator se kreće u intervalu od (-1 do 1). Ukoliko je negativan, ocjena zainteresovanosti je niska, ukoliko je pozitivan ocjena je visoka, dok indikator jednak 0 pokazuje da bi ispitanici možda bili zainteresovani za pojedine navedene aktivnosti.

**Tabela 7: Indikator ocjene zainteresovanosti za pojedine aktivnosti**

Moguće aktivnosti	Indikator zainteresovanosti
1. Šetnja kroz obližnja sela	0,50
2. Planinarenje, osvajanje vrhova	0,53
3. Kupovina (uključujući i stvari u dnevnu potrošnju)	0,14
4. Džogiranje, trčanje	0,34
5. Biciklizam	0,30
6. Planinski biciklizam	(0,02) <sup>5</sup>
7. Rafting	0,57
8. Osvajanje kanjona	0,23
9. Ribolov	0,08
10. Lov	(0,15)
11. Jahanje	0,53
12. Ostale sportske aktivnosti	0,21
13. Ekstremni sportovi (paraglajding, ekstremno skijanje, alpinizam, spuštanje kanjonom)	(0,03)
14. Relaksacija/ljepota/zdravlje	0,76
15. Posjeta kulturnim ponudama, muzejima, izložbama	0,65
16. Muzički događaji, pozorište, festivali	0,67
17. Posjeta diskotekama, barovima	0,72
18. Sportski događaji: takmičenja, igre, turniri	0,50
19. Posjeta tradicionalnim lokalnim restoranima	0,84

<sup>5</sup> Zagrade označavaju negativnu vrijednost indikatora.

Aktivnosti koje su od strane ispitanika prepoznate kao najinteresantije na području Bjelasice i Komova su posjeta tradicionalnim lokalnim restoranima i relaksacija/ljepota/zdravlje sa indikatorima 0,84 i 0,76, respektivno. Ispitanici su najmanju zainteresovanost pokazali za lov (indikator – 0,15), ekstremne sportove (indikator – 0,03) i planinski biciklizam (indikator – 0,02).

## 25. Da li ste znali da postoji Nacionalni park u ovom regionu?

Prema rezultatima istraživanja, 90,1% ispitanik je upoznat sa postojanjem Nacionalnog parka »Biogradska gora« u ovom regionu, što daje mogućnost boljeg iskorišćenja njegovih potencijala u skladu sa razvojem održivog turizma.

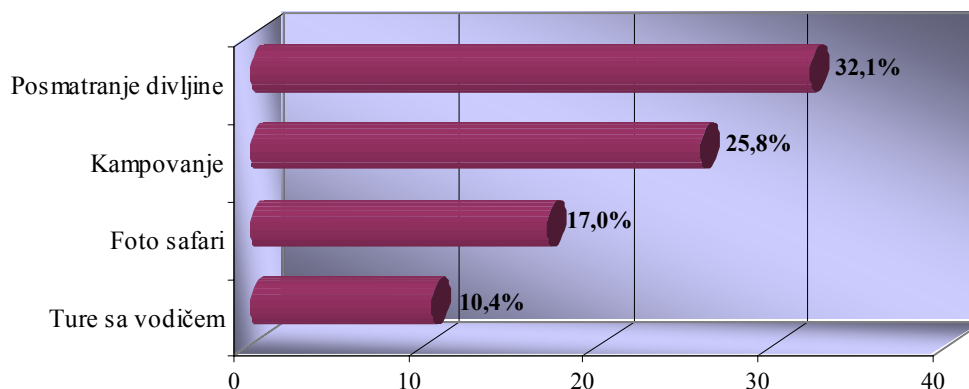
Dodatnom analizom je utvrđeno da je sa postojanjem Nacionalnog parka iznad prosjeka upoznato 93,9% ispitanika iz Berana, svaki ispitanik sa stalnim mjestom boravka u Bosni i Hercegovini, muškarci (93,4%), od 35 do 45 godina starosti (95,2%), kao i oni koji su doputovali sa dva člana (97,2%). Bolje dnevni nego višednevni posjetioci (94,6% i 87,5%, respektivno), 100% ispitanika koji imaju sopstvenu kuću u ovom regionu, te posjetioci sa boravkom od 7 do 10 dana (90,9%).

## 26. Kojim biste se aktivnostima bavili u Nacionalnom parku?

Područje Bjelasice i Komova je poznato po mnogobrojnim mogućnostima za bavljenje raznim oblicima sportsko–rekreativnih aktivnosti.

Najveći procenat ispitanika, skoro jedna trećina (32,1%), kao prvo navedenu aktivnost je istaklo posmatranje divljine. Svaki četvrti je naveo kampovanje kao aktivnost koju bi najviše obavljao, dok je za 17,0% najprivlačniji foto safari.

**Grafik 19: Aktivnosti u Nacionalnom parku**

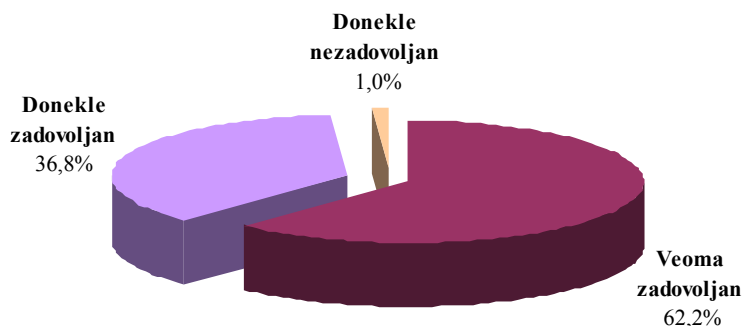


Posmatranje divljine kao prva aktivnost je prepoznata od svih posjetilaca sa stalnim mjestom boravka u Bosni i Hercegovini, kao i za 84,6% pripadnika muškog pola, starijih od 45 godina (87,5%), koji su doputovali sa organizovanom grupom turista (90,9%). U najvećem procentu odabrana vrsta smještaja, tokom boravka na području Bjelasice i Komova, ovih ispitanika je privatni smještaj (92,9%), sa dužinom boravka od 7 do 10 noći (96,3%) i dnevnim izdacima od 20 do 30 eura (85,7%).

## 27. Kako ste zadovoljni Vašim boravkom ovdje?

Opšta ocjena zadovoljstva posjetilaca turističkih centara na području Bjelasice i Komova je visoka: sa boravkom na tom području veoma zadovoljno 62,2% ispitanika. Veoma nezadovoljnih nije bilo, a svega 1% je donekle nezadovoljno (vidi grafik 20).

