

Rezultati istraživanja stavova i ponašanja domaćih i stranih turista u Novom Sadu u prvom talasu, u novembru i decembru 2017, i januaru 2018, i drugom talasu u maju, junu, julu, avgustu i septembru 2018.

Istraživanje realizovao:

ProPozitiv

Za:

Turističku organizaciju grada Novog Sada



**Туристичка
организација Града
Новог Сада**

SADRŽAJ

1. METODOLOGIJA	3
1.1 Upitnik i način prikupljanja podataka.....	3
1.2 Statistika lokacije istraživanja.....	4
2. KARAKTERISTIKE TURISTA	5
2.1 Demografska struktura turista	5
2.2 Odakle su strani turisti koji su posetili Novi Sad u 2017. i 2018.....	7
2.3 Odakle su domaći turisti koji su posetili Novi Sad u 2017. i 2018.	10
3. MOTIVI I KARAKTERISTIKE PUTOVANJA	12
3.1 Jednodnevna ili višednevna poseta.....	12
3.2 Asocijacija na Novi Sad	14
3.3 Učestalost poseta	15
3.4 Motiv putovanja	16
3.5 Saputnici i troškovi	17
4. SMEŠTAJ U NOVOM SADU	22
5. IZVORI INFORMISANJA O NOVOM SADU KAO TURISTIČKOJ DESTINACIJI	30
6. OBILAZAK NOVOG SADA.....	34
7. TURISTIČKE LOKACIJE I SADRŽAJI NOVOG SADA	38
8. PREPORUKE I UTISCI	49
9. OPŠTE ZADOVOLJSTVO POSETOM NOVOM SADU	52
10. KLJUČNI NALAZI	54

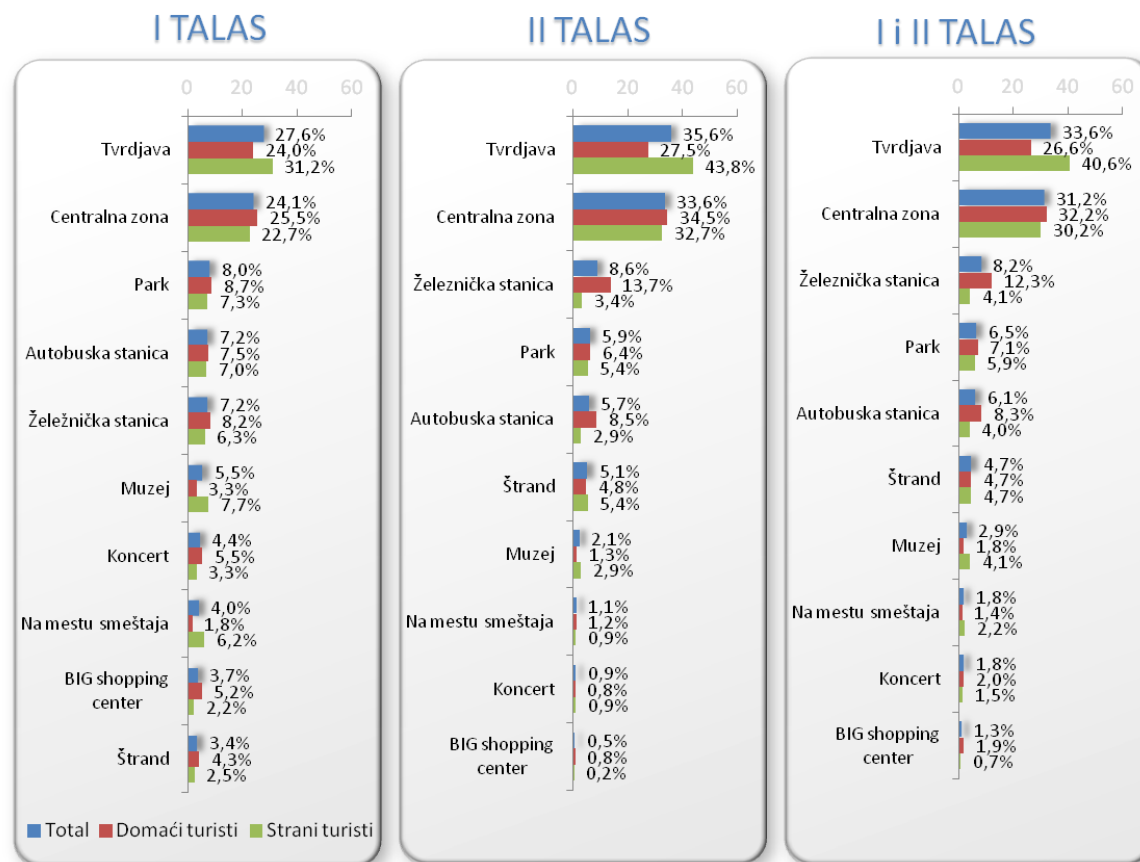
1. METODOLOGIJA

1.1 Upitnik i način prikupljanja podataka

- Upitnik je formulisan na osnovu zahteva Turističke organizacije grada Novog Sada, uz finalno odobrenje svih pitanja od strane Turističke organizacije grada Novog Sada
- Način anketiranja je "licem u lice" (Face to Face (F2F)), na ulici, uz spontano prepoznavanje stranaca i slučajnost izbora ispitanika
- Ukupan uzorak: 4802 turista (2400 domaćih i 2402 stranih turista)
 - Prva etapa: na osnovu kvota prema statistici turista iz 2016/2017. u odnosu na poreklo turista (zemlju iz koje dolaze)
 - Druga etapa: spontano prepoznavanje domaćih i stranih turista i slučajnost izbora ispitanika
- Lokacije istraživanja: Centralna zona, tvrđava, železnička stanica, park, autobuska stanica, na mestu smeštaja, muzej, BIG shopping center, izložba, koncert i Štrand. (Videti u produžetku grafički prikaz u odeljku: 1.2 Statistika lokacija istraživanja)
- Anketiranje je obavljeno u novembru, decembru 2017, i januaru 2018. za prvi talas istraživanja, i u maju, junu, julu, avgustu i septembru 2018. za drugi talas istraživanja, u više različitih termina, na početku, sredinom i krajem navedenih meseci.
- Kreiranje SPSS maske i šifriranje otvorenih odgovora za pojedinačne mesečne izveštaje obavljano je do 5. u narednom mesecu, za prethodni mesec
- Obrada podataka i kreiranje tabelarnog izveštaja za pojedinačne mesece sprovedena je do 10. u narednom mesecu, za prethodni mesec

1.2 Statistika lokacije istraživanja

LOKACIJA ISTRAŽIVANJA

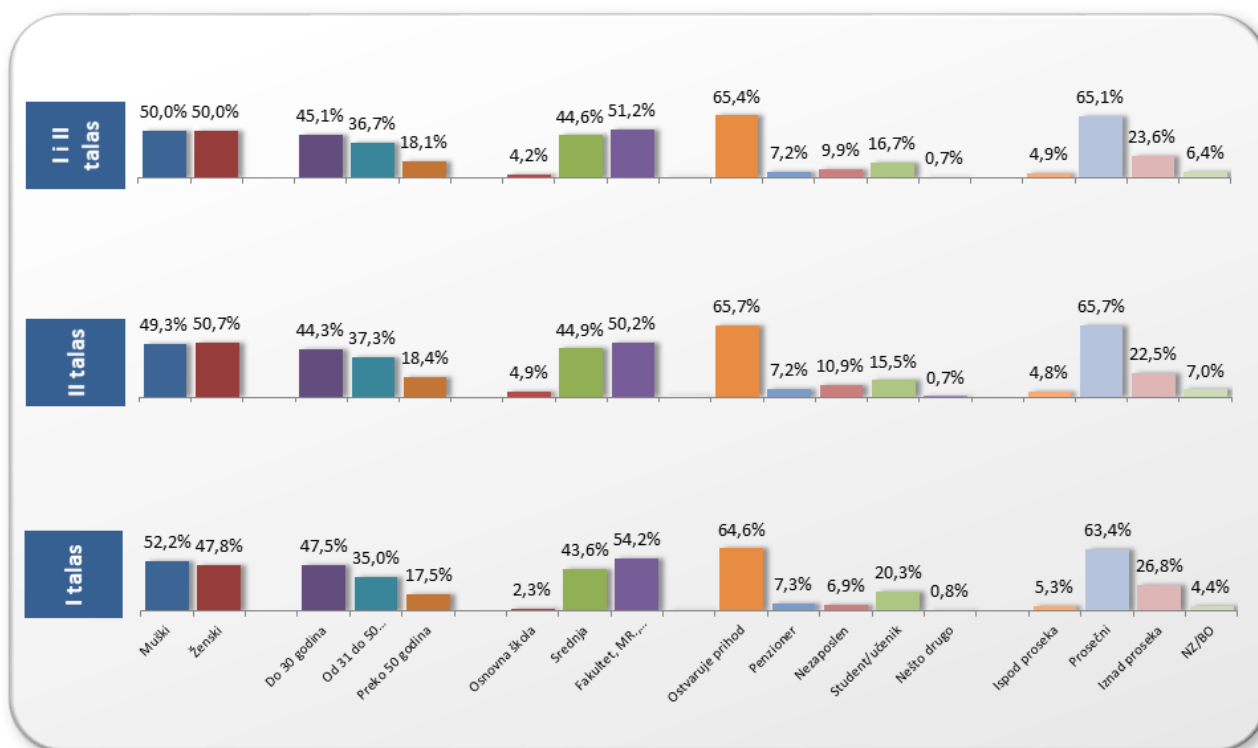


2. KARAKTERISTIKE TURISTA

2.1 Demografska struktura turista

Generalno, posmatrano za prvi i drugi talas istraživanja, na nivou demografskih karakteristika svih turista, i domaćih i stranih, u uzorku postoji: ujednačenost po polu; po starosnoj distribuciji dominiraju turisti starosti do 30 godina, koji čine 45,1% od svih turista u istraživanju; čak 51,2% njih je visoko obrazovanih; 65,4% svih turista ukupno u prvom i drugom talasu je u kategoriji onih koji ostvaruju prihod; a oko 2/3 smatra da njegovo domaćinstvo ima (u zemlji iz koje dolaze) prosečne prihode.

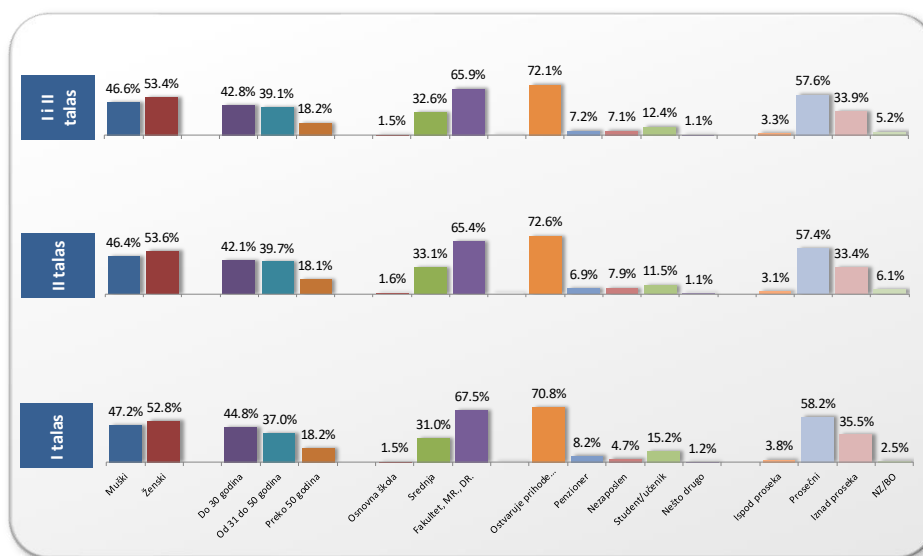
DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE SVIH TURISTA



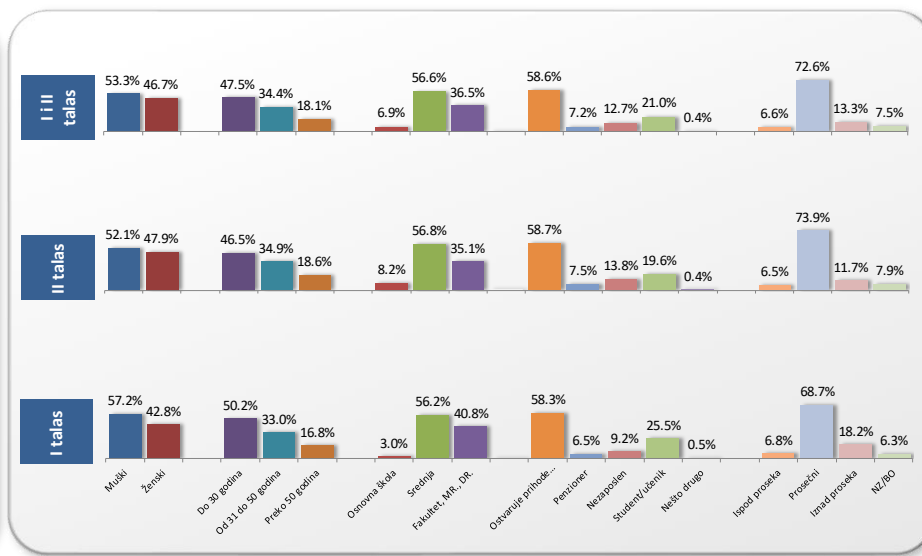
Kad je reč o razlikama između prvog i drugog talasa istraživanja, takođe posmatrano na svim turistima, i domaćim i stranim, one su neznatne: dok je u prvom talasu nešto više muškaraca nego žena, u drugom talasu je obrnuto, žene su u minimalnoj većini (prvi talas, muškarci, 52,2% : drugi talas, žene, 50,7%); dok je u prvom talasu turista starih do 30 godina 47,5%, u drugom ih je nešto manje 44,3%; dok je u prvom talasu 54,2% visokoobrazovanih turista, u drugom ih je nešto manje, 50,2%; dok je u prvom talasu 64,6% turista ukupno u kategoriji onih koji ostvaruju prihod, u drugom je u ovoj kategoriji 65,7% turista; dok je u prvom talasu 63,4% turista koji smatraju da njihovo domaćinstvo ima (u zemlji iz koje dolaze) prosečne prihode, u drugom talasu je ovakvih turista 65,7%.

Kad je reč o poređenju demografske strukture domaćih i stranih turista, iako postoji generalno ujednačenost po polu, primetno je da su, posmatrano na nivou ukupnih rezultata prvog i drugog talasa, među domaćim turistima nešto češći muškarci (posebno zahvaljujući njihovoj brojčanoj premoći u zimskim mesecima (prvi talas,domaći turisti,muškarci, 57,2%), a da su među stranim turistima nešto zastupljenije žene.

DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE STRANIH TURISTA



DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE DOMAĆIH TURISTA



Po starosti, starosna grupa do 30 godina je nešto malo brojnija među domaćim (47,5%), nego među stranim turistima (42,8%).

Kad je reč o razlikama u obrazovnoj strukturi između domaćih i stranih turista, među stranim turistima se beleži značajno veći broj onih sa višim i visokim obrazovanjem nego kada je reč o domaćim turistima. Dok je u istraživanju među stranim turistima u proseku bilo oko 2/3 njih sa višim i visokim obrazovanjem (65,9%), među domaćim turistima je zabeleženo 36,5% njih sa višim i visokim obrazovanjem, što znači da su među domaćim turistima dominantni oni sa srednjim obrazovanjem (56,6%). Posmatrano po talasima istraživanja, može se primetiti da je u zimskom periodu (prvom talasu istraživanja) u strukturu turista po obrazovanju, generalno, i među domaćim i među stranim turistima, nešto više visokoobrazovanih nego što je to slučaj u letnjoj sezoni (drugi talas istraživanja).

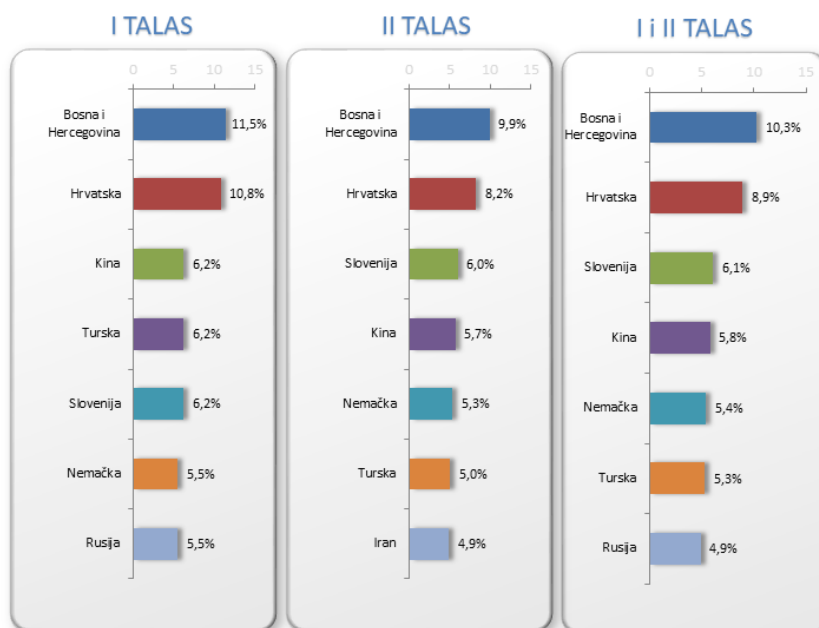
Dakle, pri izradi komunikacione strategije prema turistima u Novom Sadu treba imati u vidu visok nivo obrazovanja stranih turista, ali i činjenicu da je obrazovna struktura domaćih turista u Novom Sadu takođe značajno iznad obrazovne strukture opšte populacije u Srbiji, u kojoj je, prema poslednjem popisu iz 2011. svega 17% više i visoko obrazovanih, 50% punoletnih građana ima završenu srednju školu, a čak 33% njih je sa osnovnom i nižom od osnovne škole.

Izvesne razlike između stranih i domaćih turista koji su posetili Novi Sad u periodu novembar 2017. - septembar 2018. postoje i kada je reč o radno socijalnom statusu. Naime, dok se u populaciji stranih turista u proseku 72,1% njih izjašnjava da ostvaruje lični prihod, među domaćim turistima prihod ostvaruje 58,6% njih.

Treba još naglasiti da je među stranim turistima 57,6% onih koji samoprocenjuju prihode svog domaćinstva (u zemlji iz koje dolaze) kao prosečne, a da je 33,9% onih koji prihode svog domaćinstva procenjuju kao iznad prosečne. S druge strane, 72,6% domaćih turista samoprocenjuju prihode svog domaćinstva kao prosečne, a tek 13,3% smatra da su prihodi njihovog domaćinstva iznad prosečni.

2.2 Odakle su strani turisti koji su posetili Novi Sad u 2017. i 2018.

ZEMLJE IZ KOJE DOLAZE STRANI TURISTI – TOP 7

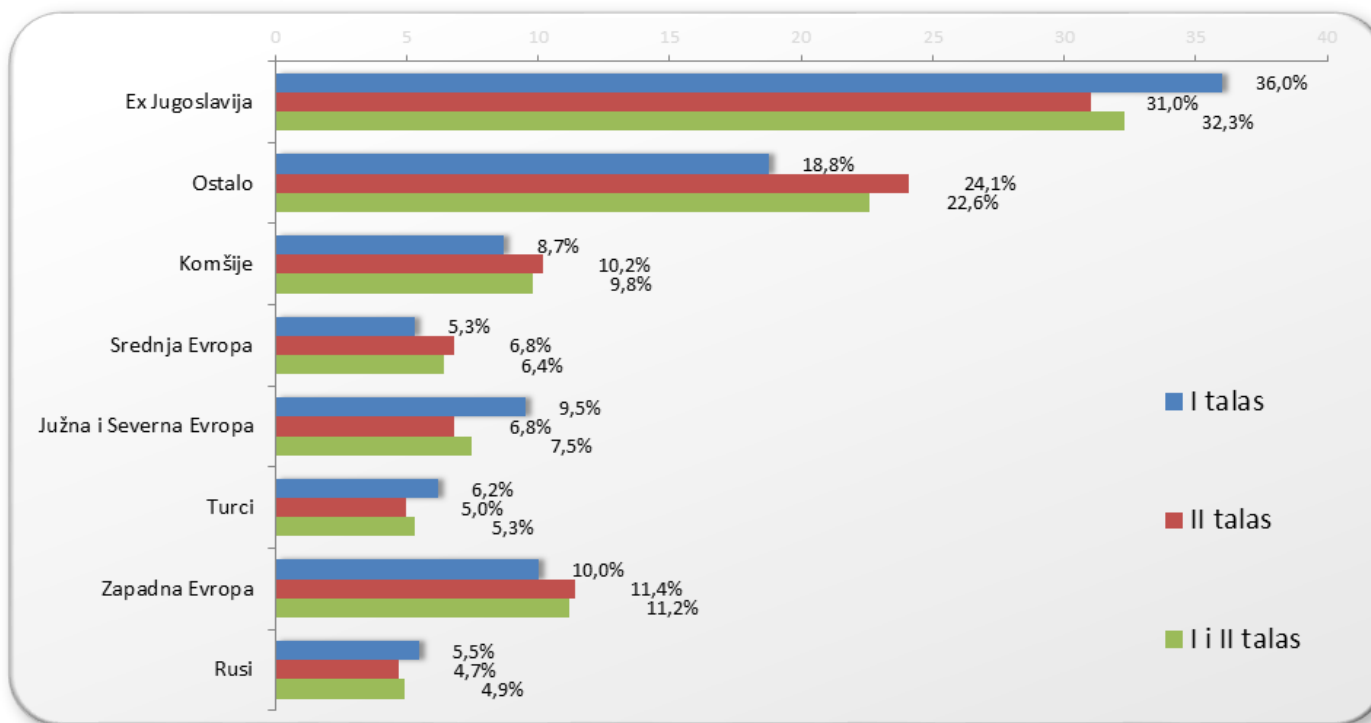


Kad je reč o stranim turistima, na osnovu ukupnih rezultata istraživanja može se zaključiti da najveći broj njih dolazi iz Bosne i Hercegovine (10,3%), zatim iz Hrvatske (8,9%), Slovenije (6,1%), Kine (5,8%), Nemačke (5,4%), Turske (5,3%) i Rusija (4,9%).

Na osnovu rezultata istraživanja za prvi talas istraživanja, vidi se da su turisti iz Bosne i Hercegovine bili u zimskom periodu i učestaliji (11,5%), kao i iz Hrvatske (10,8%), Slovenije (6,2%), Kine (6,2%), Nemačke (5,5%), Turske (6,2%) i Rusija (5,5%).

Za razliku od zimske sezone, u letnjoj su se Iranski turisti priključili „klubu“ TOP 7 zemalja odakle dolaze strani turisti.

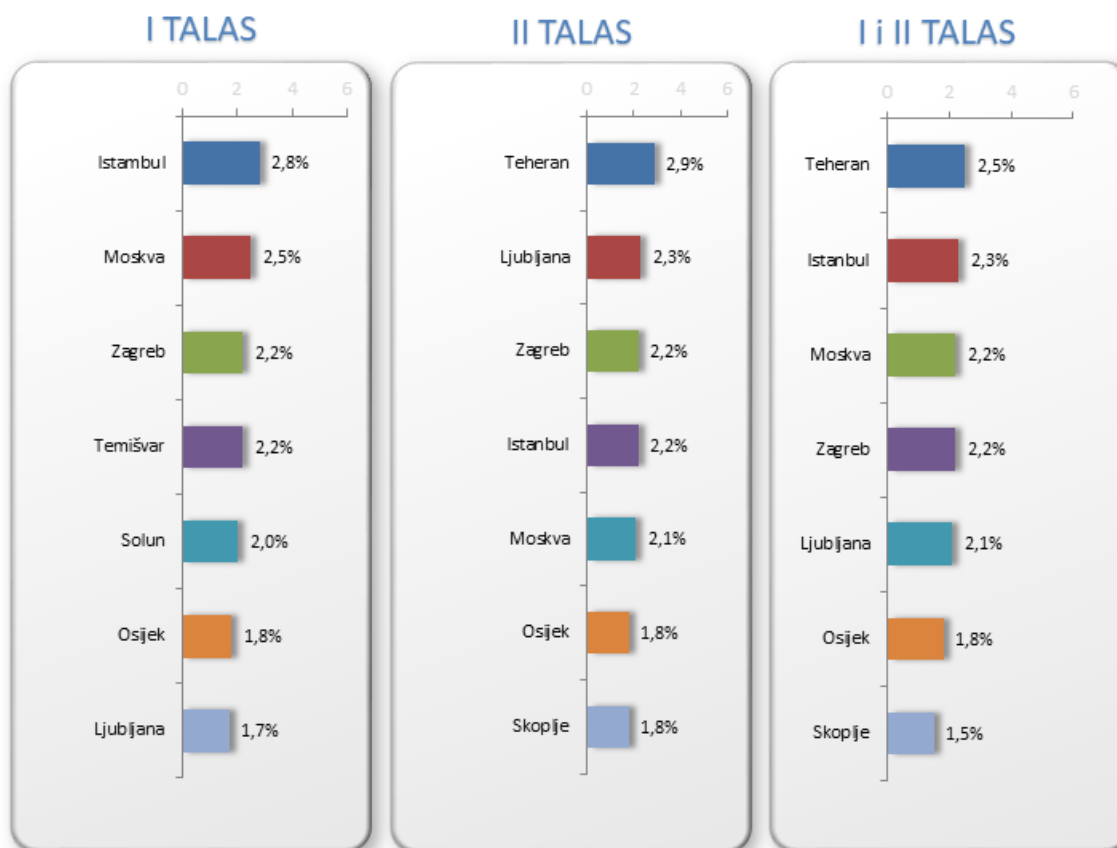
ZEMLJE IZ KOJE DOLAZE STRANI TURISTI - REGIONI



Posmatrano po regionu odakle dolaze strani turisti, na osnovu ukupnih rezultata istraživanja, može se zaključiti da je nešto više od trećine njih je iz Ex Jugoslavije (32%), iz Zapadne Evrope dolazi 11,2% od svih stranih turista, iz Južne i Severne Evrope zajedno 7,5%. Iz „komšijskih“ zemalja (Bugarska, Rumunija, Mađarska) dolazi 9,8%, dok samo iz Turske dolazi 5,3% svih stranih turista, a iz Rusije njih 4,9%. Broj turista iz Srednje Evrope je 6,4% od ukupnog broja stranih turista. Iz svih ostalih zemalja zajedno, onih koje su nesvrstane prema navedenoj regionalizaciji porekla turista, dolazi 22,6% od svih stranih turista.

