

Rezultati istraživanja stavova i ponašanja domaćih i stranih turista u Novom Sadu u prvom talasu, u novembru i decembru 2018, i januaru 2019, i drugom talasu u maju, junu, julu, avgustu i septembru 2019.

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	29
6. OBILAZAK NOVOG SADA.....	32
7. TURISTIČKE LOKACIJE I SADRŽAJI NOVOG SADA	34
8. PREPORUKE I UTISCI	44
9. OPŠTE ZADOVOLJSTVO POSETOM NOVOM SADU	47
10. KLJUČNI NALAZI	49

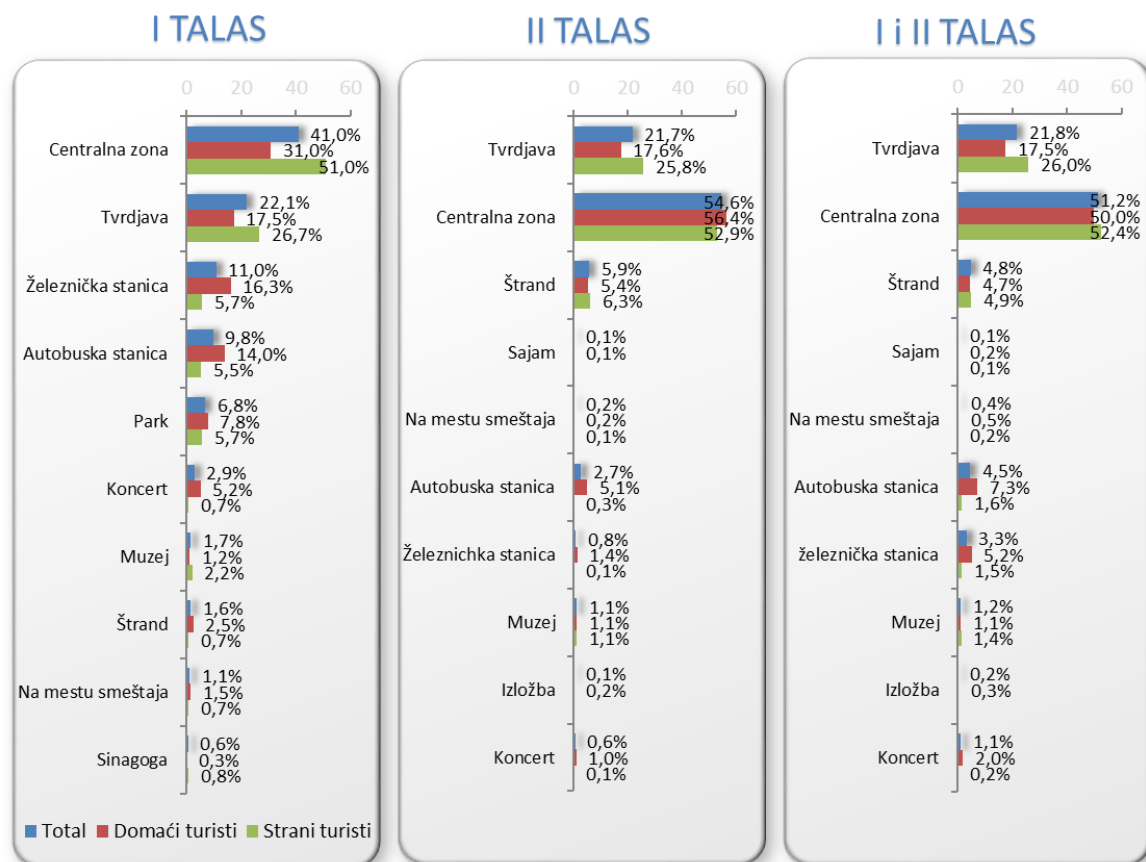
1. METODOLOGIJA

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: 4806 turista (2400 domaćih i 2406 stranih turista)
 - Prva etapa: na osnovu kvota prema statistici turista iz 2017/2018. 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 2018, i januaru 2019. za prvi talas istraživanja, i u maju, junu, julu, avgustu i septembru 2019. 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 – TOP 10