Najveće zadovoljstvo boravkom je kod ispitanika anketiranih u Bijelom Polju, više kod stranih nego domaćih turista (67,9% naspram 60,3%), mlađih od 25 godina (70,7%), te kod posjetilaca sa smještajem u sopstvenoj kući (78,3%). Za tri četvrtine ispitanika sa boravkom dužim od 10 dana i za prosječno 66% ispitanika sa dnevnim potrošnjom po osobi za smještaj i hranu do 20 eura.

**Grafik 20: Zadovoljstvo sa boravkom na području Bjelasice i Komova****28. Šta Vam se nije dopalo tokom odmora?**

Od ukupnog broja anketiranih, 58,3% posjetilaca je imalo zamjerku tokom boravka na području Bjelasice i Komova. U približno istom procentu anketirani navode loše puteve i vrijeme (18,9% i 18,3, respektivno), visoke cijene i ski ponudu (17,2% i 16,7%, respektivno). Za 12,8% i 10,0% ispitanika glavni nedostatak su ljubaznije osoblje i kulturno-zabavni program. Dok je slaba ponuda domaćih proizvoda i smještaj kao nedostatak uočen od 3,9% i 2,2% ispitanika, respektivno.

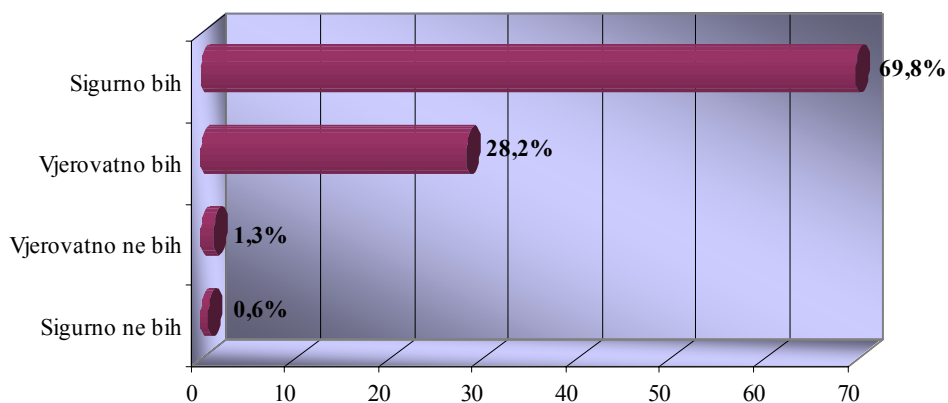
**29. Šta je bilo najljepše iskustvo tokom odmora?**

Najljepše iskustvo tokom odmora je često presudan razlog povratka. Za dvije petine ispitanika koji su za vrijeme sprovođenja istraživanja boravili na području Bjelasice i Komova, boravak na snijegu je ocijenjen kao iskustvo koje im se najviše dopalo. U nešto manjem procentu slijede: druženje (18,5%), prirodni ambijent (15,3%), lijepo vrijeme (3,2%) i u istom procentu ljubaznost i prijatni lokalni restorani (2,0%, respektivno).

**30. Generalno, da li biste preporučili Vašim prijateljima da provedu odmor ovdje?**

Od utiska koji posjetilac stekne tokom boravka u nekoj turističkoj destinaciji, zavisi i promocija tog područja i dolazak novih gostiju. Po mišljenju 69,8% ispitanika, područje Bjelasice i Komova predstavlja veoma atraktivnu lokaciju za odmor koju bi preporučili svojim prijateljima. Dok u vrlo malim procentima ispitanici vjerovatno ne bi i sigurno ne bi preporučili ovo područje za odmor (1,3% i 0,6%, respektivno).

Navedeni rezultati predstavljaju podsticaj za poboljšanje turističke ponude na području Bjelasice i Komova kako bi se izašlo u susret potrebama i željama posjetilaca, što bi omogućilo i veću konkurentnost regiona.

**Grafik 21: Preporuka prijateljima za odmor na području Bjelasice i Komova****31. Koliko ste dnevno trošili po osobi na smještaj i hranu?**

Više od jedne trećine ispitanika (36,2%) je po osobi dnevno trošilo od 20 do 30 eura. Svaki četvrti od 15 do 20 eura, a približno svaki peti ispitanik je sa dnevnom potrošnjom većom od 30 eura (20,4%) i do 15 eura (19,4%). Prosječna dnevna potrošnja po osobi na smještaj i hranu je iznosila 25,9€.

## 9. REZIME I ZAKLJUČCI

Istraživanje među posjetiocima turističkih centara na području Bjelasice i Komova obuhvatilo je uzorak od 309 ispitanika. U skladu sa definisanim kvotama po gradovima, slučajnim izborom anketirani su posjetioци u tri crnogorske opštine ovog regiona: u Kolašinu, Beranama i Bijelom Polju.

Cilj istraživanja je bio da se dobiju informacije o profilu posjetilaca, sazna šta je od presudnog značaja za njihov boravak u regionu, te sagleda njihovo zadovoljstvo turističkom ponudom.

### DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE ISPITANIKA

Metodom slučajnog izbora posjetilaca, koji su se u trenutku sprovođenja ankete našli na ski stazi, obezbijedena je reprezentativnost uzorka. Polna struktura ispitanika je dijelom u korist muškaraca (54%). Struktura ispitanika po starosnim kategorijama je sa najvećim učešćem ispitanika od 25 do 35 godina (31%). Više od tri petine ispitanika (64%) ima završenu srednju ili višu školu. Oko 63% posjetilaca su porodični ljudi, a više od polovine u svom domaćinstvu ima dvoje djece. Na osnovu istraživanja, zaključujemo da je prosječna dnevna potrošnja turista u regionu Bjelasice i Komova, uključujući troškove smještaja, na nivou od 26€.

### MOTIVI ZA DOLAZAK I IZVOR INFORMACIJA O REGIONU

Region Bjelasice i Komova pruža različite mogućnosti za posjetioce turističkih centara. Presudan razlog dolaska i boravka na ovom području, za više od dvije petine (44%) posjetilaca, je **skijanje**. Ovo je posebno važno za posjetioce iz Bosne i Hercegovine koji su na odmor došli sa organizovanom grupom ljudi (90%). Među jednom četvrtinom ispitanika koji su kao razlog naveli brigu o zdravlju i relaksaciju, izdvajaju se oni koji potiču iz drugog mjesta boravka (van Crne Gore, 40%), te skoro polovina posjetilaca koji imaju više od 45 godina.