Kad je reč o sezonskim trendovima, odnosno razlikama u istraživačkim nalazima za prvi i drugi talas istraživanja, evidentno je da je udeo stranih turista iz Ex YU zemalja, iz Turske, Rusije i zemalja Južne i Severne Evrope u zimskom periodu veći nego u letnjem. S druge strane, u letnjoj sezoni raste udeo turista iz Zapadne Evrope, Srednje Evrope, tkz. komšijskih zemalja i iz svih ostalih zemalja zajedno.

GRADOVI IZ KOJIH DOLAZE STRANI TURISTI - TOP 7



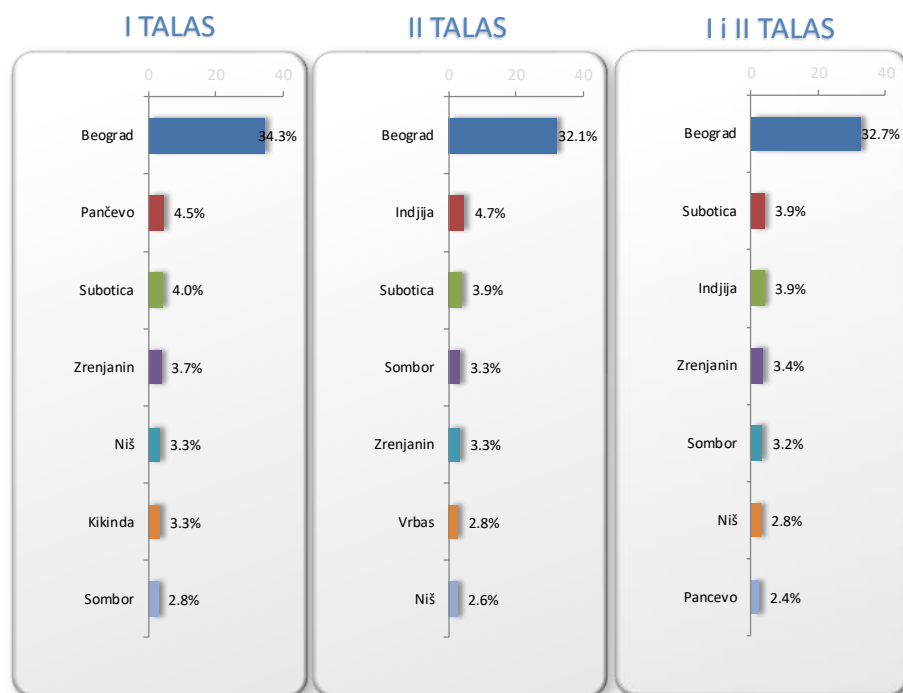
Kad je reč o gradovima odakle dolaze strani turisti, iz rezultata istraživanja vidi se da su najmnogobrojniji turisti iz Teherana (2,9%), Istanbula (2,3%), Moskve (2,2%), Zagreba (2,2%), Ljubljane (2,1%), ali i Osijeka (1,8%) i Skoplja (1,5%).

Zanimljivo je da se turisti iz Teherana ni ne pojavljuju u Top 7 po poreklu stranih turista prema gradovima iz kojih dolaze, što znači da su turisti iz Teherana tek u drugom talasu zabeležili značajno veće prisustvo u Novom Sadu. S druge strane, poređenjem rezultata prvog i drugog talasa istraživanja, zapaža se blago

opadajući trend u učešću turista iz Istanbula i Moskve. Dok su turisti iz Zagreba i Osijeka bez obzira na sezonu bez promena u učešću, turisti iz Ljubljane i Skoplja su u blagom porastu u letnjoj sezoni u odnosu na zimsku.

2.3 Odakle su domaći turisti koji su posetili Novi Sad u 2017. i 2018.

GRADOVI IZ KOJIH DOLAZE DOMAĆI TURISTI - TOP 9



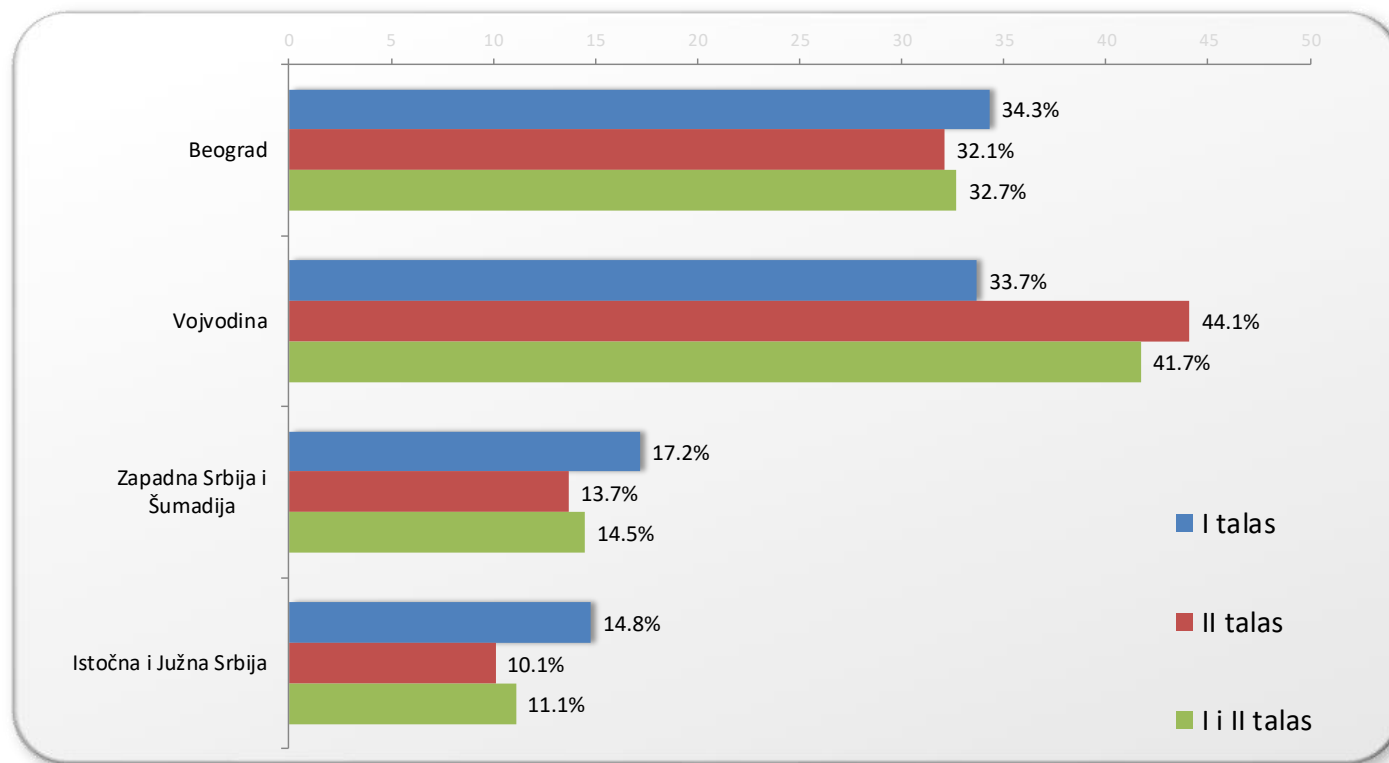
Kad je reč o domaćim turistima, iz ukupnih rezultata istraživanja zaključujemo da je oko jedna trećina njih iz Beograda (32,7%), iz Subotice (3,9%), iz Indije (3,9%), iz Zrenjanina (3,4%), iz Sombora (3,2%), dok je iz Niša (2,8%) i iz Pančeva (2,4%).

Značajno je naglasiti da je u zimskoj sezoni udeo domaćih turista iz Beograda značajno veći nego u letnjoj sezoni. Dok rezultati istraživanja u prvom talasu pokazuju da je 34,3% turista iz Beograda, u drugom talasu turisti iz Beograda čine 27,1% od ukupnog broja domaćih turista u Novom Sadu.

Regionalno posmatrano, pored već pomenutog podatka da je oko jedna trećina svih domaćih turista iz Beograda, treba istaći da oko 2/5

domaćih turista u Novi Sad dolazi iz Vojvodine (41,7%), da iz regiona Zapadne Srbije i Šumadije dolazi 14,5% domaćih turista, a da iz Istočne i Južne Srbije u Novi Sad dolazi najmanji broj turista, njih 11,1%.

REGIONI IZ KOJIH DOLAZE DOMAĆI TURISTI



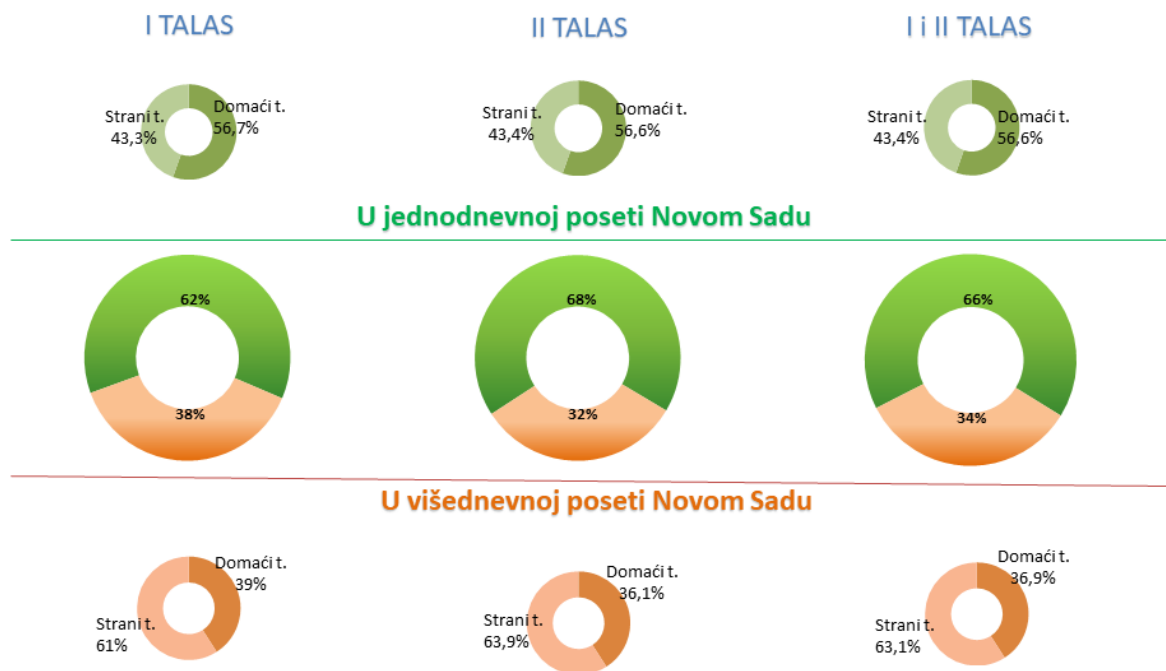
Potoje očiti sezonski trendovi. Dok je udeo Vojvođana među domaćim turistima u Novom Sadu u zimskom periodu oko 33%, u letnjoj sezoni taj udeo je čak 44,1%.

3. MOTIVI I KARAKTERISTIKE PUTOVANJA

3.1 Jednodnevna ili višednevna poseta

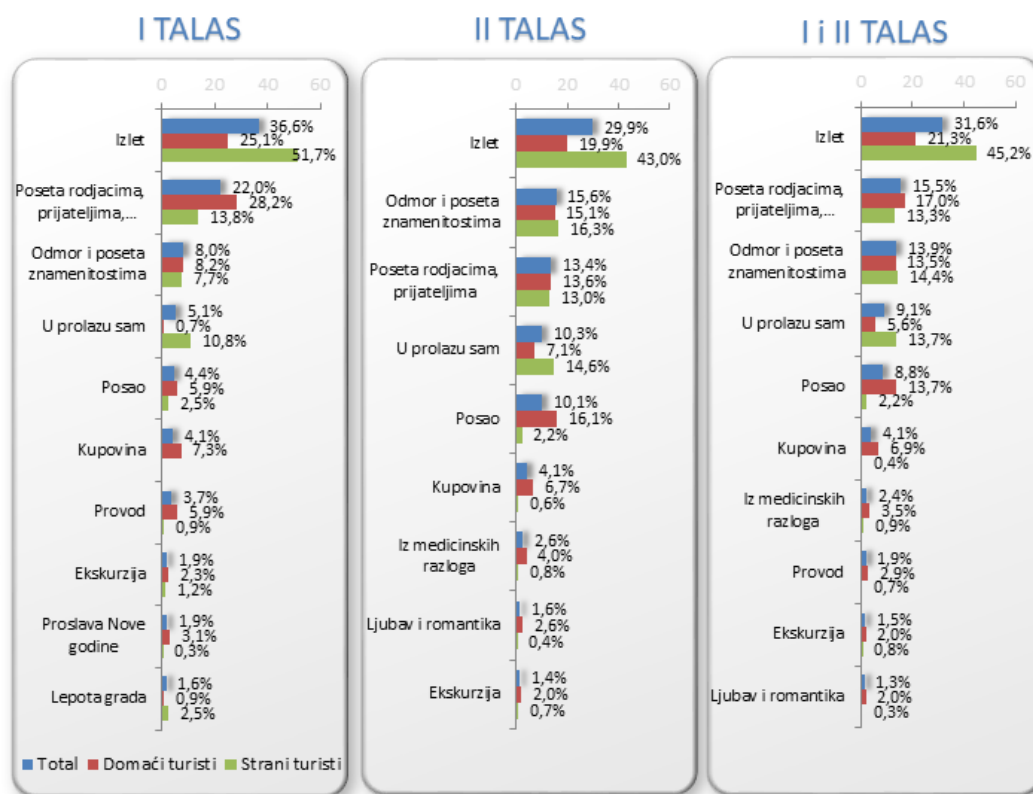
Generalno, od svih turista, njih 66% je u jednodnevnoj poseti Novom Sadu, a njih 34% navodi da su u višednevnoj poseti Novom Sadu smešteni u nekom ugostiteljskom objektu za smeštaj. Postoje razlike između domaćih i stranih turista po ovom pitanju. S jedne strane, ako se posmatraju svi turisti koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu, skoro 63,1% njih su strani turisti, odnosno 36,9% njih su domaći turisti; s druge strane, ako se posmatraju svi turisti koji su u jednodnevnoj poseti novom Sadu, 56,6% njih su domaći turisti, a 43,4% su strani turisti.

JEDNODNEVNA ILI VIŠEDNEVNA POSETA?



Može se zaključiti da u pogledu sezonalnosti postoje izvesne razlike, jer je u zimskom periodu nešto veća orijentacija na višednevne turističke posete Novom Sadu. Naime, dok je u prvom talasu istraživanja utvrđeno da je 38% stranih turista u višednevnoj poseti Novom Sadu, drugi talas donosi podatak da je u višednevnoj poseti Novom Sadu 32% turista. Većih sezonskih razlika po udelu domaćih i stranih turista među turistima koji su u jednodnevnoj ili višednevnoj poseti Novom Sadu nema.

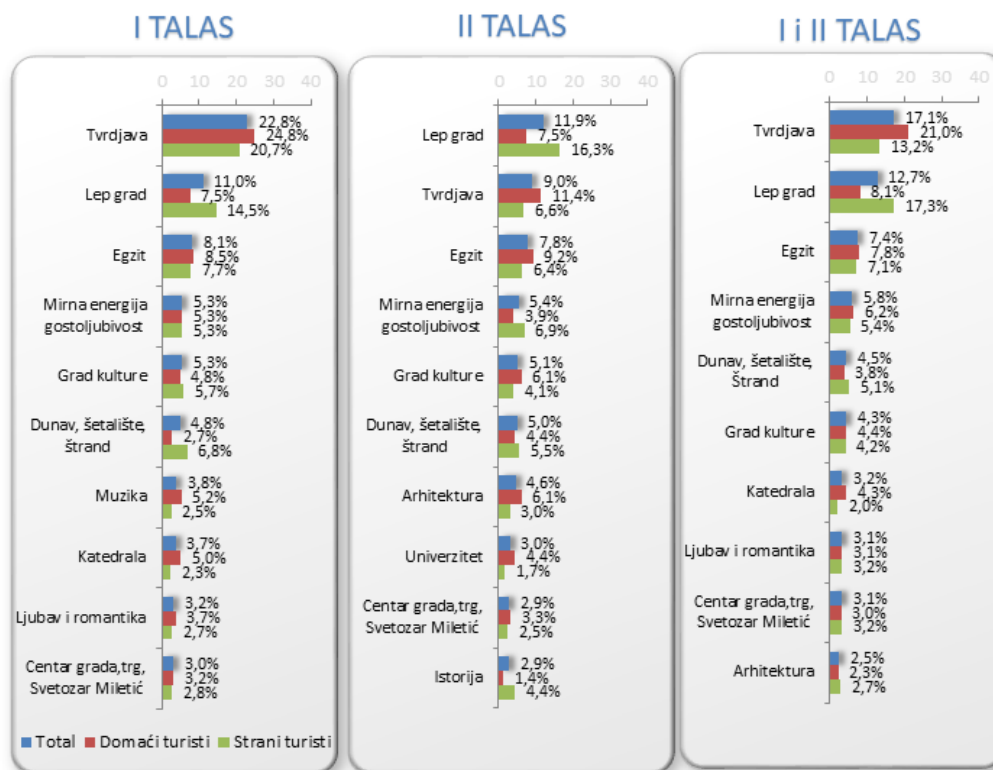
RAZLOG JEDNODNEVNE POSETE – TOP 10



Kada se uzmu u obzir samo turisti koji su u jednodnevnoj poseti Novom Sadu, čak 31,6% njih navodi da je razlog posete Novom Sadu izlet. Nadalje, dok su za domaće turiste često pominjani razlozi posete Novom Sadu poseta rođacima, prijateljima i poznanicima (17%), odmor i poseta znamenitostima (14,5%), kupovina (6,9%), ali i poao (čak 13,7%); za strane turiste kao često navođeni razlozi izdvajaju se pre svega Izlet, što navodi 45,2% stranaca u Novom Sadu, zatim, takođe posete rođacima, prijateljima i poznanicima (13,3%) - (što najčešće navode strani turisti iz EX YU), ali i odmor i poseta znamenitostima (14,4%), te da su se odlučili za dolazak u Novi Sad zato što su "u prolazu" (13,7%).

3.2 Asocijacija na Novi Sad

PRVA ASOCIJACIJA NA NOVI SAD – TOP 10



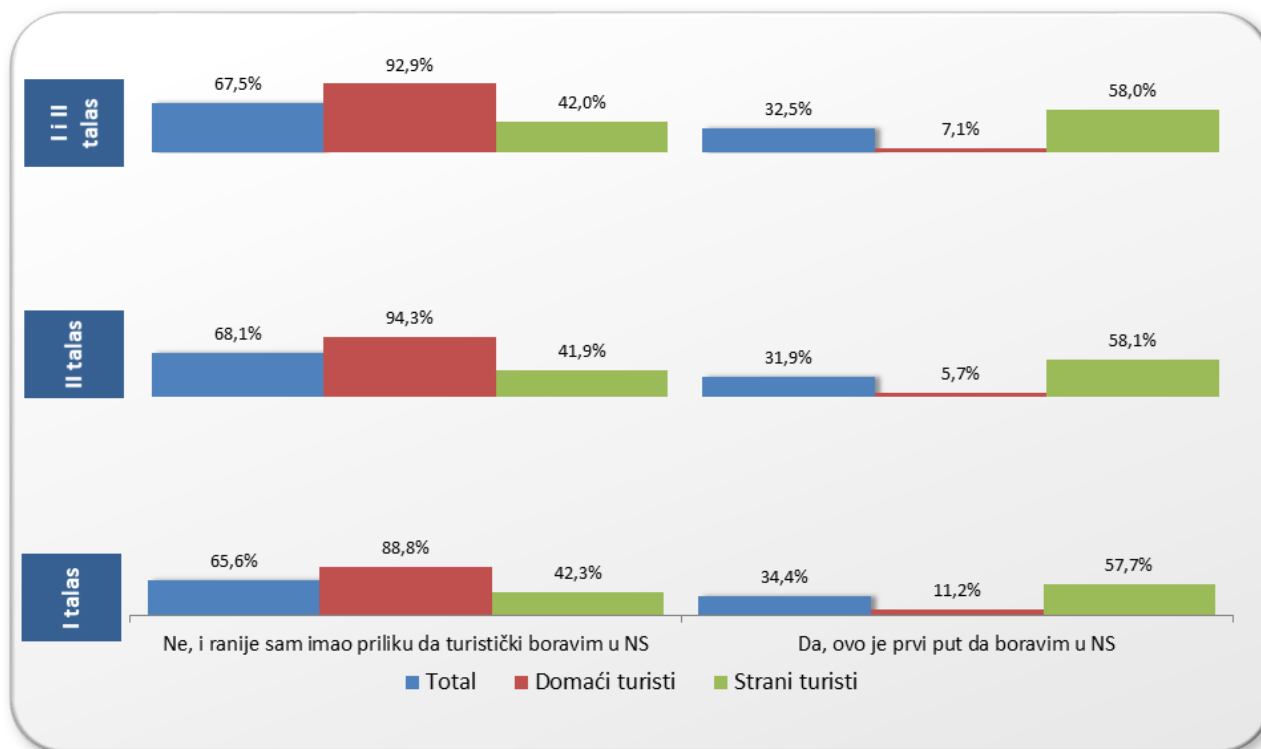
Tvrđavu kao prvu asocijaciju na Novi Sad navodi generalno 17,1% turista, i to je dominantna asocijacija na grad u slučaju domaćih turista (21%). Kod stranih turista, dominantna asocijacija je da je Novi sad Lep grad (17,3%). Exit je sa 7,4% turista ga navodi kao prvu asocijaciju i kod domaćih i kod stranih turista na trećem mestu. 5,8% turista kao prvu asocijaciju navodi gostoljubivost i mirnu energiju, a 4,5% navodi Dunav, štrand i šetalište; 4,3% turista navodi da je za njih Novi sad grad kulture.

Na osnovu poređenja rezultata prvog i drugog talasa istraživanja može se primetiti da je u zimskoj sezoni Tvrđava značajno češće navođena kao prva asocijacija na Novi Sad.

Zanimljivo je da se Exit festival kao asocijacija na Novi Sad gotovo ujednačeno pojavljuje i u prvom i u drugom talasu, što znači da je ovaj festival postao trajno, celogodišnje obeležje Novog Sada, ne samo atrakcija u mesecu održavanja.

3.3 Učestalost poseta

UČESTALOST POSETA

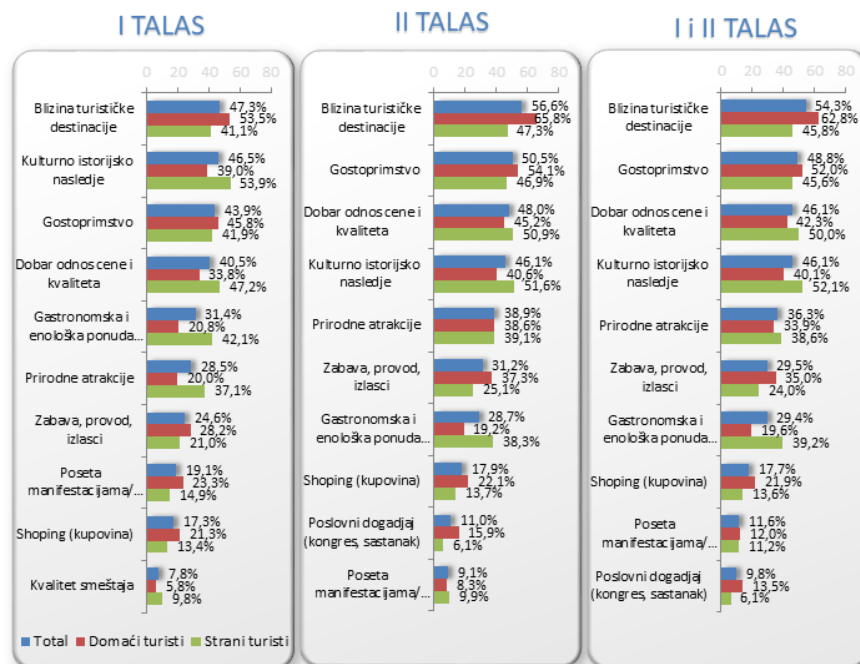


Generalno, rezultati pokazuju da je čak 67,5% turista i ranije imalo priliku da poseti Novi Sad. Ovaj nalaz se može tumačiti u svetlu činjenice da je čak više od 9 od 10 domaćih turista prethodno imalo priliku da turistički boravi u Novom Sadu. S druge strane, 6 od 10 stranih turista navodi da im je ovo prvi put da turistički borave u Novom Sadu, a među onim stranim turistima koji navode da su već i ranije turistički bili u Novom Sadu, značajan broj njih je iz Ex Yu zemalja.

Nema značajnijih razlika između talasa istraživanja, izuzev možda napomene da je u prvom talasu istraživanja kontatovano da je 88,8% domaćih turista već i ranije imalo priliku da turistički boravi u Novom Sadu, a da je u drugom talasu čak 94,3% domaćih turista potvrdilo prethodni boravak u Novom Sadu. Dakle, dok u zimskoj sezoni 11,2% domaćih turista navodi da im je ovo prvi put u Novom Sadu, u letnjoj sezoni je svega 5,7% domaćih turista koji pre nisu bili u Novom Sadu.

3.4 Motiv putovanja

MOTIV PUTOVANJA – TOP 10



Posmatrano u odnosu na generalne rezultate za prvi I drugi talas istraživanja, domaći turisti značajno češće od stranih turista kao motive putovanja izdvajaju blizinu turističke destinacije (Domaći turisti – 62,8% : Strani turisti – 45,8%) i gostoprimstvo (Domaći turisti – 52% : Strani turisti – 45,6%).

S druge strane, strani turisti su značajno češće od domaćih turista kao motive dolaska u Novi Sad navodili kulturno istorijsko nasleđe (Strani turisti – 52,1% : Domaći turisti – 40,1%), dobar odnos cene i kvaliteta (Strani turisti – 50% : Domaći turisti – 42,3%), te gastronomsku i enološku ponudu (Strani turisti – 39,2% : Domaći turisti – 19,6%).