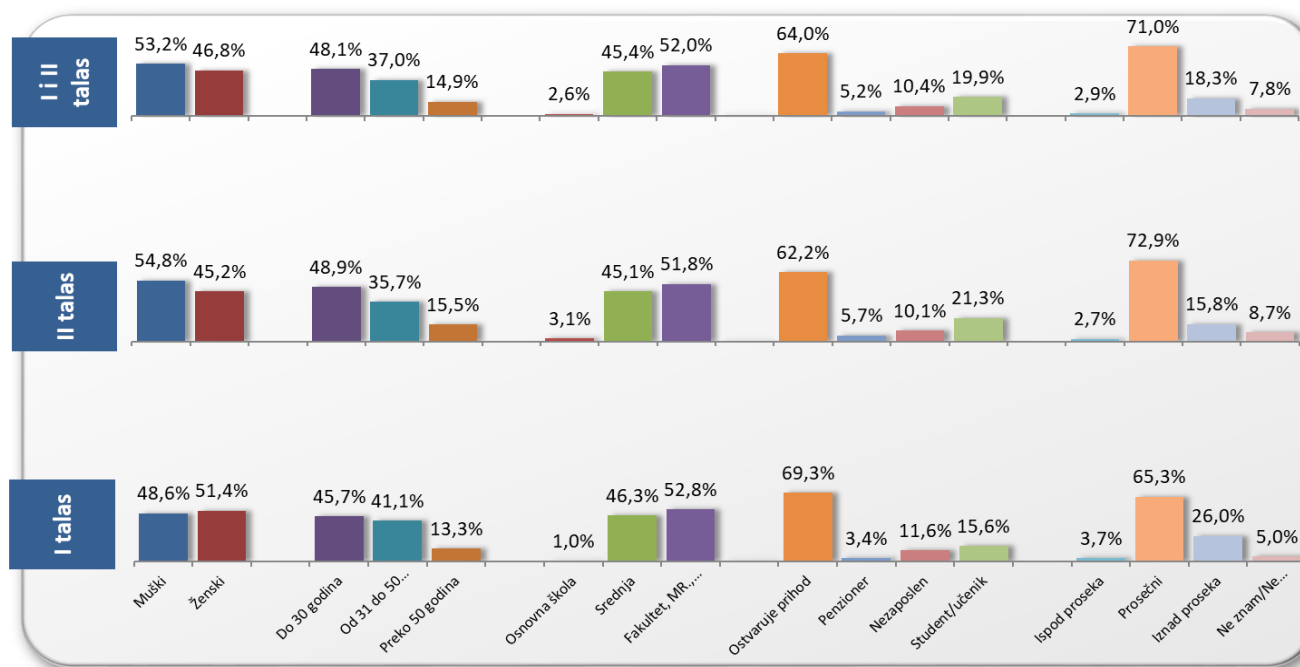
2. KARAKTERISTIKE TURISTA

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: razlika po polu muškaraca je 53,2% a žena 46,8; po starosnoj distribuciji dominiraju turisti starosti do 30 godina, koji čine 45,7% od svih turista u istraživanju; čak 52,8% njih je visoko obrazovanih; 69,3% 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