Skoro dvije petine posjetilaca već **poznaju region** (u približno istom procentu svi ispitanici po mjestu stalnog boravka – 87%). Rođaci i prijatelji su izvor informacija o turističkoj ponudi u regionu za 58% posjetilaca – u pitanju su posjetioци iz Bosne i Hercegovine (57%), žene (57%), te turisti koji su na odmor u 70% slučajeva došli sa prijateljima. Svaki deseti posjetilac se odlučuje za dolazak u region Bjelasice i Komova jer na ovom području ima svoju vikendicu.

Okolina Bjelasice i Komova je prepoznatljiva kao veoma atraktivna lokacija. Tako je među poklonicima zimskih sportova ovo područje poznato kao mjesto koje pruža mnogo toga skijašima, planinarima itd. Za jednu petinu ispitanika od presudnog značaja za boravak je to što je u pitanju **dobar ski-centar**. Ovo je podjednako važno za domaće turiste (63% ispitanika koji dolaze iz Crne Gore i Srbije), posjetioce starosti od 25 do 35 godina (67%), kao i oni koji dnevno po osobi troše od 20 do 30€ (68%). Relaksaciju kao presudan motiv boravka u regionu Bjelasice i Komova ističe više od dvije petine onih koji su na odmor došli sa organizovanom grupom ljudi; navika je presudna za više od polovine anketiranih koji imaju preko 45 godina. Pejzaž, priroda i klima je primamljivija za jednu trećinu ispitanika mlađe populacije od 25 do 35 godina i 40% posjetilaca koji su na odmoru sa prijateljima.

Ispitanici su koristili različita prevozna sredstva da bi došli do turističkih centara. Više od tri petine se opredijelilo za **automobile**. U najvećem broju slučajeva, to su posjetioци iz Srbije (69%), dok se za voz opredijelilo 18% posjetilaca iz Crne Gore. Skoro 91% ispitanika je zadovoljno sa odabranim prevoznim sredstvom: najzadovoljniji - posjetioци iz Bosne i Hercegovine (100%) koji su došli autobusom; nezadovoljni (uglavnom zbog loših puteva) – posjetioци iz Srbije koji su došli automobilom (14%).

Najveći procenat ispitanika (92%) na zimski odmor putuje u društvu. Radi se o putničkim grupama koje podjednako često broje **dva i/ili tri člana** (po 26%). Grupa od dva člana karakteristična za posjetioce iz Bosne i Hercegovine i 38% onih koji su na odmoru sa partnerom; dok u grupi od troje ljudi putuje dvije petine posjetilaca iz Srbije i nešto više od dvije petine posjetilaca koji su doputovali sa članovima porodice.

Grupno organizovan odmor (grupa broji od 5 do 10 članova) karakterističan je za skoro jednu trećinu ispitanika starosti od 25 do 35 godina koji dnevno po osobi izdvajaju od 20 do 30€ (29%).

Skoro dvije trećine (63%) ispitanika koje smo zatekli na ski-stazama, bili su **višednevni posjetioci**. U pitanju su posjetioci koji potiču iz nekog drugog mjesta boravka (85%), u približno istom procentu oni koji imaju od 35 do 45 godina i više od 45 (79% i 78%, respektivno), kao i 85% onih koji su na odmoru sa djecom do 14 godina i dnevno po osobi izdvajaju više od 30€ (80%). Dnevni posjetioci u 50% slučajeva potiču u istom procentu iz Crne Gore i Bosne i Hercegovine, u pitanju su ispitanici koji su došli sa prijateljima na jedan dan (53%) i po osobi dnevno troše od 15 do 20€.

### OCJENA KVALITETA ZIMSKOG ODMORA

Prilikom izbora turističke destinacije, pored njene atraktivnosti, važnu ulogu imaju i mjesto boravka, vrsta smještaja, dužina odmora itd. **Smještaj u Kolašinu** je odabralo više od tri četvrtine ispitanika (76%). Ukoliko podjemo od navedenog mjesta za smještaj zaključujemo da se iznad prosjeka izdvajaju domaći turisti (u prosjeku 80%), od 35 do 45 godina (85%), koji odmor provode sa djecom do 14 godina (94%) i prijateljima (92%) i dnevnim izdacima po osobi od 20 do 30 eura (86%). Kada uporedimo procenete ispitanika u odnosu na smještaj i procenete strukture uzorka, vidimo da jedan broj ispitanika (prevashodno oni koji spavaju u Kolašinu) idu na skijanje i u druge centre (uglavnom u Berane).

Dužina odmora najčešće ima presudan uticaj na stvaranje ukupnog utiska o posjeti nekom turističkom centru. Skoro svaki četvrti višednevni posjetilac ostaje između **jedne i tri noći**, dok svaki peti ispitanik ostaje između tri i pet i između pet i sedam noći. Za boravak od jedne do tri noći odlučuje se nešto više od dvije petine posjetilaca smještenih u hotelu (41%), strani turisti (37%), oni koji su doputovali sa organizovanom grupom ljudi (37,5%), koja broji više od 10 članova (46%).

Važan segment boravka u nekom turističkom centru je mogućnost i vrsta smještaja. Tako se 37% posjetilaca opredijeljuje za **smještaj u hotelu**, nešto manje od jedne četvrtine ima sopstvenu kuću, dok je kod rođjaka smješten 21% ispitanik. Hotel je najčešći izbor 57% stranih turista, ispitanika starosti od 35 do 45 godina, 54% onih koji su na odmoru sa djecom do 14 godina, čiji boravak traje od jedne do tri noći (68,2%) sa dnevnim troškovima po osobi većim od 30 eura u 47% slučajeva.

Kvalitet smještaja je svakako važna komponenta izbora destinacije. Više od jedne trećine anketiranih je u prosjeku kvalitet smještaja ocijenilo »Jako dobro«. Uzimajući u obzir prosječan indikator ocjene kvaliteta (0,57) zaključuje se da je kvalitet smještaja pozitivno ocijenjen. Od svih segmenata, **kvalitet čistoće** je od strane anketiranih najbolje ocijenjen (indikator 0,69), dok je slobodno vrijeme/zabava imalo najnižu vrijednost indikatora (0,31). Više od polovine ispitanika smatra da smještaj treba modernizovati.

Boravak u nekom turističkom centru u velikoj mjeri je uslovljen mogućnostima i kvalitetom ishrane. Tako su **kvalitet hrane i ponuda tradicionalnih domaćih proizvoda** prepoznati kao najbolji segmenti gastro ponude (indikator 0,79, respektivno), dok su približno istim indikatorom ocijenjeni kvalitet restorana i uslužnost osoblja (indikator 0,78 i 0,77, respektivno). U cilju poboljšanja kvaliteta ishrane, više od dvije petine je sugerisalo dodatno poboljšanje ponude tradicionalnih domaćih proizvoda, a jedna trećina smanjenje cijena.