Oni koji navode kulturno istorijsko nasleđe najčešće u njega svrstavaju: Tvrdavu, Katedralu, Centar grada, Fruškogorske manastire, Sinagogu, Vladičanski dvor, staru gradnju u gradu, Maticu Srpske, činjenicu da je Novi Sad Grad kulture itd.

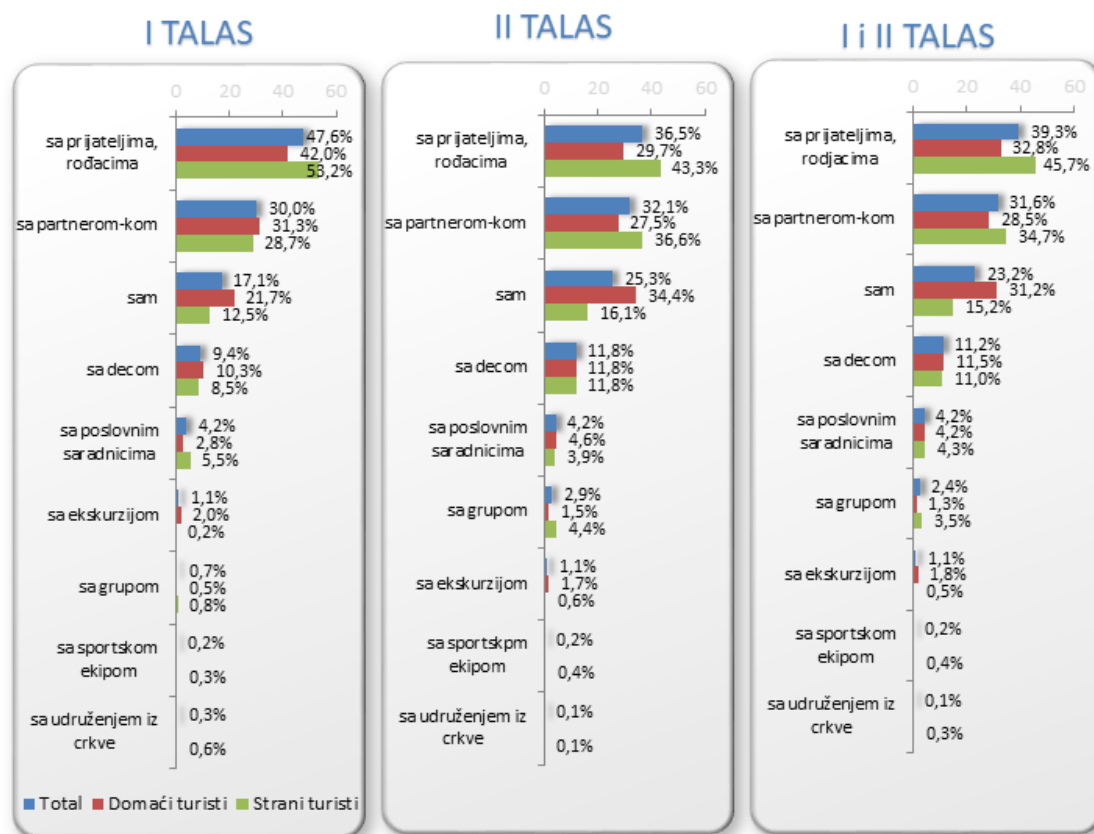
Oni koji navode prirodne atrakcije najčešće u njega svrstavaju:

Dunav, Dunavski park, Frušku goru, Petrovaradinsku tvrđavu, Štrand ali i celokupnu prirodu u koju je grad smešten itd.

Oni koji navode manifestacije/događaje kao motive za dolazak u Novi Sad najčešće u njih svrstavaju: Koncerte, Sajmove, Jazz Festival, Izložbe, Muzeje, Biznis itd.

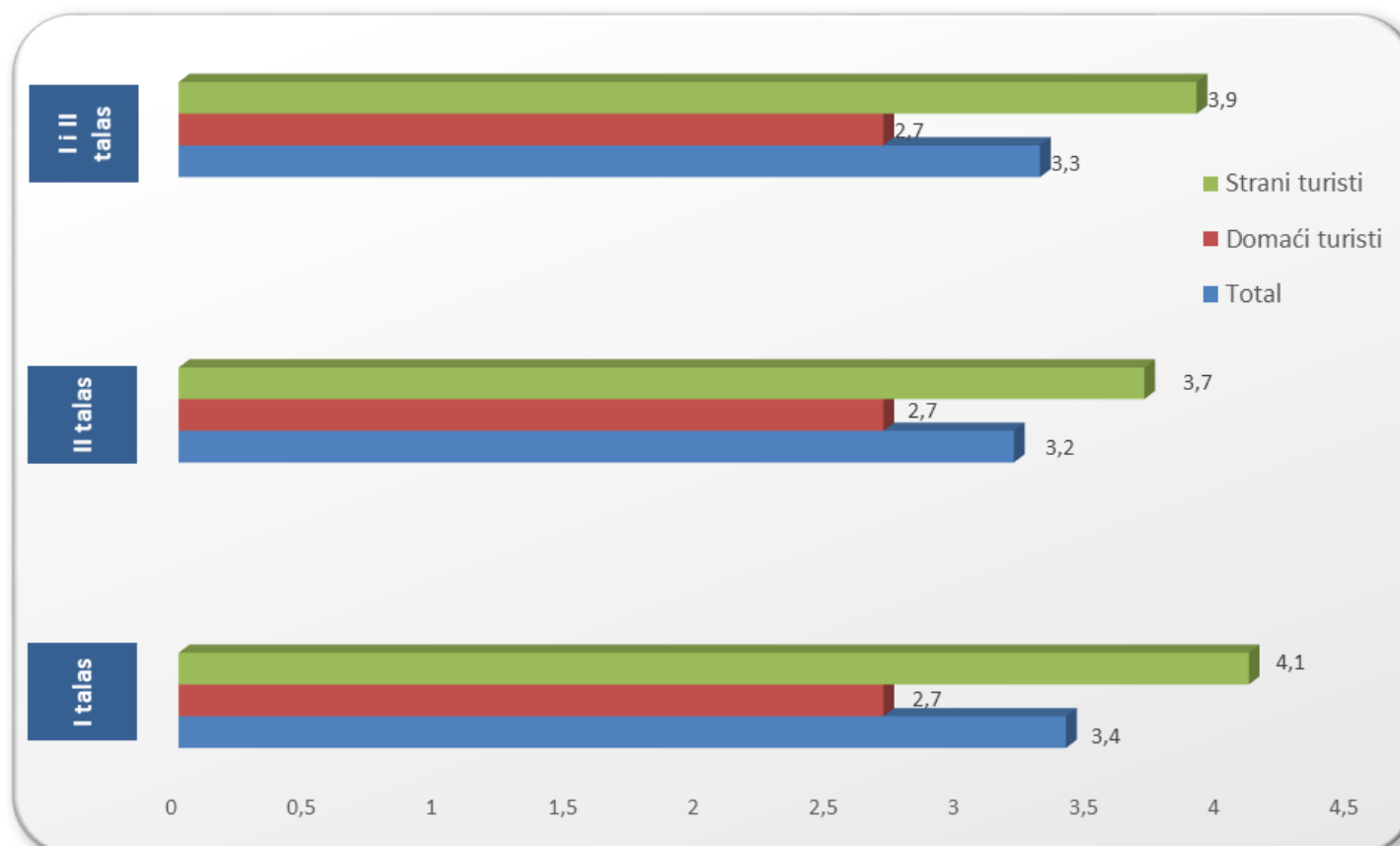
3.5 Saputnici i troškovi

SAPUTNICI



Generalno, imajući u vidu ukupne rezultate za prvi I drugi talas istraživanja, najveći broj turista je u Novi Sad došao sa prijateljima/rođacima, ali se vide izvesna odstupanja; strani turisti su ti koji češće dolaze sa prijateljima/rođacima (I i II talas istraživanja: domaći turisti 32,8% : strani turisti 45,7%). Postoje izvesna odstupanja između domaćih i stranih turista i po osnovu udela onih koji su u Novi Sad došli sami (I i II talas istraživanja: Domaći turisti – 31,2% : Strani turisti – 15,2%). Strani turisti nešto češće dolaze sa suprugom/partnerkom (I i II talas istraživanja: Domaći turisti – 28,5% : Strani turisti – 34,7%), s tim da se u odnosu na ovaj generalni nalaz može konstatovati da u zimskoj sezoni domaći turisti češće dolaze sa partnerom-kom nego u letnjoj, a da strani turisti u letnjoj sezoni češće dolaze sa partnerom-kom nego u zimskoj sezoni. Inače, generalno, skoro pa ujednačen broj stranih i domaćih turista dolazi sa decom, po oko 11% njih, a takođe i sa poslovnim saradnicima, po oko 4%.

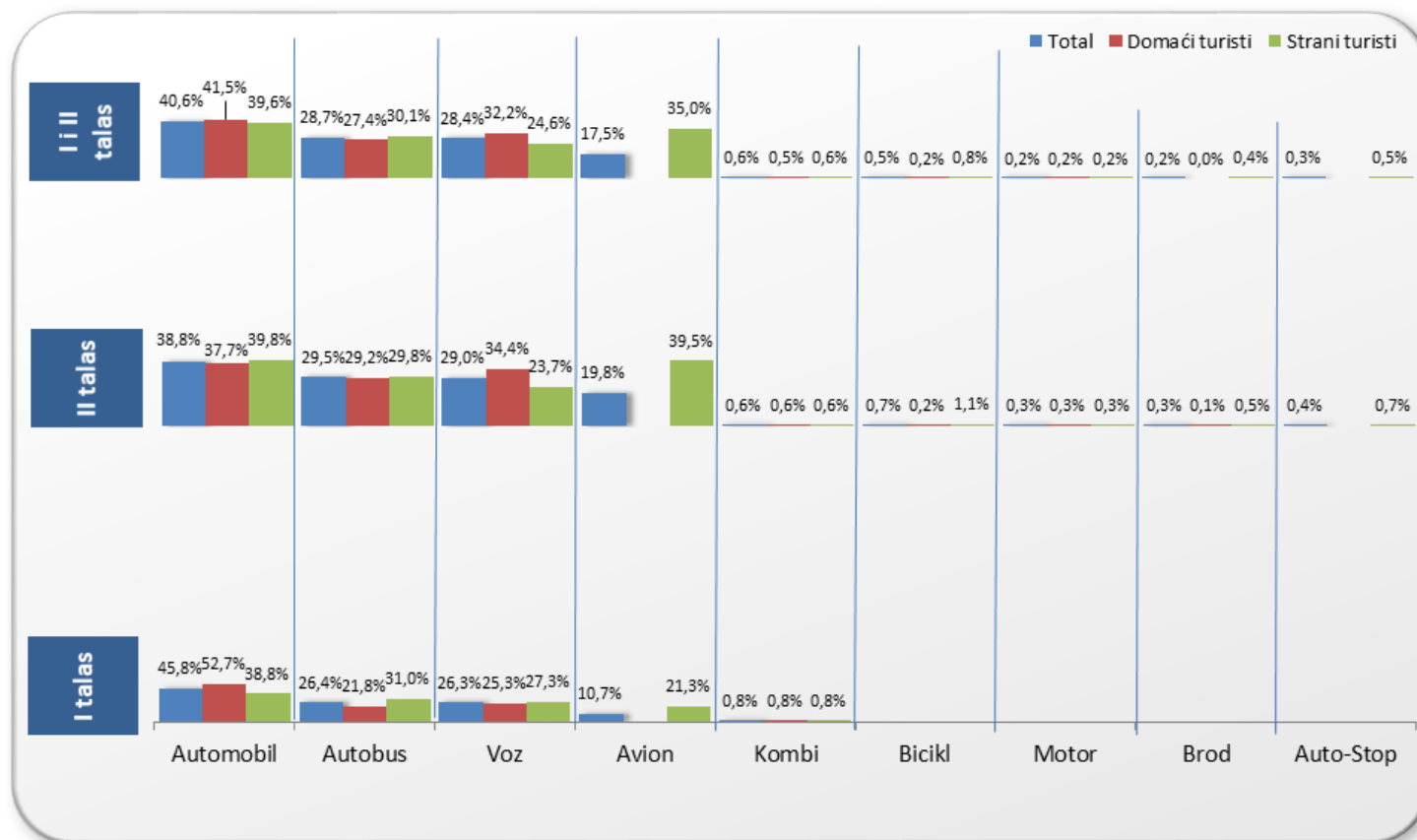
PROSEČAN BROJ SAPUTNIKA



Na osnovu ukupnih nalaza za prvi i drugi talas istraživanja, može se reći da strani turisti u proseku dolaze u nešto većim grupama; Tako, dok je prosečan broj saputnika u slučaju stranih turista 3,9, u slučaju domaćih turista prosečan broj saputnika je 2,7.

Dok su domaći turisti konstantni u broju saputnika, to je 2,7 saputnika, bez obzira na sezonu, među stranim turistima postoji izvestan efekat sezonalnosti. Naime, u zimskoj sezoni je detektovan veći broj saputnika među stranim turistima. Tako je prosečan broj saputnika u slučaju stranih turista na osnovu prvog talasa istraživanja 4,1, a podaci iz drugog talasa istraživanja detektuju da je u letnjoj sezoni prosečan broj saputnika 3,7.

PREVOZNO SREDSTVO

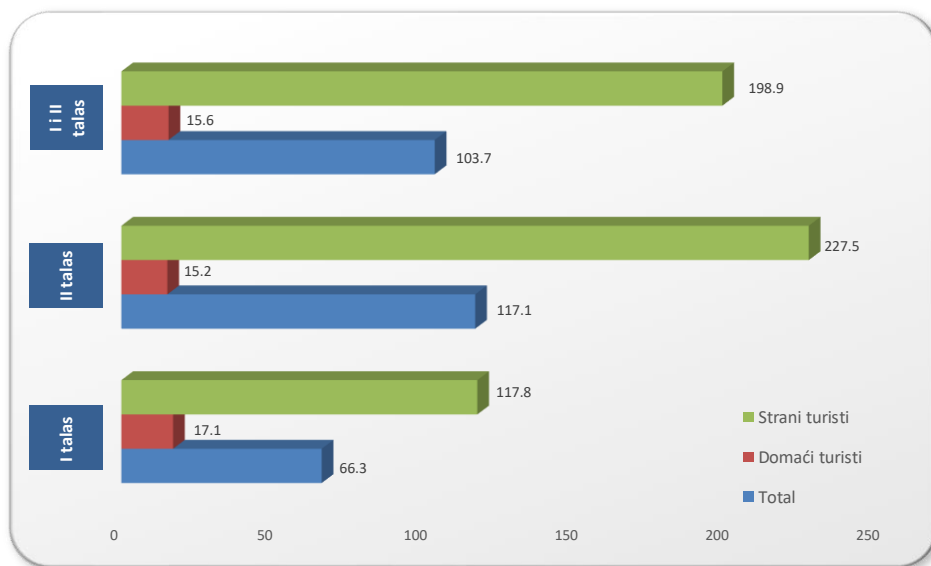


Generalno, ukupni rezultati prvog i drugog talasa istraživanja potvrđuju da je automobil ubedljivo najčešće prevozno sredstvo turista (Strani turisti – 39,6% : Domaći turisti – 41,5%). Dok su i strani i domaći turisti za dolazak u Novi Sad koristili autobus ujednačeno (Strani turisti – 30,1% : Domaći turisti – 27,4%), domaći turisti češće koriste voz, spram stranih (Strani turisti – 24,6% : Domaći turisti – 32,2%), a samo su strani turisti, razumljivo, koristili avion (35%).

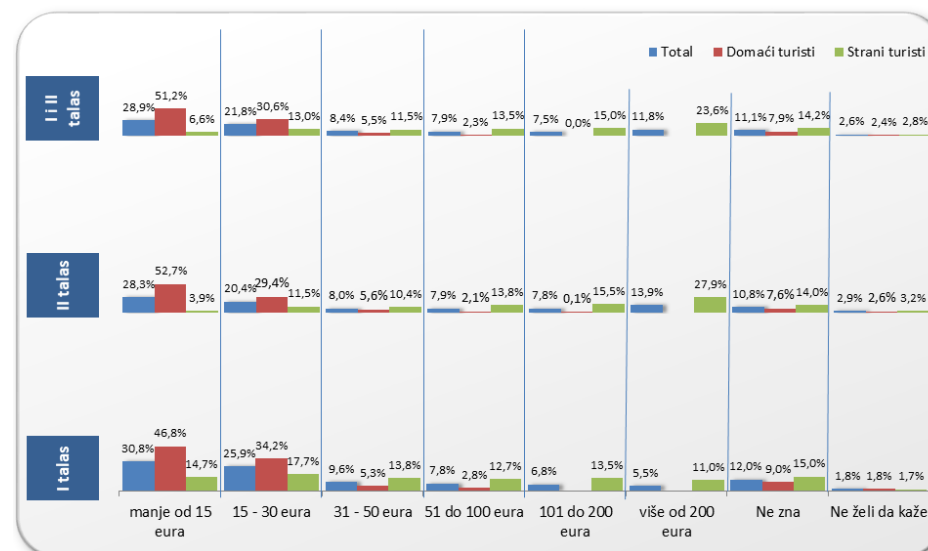
Istraživanje je utvrdilo da, kad je reč o prevoznom sredstvu dolaska u Novi Sad, postoje izvesne razlike u odnosu na sezonu. Naime, domaći turisti automobilski prevoz češće koriste zimi nego leti, a voz i autobus češće leti nego zimi. Strani turisti, s druge strane, u zimskoj sezoni češće koriste voz i autobus, a u letnjoj avion.

Kad je reč o ukupnim troškovima prevoza dolaska u Novi Sad i povratku iz Novog Sada, pored činjenice da mali broj turista ne želi da podeli informacije tog tipa, ili prosto odgovara da ne zna o kolikoj svoti je reč, može se uočiti da su niži troškovi prevoza do 15 eura i od 15 do 30 eura dominantno karakteristični za domaće turiste (manje od 15 eura na troškove prevoza troši 51,2% domaćih turista u Novom Sadu, a između 15 i 30 eura na prevoz troši 30,6% domaćih turista u Novom Sadu), tako da su svote preko 30 eura i one značajno više, karakteristične skoro isključivo za strane turiste.

PROSEČNI UKUPNI TROŠKOVI PREVOZA

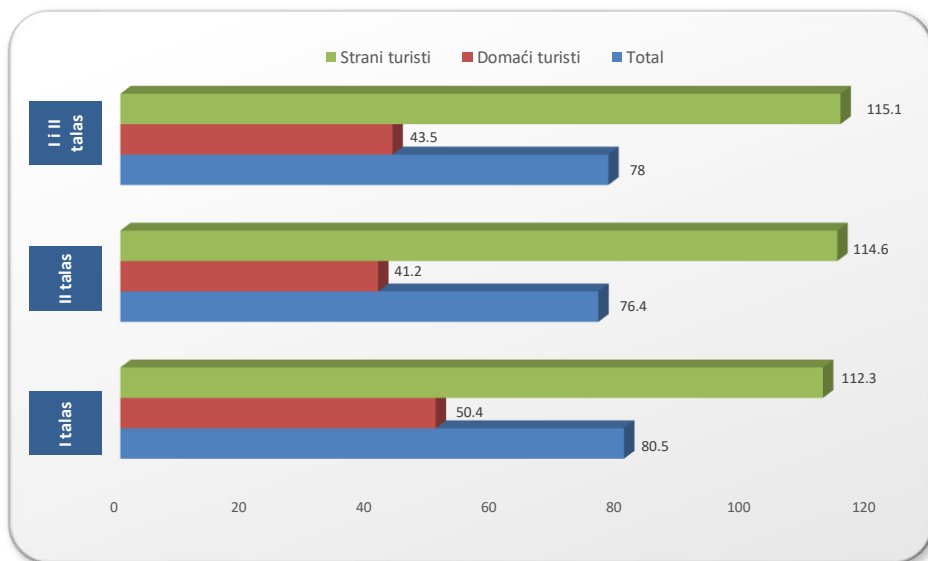
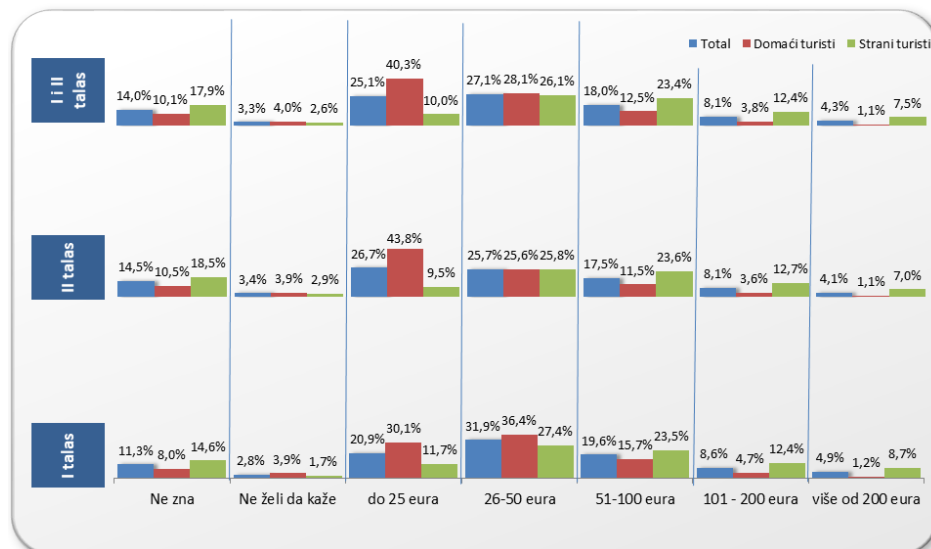


TROŠKOVI PREVOZA



Na nivou proseka svih navedenih svota potrošenih na prevoz radi turističke posete Novom Sadu, dolazi se do podatka da je u ovom smislu prosečan trošak domaćih turista 15,6 eura, a stranih 198,9 eura (s tim da treba uzeti u obzir da je opšti prosek troškova prevoza stranih turista podignut jednim brojem izrazito dalekih putovanja čija je visina izrazito povišena u odnosu na većinu ostalih navedenih troškova). Kad je reč o prosečnim troškovima prevoza I razlikama po talasima istraživanja, dok su troškovi domaćih turista ujednačeni, bez većih razlika, kod stranih turista primetne su veće razlike. Da li zbog većeg broja stranih turista sa daljih destinacija, odnosno uočenog češćeg korišćenja aviona u letnjem period, tek, za razliku od zimske sezone kad strain turisti za prevoz troše u proseku 117,8 eura, u letnjoj sezoni je taj trošak gotovo duplo viši I iznosi 227,5 eura.

OSTALI TROŠKOVI



Kad je reč o tkz. "ostalim troškovima", troškovima koje su turisti imali za izlaske, hranu, suvenire, i sl., s jedne strane, takođe je jedan broj turista uskratio informaciju odgovarajući sa "ne želim da kažem" i "ne znam", a s druge strane, primetan je trend da su domaći turisti orijentisani na niža izdvajanja za ovu namenu, do 25 eura (40,3% domaćih turista) i 25 do 50 eura (28,1% domaćih turista), a da su strani turisti učestalije navodili da za ovu namenu troše i preko 50 eura (23,4% stranih turista), čak i više (19,9% stranih turista).

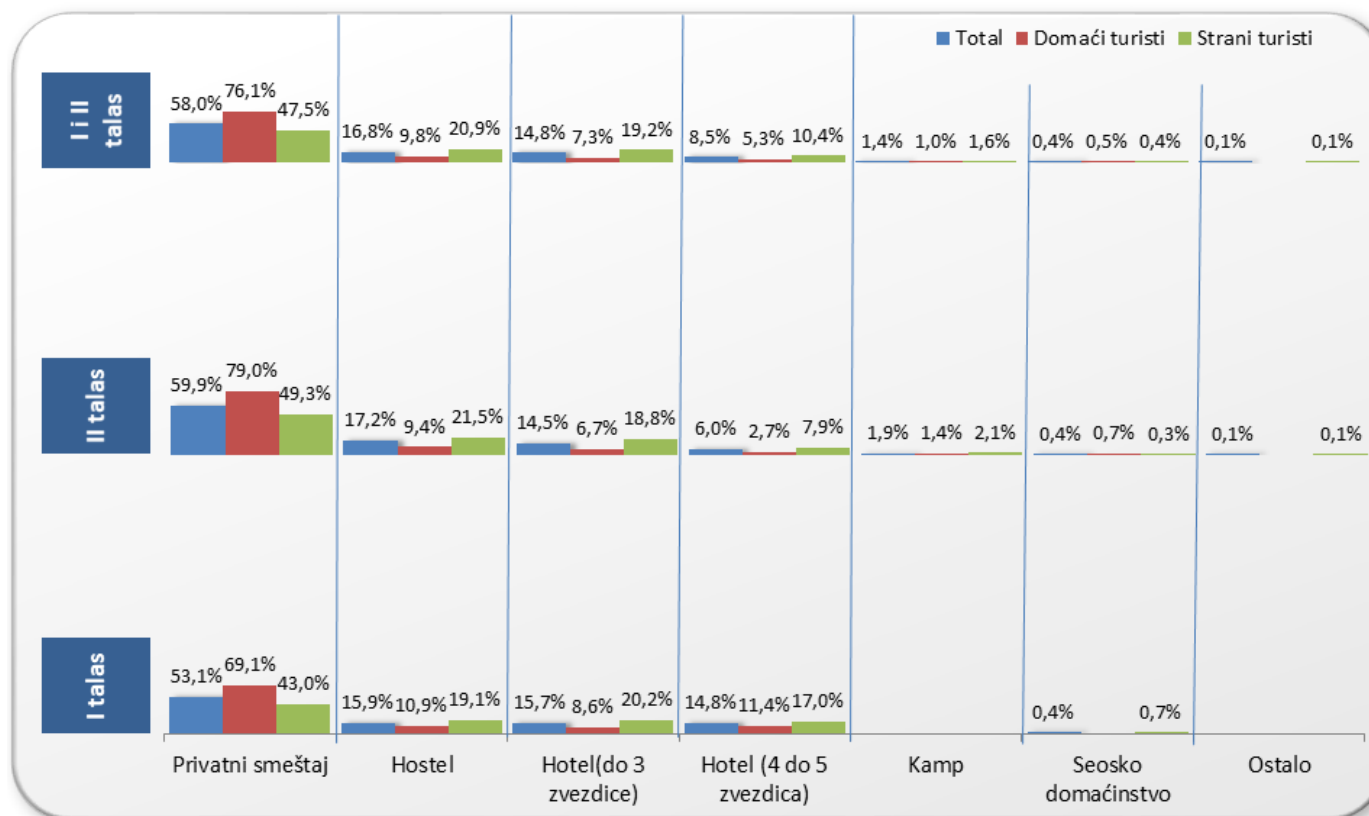
Na nivou proseka svih navedenih svota potrošenih na tkz. "ostale troškove", dolazi se do podatka da je u ovom smislu prosečan trošak domaćih turista 43,5 eura, a stranih 115,1 eura (s tim da treba uzeti u obzir da je opšti prosek ostalih troškova stranih turista podignut jednim brojem neuobičajeno visokih troškova).