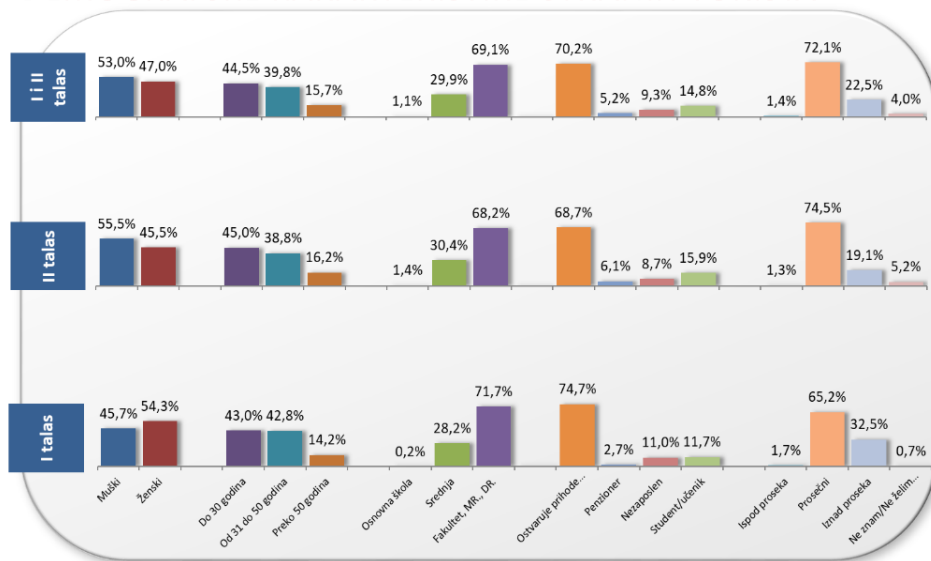


Kad je reč o razlikama između prvog i drugog talasa istraživanja, takođe posmatrano na svim turistima, i domaćim i stranim, one su male: dok je u prvom talasu nešto više žena nego muškaraca, u drugom talasu je obrnuto, muškaraca je značajno više (prvi talas, žene, 51,4% : drugi talas, muškarci, 54,8%); dok je u prvom talasu turista starih do 30 godina 45,7%, u drugom ih je nešto više 48,9%; dok je u prvom talasu 52,8% visokoobrazovanih turista, u drugom ih je nešto manje, 51,8%; dok je u prvom talasu 69,3% turista ukupno u kategoriji onih koji ostvaruju prihod, u drugom je u ovoj kategoriji 62,2% turista; dok je u

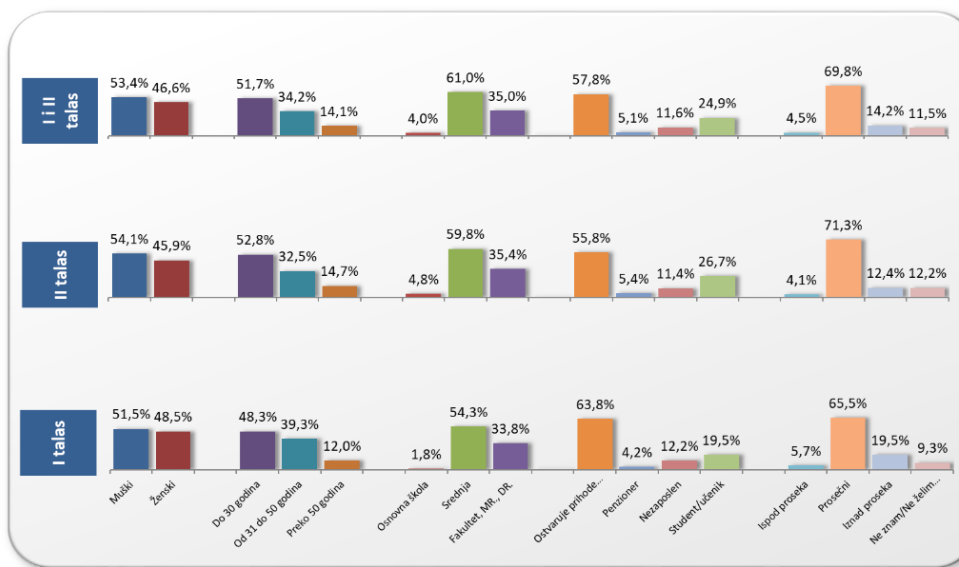
prvom talasu 65,3% turista koji smatraju da njihovo domaćinstvo ima (u zemlji iz koje dolaze) prosečne prihode, u drugom talasu je ovakvih turista čak 72,9%.

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, 51,5%), 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 (51,7%), nego među stranim turistima (44,5%).