Područje Bjelasice i Komova je prepoznato kao mjesto koje ima izvanredne mogućnosti za razne vidove aktivnosti u zimskom periodu. Kvalitet ski ponude 34,0% ispitanika ocijenjuje »Dobro«, a svega 17,1% »Jako dobro«, što daje prostora za njegovo poboljšanje već za narednu turističku sezonu. **Ski staze i liftovi** su najbolje ocijenjeni (indikator 0,66), dok je kros kantri/nordijsko skijanje ocijenjeno indikatorom koji ukazuje na najniži kvalitet od svih segmenata ski ponude na području Bjelasice i Komova (indikator 0,19). Razlog nižeg indikatora ocjene kvaliteta kros kantri/nordijskog skijanja i zimskog planinarenja je u tome što su to relativno nove discipline sa čijom ponudom se počelo nedavno. Svaki drugi ispitanik sugerise poboljšanje organizacije, svaki četvrti modernizaciju liftova, žičara, dok bi svaki deseti ispitanik poboljšao ski ponudu.

Pored kvalitetnog smještaja i usluge, svaka turistička ponuda treba da ima i svoje specifične mogućnosti, koje posjetiocima pružaju zadovoljstvo i atmosferu koju nose sa sobom kada odlaze, a što je često i najvažniji motiv ponovnog dolaska. Najbolje ocijenjeni segment relevantnih aspekata je **označenost znamenitosti, restorana, hotela, ski centra** itd. (indikator 0,66). Svaki drugi anketirani bi poboljšao puteve, svaki peti organizaciju, svaki šesti zabavni program, svaki deseti kulturnu ponudu i mogućnost kupovine.

Od otvaranja turističkih kancelarija u regionu Bjelasice i Komova više od tri četvrtine ispitanika (78%) očekuje **pouzdanu informisanost** o turističkoj ponudi, vremenskim prilikama, stanju na putevima itd.

Pored Bjelasice i Komova, u zemlji i inostranstvu, postoje veoma atraktivne turističke destinacije zimskog turizma. Jedna trećina anketiranih ima **alternativnu destinaciju van granica Crne Gore i Srbije** (Austrija, Švajcarska i Italija), dok bi značajan broj posjetilaca u svakom slučaju ostao vjeran regionu Bjelasice i Komova (28%).

### **LJETNJI ODMOR U REGIONU BJELASICE I KOMOVA**

U cilju kreiranja što bolje turističke ponude na području Bjelasice i Komova, kako u zimskoj tako i u ljetnjoj sezoni, kreirano je pitanje o zainteresovanosti za bavljenjem pojedinim aktivnostima u slučaju ljetnjem odmora u regionu: u prosjeku, 57% zimskih posjetilaca pokazalo je zainteresovanost za bavljenje ponuđenim aktivnostima i u ljetnjem periodu. Kao najinteresantije su prepoznate **posjeta tradicionalnim lokalnim restoranima i relaksacija/ljepota/zdravlje** (indikator 0,84 i 0,76, respektivno).

Visok procenat (90%) anketiranih je **upoznat sa postojanjem Nacionalnog parka »Biogradska gora«** u ovom regionu, što daje mogućnost boljeg iskorišćenja njegovih potencijala u skladu sa razvojem održivog turizma. Sa postojanjem Nacionalnog parka je upoznat svaki anketirani sa stalnim mjestom boravka u Bosni i Hercegovini, muškarci (93%), ispitanici od 35 do 45 godina starosti (95%) koji su doputovali sa dva člana (97%), te posjetioci sa boravkom od 7 do 10 dana (91%).

Područje Bjelasice i Komova je poznato po mnogobrojnim mogućnostima za bavljenje raznim oblicima sportsko–rekreativnih aktivnosti. Najprivlačnija aktivnost za svakog tećeg ispitanika je **posmatranje divljine**, dok bi svaki četvrti bio zainteresovan za **kampovanje**. Posmatranje divljine je interesantno za sve posjetiocyte sa stalnim mjestom boravka u Bosni i Hercegovini, za 85% pripadnika muškog pola, ispitanika starijih od 45 godina (87%), koji su doputovali sa organizovanom grupom turista (90,9%) i boravkom od 7 do 10 noći (96%).

**Opšta ocjena zadovoljstva posjetilaca boravkom u turističkim centrima na području Bjelasice i Komova je visoka** (veoma zadovoljno 62% ispitanika, dok veoma nezadovoljnih nije bilo). Najljepše iskustvo tokom odmora za dvije petine ispitanika je **boravak na snijegu**, zatim slijede druženje i prirodni ambijent. Više od polovine posjetilaca (58%) je imalo zamjerku tokom boravka na području Bjelasice i Komova, koja se odnosila na **loše puteve**, vrijeme, visoke cijene i ski ponudu.

Od utiska koji posjetilac stekne tokom boravka u nekoj turističkoj destinaciji, zavisi i promocija tog područja i dolazak novih gostiju. **Po mišljenju 70% ispitanika, područje Bjelasice i Komova predstavlja veoma atraktivnu lokaciju za odmor koju bi preporučili svojim prijateljima**. Navedeni rezultati predstavljaju podsticaj za poboljšanje turističke ponude na području Bjelasice i Komova kako bi se izašlo u susret potrebama i željama posjetilaca, što bi omogućilo i veću konkurentnost regiona.



Realizovano istraživanje omogućilo je da se stekne uvid u osnovne karaktersitike posjetilaca koji se odlučuju da svoj zimski odmor provedu u turističkim centrima regiona Bjelasice i Komova. Riječ je o posjetiocima prosječne starosti do 35 godina, koji su u većini slučajeva porodični ljudi; nemaju djece ili ako ih imaju, najčešće je riječ o četvoročlanim porodicama, sa djecom uzrasta između 6 i 14 godina.

Iako je više od dvije trećine posjetilaca iz Srbije i Crne Gore, većina se odlučuje da oстане više dana, pogotovo za vikend, dok nešto manje od trećine predstavljaju dnevne posjetioce regiona. Među dnevnim posjetiocima su i turisti iz Bosne i Hercegovine. U zavisnosti od toga da li ostaju preko noći ili ne, posjetioci regiona Bjelasice i Komova u prosjeku troše oko 26 eura, uključujući i troškove smještaja.