Po pitanju proseka ostalih troškova postoje izvesne razlike kad je reč o period posete Novog Sada. Naime, dok domaći turisti za tkz. "ostale troškove" više troše u zimskom period, u proseku 50,4 eura po turističkoj poseti, u letnjim mesecima je njihov ukupan trošak za ovu namenu u proseku čak oko desetak eura manji, i iznosi 41,2 eura po poseti. Ovaj podatak možda treba povezati i sa činjenicom da domaći turisti u višednevnoj poseti Novom Sadu prema nalazima ovog istraživanja generalno nešto duže ostaju u Novom Sadu u toku zimske sezone, nego u toku letnje.

Kad je reč o stranim turistima i njihovoj prosečnoj potrošnji na tkz. "ostale troškove", ona je prilično ujednačena, i istraživanje nije utvrdilo da postoje značajnije sezonske oscilacije.

4. SMEŠTAJ U NOVOM SADU

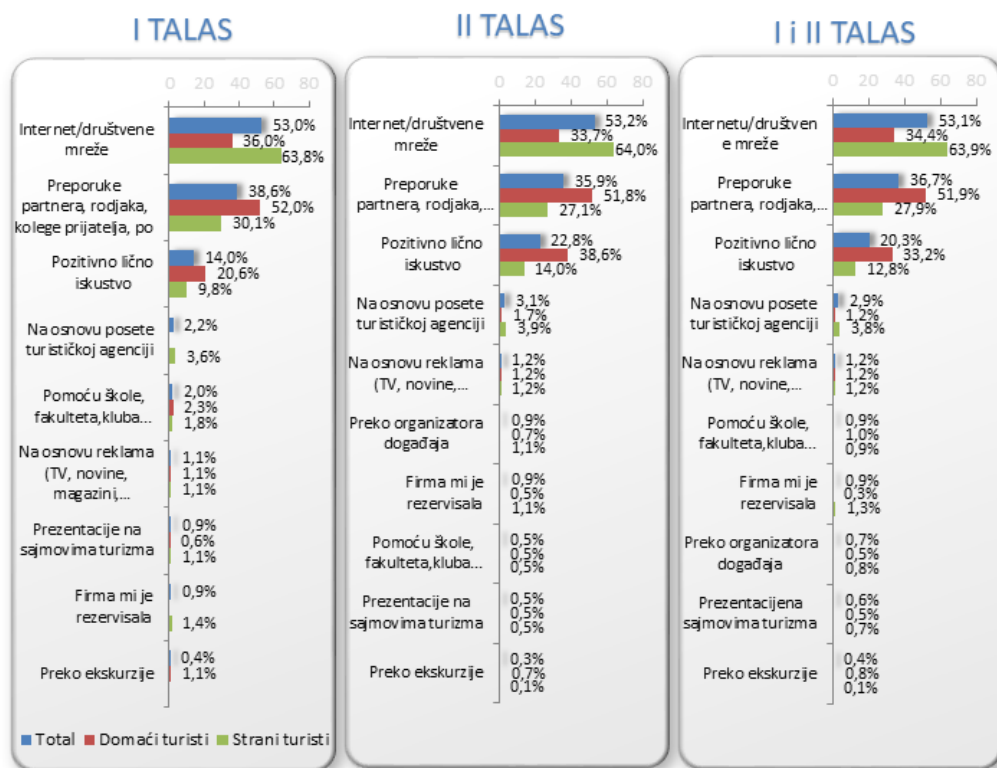
VRSTA SMEŠTAJA



Ako se izdvoje samo turisti koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu, uočava se da je ogroman broj turista orijentisan na privatni smeštaj: čak 76,1% domaćih turista i 47,5% stranih turista, te da su na hotele i hostele značajno češće orijentisani strani turisti.

Pored toga, evidentno je da je privatni smeštaj više posećen u letnjoj sezoni, posebno kad je reč o domaćim turistima, nego u zimskoj (drugi talas, domaći turisti, privatni smeštaj - 79,0% : prvi talas, domaći turisti, privatni smeštaj - 69,1%), odnosno da su hoteli, posebno oni sa više zvezdica, posećeniji zimi, no što su leti (drugi talas, total, hoteli sa 4 do 5 zvezdica - 6,0% : prvi talas, total, hoteli sa 4 do 5 zvezdica – 14,8%).

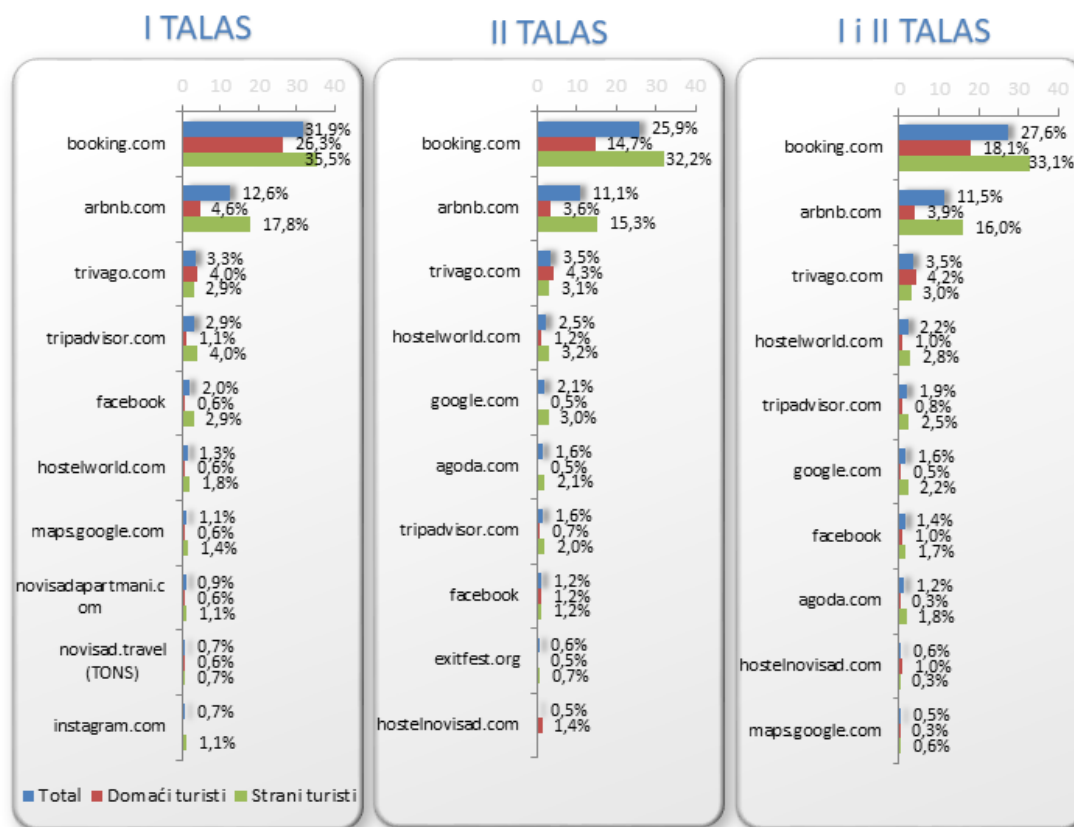
IZBOR SMEŠTAJA



Što se tiče načina na osnovu kojeg su se turisti koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu opredelili za smeštaj, nešto više od polovine svih turista je to učinilo preko interneta ili društvenih mreža sa značajnim razlikama između domaćih (34,4%) i stranih (63,9%). Takođe, imajući u vidu ukupne rezultate za oba talasa istraživanja, velika je razlika i između domaćih i stranih turista koji su se opredelili za smeštaj na osnovu preporuka partnera, rođaka, kolege ili prijatelja (Prvi I drugi talas, Strani turisti – 27,9% : Prvi I drugi talas, Domaći turisti – 51,9%), i na osnovu pozitivnog ličnog iskustva (Prvi I drugi talas, Domaći turisti – 33,2% : Prvi I drugi talas, Strani turisti – 12,8%).

Pozitivno lično iskustvo kao factor izbora smeštaja se značajno češće pojavljuje među domaćim turistima u drugom talasu istraživanja (Prvi talas, Domaći turisti, pozitivno lično iskustvo – 20,6% : Drugi talas, Domaći turisti, pozitivno lično iskustvo – 38,6%).

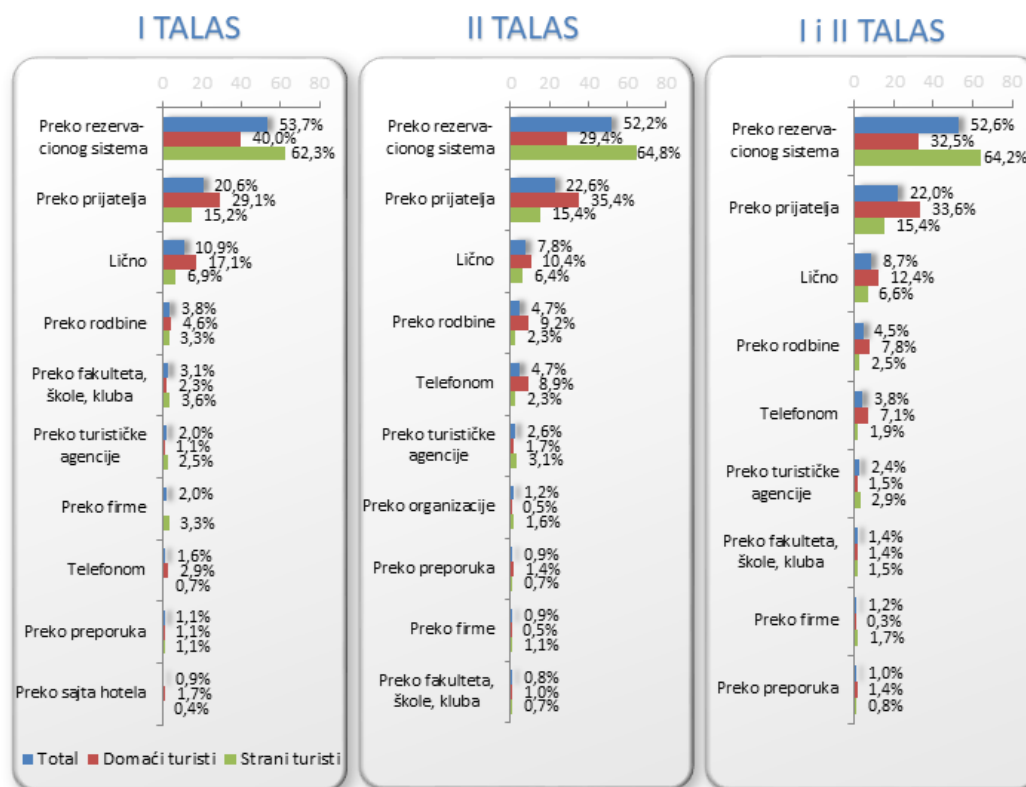
NAJČEŠĆE KORIŠĆENI INTERNET SAJTOVI ZA IZBOR SMEŠTAJA – TOP 10



Kad je reč o najčešće korišćenim sajtovima za izbor smeštaja, posmatrano na nivou ukupnih nalaza za prvi i drugi talas istraživanja, oni koji koriste internet sajtove za izbor smeštaja u Novom Sadu najčešće navode da su koristili “booking.com”, koji je u ovu svrhu koristilo nešto manje od trećine turista (27,6%) koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu, na drugom mesto je sajt “airbnb.com” sa učešćem od 11,5%. U slučaju korišćenja oba ova sajta za pomenutu namenu, postoje značajne razlike između domaćih i stranih turista. Dok strani turisti za izbor smeštaja “booking.com” koriste u 33,1%

slučajeva, domaći turisti ga koriste“ u 18,1% slučajeva. Kad je reč o ovom sajtu I ovoj nameni, domaći turisti “booking.com” češće koriste u zimskoj sezoni (26,3%), nego u letnjoj (14,7%). Kad je reč o sajtu “airbnb.com”, njega značajno češće koriste strani turisti, njih 16%, a domaći u svega oko 4%.

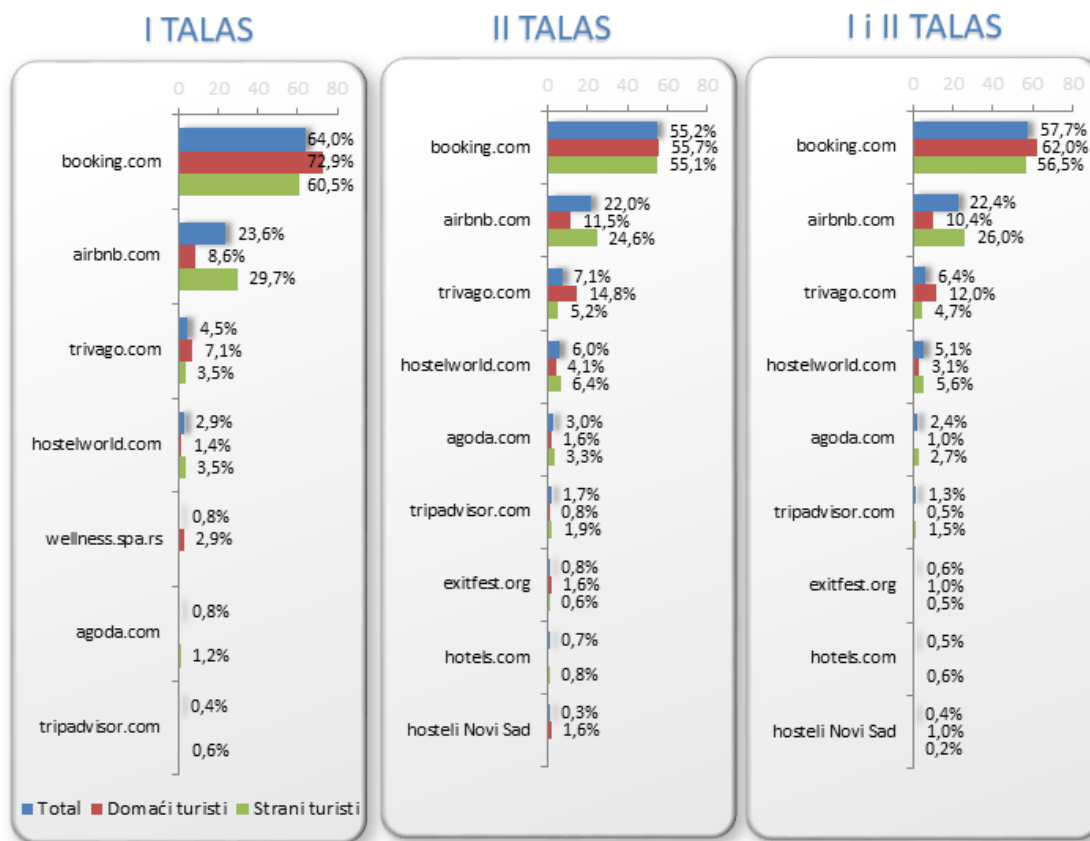
NAČIN REZERVACIJE SMEŠTAJA



Jasne su i razlike u korišćenju rezervacionog sistema kao načina rezervacije smeštaja između domaćih i stranih turista (prvi i drugi talas, Strani turisti – 64,2% : prvi i drugi talas, Domaći turisti – 32,5%) kao i slučaju rezervacije preko prijatelja koja je karakterističnija za domaće turiste (prvi i drugi talas, Strani turisti – 15,4% : prvi i drugi talas, Domaći turisti – 33,6%). Među domaćim turistima značajno je prisutno i lično rezervisanje smeštaja u Novom Sadu (evidentirano kod 12,4% domaćih turista).

U slučaju domaćih turista postoje i izvesne sezonske razlike. U letnjoj sezoni je češći slučaj rezervisanja smeštaja preko prijatelja i rodbine, au zimskoj, lično.

REZERVACIONI SISTEM SMEŠTAJA



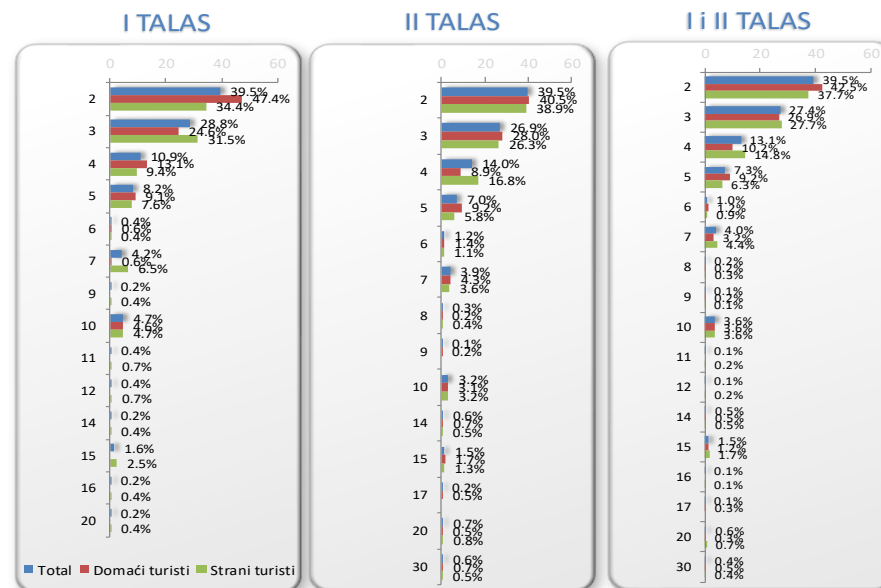
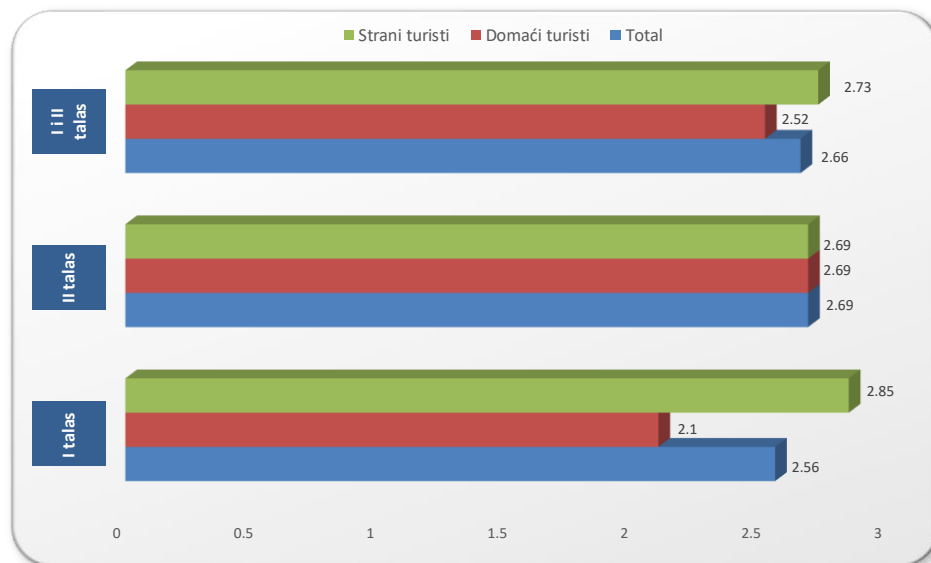
Među svim turistima na nivou ukupnih nalaza istraživanja koji su naveli da su koristili neki sistem za rezervaciju smeštaja, “booking.com” ima najveće učešće sa 57,2%, pri čemu je kod domaćih turista zabeleženo veće korišćenje ovog rezervacionog Sistema u zimskim mesecima nego u letnjim.

Sajt “airbnb.com” u ovom kontekstu navodi 22,4% od ukupnog broja turista koji su rezervisali smeštaj preko rezervacionog sistema, pri čemu je u slučaju ovog rezervacionog sistema daleko veći broj stranih turista koji su ga koristili (Prvi i drugi talas, Strani turisti, Airbnb.com – 26,0% : Prvi i drugi talas, Domaći turisti – 10,4%).

“Trivago.com” u totalu svih turista prvog i drugog talasa istraživanja navodi 6,4% turista koji su koristili neki rezervacioni sistem, a “hostelworld.com” 5,1% njih.

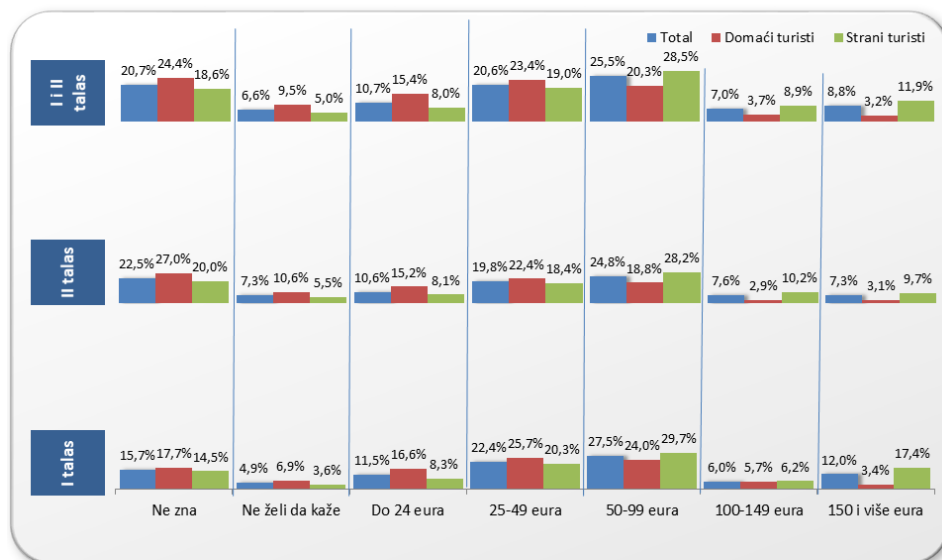
Kad je reč o prosečnom trajanju boravka u Novom Sadu može se uočiti da je za turiste koji su bili u višednevnom boravku u Novom Sadu taj prosek u II talasu istraživanja ujednačen i iznosi 2,69 dana boravka. U prvom talasu ukupan prosek je iznosio 2,56 pri čemu su strani turisti u Novom Sadu provodili više vremena, 2,85 dana, a domaći 2,1 dana. Prosek za celokupno istraživanje je 2,73, pri čemu 2,52 domaćih i 2,66 stranih turista.

TRAJANJE BORAVKA U NOVOM SADU, U PROSEKU



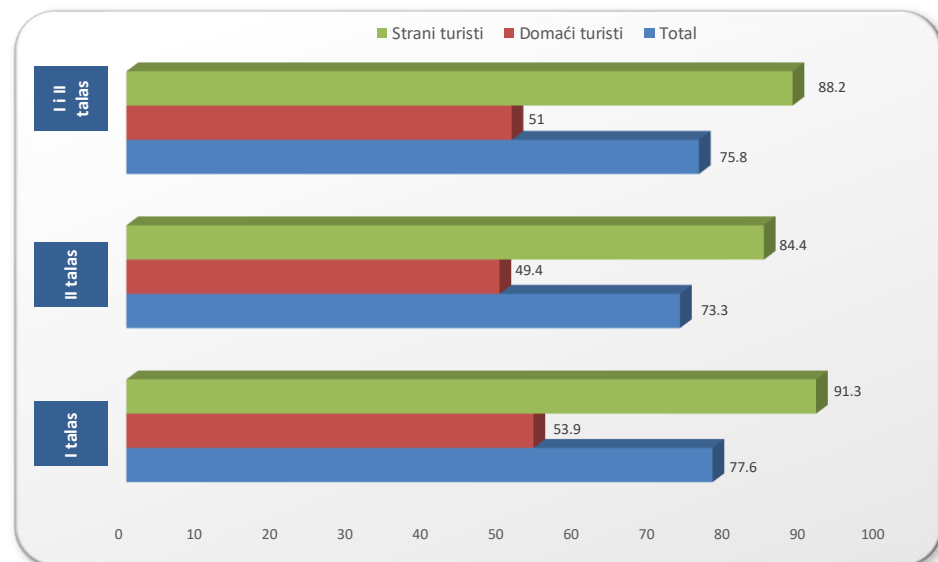
Generalno, oni koji noće u Novom Sadu, i domaći i strani turisti, najčešće ostaju 2 dana (Prvi I Drugi talas, domaći turisti, 2 dana – 42,5% : Prvi I Drugi talas, strani turisti, 2 dana – 37,7%). Posmatrano na ukupnim rezultatima prvog I drugog talasa istraživanja, 3 dana u Novom Sadu se pojavljuju generalno kao opcija za oko 27% turista, 4 dana za oko 13% turista, a 5 dana 7-8% njih.

UKUPNI TROŠKOVI SMEŠTAJA



Kad je reč o troškovima smeštaja u Novom Sadu, pored činjenice da jedan broj turista ne želi da podeli informacije tog tipa, ili se prosto odgovara da se ne zna o kolikoj svoti je reč, može se uočiti: 1) da su niži troškovi smeštaja do 24 eura i od 25 do 49 eura dominantno karakteristični za domaće turiste (od svih domaćih turista na smeštaj do 24 eura troši 15,4%, a 25-49 eura 23,4% njih); te 2) da strani turisti za troškove smeštaja najčešće troše između 50-100 eura (28-29% njih); 3) a da su svote preko 100 eura i one više od 150 eura, karakteristične skoro isključivo za strane turiste (20% stranih turista na trošak smeštaja potroši 100 i više eura), pri čemu se može konstatovati da strani turisti više troše u zimskoj sezoni.