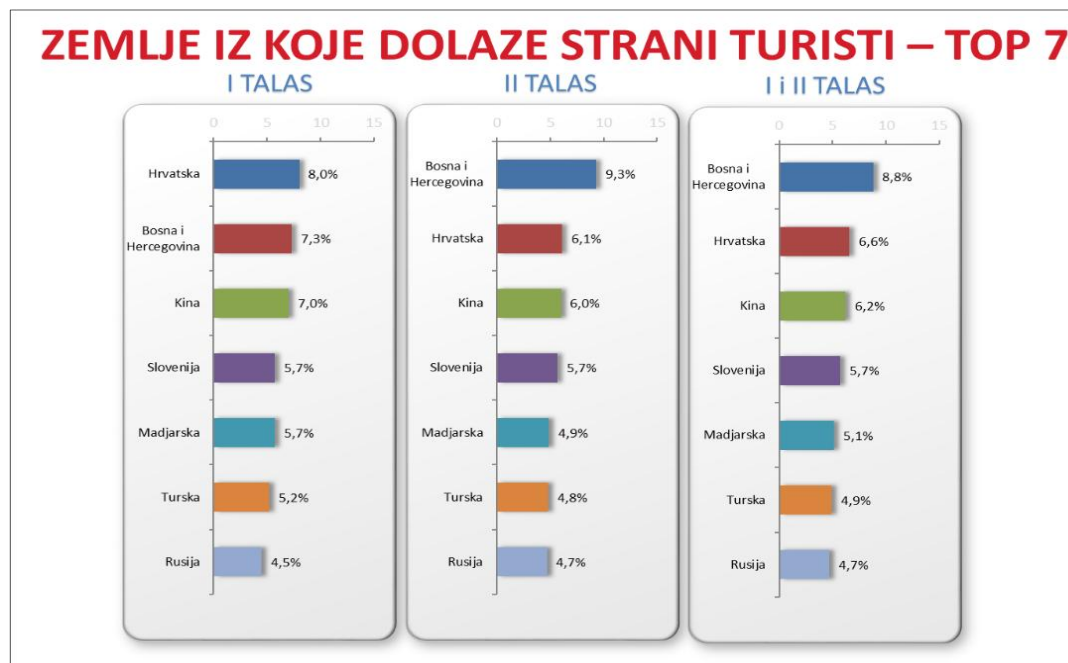
Kad je reč o razlikama u obrazovnoj strukturi između domaćih i stranih turista, među stranim turistima se beleži značajno veći broj onih sa višim i visokim obrazovanjem nego kada je reč o domaćim turistima. Dok je u istraživanju među stranim turistima u proseku bilo oko 2/3 njih sa višim i visokim obrazovanjem (71,7%), među domaćim turistima je zabeleženo 33,8% njih sa višim i visokim obrazovanjem, što znači da su među domaćim turistima dominantni oni sa srednjim obrazovanjem (54,3%). 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 2018. - septembar 2019. postoje i kada je reč o radno socijalnom statusu. Naime, dok se u populaciji stranih turista u proseku 71,7% njih izjašnjava da ostvaruje lični prihod, među domaćim turistima prihod ostvaruje 63,8% njih.

Treba još naglasiti da je među stranim turistima 65,2% onih koji samoprocenjuju prihode svog domaćinstva (u zemlji iz koje dolaze) kao prosečne, a da je 32,5% onih koji prihode svog domaćinstva procenjuju kao iznad prosečne. S druge strane, 65,5% domaćih turista samoprocenjuju prihode svog domaćinstva kao prosečne, a tek 19,5% smatra da su prihodi njihovog domaćinstva iznad prosečni.