Analizirajući motive za dolazak i boravak u regionu Bjelasice i Komova, kao i osnovne izvore informacija koji su presudni za njihov izbor, zaključujemo da ovo područje ima svoje obožavaoce koji dolaze bilo zbog toga što tu imaju svoju vikendicu, iz navike, ili što žele da poslušaju savjet prijatelja/rođaka. I pored vezanosti za ovaj kraj i visokih ocjena zadovoljstva zbog odmora provedenog u regionu Bjelasice i Komova, posjetioci se ne ustručavaju da sugerišu potrebu za modernizacijom smještaja, te poboljšanjem infrastrukture, u prvom redu puteva. Zadovoljni čistoćom smještaja, posjetioci ističu potrebu za dodatnom ponudom tradicionalnih domaćih proizvoda, ali očekuju i niže cijene.

Na osnovu prezentiranih rezultata može se zaključiti:

- da su turisti zainteresovani da zimski i ljetnji odmor provode u regionu Bjelasice i Komova,
- da su zadovoljni postojećom turističkom ponudom, ali očekuju poboljšanja i prilagodjavanja različitim kategorijama posjetilaca,
- trenutno zadovoljstvo najbolje izražavaju činjenicom da bi svojim prijateljima preporučili dolazak u region Bjelasice i Komova,
- da podržavaju razvoj održivog turizma,
- postojanje Nacionalnog parka predstavlja priliku za veću konkurentnost i razvoj cijelog regiona,
- od lokanih turističkih organizacija očekuju se pouzdane i raznovrsne informacije.

## **D O D A T A K**

### **Upitnik sa osnovnim frekvencijama**

**Opština u kojoj je popunjen upitnik**

	%
1. Berane	21,4
2. Bijelo Polje	13,2
3. Kolašin	<b>65,4</b>

**1. Mjesto stalnog boravišta ispitanika**

	%
1. Crna Gora	<b>41,7</b>
2. Srbija	33,0
3. Bosna i Hercegovina	3,6
4. Ostalo	21,7

**1.1 Mjesto stalnog boravišta ispitanika po gradovima**

		%
<b>Crna Gora</b>	Podgorica	<b>48,4</b>
	Bar	7,8
	Andrijevica	7,0
	Nikšić	6,3
	Budva	4,7
	Tivat	4,7
	Kotor	3,9
	Mojkovac	3,9
	Ulcinj	3,9
	Bijelo Polje	2,3
	Cetinje	2,3
	Plužine	1,6
	Danilovgrad	0,8
	Herceg Novi	0,8
	Pljevlja	0,8
Žabljak	0,8	
<b>Srbija</b>	Beograd	<b>59,8</b>
	Novi Sad	9,8
	Kragujevac	6,9
	Niš	3,9
	Čačak	2,9
	Sombor	2,0
	Vrbas	2,0
	Gornji Milanovac	2,0
	Arandjelovac	1,0
	Bijela Crkva	1,0
	Ivanjica	1,0
	Kosovska Mitrovica	1,0
	Paraćin	1,0
	Kraljevo	1,0
	Kruševac	1,0
	Kula	1,0
	Mladenovac	1,0
	Novi Pazar	1,0
Prijepolje	1,0	
<b>Bosna i Hercegovina</b>	Trebinje	<b>41,6</b>
	Banja Luka	16,7
	Nevesinje	16,7
	Sarajevo	16,7
	Bileća	8,3

**1.2 Ostale države**

	%
Albanija	<b>59,7</b>
Njemačka	7,5
Hrvatska	6,0
Kanada	6,0
Austrija	4,5
Australija	3,0
Slovenija	3,0
SAD	3,0
Švajcarska	3,0
Poljska	1,5
Ukrajina	1,5
Velika Britanija	1,5

**2. Razlog dolaska (ponderisane vrijednosti)**

	%	Prvi razlog	Drugi razlog	Treći razlog
1. Skijanje	<b>43,6</b>	<b>70,5</b>	17,4	12,0
2. Snow boarding	9,7	3,3	20,1	2,9
3. Zimsko planinarenje	2,7	-	3,5	12,0
4. Kros kantri skijanje/nordijsko skijanje	1,5	-	2,6	4,5
5. Ostali zimski sportovi	2,3	0,7	4,3	2,9
6. Zdravlje/oporavak i relaksiranje	<b>25,0</b>	15,6	<b>35,2</b>	<b>32,8</b>
7. Posjeta rođacima/prijateljima	<b>12,5</b>	6,6	14,8	31,4
8. U okviru službenog puta	2,2	2,6	1,7	1,5
9. Nešto drugo, navesti šta	0,5	0,7	0,4	-

Ostali zimski sportovi: odmor, sankanje, uživanje u prirodi.

Ostali razlozi dolaska: druženje sa prijateljima, posjeta ski centru, provod.

**3. Izvori informacija (ponderisane vrijednosti)**

	%	Prvi razlog	Drugi razlog	Treći razlog
1. Poznajem region	<b>37,6</b>	<b>53,9</b>	14,0	11,8
2. Imam vikendicu ovdje	<b>10,7</b>	6,4	16,9	17,6
3. Rodjaci/prijatelji	<b>28,8</b>	23,8	<b>37,6</b>	<b>29,5</b>
4. Časopisi/brošure iz regiona	1,3	1,6	1,1	-
5. Brošure o ponudi za smještaj	0,8	0,9	-	2,9
6. Katalozi tour-operatera	0,4	-	1,1	-
7. Savjeti putničkih agencija	1,7	2,6	-	2,9
8. Informacije iz turističke kancelarije kod kuće	1,1	0,9	1,7	-
9. Izvještaji medija	<b>8,0</b>	3,9	14,0	14,7
10. Reklame u medijima	4,6	2,2	6,2	17,7
11. Putnička literatura/putnički vodič	1,9	1,3	3,4	-
12. Posjeta sajma	0,2	-	0,6	-
13. Internet	2,5	1,9	3,4	2,9
14. Nešto drugo	0,4	0,6	-	-

Web site: [www.visit-montenegro.com](http://www.visit-montenegro.com), [www.durmitor.cg.yu](http://www.durmitor.cg.yu), [www.yugoslav.com](http://www.yugoslav.com).