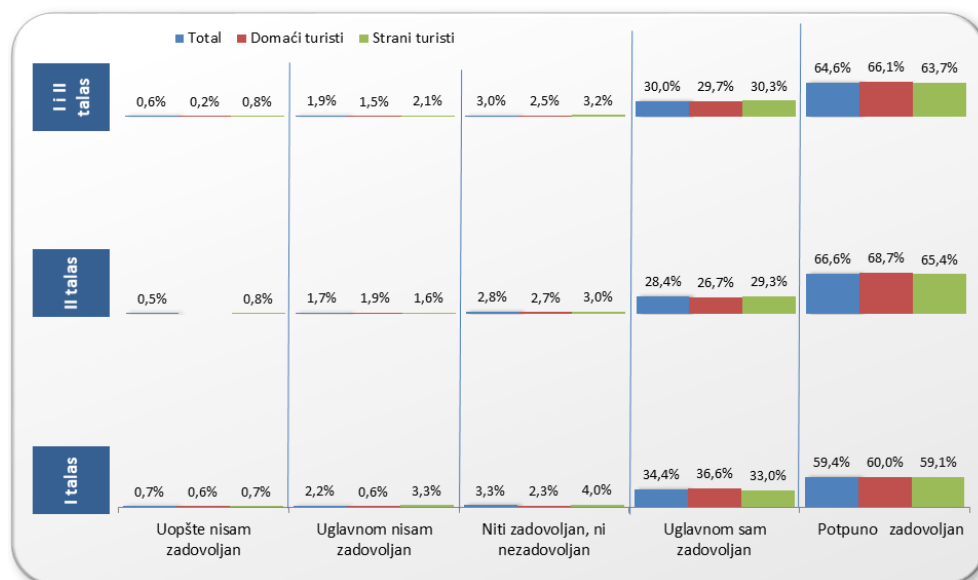
Na nivou proseka svih navedenih svota potrošenih na smeštaj u Novom Sadu, dolazi se do podatka da je u ovom smislu prosečan trošak za smeštaj 75,8 eura, odnosno, među domaćim turistima 51 euro, a među stranim 88,2 eura.



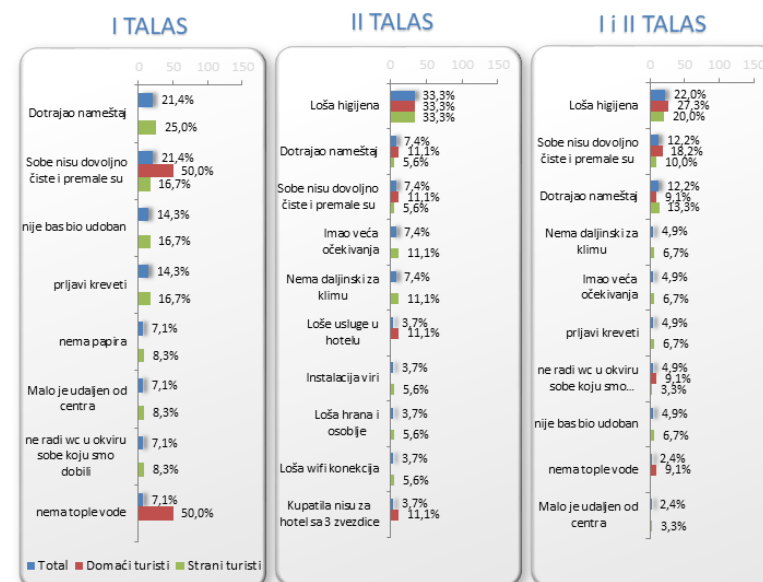
Kad je reč o sezonskim razlikama, one ne postoje u slučaju domaćih turista, ili su minimalne (Prvi talas, domaći turisti, prosečan trošak smeštaja, 53,9 eura : Drugi talas, domaći turisti, prosečan trošak smeštaja, 49,4 eura); a u slučaju stranih turista se može zaključiti da su njihovi troškovi smeštaja u proseku viši u zimskim mesecima, nego u letnjim (Prvi talas, strani turisti, prosečan trošak smeštaja, 91,3 eura : Drugi talas, strani turisti, prosečan trošak smeštaja, 84,4 eura).

Kad je reč o zadovoljstvu smeštajem, i kod domaćih i stranih turista koji su u poseti Novom Sadu, bez značajnije razlike, dominira visok stepen „Potpunog zadovoljstva“ koje izražava 64,6% svih turista, kao i priličnog zadovoljstva („Uglavnom sam zadovoljan“) kojeg izražava 28,4% turista.

ZADOVOLJSTVO SMEŠTAJEM



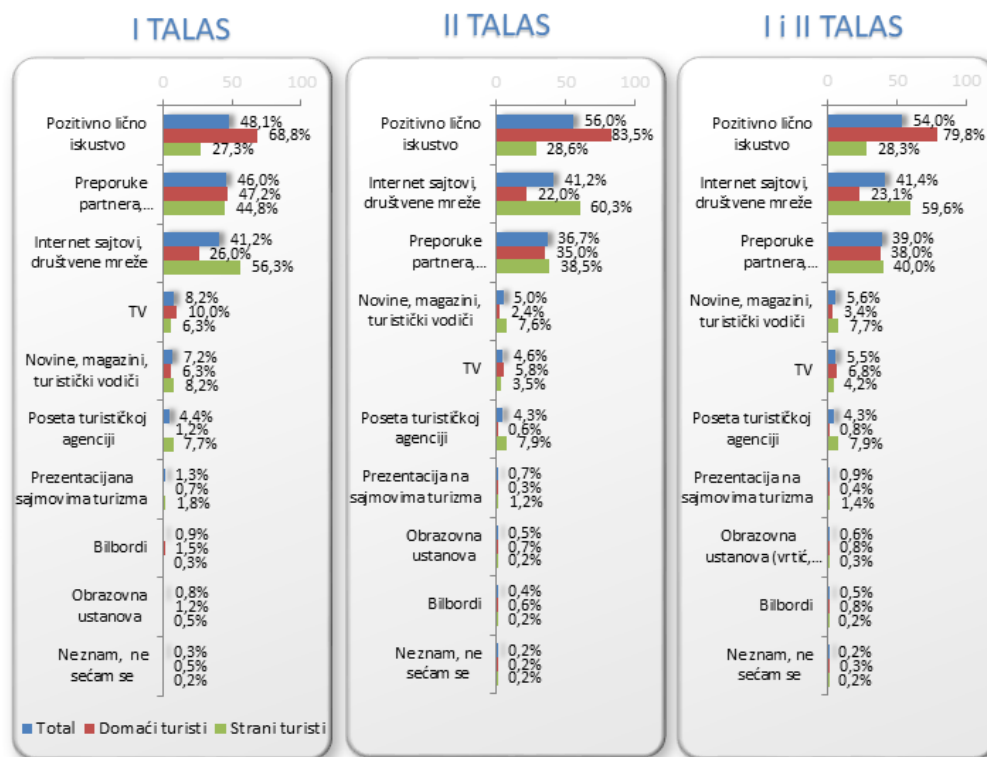
RAZLOG NEZADOVOLJSTVA SMEŠTAJEM



Među izrazito malim brojem onih koji nisu zadovoljni smeštajem (2,5% od onih koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu), kao razlozi za nezadovoljstvo navode se “Dotrajaao nameštaj”, “Sobe nisu dovoljno čiste i premale su”, i “Nedostatak tople vode”, a na prvo mestu je, i za strane i domaće turiste, nezadovoljstvo higijenom smeštaja.

5. IZVORI INFORMISANJA O NOVOM SADU KAO TURISTIČKOJ DESTINACIJI

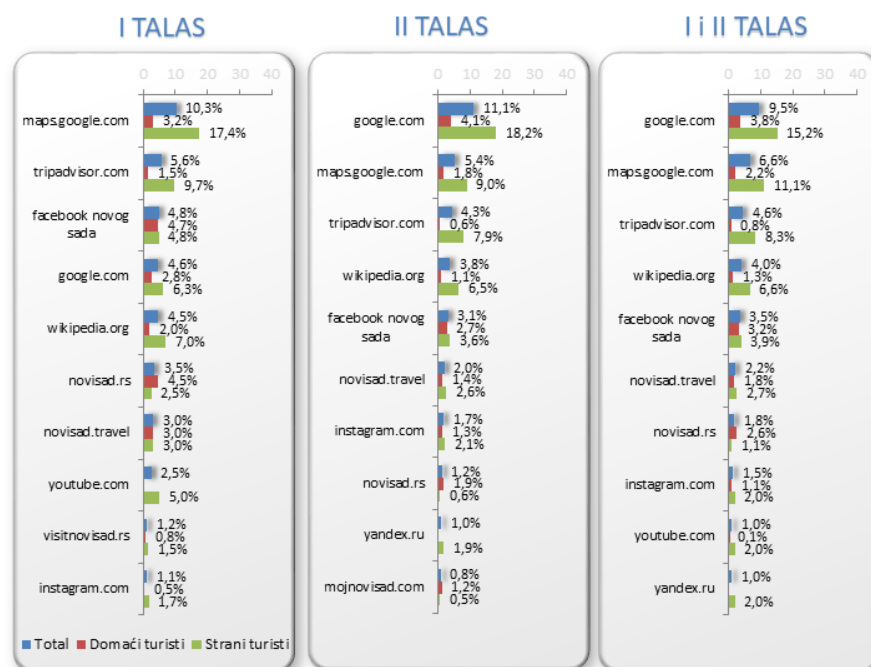
IZVORI INFORMISANJA



Posmatrano na nivou ukupnih rezultata za prvi I drugi talas istraživanja, kao tri najčešće navođena izvora informisanja o Novom Sadu kao turističkoj destinaciji, i kod domaćih i kod stranih turista pojavljuju se “Pozitivno lično iskustvo” (Prvi I drugi talas, Strani turisti – 28,3% : Prvi I drugi talas, Domaći turisti – 79,8%), zatim, “Preporuke partnera, prijatelja, rođaka, kolega...” (Prvi I drugi talas, Strani turisti – 40% : Prvi I drugi talas, Domaći turisti – 38%; i “Internet, društvene mreže” (Prvi I drugi talas, Strani turisti – 59,6% : Prvi I drugi talas, Domaći turisti – 23,1%).

Razlike po talasima istraživanja uočljive su jedino kad je reč o navođenju pozitivnog ličnog iskustva kao izvora informisanja među domaćim turistima. Naime, dok pozitivno lično iskustvo kao izvor informisanja o Novom Sadu u I talasu pominje 68,8% domaćih turista, u drugom talasu ovaj izvor navodi čak 83,5% domaćih turista.

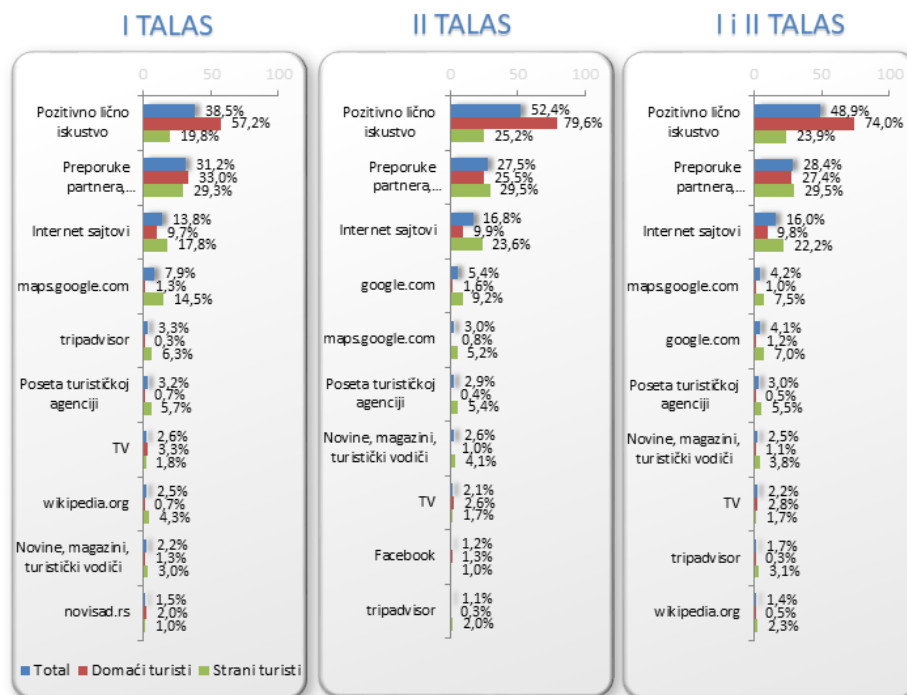
NAJČEŠĆE KORIŠĆENI SAJTOVI I DRUŠTVENE MREŽE – TOP 10



Posmatrano na ukupnom uzorku prvog I drugog talasa istraživanja, kao najčešće korišćeni internet sajtovi/društvene mreže koji su korišćeni kao izvori informacija o Novom Sadu, pored “google.com” kojeg navodi 9,5% turista, sledi “maps.google.com” sa 6,6%, zatim “tripadvisor.com” sa 4,6%, “wikipedia.org” preko koje se informisalo 4% turista, te Facebook stranica Novog Sada koju navodi 3,5% turista...

Generalno, strain turisti su značajno češće orijentisani na internet/društvene mreže kad je reč o informisanju o Novo sadu kao turističkoj destinaciji.

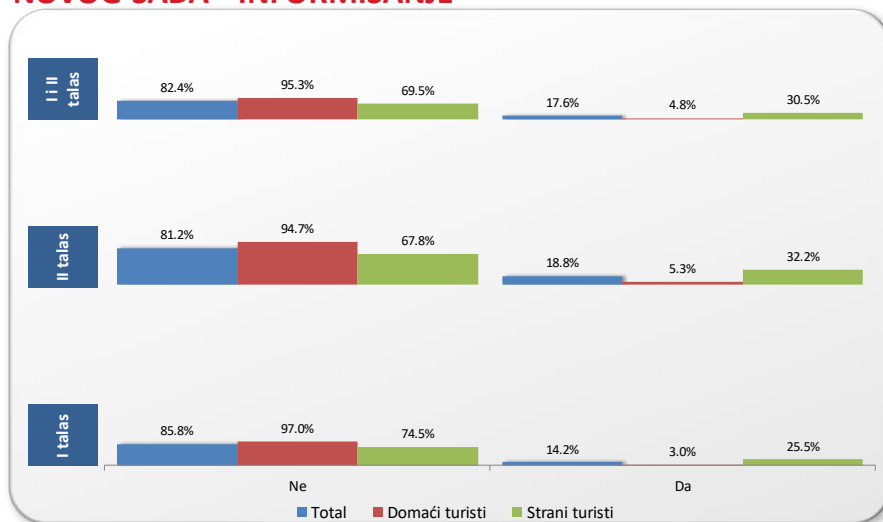
IZVORI INFORMISANJA OD NAJVEĆE POMOĆI – TOP 10



Kada je reč o izvorima informisanja koji su bili od najveće koristi da bi turisti bili informisani o Novom Sadu kao turističkoj destinaciji, bitno je istaći sledeće:

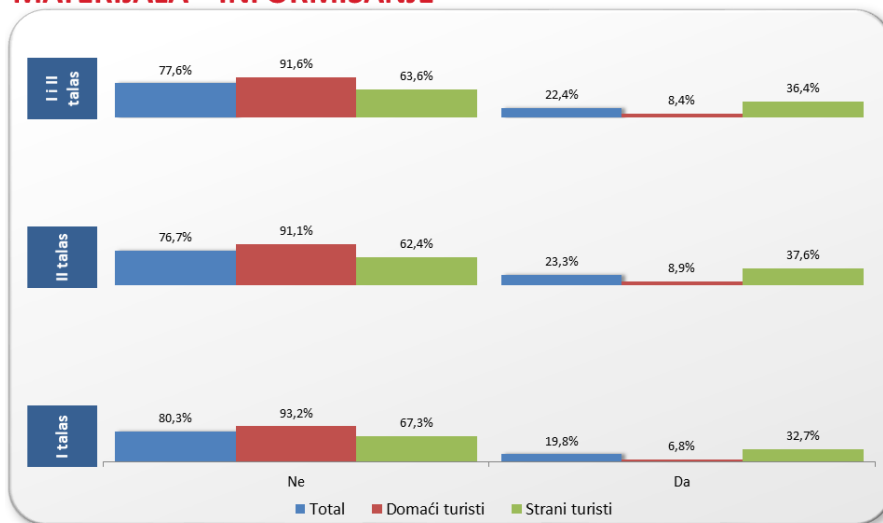
- 1) Za domaće turiste je kao izvor informisanja karakteristično pozitivno lično iskustvo, što navodi čak 74% njih, ali i značajan broj stranih turista - 23,9% ;
- 2) Preporuka partnera, rođaka, prijatelja u ovom smislu navodi 28,4% turista, bez značajnih razlika među domaćim i stranim turistima;
- 3) Informisanje na internet sajtovima (kao navođena generalna kategorija) je zastupljenije kod stranih turista (kod 22,2% njih), nego kod domaćih turista (9,8%);
- 4) Među stranim turistima značajno često su navođeni i "maps.google.com" (u 7,5% slučajeva), ali i poseta turističkoj agenciji (u 5,5% slučajeva).

INFORMISANJE U TURISTIČKO INFORMATIVNIM CENTRIMA NOVOG SADA - INFORMISANJE



Pored nalaza da najveći broj domaćih turista u Novom Sadu nije koristilo usluge informisanja u turističko informativnim centrima Novog Sada (95,3%), treba istaći i nalaz po kojem je **skoro trećina stranih turista (30,5%) koristilo informisanje u turističko informativnim centrima**, te da je čak 4/5 od svih stranih turista koji su koristili informisanje u turističko informativnim centrima (82,7%) prepoznalo izuzetnu korisnost usluga turističko informativnih centara Novog Sada.

UZIMANJE TURISTIČKO PROPAGANDNOG REKLAMNOG MATERIJALA - INFORMISANJE

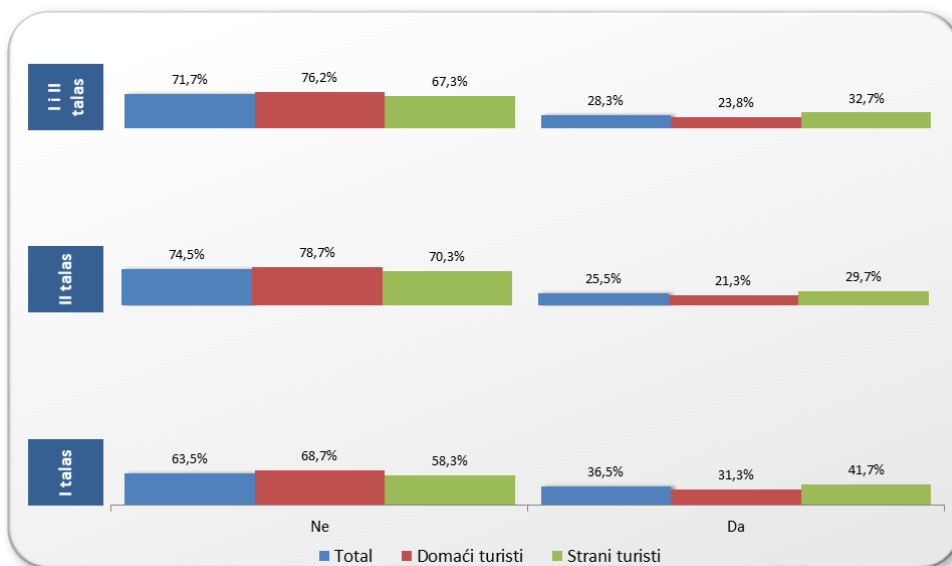


Pored nalaza da najveći broj domaćih turista u Novom Sadu nije uzimao turističko propagandni reklamni materijal o Novom Sadu (91,6%), treba istaći i nalaz po kojem je **više od trećine stranih turista (36,4%) uzimalo turističko propagandni reklamni materijal o Novom Sadu** i posebno treba naglasiti da nepunih 8 od 10 stranih turista koji su uzimali ove materijale prepoznalo njihovu izuzetnu korisnost.

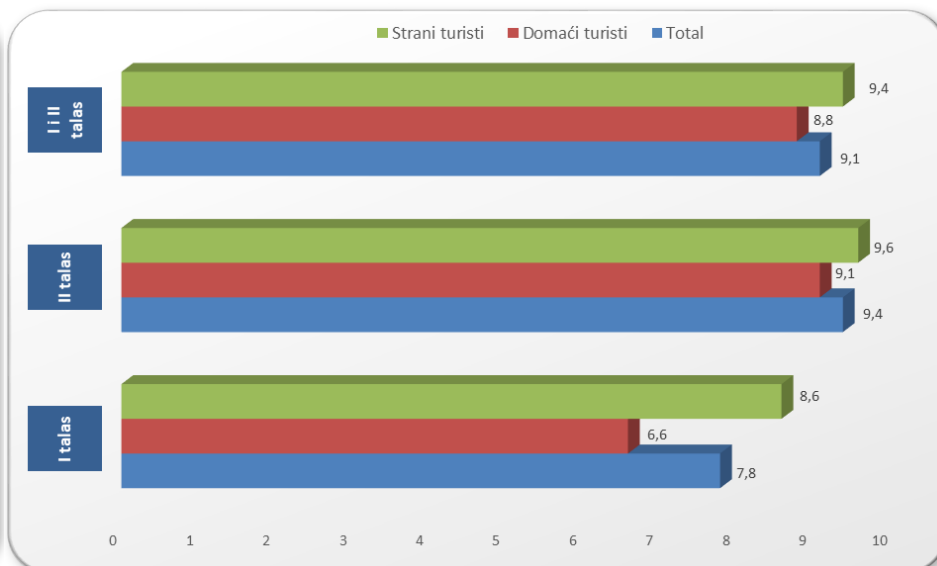
6. OBILAZAK NOVOG SADA

Na osnovu ukupnih nalaza za prvi I drugi talas istraživanja može se zaključiti da je više od četvrtine od ukupnog broja turista bilo zainteresovano za jednočasovne ture obilaska Novog Sada, 32,7% od svih stranih turista i 23,8% od svih domaćih turista.

JEDNOČASOVNE TURE OBILASKA



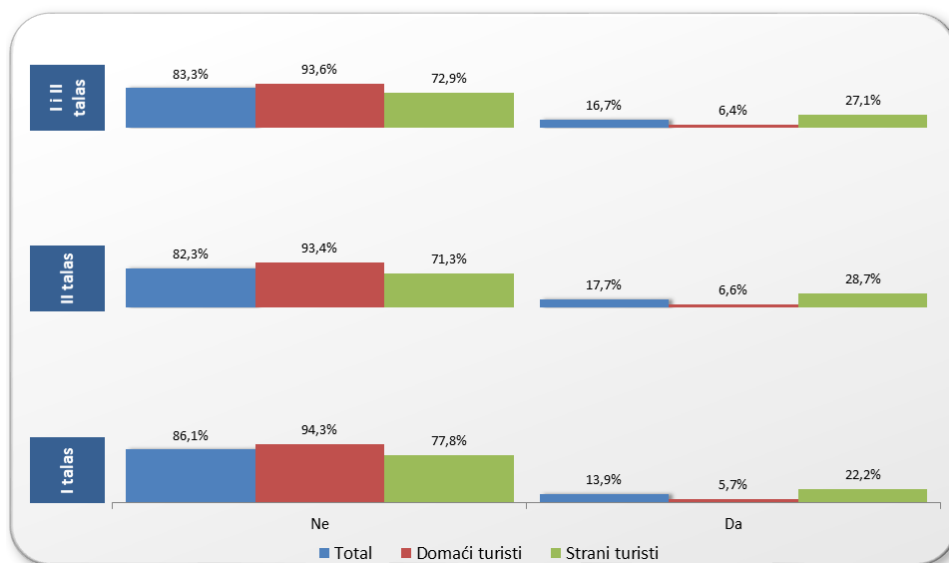
PROSEČNA SVOTA ZA JEDNOČASOVU TURU OBILASKA - EVRI



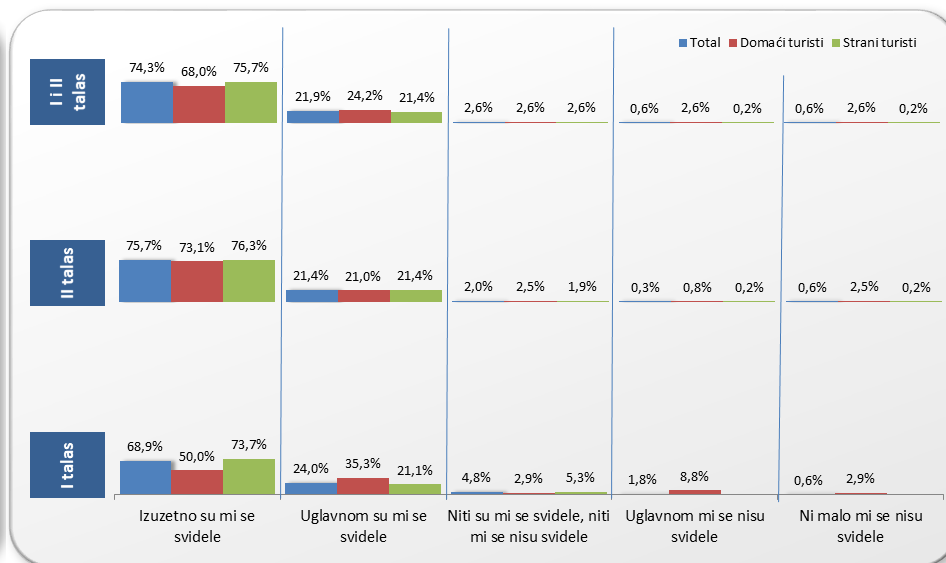
Kada su oni koji su naveli da su bili zainteresovani za jednočasovne ture obilaska Novog Sada bili pitani koliko bi za jednočasovnu turu obilaska Novog Sada bili spremni da plate, iz statistike onih koji su naveli neku svotu, vidi se da su strani turisti koji su zainteresovani za jednočasovne obilaske I koji su spremni da za to izdvoje novac, u proseku naveli svotu od 9,4 eura, a domaći turisti svotu od 8,8 eura.

Kada je reč o “free walking” turama, opet posmatrano na nivou ukupnih rezultata za prvi I drugi talas istraživanja, samo 16,7% od ukupnog broja turista koji su u poseti Novom Sadu navodi da ih je koristilo, pri tom 27,1% stranih i tek 6,4% domaćih turista. Što se tiče zadovoljstva “free walking” turama, oni koji su ih koristili su uglavnom zadovoljni tj. najvećem broju njih su se izuzetno svidеле (Stranim turistima – u 75,7% slučajeva , a Domaćim turistima u 68% slučajeva).