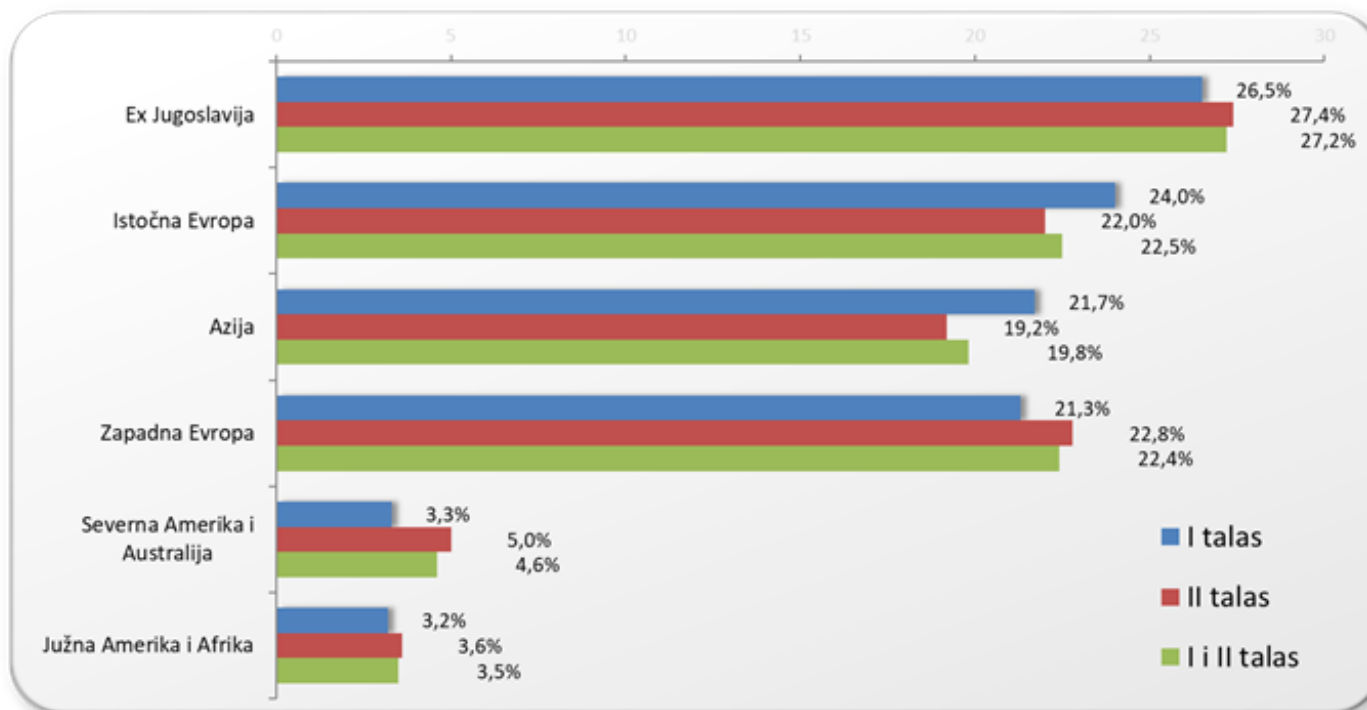
2.2 Odakle su strani turisti koji su posetili Novi Sad u 2017/2018.



Kad je reč o stranim turistima, na osnovu ukupnih rezultata istraživanja može se zaključiti da najveći broj njih dolazi iz Bosne i Hercegovine (8,8%), zatim iz Hrvatske (6,6%), Kine (6,2%), Slovenije (5,7%), Mađarska (5,1%), Turske (4,9%) i Rusija (4,7%).

Na osnovu rezultata istraživanja za prvi talas istraživanja, vidi se da su turisti iz Bosne i Hercegovine bili u zimskom manje učestali (8,0%), dok su i iz Hrvatske bili učestaliji (8,0%), Kine (7,0%), Slovenije (5,7%), Mađarska (5,7%), Turske (5,2%) i nešto manje iz Rusije (4,5%).