**4. Presudan razlog za boravak (ponderisane vrijednosti)**

	%	Prvi razlog	Drugi razlog	Treći razlog	Četvrti razlog	Peti razlog
1. Dobar ski-centar	<b>20,3</b>	<b>31,5</b>	11,4	15,9	13,8	9,0
2. Iskusiti nešto novo	6,5	8,5	7,5	3,9	-	-
3. Relaksacija, oporavak	<b>15,0</b>	14,1	<b>19,7</b>	11,5	12,1	-
4. Posjeta rođacima/prijateljima	<b>12,0</b>	12,5	13,8	11,5	3,5	9,1
5. Pejzaž, priroda, vrijeme i klima	<b>12,8</b>	6,6	12,2	<b>17,8</b>	<b>24,1</b>	-
6. Sapatnik u putu	1,0	0,6	0,4	2,5	1,7	-
7. Hobi i privatno osjećanje	3,8	2,6	3,5	3,9	10,3	9,1
8. Snijeg i garancija za snijeg	7,5	3,2	8,7	12,1	12,1	<b>18,2</b>
9. Zato što dolazimo ovdje svake godine	<b>12,9</b>	13,1	12,2	14,6	8,6	<b>18,2</b>
10. Zato što je ovo najbliži ski-centar	7,4	6,9	8,7	5,1	8,6	<b>18,2</b>
11. Ski-voz	0,5	-	1,1	0,6	-	-
12. Cijena je bila presudna	0,8	-	0,4	0,6	3,5	<b>18,2</b>
13. Nešto drugo	0,5	0,6	0,4	-	1,7	-

Nešto drugo od presudnog značaja za boravak ovdje: biznis i organizovano skijanje.

**5. Prevoz do mjesta boravka**

	%
1. Voz	12,0
2. Automobil	<b>61,8</b>
3. Autobus	18,1
4. Nešto drugo	8,1

Neke druge vrste prevoza: avion; automobil i autobus; automobil i avion; voz i autobus; voz i automobil; automobil, voz i avion; avion, voz i autobus.

**6. Zadovoljstvo navedenom vrstom prevoza**

	%
1. Da	<b>90,5</b>
2. Ne	9,5

Razlozi nezadovoljstva: neurednost i neudobnost prevoznih sredstava; loši putevi i kašnjenje.

**7. Putovali ste**

	%
1. Sami	8,4
2. Sa nekim	<b>91,6</b>

**8. Broj ljudi u putničkoj grupi**

(odgovaraju ispitanici koji putuju sa nekim)

	%
1. 2 člana	<b>25,4</b>
2. 3 člana	<b>25,4</b>
3. 4 člana	20,8
4. 5 do 10 članova	19,1
5. Više od 10 članova	7,4

**9. Saputnik (ponderisane vrijednosti)**

	%
1. Partner	<b>32,6</b>
2. Djeca do 14 godina	19,9
3. Drugi članovi porodice	15,8
4. Prijatelji	27,9
5. Organizovana grupa ljudi	3,8

**10. Dnevni posjetilac**

	%
1. Da	36,6
2. Ne	<b>63,4</b>

**Za posjetioce koji ostaju preko noći****11. Smještaj preko noći**

(odgovaraju ispitanici koji su višednevni posjetioci)

	%
1. Kolašin	<b>76,5</b>
2. Bijelo Polje	20,9
3. Berane	2,6

**12. Broj noćenja**

(odgovaraju ispitanici koji su višednevni posjetioci)

	%
1. Od 1 do 3 noći	<b>23,0</b>
2. Od 3 do 5 noći	20,9
3. Od 5 do 7 noći	20,9
4. Od 7 do 10 noći	17,3
5. Više od 10 noći	12,2

Odgovorilo 94,4% ispitanika koji su višednevni posjetioci

**13. Vrsta smještaja**

(odgovaraju ispitanici koji su višednevni posjetioci)

	%
1. Hotel	<b>37,2</b>
2. Privatni smještaj	10,3
3. Sopstvena kuća	24,2
4. Iznajmljena kuća	6,2
5. Kuća rođjaka/prijatelja	21,6

**13.1 Ime hotela**

(odgovaraju ispitanici koji imaju hotelski smještaj)

	%
1. Brile	<b>39,7</b>
2. Čile	30,1
3. Vila Jelka	19,2
4. Dom mladih i gorštaka	11,0

Navedeni hoteli se nalaze u Kolašinu.

**13.1.1 Broj zvjezdica hotela**

(odgovaraju ispitanici koji imaju hotelski smještaj)

	%
1. Jedna zvjezdica	1,4
2. Tri zvjezdice	39,7
3. Ne zna	<b>58,9</b>

**13.2 Privatni smještaj**

Naziv privatnog smještaja je naveo samo jedan ispitanik (5,0%), što upućuje na zaključak da se turisti u najvećem broju slučajeva (95,0%) odlučuju za smještaj »na crno«.

**13.2.1 Plaćanje boravišne takse**

	%
1. Da	20,0
2. Ne	30,0
3. Bez odgovora	<b>50,0</b>

**14. Kvalitet smještaja**

(odgovaraju ispitanici koji su višednevni posjetioci)

	Loše	Prije loše nego dobro	Osrednje	Dobro	Jako dobro	Bez odgovora
1. Kvalitet sobe	0,5	1,5	5,6	32,5	<b>40,5</b>	19,4
1. Čistoća	1,0	1,5	5,1	30,6	<b>42,9</b>	18,9
2. Grijanje	1,0	0,5	9,7	30,6	<b>39,3</b>	18,9
3. Namještaj	0,5	-	13,8	28,6	<b>38,2</b>	18,9
4. Kupatilo	1,0	1,5	10,2	29,6	<b>37,8</b>	19,9
2. Kvalitet usluge (uslužnost osoblja)	-	1,0	5,6	18,4	33,7	<b>41,3</b>
3. Cijene	-	2,0	11,7	17,9	20,9	<b>47,4</b>
4. Kvalitet doručka	1,0	1,5	5,6	17,9	34,7	<b>39,3</b>
5. Slobodno vrijeme/zabava	3,6	2,6	8,7	7,1	20,3	<b>57,7</b>
6. Nešto drugo	100,0	-	-	-	-	-

Neznatan procenat ispitanika (1,5%) je imalo komentar vezano za pojedine elemente kvaliteta smještaja. Oni su se odnosili na poboljšanje zvučne izolacije u sobama, previše jako grijanje tokom dana i slabije tokom noći, i nepoznavanje stranih jezika osoblja.