FREE WALKING TURE - KORIŠĆENJE



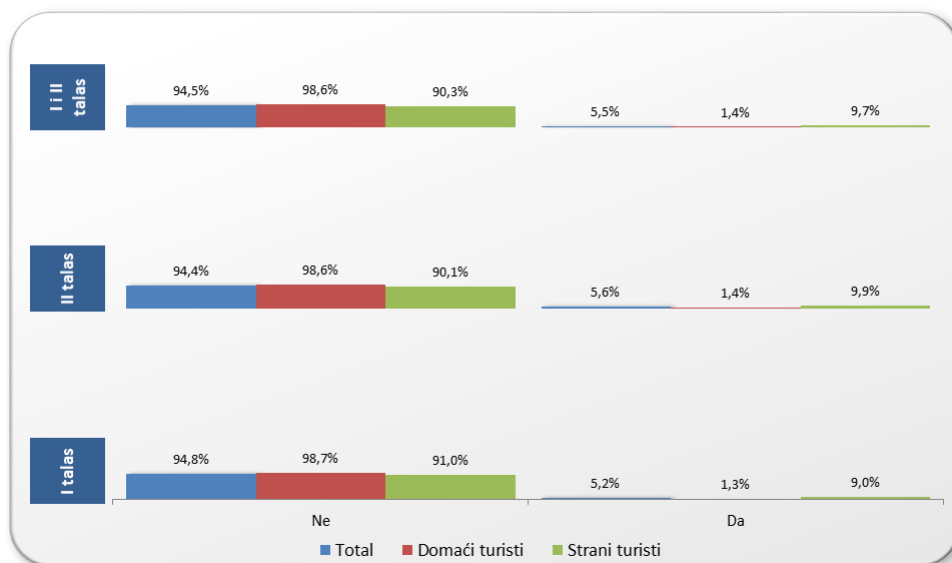
FREE WALKING TURE - ZADOVOLJSTVO



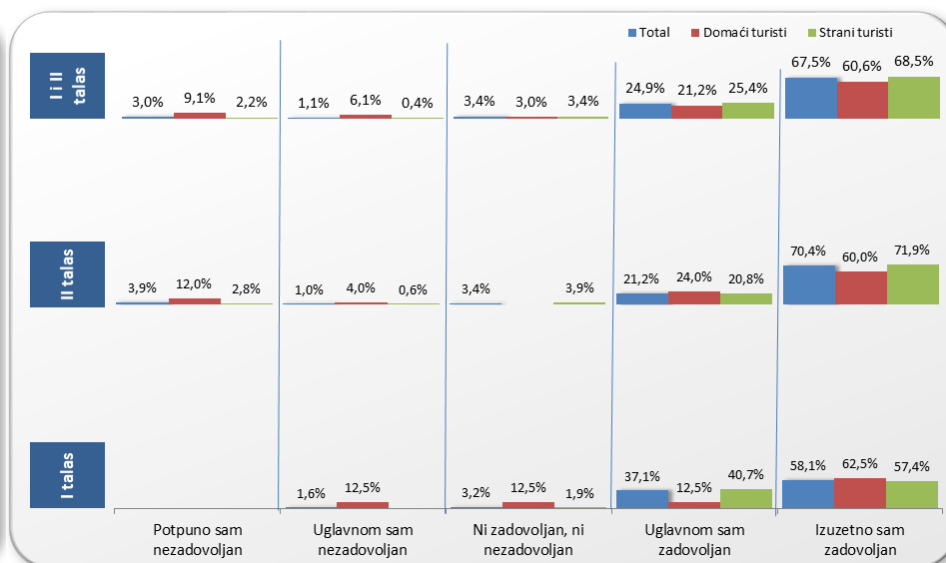
Treba naglasiti rast trenda korišćenja free walking” tura, jer je u odnosu na prvi talas istraživanja, u drugom talasu korišćenje poraslo sa 13,9%, na 17,7% turista. Isto tako, I među onima koji su koristili free walking” ture, detektuje se rast zadovoljstva, od 68,9% zadovoljnih u prvom talasu istraživanja, do 75,7% zadovoljnih u drugom talasu istraživanja.

Generalno, turisti koji posećuju Novi Sad u svega 5,5% slučajeva se odlučuje da koristi usluge turističkih agencija. Ipak, od onih koji usluge turističkih agencija koriste, u velikoj većini slučajeva su izuzetno zadovoljni, čak 60,6% domaćih i 68,5% stranih turista.

USLUGE TURISTIČKIH AGENCIJA - KORIŠĆENJE

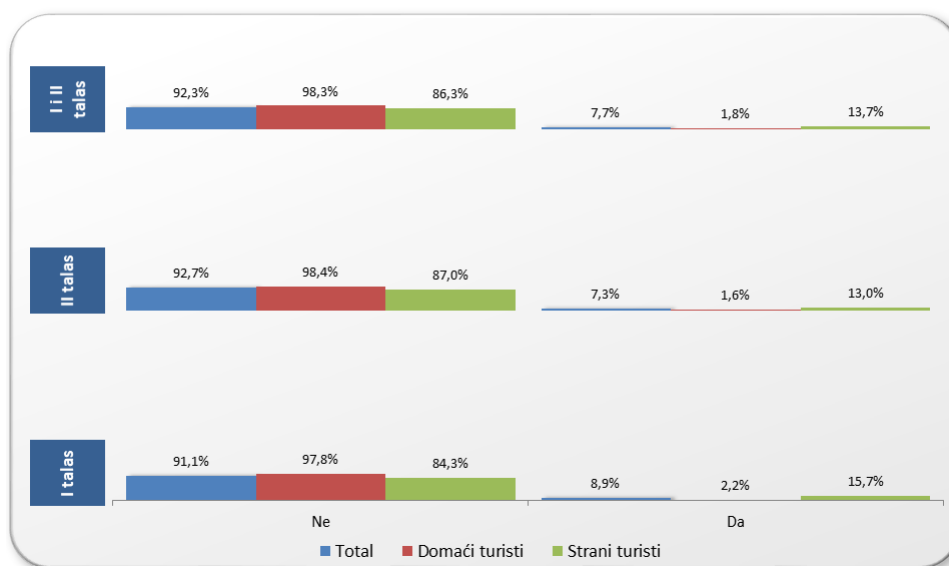


USLUGE TURISTIČKIH AGENCIJA - ZADOVOLJSTVO

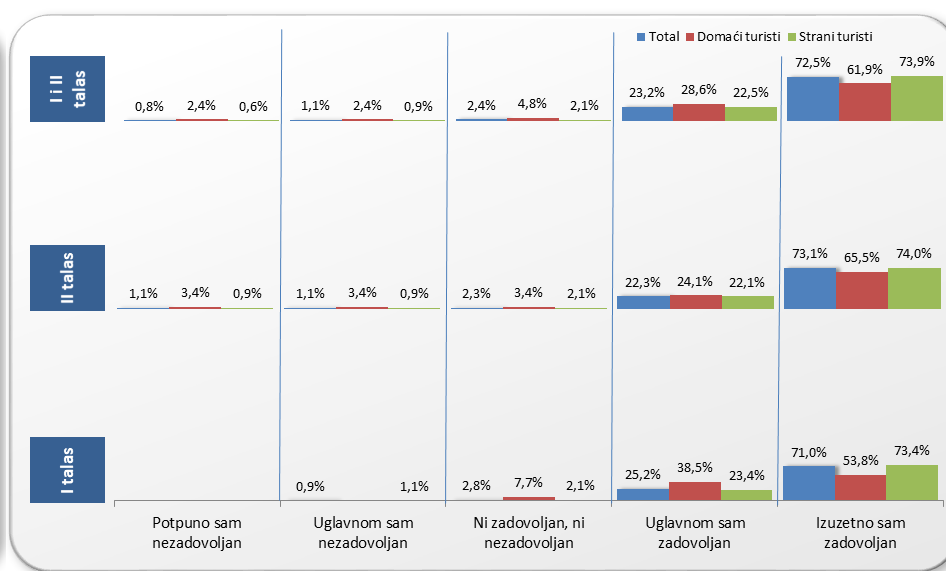


Istraživački nalazi potvrđuju da postoje velike razlike između domaćih i stranih turista u korišćenju usluga licenciranih turističkih vodiča. U tom smislu, posmatrano na nivou ukupnih rezultata za prvi i drugi talas istraživanja, 13,7% stranih i svega 1,8% domaćih turista je koristilo usluge vodiča. Takođe, u tom pogledu, strani turisti su zadovoljniji uslugom vodiča od domaćih (strani turisti su "Izuzetno zadovoljni" u 73,9% slučajeva, a domaći turisti u 61,9% slučajeva).

USLUGE LICENCIRANIH TURISTIČKIH VODIČA - KORIŠĆENJE



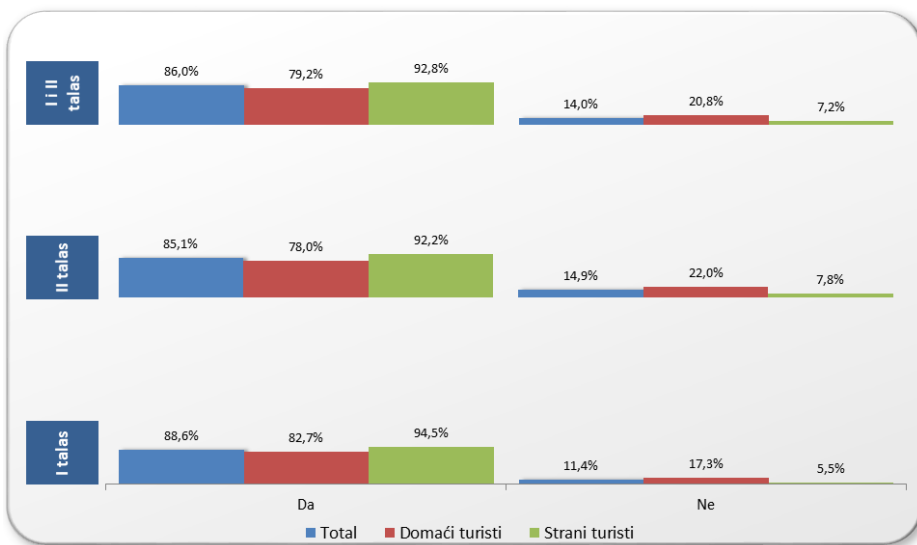
USLUGE LICENCIRANIH TURISTIČKIH VODIČA - ZADOVOLJSTVO



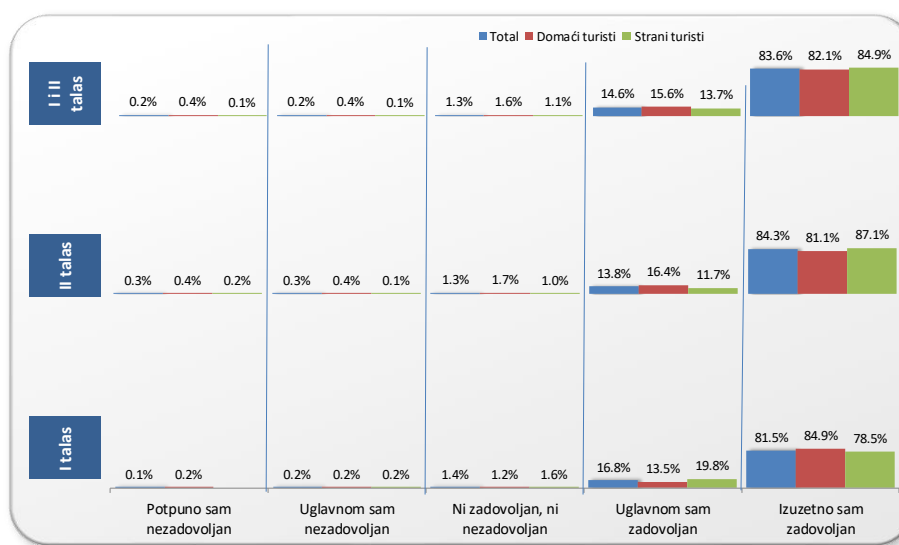
7. TURISTIČKE LOKACIJE I SADRŽAJI NOVOG SADA

Posmatrano na nivou ukupnih nalaza prvog i drugog talasa istraživanja Petrovaradinsku tvrđavu kao najprepoznatljivije turističko mesto Novog Sada je imalo priliku da poseti 86% turista u Novom Sadu i to 92,8% stranih i 79,2% domaćih turista. Što se tiče stepena u kojem su turisti zadovoljni Petrovaradinskom tvrđavom, izuzetno visok stepen zadovoljstva prevladava, kako među domaćim, tako i među stranim turistima.

PETROVARADINSKA TVRĐAVA - POSETA

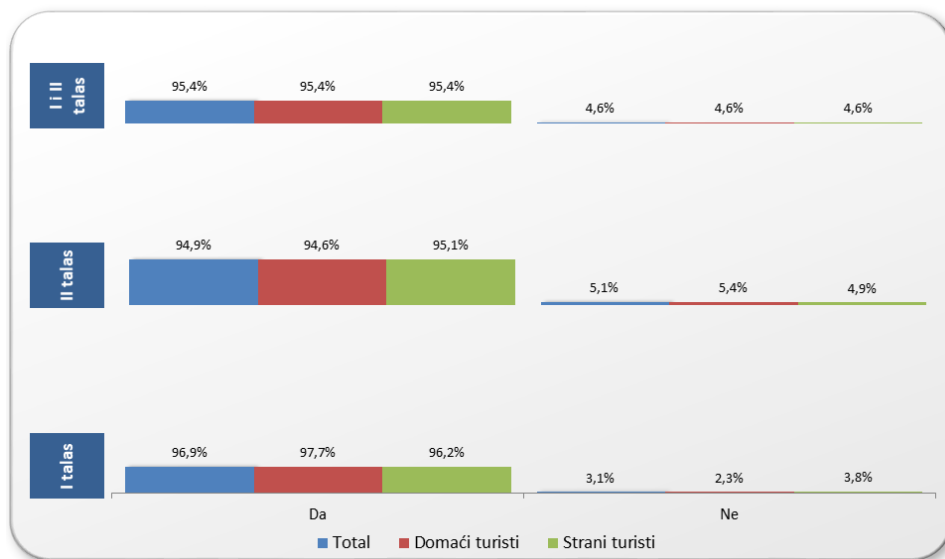


PETROVARADINSKA TVRĐAVA - ZADOVOLJSTVO

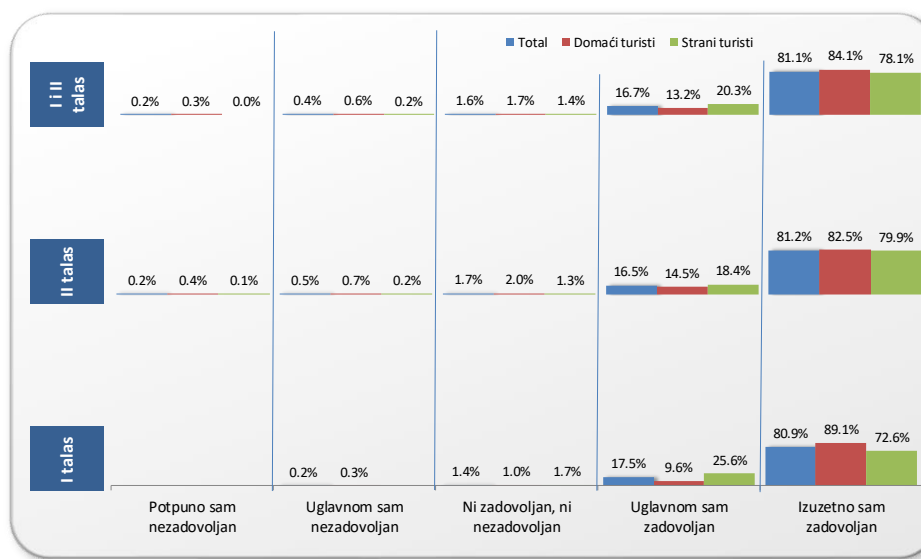


Sudeći po ukupnim nalazima istraživanja, Centar Novog Sada je najposećenija turistička lokacija Novog Sada sa udelom od 95,4% turista koji su prilikom boravka u Novom Sadu imali priliku da posete i ovu turističku lokaciju Novog Sada. Kao i kod Petrovaradinske tvrđave, iskustvo posete centra Novog Sada izaziva zadovoljstvo najvećeg broja turista.

CENTAR NOVOG SADA - POSETA

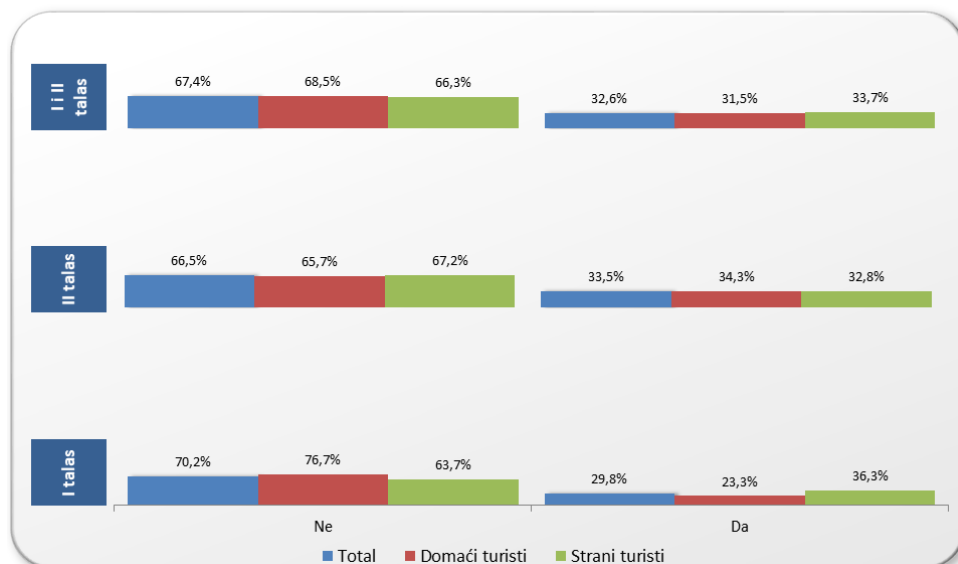


CENTAR NOVOG SADA - ZADOVOLJSTVO

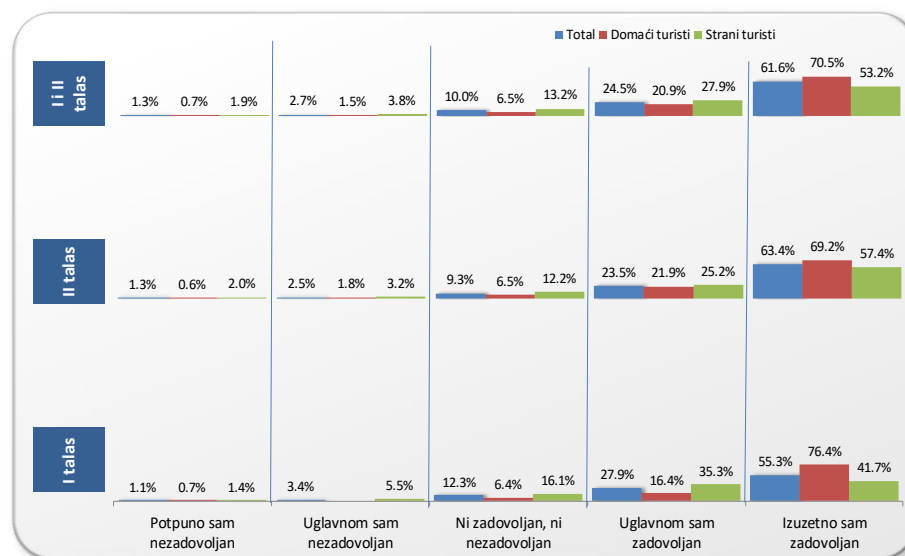


Štrand, za razliku od Petrovaradinske tvrđave i centra Novog Sada, sudeći po ukupnim nalazima istraživanja posećuje trećina turista u Novom Sadu (32,6%). U ovom slučaju primetne su razlike između domaćih i stranih turista, a među onima koji su posetili Štrand, izuzetno zadovoljnih Štrandom među domaćim turistima je njih 70,5%, a među stranim turistima njih 53,2%.

ŠTRAND - POSETA

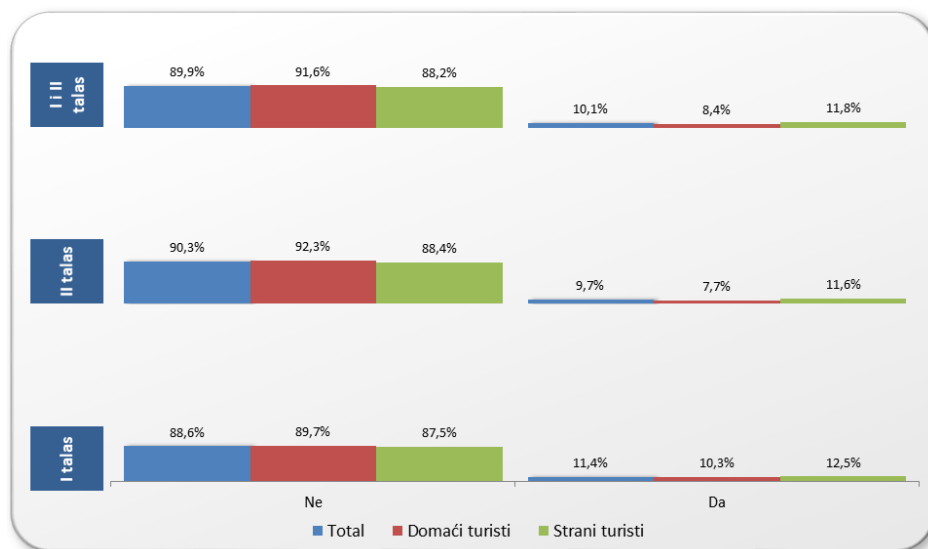


ŠTRAND - ZADOVOLJSTVO

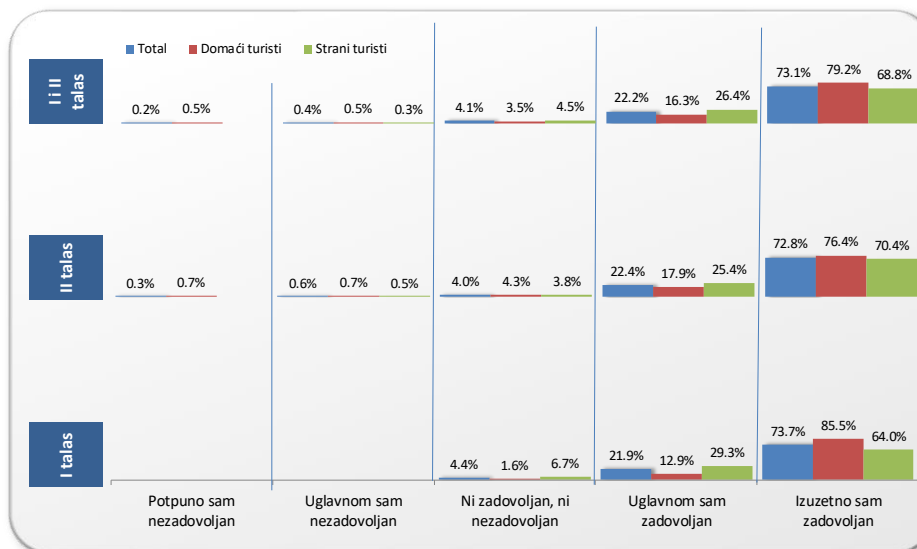


Sudeći po rezultatima istraživanja, od ukupnog broja anketiranih domaćih i stranih turista u Novom Sadu, samo njih 10,1% se izjasnilo da je posetilo salaše. Oni koji su posetili salaše u najvećem broju su izuzetno zadovoljni, njih 73,1%. Među domaćim turistima njih 79,2% je posetilo salaše, i 68,8% među stranim turistima koji su posetili salaše.

SALAŠI - POSETA

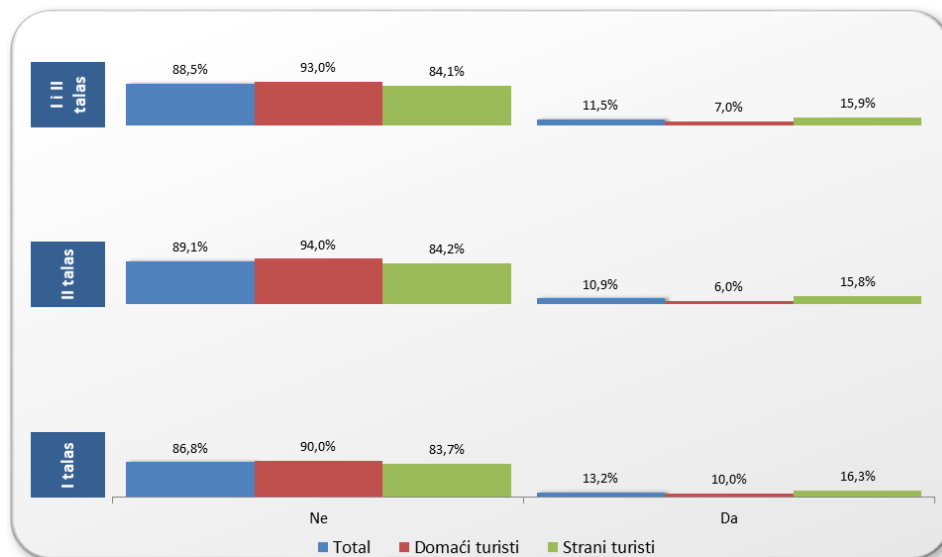


SALAŠI - ZADOVOLJSTVO

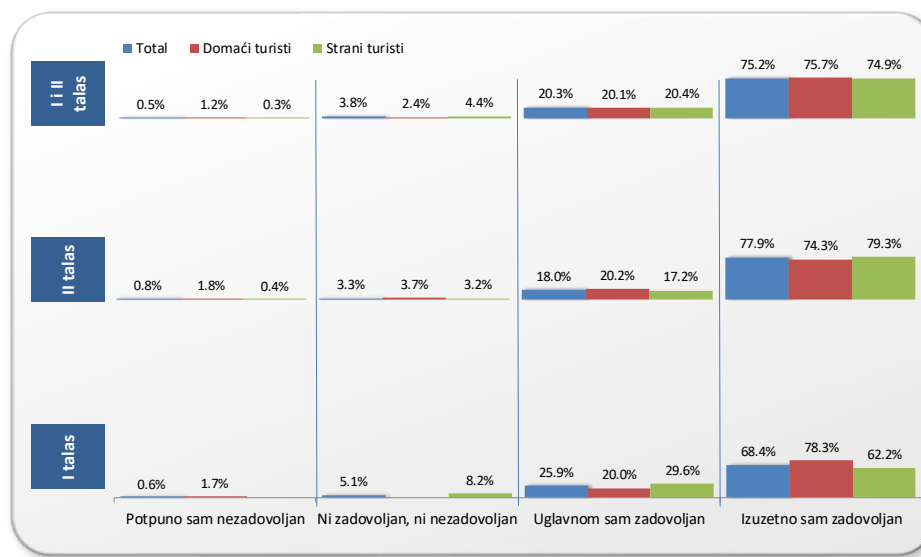


Sudeći po rezultatima istraživanja, vinske podruma Novog Sada posetilo je 11,5% turista, 7% domaćih i 15,9% stranih, a kad je reč o zadovoljstvu ovom posetom, 4/5 domaćih i stranih turista je izuzetno zadovoljno ovom atrakcijom Novog Sada.