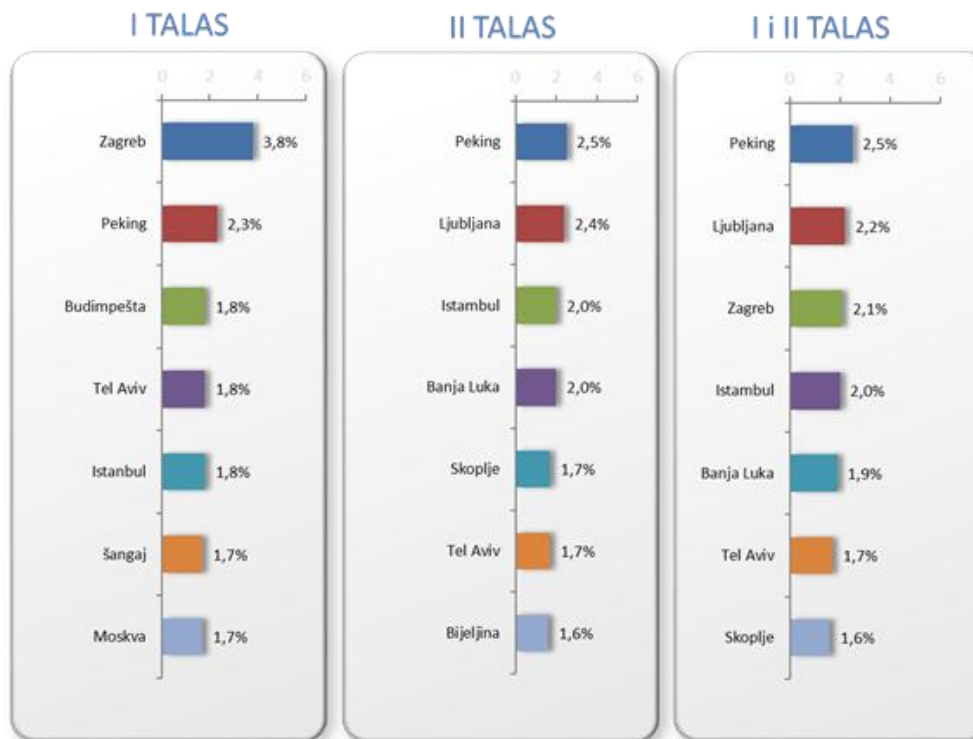
ZEMLJE IZ KOJE DOLAZE STRANI TURISTI - REGIONI



Posmatrano po regionu odakle dolaze strani turisti, na osnovu ukupnih rezultata istraživanja, može se zaključiti da je nešto manje od trećine njih je iz Ex Jugoslavije (27,2%), iz Zapadne Evrope dolazi (22,4%) od svih stranih turista, iz Istočne Evrope (22,5%). Iz „Azije dolazi (19,8%) Broj turista iz Severne Amerike i Australije je (4,6%). Iz Južne Amerike i Afrike prema navedenoj regionalizaciji porekla turista, dolazi (3,5%) 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 Zapadne Evrope i zemalja Južne Amerike i Afrike u letnjem periodu veći nego u zimskom. S druge strane, u zimskoj sezoni raste udeo turista iz Azije.

GRADOVI IZ KOJIH DOLAZE STRANI TURISTI - TOP 7

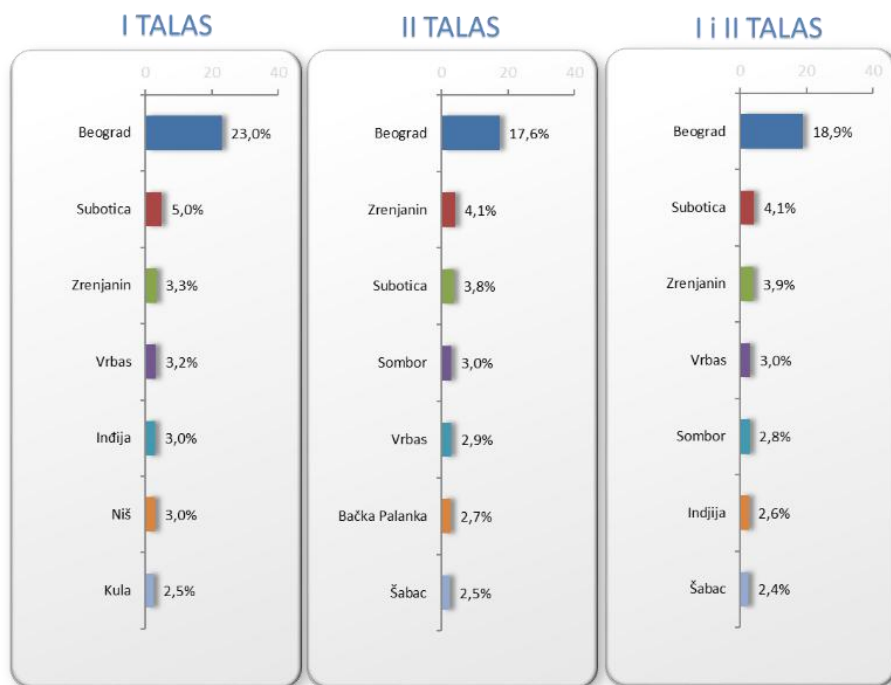


Kad je reč o gradovima odakle dolaze strani turisti, iz rezultata istraživanja vidi se da su najmnogobrojniji turisti iz Pekinga (2,5%), Ljubljane (2,2%), Zagreba (2,1%), Istambula (2,0%), Banja Luke (1,9%), , ali i Tel Aviv (1,7%) i Skoplja (1,6%).