**15. Sugestije za poboljšanje kvaliteta smještaja**

(21,4% ispitanika koji su višednevni posjetioci su naveli sugestije)

	%
1. Modernizacija (sobe, kupatila, proširenje kapaciteta)	<b>52,4</b>
2. Grijanje	16,7
3. Kvalitet hrane	7,1
4. Usluga (profesionalniji odnos, edukacija osoblja)	7,1
5. Zabava (programi za djecu, slobodno vrijeme)	7,1
6. Higijena	4,8
7. Parking prostor (bolji prilazi, više mjesta za parkiranje)	4,8

**16. Kvalitet u gastronomiji**

	Loše	Prije loše nego dobro	Osrednje	Dobro	Jako dobro	Bez odgovora
1. Kvalitet restorana	-	1,3	15,5	<b>43,7</b>	37,2	2,3
2. Kvalitet usluge (uslužnost osoblja)	-	4,2	16,5	<b>41,1</b>	36,6	1,6
3. Cijene	3,9	10,	<b>28,5</b>	27,2	27,2	3,2
4. Kvalitet hrane	0,3	1,3	10,7	<b>42,7</b>	41,7	3,2
5. Ponuda tradicionalnih domaćih proizvoda	1,3	2,6	7,8	31,1	<b>51,1</b>	6,1

Skoro 3% ispitanika je navelo dodatni komentar koji se odnosi na pojedine segmente gastronomije. Oni se odnose na nedovoljnu ponudu domaćih proizvoda, neraznovrsnu hranu, nedostatak kuvanih jela, glasnu muziku, neprofesionalnu uslugu itd.

### 17. Sugestije za poboljšanje kvaliteta u gastronomiji

(41,1% ispitanika je navelo sugestije)

	%
1. Ponuda (tradicionalni, domaći proizvodi, kvalitet)	<b>46,5</b>
2. Niže cijene	32,2
3. Usluga (profesionalniji odnos, edukacija osoblja)	10,2
4. Modernizacija (restorana, proširenje kapaciteta)	4,7
5. Jezici (prevod menija, osoblje koje govori strane jezike)	4,7
6. Higijena	2,4

### 18. Kvalitet ski ponude

	Loše	Prije loše nego dobro	Osrednje	Dobro	Jako dobro	Bez odgovora
1. Skijanje: ski staze, ski liftovi	0,6	2,6	20,7	<b>34,0</b>	29,1	12,9
2. Snow boarding	1,6	0,3	13,3	27,5	21,7	<b>35,6</b>
3. Zimsko planinarenje	3,2	1,9	14,9	16,2	9,7	<b>54,0</b>
4. Kros kantri/ nordijsko skijanje	4,5	2,3	8,7	8,1	7,8	<b>68,6</b>
5. Ostalo	1,0	0,3	1,9	1,9	4,9	<b>66,7</b>

Dodatni komentari kvaliteta ski ponude (5,8% ispitanika) se najčešće odnose na nedovoljno pripremljene i obilježene staze (za planinarenje, nordijsko skijanje, snow boarding), ski liftove (korpe prespore, mokre, česti kvarovi) itd.

### 19. Sugestije za poboljšanje kvaliteta ski ponude

(51,1% ispitanika je navelo sugestije)

	%
1. Organizacija (priprema i obilježavanje staza, odvojenost dječjih od staza odraslih, prevoz do skijališta, škola za odrasle, informisanost)	<b>50,0</b>
2. Modernizacija (veći kapacitet i broj ski liftova, žičara)	26,6
3. Bolja ponuda (nordijsko, noćno skijanje, planinarenje)	11,4
4. Niže cijene	8,2
5. Zabava (programi za djecu, neskijaše...)	3,8

### 20. Kvalitet navedenih relevantnih aspekata

	Loše	Prije loše nego dobro	Osrednje	Dobro	Jako dobro	Bez odgovora
1. Raspoloživost informacija za posjetioce	7,1	8,4	<b>39,5</b>	28,5	10,0	6,5
2. Označenost znamenitosti, restorana, hotela, ski centra...	2,9	3,2	34,3	<b>35,3</b>	21,4	2,9
3. Kulturna ponuda	9,1	13,3	<b>36,6</b>	16,5	7,4	17,2
4. Ponuda ostalih sportskih aktivnosti	6,8	8,4	27,2	14,9	6,1	<b>36,3</b>
5. Mogućnost šopinga	21,4	23,0	<b>24,9</b>	15,5	7,8	7,4
6. Večernji događaji	6,1	9,7	20,7	17,5	19,4	<b>26,5</b>
7. Program za djecu	9,1	13,3	14,9	8,4	7,8	<b>46,6</b>
8. Program za loše vrijeme	11,3	13,6	9,4	4,5	11,0	<b>50,2</b>
9. Ponuda javnog transporta	2,9	5,2	21,7	<b>29,4</b>	11,3	<b>29,4</b>
10. Kvalitet puteva	5,5	16,2	<b>36,9</b>	30,4	7,8	3,2

**21. Sugestije za poboljšanje relevantnih aspekata** (62,1% ispitanika je navelo sugestije)

	%
1. Loši putevi (održavanje, prohodnost itd)	<b>50,0</b>
2. Organizacija (bolje održavanje staza, bolji ski liftovi, rasvjeta)	21,4
3. Zabava (više programa za loše vrijeme, djecu, mlade, slobodne aktivnosti na stazama)	15,6
4. Bolja kulturna ponuda	10,4
5. Veća mogućnost kupovine (otvaranje mega marketa, suvenirnica)	10,4
6. Tačna informisanost (o putevima, ponudi, mogućnostima smještaja)	9,4
7. Niže cijene	5,2
8. Bolja oznaka znamenitosti, hotela, ski staza	3,7

**22. Očekivanja od turističkih kancelarija u regionu B&K** (76,4% ispitanika je navelo svoja očekivanja)

	%
1. Pružanje informacija (o turističkoj ponudi, vremenskim prilikama, stanju na putevima)	<b>77,9</b>
2. Bolja turistička ponuda	8,9
3. Uslužnost i ljubaznost zaposlenih	6,8
4. Organizovanje zabavnog programa	6,4

**23. Alternativne destinacije za bavljenje zimskim sportom**

	%
1. Ni jedna druga	28,4
2. Druge oblasti u Crnoj Gori	14,1
3. Srbija	23,9
4. Ostalo	<b>33,6</b>

**23.1 Alternativne destinacije u Crnoj Gori**

	%
1. Žabljak	<b>55,8</b>
2. Durmitor	16,2
3. Jezerine	9,3
4. Lokve	4,7
5. Turjak	4,7
6. Jabuka	4,7
7. Ivanova korita	2,3
8. Vučje	2,3