VINSKI PODRUMI - POSETA

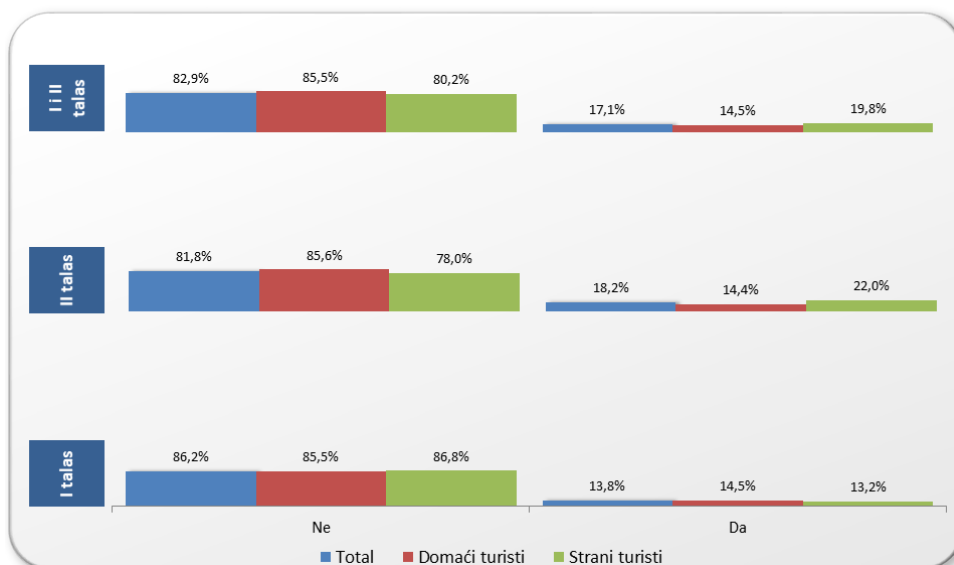


VINSKI PODRUMI - ZADOVOLJSTVO

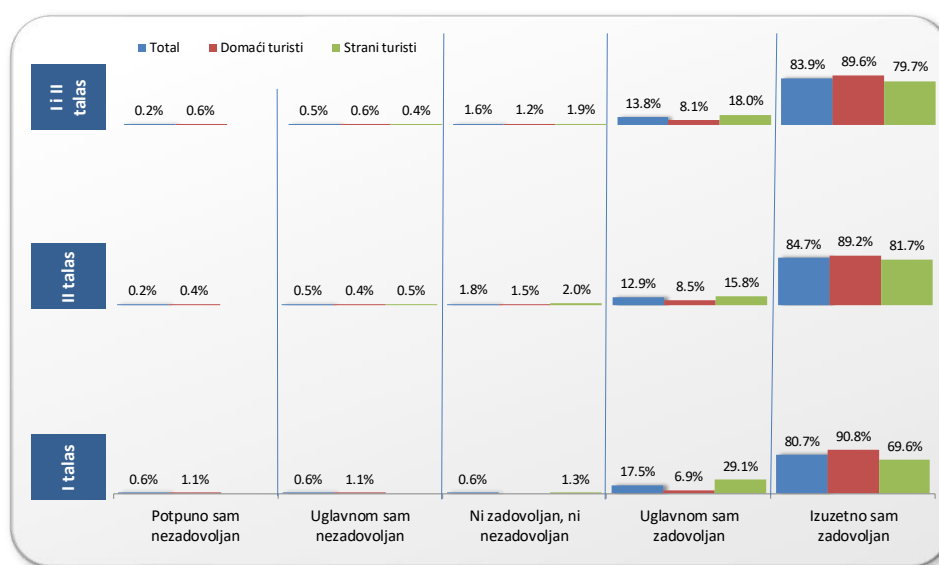


Kad je reč o poseti Fruškogorskim manastirima, na osnovu rezultata istraživanja vidi se da je 17,1% turista posetilo ove turističke atrakcije, dok su strani turisti (19,8%) bili nešto češći posetioci od domaćih (14,5%). Dok je među domaćim turistima čak 89,6% izuzetno zadovoljnih posetom Fruškogorskim manastirima, među stranim turistima je 79,7% izuzetno zadovoljnih u ovom smislu.

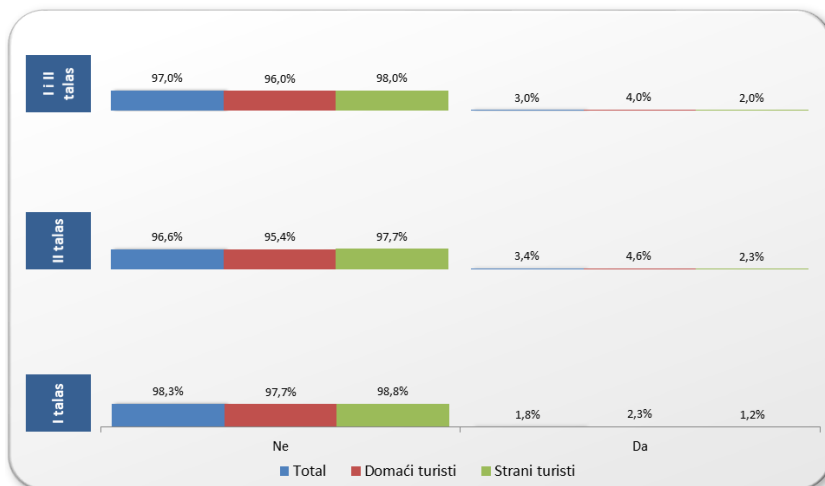
FRUŠKOGORSKI MANASTIRI - POSETA



FRUŠKOGORSKI MANASTIRI - ZADOVOLJSTVO

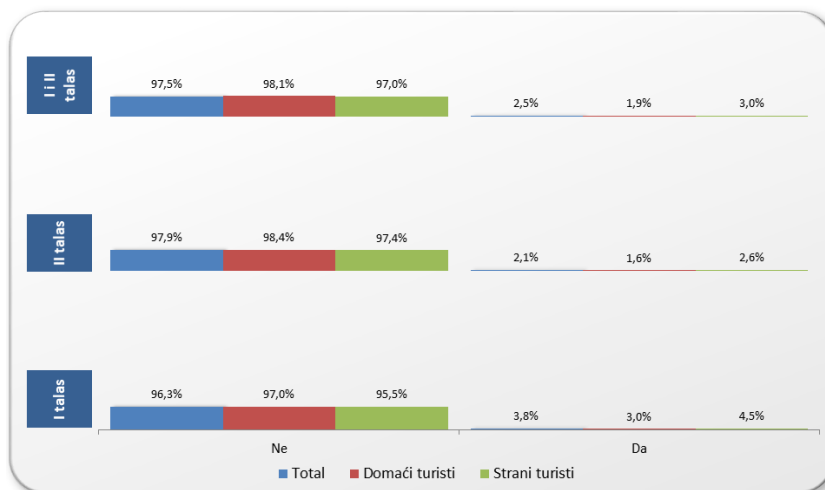


MEDICINSKI TRETMANI - POSETA



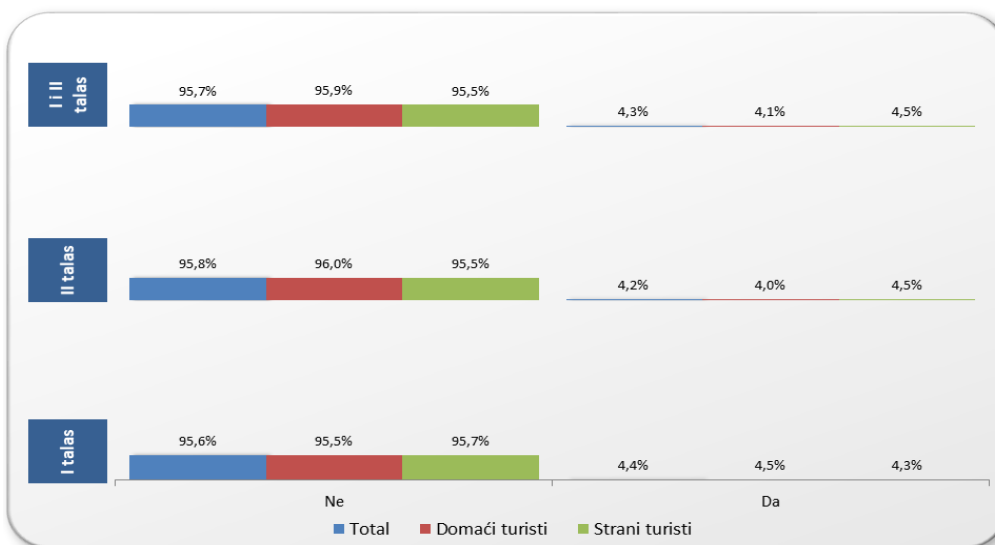
Tokom boravka u Novom Sadu vožnju biciklom koristilo je svega 4,3% turista. Među ovim turistima koji su prilikom boravka u Novom Sadu vozili bicikl, češće su izuzetno zadovoljni strani turisti (Domaći – 55% : Strani – 60,7%).

WELLNESS&SPA - POSETA



Posmatrano na nivou ukupnih rezultata prvog I drugog talasa istraživanja, samo 3% turista koji su u poseti Novom Sadu tvrdi da je koristilo neke od medicinskih tretmana, a među onima koji su ih koristili, 69,4% stranih turista je izuzetno zadovoljno, ali i 52,6% domaćih.

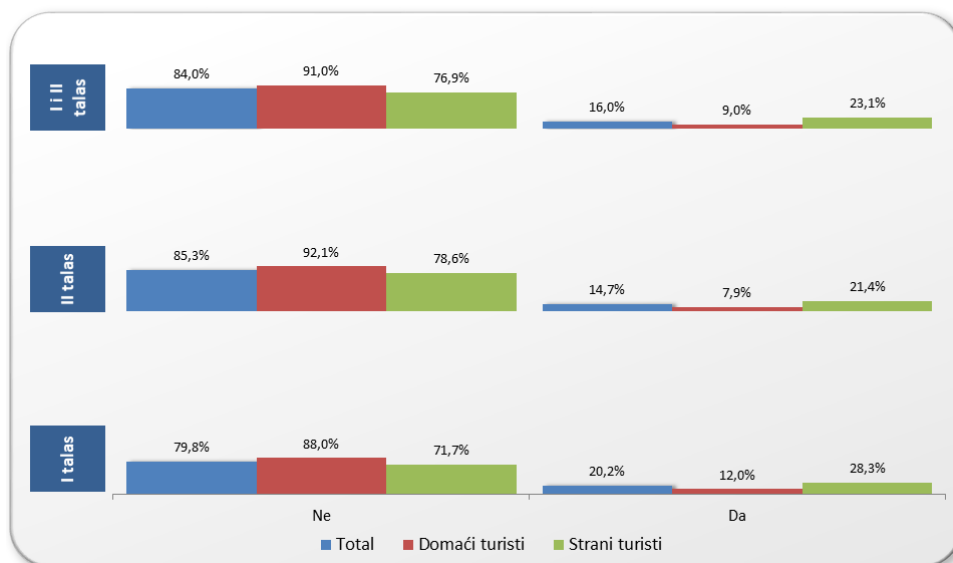
VOŽNJA BIKIKLOM - POSETA



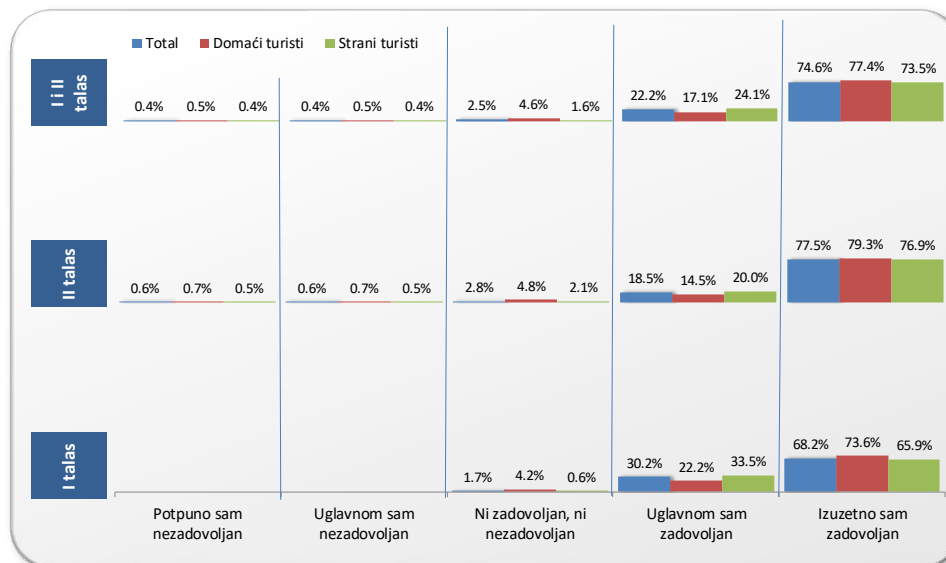
Na osnovu ukupnih nalaza istraživanja, može se zaključiti da turisti u Novom Sadu retko koriste WELLNES&SPA usluge (2,5%). Domaći turisti su izuzetno zadovoljni u 59,6% slučajeva, uglavnom zadovoljni u 31,9% slučajeva, ali i neutralni u 6,4% slučajeva. Strani turisti su veoma zadovoljni u većoj meri, u 67,6% slučajeva.

Posmatrano generalno, na nivou ukupnih nalaza prvog I drugog talasa istraživanja, samo 16% turista u Novom Sadu poseti i muzeje ovog grada, s tim da postoji značajna razlika između domaćih i stranih turista (Strani turisti – 23,1% : Domaći turisti – 9%). Ipak, izuzetno zadovoljstvo posetom muzejima je podjednako I na visokom nivou prisutno među svim posetiocima.

MUZEJI - POSETA

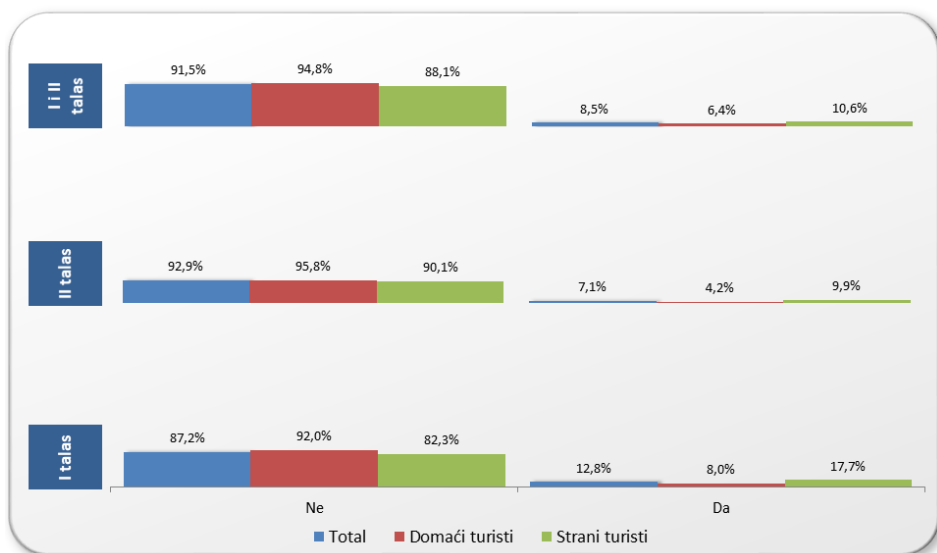


MUZEJI - ZADOVOLJSTVO

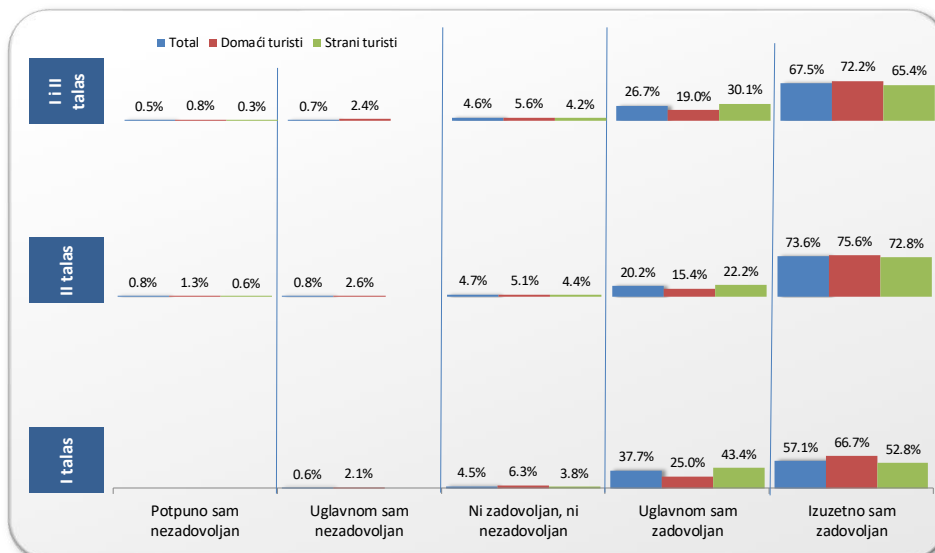


Posmatrano na ukupnim rezultatima istraživanja, 8,5% turista u Novom Sadu je posetilo neku od novosadskih galerija sa značajnim razlikama između domaćih i stranih turista (Strani turisti – 10,6% : Domaći turisti – 6,4%). Kao i u većini prethodnih utisaka o zadovoljstvu, ono je bilo ujednačeno među domaćim i stranim turistima.

GALERIJE - POSETA

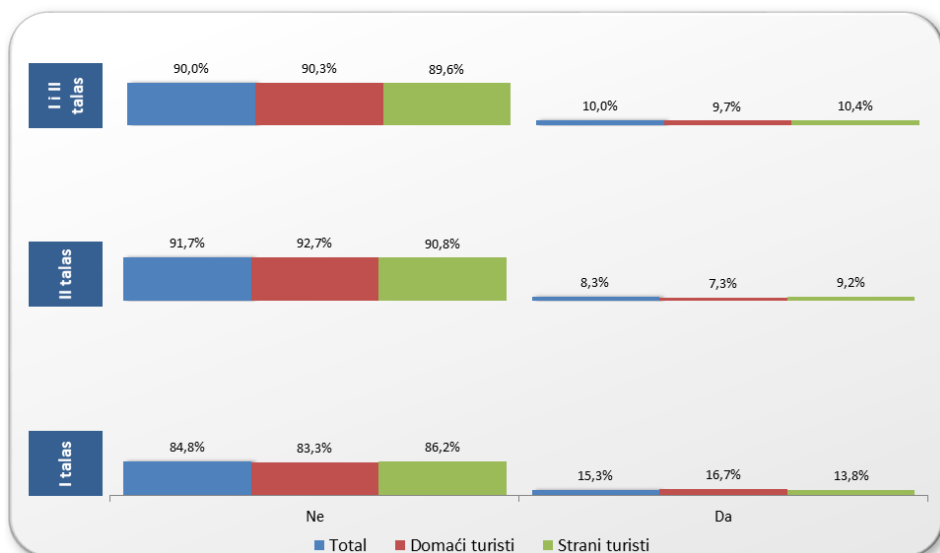


GALERIJE - ZADOVOLJSTVO

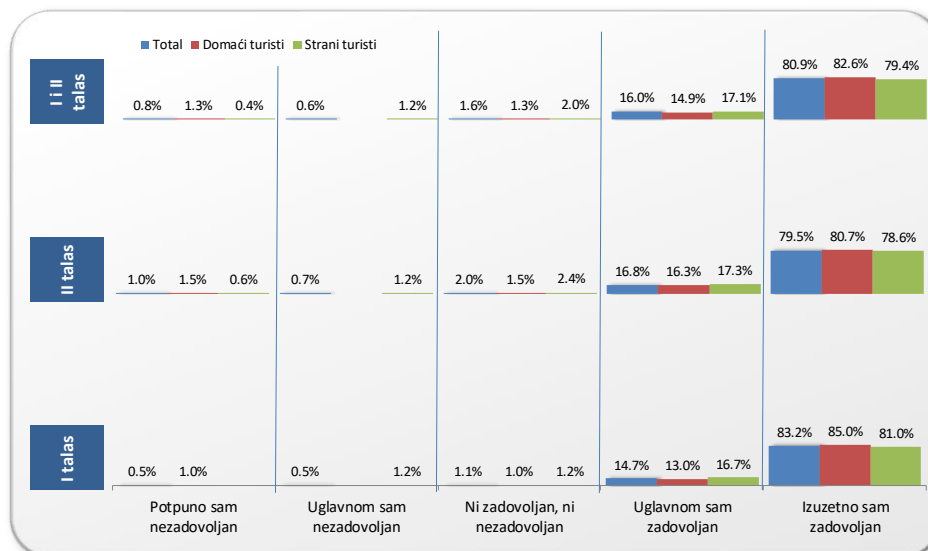


Generalno, na osnovu sumarnih podataka istraživanja, 10% turista navodi da su prilikom turističke posete Novom Sadu bili na koncertima. Bez obzira da li je reč o stranim ili domaćim turistima, 4 od 5 turista su izuzetno zadovoljni kako su se proveli na koncertima, a još 1 je uglavnom zadovoljan.

KONCERTI - POSETA

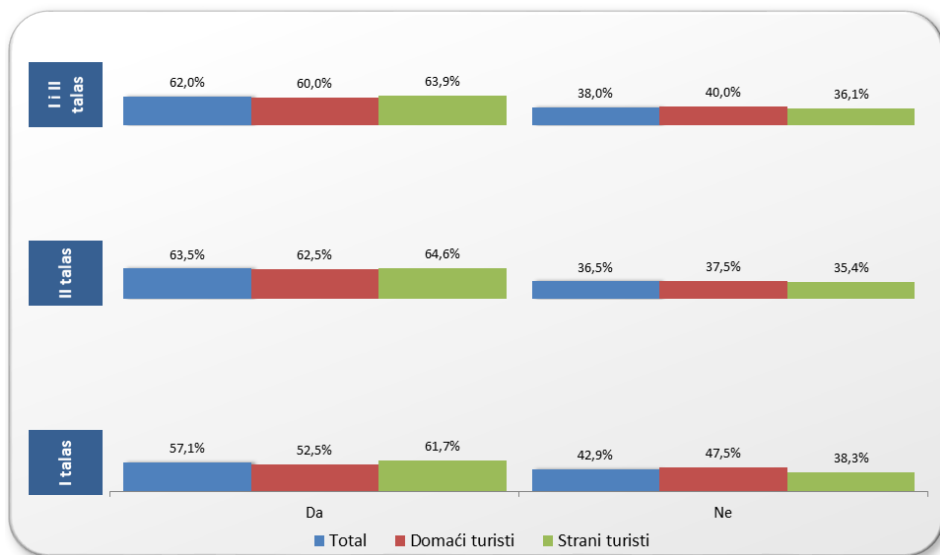


KONCERTI - ZADOVOLJSTVO

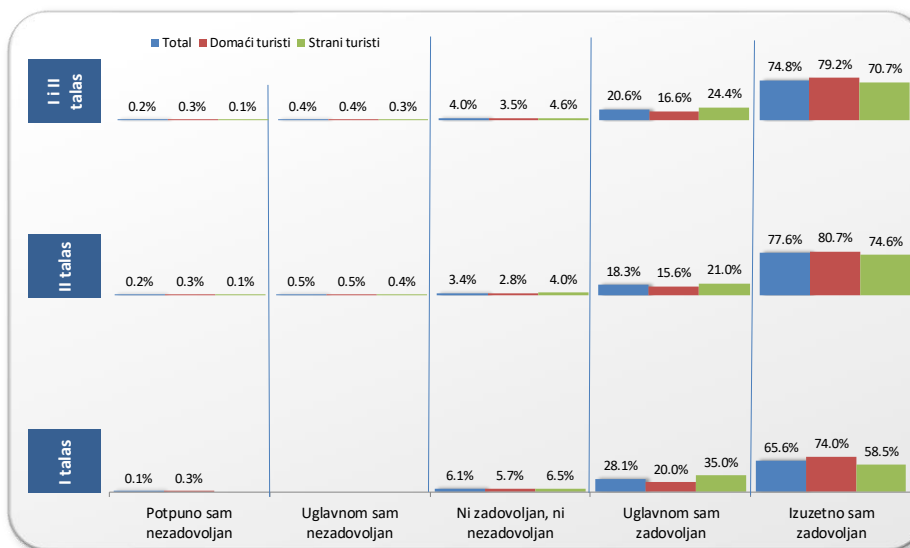


Na osnovu ukupnih rezultata prvog I drugog talasa istraživanja, vidimo da je 38% turista imalo priliku da poseti neki od parkova Novog Sada. Domaći turisti su nešto zadovoljniji parkovima (79,2%) od stranih (70,7%).