Zanimljivo je da se turisti iz Skoplja ni ne pojavljuju u Top 7 po poreklu stranih turista prema gradovima iz kojih dolaze u zimskoj sezoni, što znači da su turisti iz Skoplja tek u drugom talasu zabeležili značajno veće prisustvo u Novom Sadu. S druge strane, poređenjem rezulta-ta prvog i drugog talasa istraživanja, zapaža se ne pojavljivanje Budimpešte u top 7 u drugom talasu . Dok su turisti iz Zagrebau padu a iz Banja luke u porastu u letnjoj sezoni

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

GRADOVI IZ KOJIH DOLAZE DOMAĆI TURISTI - TOP 7



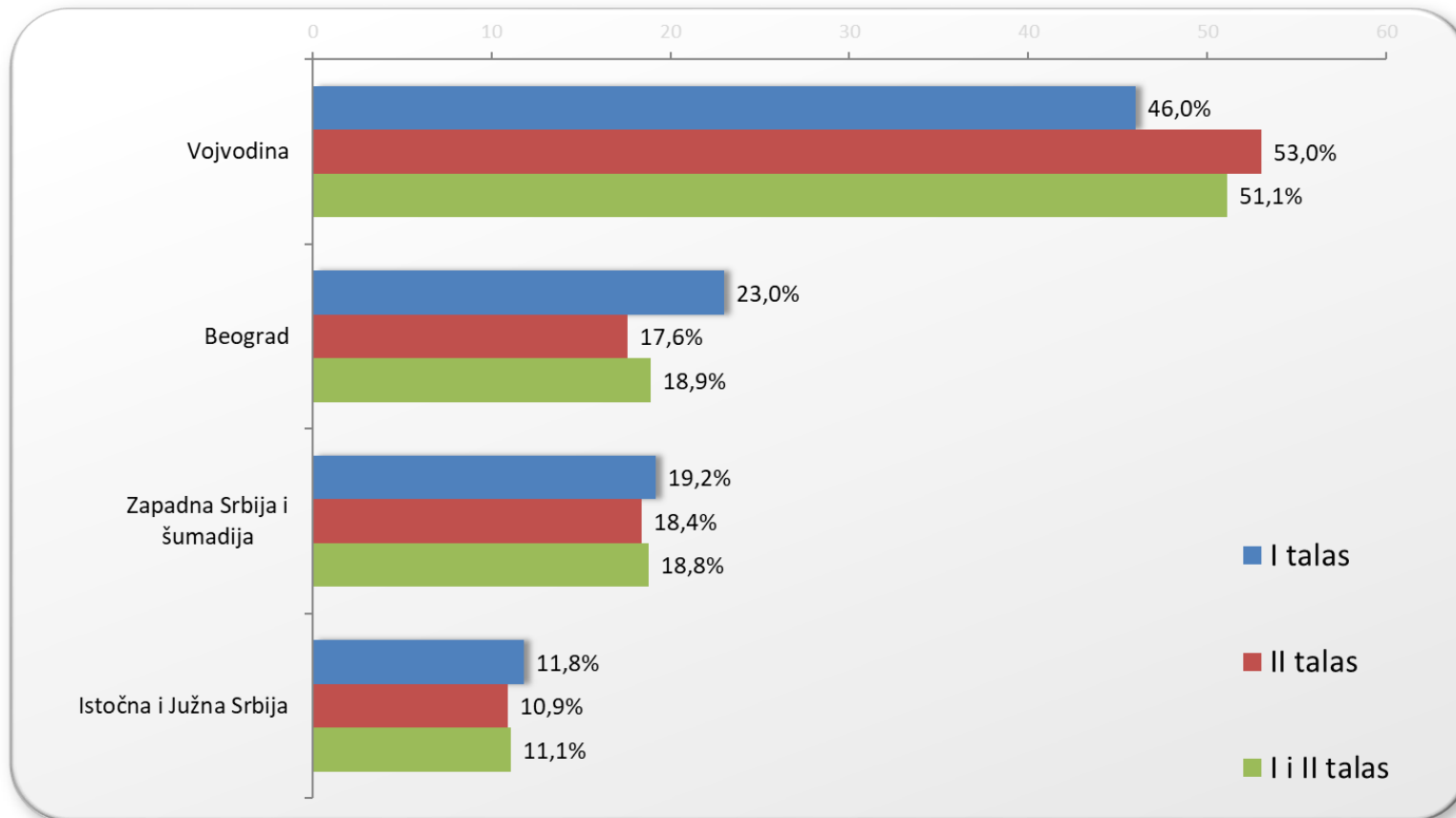
Kad je reč o domaćim turistima, iz ukupnih rezultata istraživanja zaključujemo da je oko jedne petine njih iz Beograda (18,9%), iz Subotice (4,1%), iz Zrenjanina (3,9%), iz Vrbasa (3,0%), iz Sombora (2,8%), dok je iz Indije (2,6%) i iz Šapca (2,4%).