**23.2 Alternativne destinacije u Srbiji**

	%
1. Kopaonik	<b>68,5</b>
2. Zlatibor	31,5

**23.3 Alternativne destinacije van Srbije i Crne Gore**

	%
1. Austrija	<b>34,0</b>
2. Švajcarska	22,3
3. Italija	14,6
4. Slovenija	9,7
5. BiH	7,8
6. Njemačka	2,9
7. Bugarska	1,9
8. Španija	1,0

9. Makedonija	1,0
10. Poljska	1,0
11. Francuska	1,0
12. SAD	1,0
13. Češka	1,0

### Ljetnji odmor na Bjelasici i Komovima

#### 24. Moguće aktivnosti u regionu Bjelasice i Komova

	Ne zainteresovan	Možda	Zainteresovan
1. Šetnja kroz obližnja sela	8,2	33,8	<b>58,0</b>
2. Planinarenje, osvajanje vrhova	10,8	25,8	<b>63,4</b>
3. Kupovina (uključujući i stvari u dnevnu potrošnju)	25,5	35,0	<b>39,5</b>
4. Džogiranje, trčanje	15,3	35,0	<b>49,7</b>
5. Biciklizam	20,3	29,7	<b>50,0</b>
6. Planinski biciklizam	<b>36,3</b>	29,4	34,3
7. Rafting	16,0	11,1	<b>72,9</b>
8. Osvajanje kanjona	29,8	17,6	<b>52,6</b>
9. Ribolov	36,2	19,2	<b>44,6</b>
10. Lov	<b>49,2</b>	16,6	34,2
11. Jahanje	13,0	20,5	<b>66,5</b>
12. Ostale sportske aktivnosti	11,9	<b>55,0</b>	33,1
13. Ekstremni sportovi (paraglajding, ekstremno skijanja, alpinizam, spuštanje kanjonjom)	<b>37,4</b>	28,2	34,4
14. Relaksacija/ljepota/zdravlje	4,2	15,1	<b>80,7</b>
15. Posjeta kulturnim ponudama, muzejima, izložbama	6,2	22,9	<b>70,9</b>
16. Muzički događaji, pozorište, festivali	5,2	22,3	<b>72,5</b>
17. Posjeta diskotekama, barovima	5,9	16,4	<b>77,7</b>
18. Sportski događaji: takmičenja, igre, turniri	8,5	32,7	<b>58,8</b>
19. Posjeta tradicionalnim lokalnim restoranima	1,7	12,6	<b>85,7</b>

#### 25. Nacionalni park u regionu

	%
1. Da	<b>90,1</b>
2. Ne	9,9

#### 26. Aktivnosti u Nacionalnom parku

	%	Prva	Druga	Treća
1. Posmatranje divljine	<b>32,1</b>	<b>59,8</b>	9,3	14,4
2. Planinski biciklizam	6,4	6,4	7,0	5,3
3. Naučno istraživački rad	3,1	10,0	5,8	2,3
4. Učešće u turama sa vodičem	10,4	4,7	17,5	9,0
5. Kampovanje	<b>25,8</b>	18,6	<b>35,4</b>	23,5
6. Foto safari	<b>17,0</b>	4,4	19,5	<b>40,9</b>
7. Nešto drugo	5,2	5,1	5,5	4,6

Druge aktivnosti: šetnja, ribolov, kupanje u bazenu i veslanje.

**27. Zadovoljstvo sa boravkom**

	%
1. Veoma zadovoljan	<b>62,2</b>
2. Donekle zadovoljan	36,8
3. Donekle nezadovoljan	1,0
4. U potpunosti nezadovoljan	-

**28. Opis onoga što se najmanje dopalo tokom odmora** (odgovorilo 58,3% ispitanika)

	%
1. Putevi	<b>18,9</b>
2. Vrijeme	18,3
3. Cijene	17,2
4. Ski ponuda	16,7
5. Osoblje	12,8
6. Zabavni i kulturni program	10,0
7. Slaba ponuda domaćih proizvoda	3,9
8. Smještaj	2,2

**29. Najljepše iskustvo tokom odmora** (odgovorilo 80,6% ispitanika)

	%
1. Boravak na snijegu	<b>40,6</b>
2. Druženje	18,5
3. Prirodni ambijent	15,3
4. Boravak na snijegu i prirodni ambijent	6,4
5. Boravak na snijegu i druženje	6,0
6. Lijepo vrijeme	3,2
7. Ljubaznost	2,0
8. Prijatni lokalni restorani	2,0

18,4% ispitanika nije navelo ono što im se dopada i ono što im se ne dopada.

**30. Preporuka prijateljima da provedu odmor na B&K**

	%
1. Sigurno bih	<b>69,8</b>
2. Vjerovatno bih	28,2
3. Vjerovatno ne bih	1,3
4. Sigurno ne bih	0,6

**31. Dnevni trošak po osobi (smještaj i hrana)**

Prosječna dnevna potrošnja po osobi je 25,9€.

	%
1. Do 15 eura	19,4
2. Od 15 do 20 eura	24,0
3. Od 20 do 30 eura	<b>36,2</b>
4. Više od 30 eura	20,4

**Demografski podaci ispitanika****32. Pol**

	%
1. Muški	<b>54,0</b>
2. Ženski	46,0

**33. Starost**

	%
1. Do 25 godina	30,1
2. Od 25 do 35 godina	<b>31,0</b>
3. Od 35 do 45 godina	28,1
4. Više od 45 godina	10,8

Prosječna starost ispitanika iznosi 32,5 godina.

**34. Civilni status**

	%
1. Partnerom	27,6
2. Porodicom	<b>62,8</b>
3. Sami	6,9
4. Nešto drugo	2,7

Neki drugi vid civilnog statusa: stan dijeli sa cimerima (2,6), studentski dom (0,3).

**35. Djeca u domaćinstvu**

	%
1. Da	48,4
2. Ne	<b>51,6</b>

**35.1 Broj djece u domaćinstvu**

(odgovaraju ispitanici u čijem domaćinstvu ima djece)

	%
1. Jedno dijete	29,0
2. Dvoje djece	<b>51,7</b>
3. Troje djece	16,5
4. Četvoro djece	2,1
5. Petoro djece	0,7

Prosječan broj djece u domaćinstvu je 1,9.

**35.2 Broj djece u domaćinstvu po godinama**

	%
1. Djeca do 6 godina	31,8
2. Djeca od 6 do 14 godina	<b>38,3</b>
3. Djeca iznad 14 godina	29,9

**36. Obrazovanje**

	%
1. Nezavršena osnovna i srednja škola	2,6
2. Srednja i osnovna škola	<b>63,5</b>
3. Univerzitetsko obrazovanje	33,9