PARKOVI - POSETA



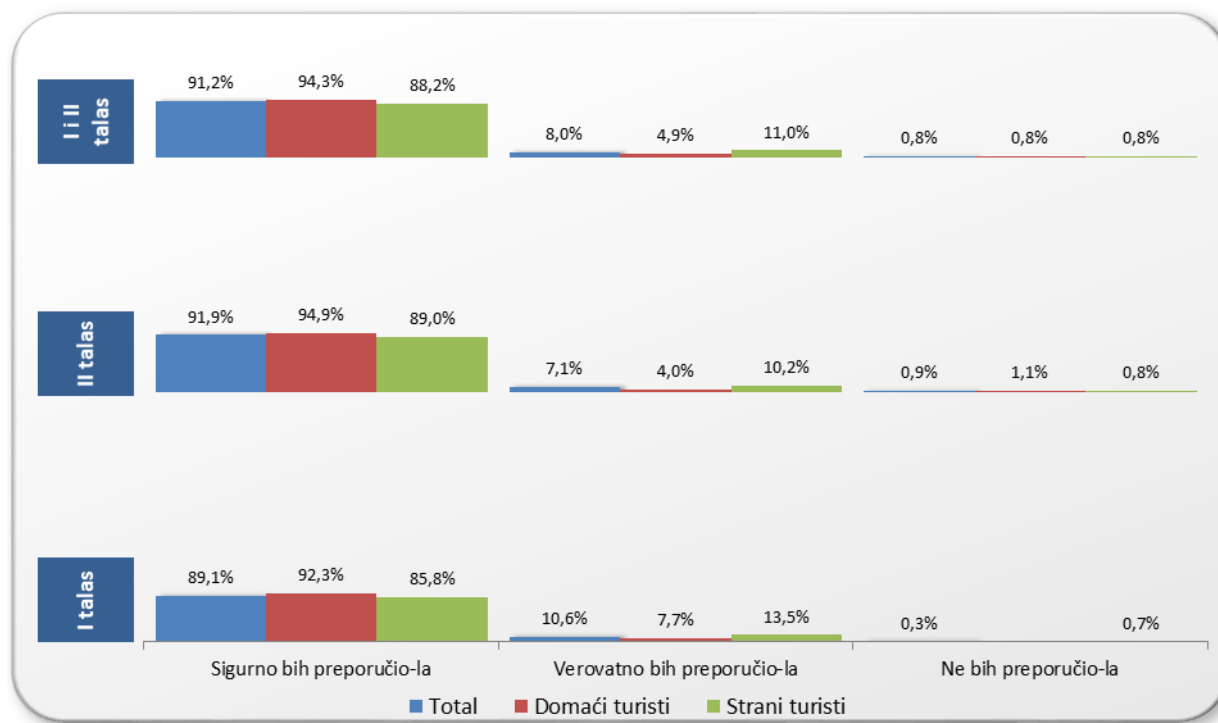
PARKOVI - ZADOVOLJSTVO



8. PREPORUKE I UTISCI

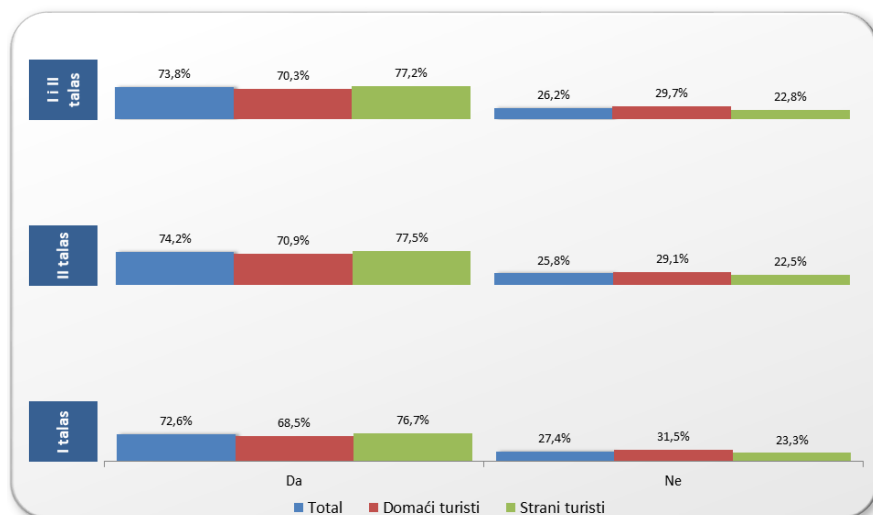
Na osnovu ukupnih rezultata prvog i drugog talasa istraživanja, vidimo da bi Novi Sad sigurno preporučilo čak 91,2% turista, a verovatno još 8% turista. U ovom smislu domaći turisti u odnosu na strane tek neznatno češće pokazuju spremnost da bi sigurno preporučili Novi Sad. Suštinski, po ovom pitanju nema sezonskih razlika.

PREPORUKA NOVOG SADA

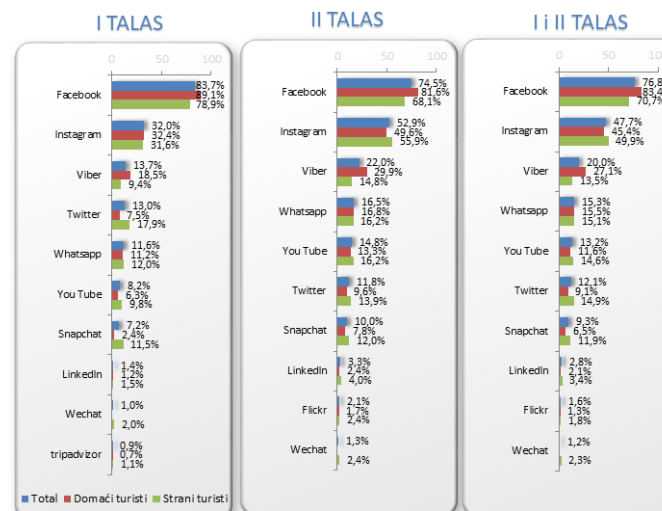


Kada je reč o objavljivanju i deljenju utisaka o poseti Novom Sad, čak 77,2% stranih i 70,3% domaćih turista navodi da će podeliti svoje utiske o boravku u Novom Sadu na društvenim mrežama.

OBJAVLJIVANJE UTISAKA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA



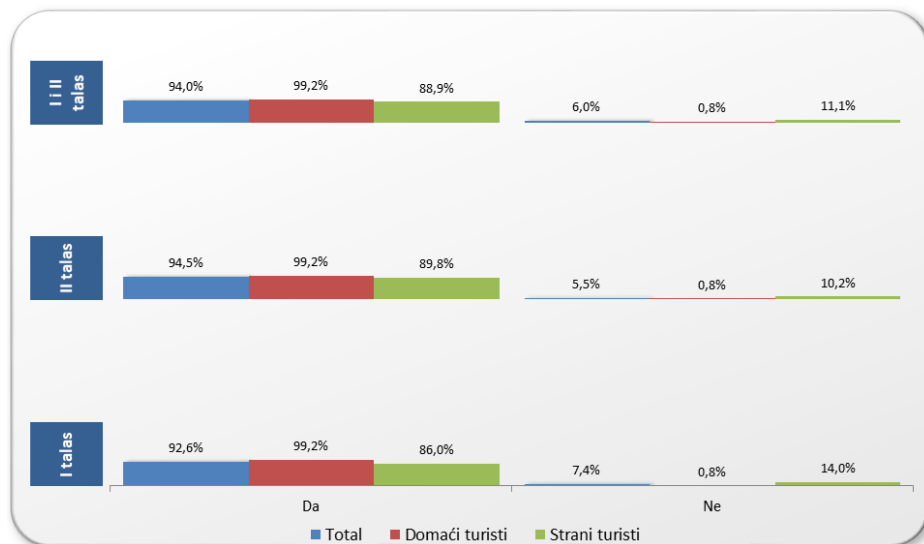
DELJENJE UTISAKA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA



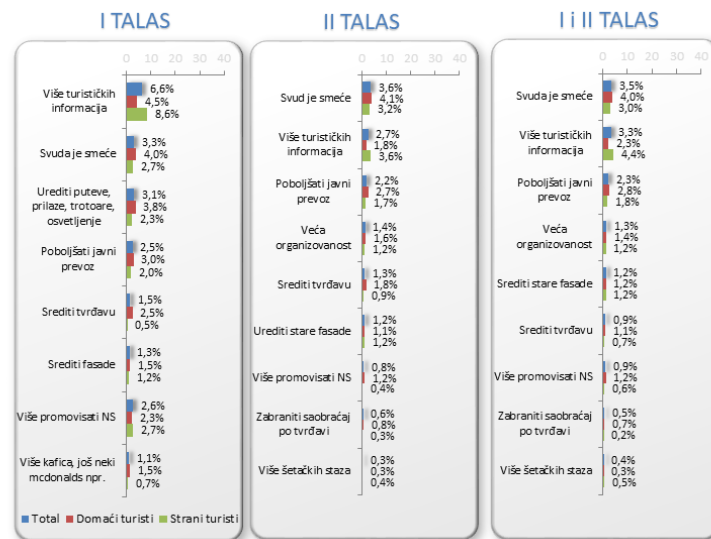
Od društvenih mreža na kojima će se deliti utisci, najčešće se navodi Facebook (Strani turisti – 70,7% : Domaći turisti – 83,4%), Instagram (Strani turisti – 49,9% : Domaći turisti – 45,4%), Viber (Strani turisti – 13,5% : Domaći turisti – 27), Whatsapp (Strani turisti – 15,5% : Domaći turisti – 16,8%) i Youtube (Strani turisti – 14,6% : Domaći turisti – 11,6%), a strani turisti će u 11,9% slučajeva svoje utiske podeliti i na Snapchat-u.

Generalno, na osnovu rezultata istraživanja, čak 99,2% domaćih turista navodi da bi ponovo došli u Novi Sad, a takav stav izražava i čak 88,9% stranih turista.

PONOVNOST POSETE



SUGESTIJE – TOP 9

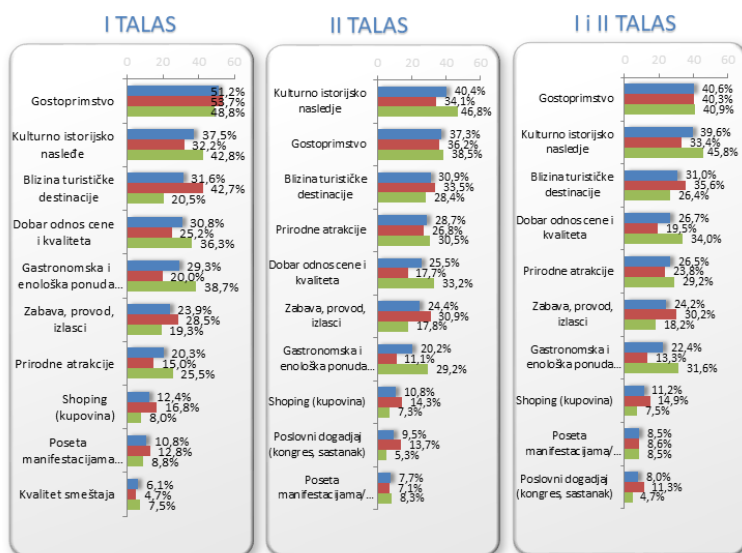


Na osnovu ukupnih rezultata prvog i drugog talasa istraživanja vidi se da su najčešće sugeriše da je potrebno “Više turističkih informacija” (generalno 3,3% / strani turisti 4,4% / domaći turisti 2,3%), da je “Svuda smeće” (generalno 3,5% / strani turisti 3% / domaći turisti 4%), te da je potrebno “Da se poboljša javni prevoz” (generalno 2,3% / strani turisti 1,8% / domaći turisti 2,8%).

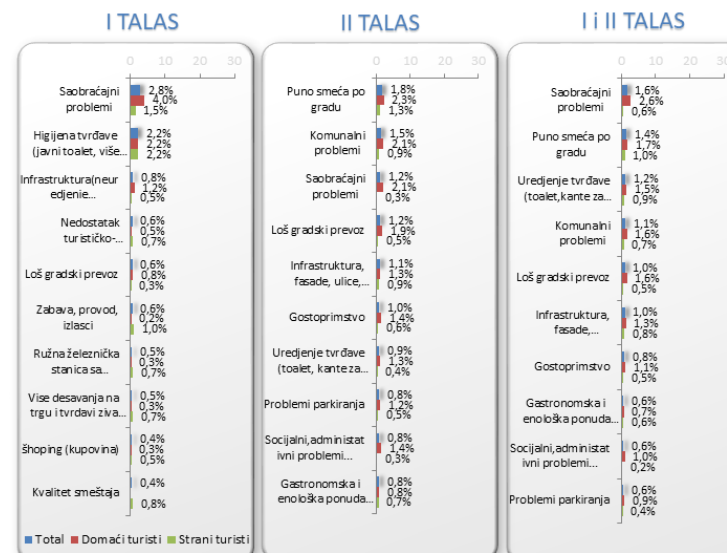
9. OPŠTE ZADOVOLJSTVO POSETOM NOVOM SADU

Kada je u pitanju zadovoljstvo Novim Sadom domaći i strani turisti su posmatrano na ukupnim rezultatima prvog i drugog talasa istraživanja podjednako najzadovoljniji gostoprimstvom (Strani turisti – 40,9% : Domaći turisti – 40,3%), što je još izraženije na osnovu prvog talasa istraživanja. Takođe, izrazito je i zadovoljstvo kulturno istorijskim nasleđem (Strani turisti – 45,8% : Domaći turisti – 33,4%), ali i blizinom turističke destinacije (Strani turisti – 26,4% : Domaći turisti – 36,2%(u zimskoj sezoni: 42,7%)),. Strani turisti su posebno zadovoljni dobrim odnosom cene i kvaliteta; čak 34% njih.

ZADOVOLJSTVO NOVIM SADOM – TOP 10



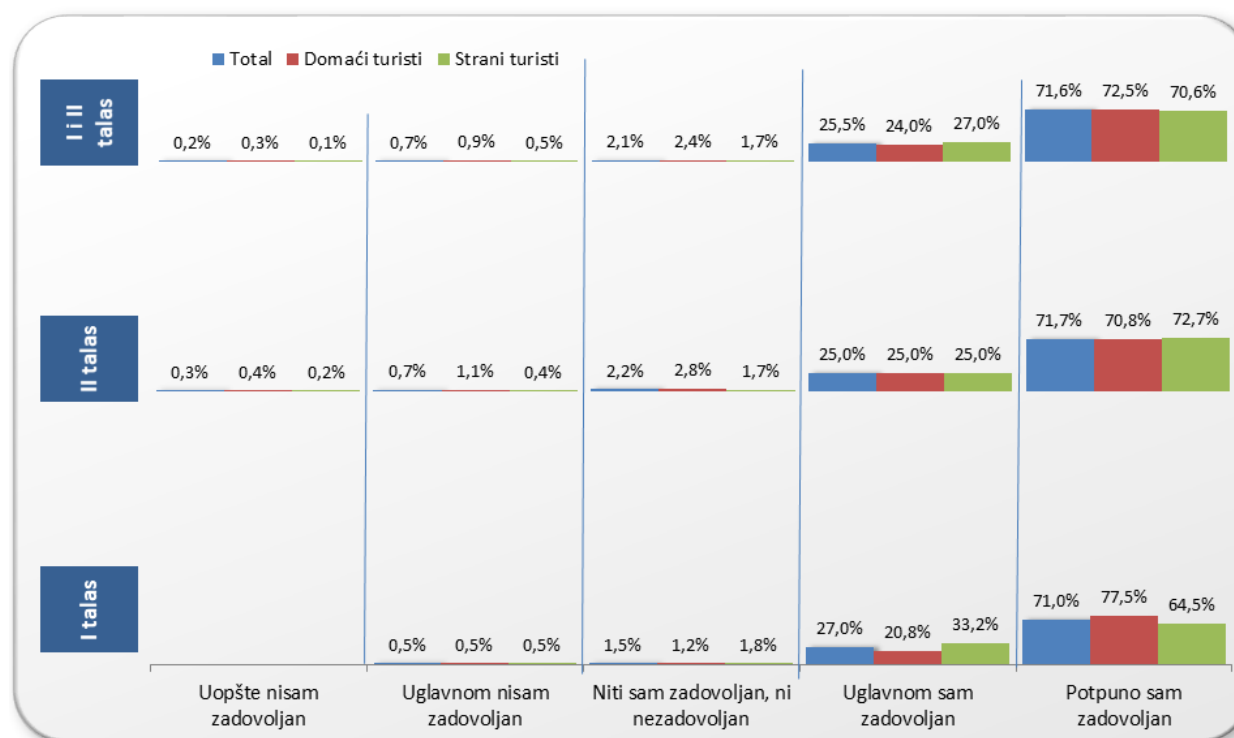
NEZADOVOLJSTVO NOVIM SADOM – TOP 10



Pored toga što najveći broj turista u poseti Novom Sadu tvrdi da nije nezadovoljan, oni koji su nezadovoljni vide razlog nezadovoljstva u saobraćajnim problemima (1,6%), smeću (1,4%) i komunalnim problemima (1,1%), u uređenju tvrđave (nepostojanje dovoljnog broja javnih toaleta, kanti za đubre,...(1,2%)...

Rezultati istraživanja potvrđuju visok stepen ukupnog zadovoljstva turista u Novom Sadu. Konačni rezultati prvog i drugog talasa istraživanja pokazuju da su i strani i domaći turisti u velikoj meri zadovoljni Novim Sadom – njih 71,6%. Ako njima dodamo i one uglavnom zadovoljne, čak 97,1% turista je zadovoljno svojim boravkom u Novom Sadu.

ZADOVOLJSTVO NOVIM SADOM



10. KLJUČNI NALAZI

Svako razvijanje turističke ponude Grada Novog Sada treba da uzme u obzir sledeće ključne nalaze ukupnih rezultata prvog i drugog talasa istraživanja:

- 1 Turiste u Novom Sadu dominantno čine mladi do 30 godina (total: 45,1%).
- 2 Turisti u Novom Sadu su izrazito visoko obrazovani.
- 3 Petrovaradinska tvrđava je dominantno prva asocijacija na Novi Sad - predstavlja simbol grada, ali nešto češće među domaćim turistima.
- 4 Teheran (2,5%), Istanbul (2,3%) i Moskva (2,2%) su gradovi odakle u Novi Sad dolazi najveći broj stranih turista, a iz Beograda dolazi čak 32,7% svih domaćih turista.
- 5 Nešto manje od 1/3 stranih turista dolazi iz ExYu regiona, a nešto više od 1/3 iz ostalih evropskih zemalja, oko 1/4 dolazi iz vanevropskih država, iz Turske 5,3%, iz Rusije 4,9%.
- 6 Kao tri najčešće navođena izvora informisanja o Novom Sadu kao turističkoj destinaciji, i kod domaćih i kod stranih turista pojavljuju se: "Pozitivno lično iskustvo", "Preporuke prijatelja, rođaka, kolega...", i "Internet, društvene mreže".
- 7 Najčešći slučaj je da su u turističkoj poseti Novom Sadu 2 osobe.
- 8 Kalkulacija troškova koje turisti imaju tokom boravka u Novom Sadu otežana je činjenicom da ne plaćaju svi sve za sebe, tj. činjenicom da neko od saputnika plaća deo, većinu ili celokupan trošak svojih saputnika. Ipak, iz meseca u mesec dobijani su relativno konzistentni podaci:
 - a. prosečan ukupni trošak (bez obzira koliko se dana bilo) koji su turisti potrošili za izlaske, hranu, suvenire, i sl. u slučaju domaćih turista 43,5 eura, a stranih 115,1 eura

- b. prosečan trošak turista na troškove prevoza do i od Novog Sada je u slučaju domaćih turista 15,6 eura, a u slučaju stranih 198,9 eura (s tim da treba uzeti u obzir da je opšti prosek troškova prevoza stranih turista podignut jednim brojem izrazito dalekih putovanja)

9. Ako se posmatraju svi turisti koji su u jednodnevnoj poseti Novom Sadu, 56,6% njih su domaći turisti, a 43,4% su strani turisti

- a. Razlog za jednodnevnu posetu stranaca: izlet (45,2%), tranzit (13,7%), odmor i poseta znamenitostima (14,4%)
- b. Razlog za jednodnevnu posetu domaćih turista: izlet (21,3%), odmor i poseta znamenitostima (13,5%), posao (13,7%)

10. Ako se posmatraju svi turisti koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu, skoro 63,1% njih su strani turisti, odnosno 36,9% njih su domaći turisti;

- ✓ Motivi domaćih i stranih turista u višednevnoj poseti Novom Sadu se razlikuju:
 - Dok domaći turisti značajno češće od stranih turista kao motive putovanja izdvajaju blizinu turističke destinacije (Domaći turisti – 62,8% : Strani turisti – 45,8%) i gostoprimstvo (Domaći turisti – 52% : Strani turisti – 45,6%).
 - Strani turisti su značajno češće od domaćih turista kao motive dolaska u Novi Sad navodili kulturno istorijsko nasleđe (Strani turisti – 52,1% : Domaći turisti – 40,1%), dobar odnos cene i kvaliteta (Strani turisti – 50% : Domaći turisti – 42,3%), gastronomsku i enološku ponudu (Strani turisti – 39,2% : Domaći turisti – 19,6%), dok su prirodne atrakcije ujednačen razlog dolaska.
- ✓ Način izbora smeštaja među domaćim i stranim turistima se razlikuje. Dok strani turisti smeštaj u Novom Sadu dominantno traže preko interneta ili društvenih mreža (strani turisti 63,9% : domaći turisti 34,4%); domaći turisti smeštaj u Novom Sadu pre svega traže na osnovu preporuka partnera, rođaka, kolege ili prijatelja (Strani turisti – 27,9% : Domaći turisti – 51,9%).
 - kao najčešće korišćeni internet sajt za izbor smeštaja u Novom Sadu korišćen sajt “booking.com” koji je u ovu svrhu koristilo oko četvrtine svih turista (27,6%), a drugo mesto zauzima sajt “airbnb.com” sa učešćem od 11,5% među svim turistima
- ✓ Prosečan trošak smeštaja (bez obzira koliko se dana bilo u Novom Sadu) je među domaćim turistima 51 euro, a među stranim 88,2 eura.

11. Domaći turisti ne koriste usluge turističko informativnih centara, ali četvrtina stranih turista koristi i čak je 4/5 njih prepoznalo izuzetnu korisnost usluga turističko informativnih centara Novog Sada.

12. Domaći turisti ne uzimaju turističko propagandni reklamni materijal o Novom Sadu, ali čak trećina stranih turista uzima i čak 8 od 10 njih prepoznaje njihovu izuzetnu korisnost.

13. Oko jedne četvrtine turista koristi jednočasovne ture obilaska Novog Sada, 32,7% od svih stranih turista i 23,8% od svih domaćih turista. Strani turisti su za jednočasovne obilaske spremni da izdvoje prosečno 9,4 eura, a domaći 8,8 eura.
14. Samo 16,7% od ukupnog broja turista koji su u poseti Novom Sadu navodi da je koristilo "free walking ture", pri tom 27,1% stranih i tek 6,4% domaćih turista. Oni koji su ih koristili su uglavnom zadovoljni tj. najvećem broju njih su se izuzetno svideli (Stranim turistima – u 75,7% slučajeva, a Domaći turistima u 68% slučajeva).
15. 13,7% stranih i svega 1,8% domaćih turista je koristilo usluge vodiča. I strani i domaći turisti su većinom izuzetno zadovoljni njihovim uslugama.
16. Među najposećenije novosadske turističke lokacije spadaju Centar grada, Petrovaradinska tvrđava, Parkovi i Štrand. Strani turisti češće od domaćih posećuju Petrovaradinsku tvrđavu, Muzeje, Vinske podrum, Galerije i Fruškogorske manastire.
17. Kad je reč o zadovoljstvu posetama novosadskim turističkim lokacijama Petrovaradin i Centar grada su najbolje ocenjeni, a stranci imaju dosta dobro iskustvo i sa koncertima i muzejima u Novom Sadu. I stranci i domaći turisti su zadovoljni posetom Fruškogorskim manastirima, kao i poseti muzejima, galerijama i koncertima.
18. Novi Sad bi sigurno preporučilo čak 91,2% turista, a verovatno još 8% turista. U ovom smislu domaći turisti u odnosu na strane tek neznatno češće pokazuju spremnost da bi sigurno preporučili Novi Sad.
19. 77,2%, stranih turista i 70,3% domaćih će podeliti utiske o poseti Novom Sadu. Od društvenih mreža na kojima će se deliti utisci, prednjače Facebook (Strani turisti – 70,7% : Domaći turisti – 83,4%), Instagram (Strani turisti – 49,9% : Domaći turisti – 45,4%), Viber (Strani turisti – 13,5% : Domaći turisti – 27%), Whatsapp (Strani turisti – 15,5% : Domaći turisti – 16,8%) i Youtube (Strani turisti – 14,6% : Domaći turisti – 11,6%), a strani turisti će u 11,9% slučajeva svoje utiske podeliti i na Snapchat-u.
20. 99,2% domaćih turista navodi da bi ponovo došli u Novi Sad, a takav stav izražava i čak 88,9% stranih turista.
21. Generalno, najveći broj turista, čak 2/3 njih, nema nikakve sugestije kako bi se unapredila turistička ponuda Novog Sada. Ipak, na osnovu rezultata istraživanja vidi se da su najčešće sugerise da je potrebno "Više turističkih informacija" (generalno 3,3% / strani turisti 4,4% / domaći turisti 2,3%), da je "Svuda smeće" (generalno 3,5% / strani turisti 3% / domaći turisti 4%), te da je potrebno "Da se poboljša javni prevoz".

22. Rezultati istraživanja potvrđuju visok stepen zadovoljstva turista u Novom Sadu. Na ukupnom nivou, turisti su izuzetno zadovoljni posetom u 71,6% slučajeva, bez većih razlika između domaćih i stranih turista. Ako tom broju pridodamo i uglavnom zadovoljne (25,5%), dobija se podatak da je čak 97,1% turista zadovoljno svojim turističkim boravkom u Novom Sadu.

23. Kada je u pitanju zadovoljstvo Novim Sadom domaći i strani turisti su saglasni da su najzadovoljniji gostoprimstvom (Strani turisti – 40,9% : Domaći turisti – 40,3%). Takođe, izrazito je i zadovoljstvo kulturno istorijskim nasleđem (Strani turisti – 45,8% : Domaći turisti – 33,4%), ali i blizinom turističke destinacije (Strani turisti – 26,4% : Domaći turisti – 36,2%), te blizinom turističke destinacije (Strani turisti – 28,4% : Domaći turisti – 35,6%). Strani turisti su posebno zadovoljni dobrim odnosom cene i kvaliteta; čak 34% njih.