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 23,0% turista iz Beograda, u drugom talasu turisti iz Beograda čine 17,6% od ukupnog broja domaćih turista u Novom Sadu.

Regionalno posmatrano, pored već pomenutog podatka da je oko jedna petina svih domaćih turista iz Beograda, treba istaći da oko 1/2 domaćih turista u Novi Sad dolazi iz Vojvodine

(51,1%), da iz regiona Zapadne Srbije i Šumadije dolazi 18,8% 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



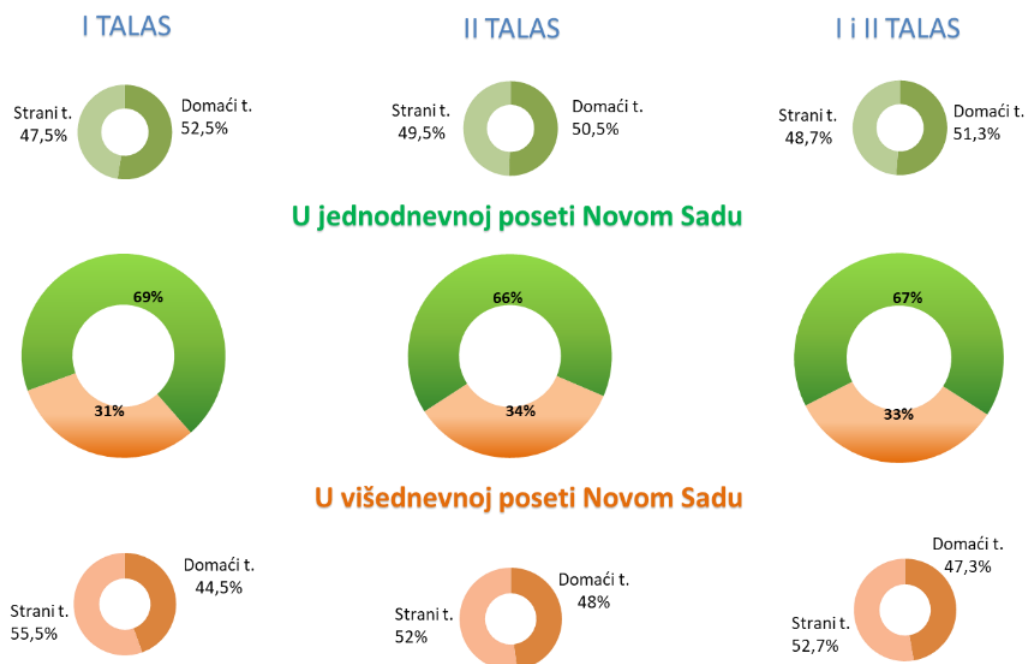
Postoje očiti sezonski trendovi. Dok je udeo Vojvođana među domaćim turistima u Novom Sadu u zimskom periodu oko 46%, u letnjoj sezoni taj udeo je čak 53,0%.

3. MOTIVI I KARAKTERISTIKE PUTOVANJA

3.1 Jednodnevna ili višednevna poseta

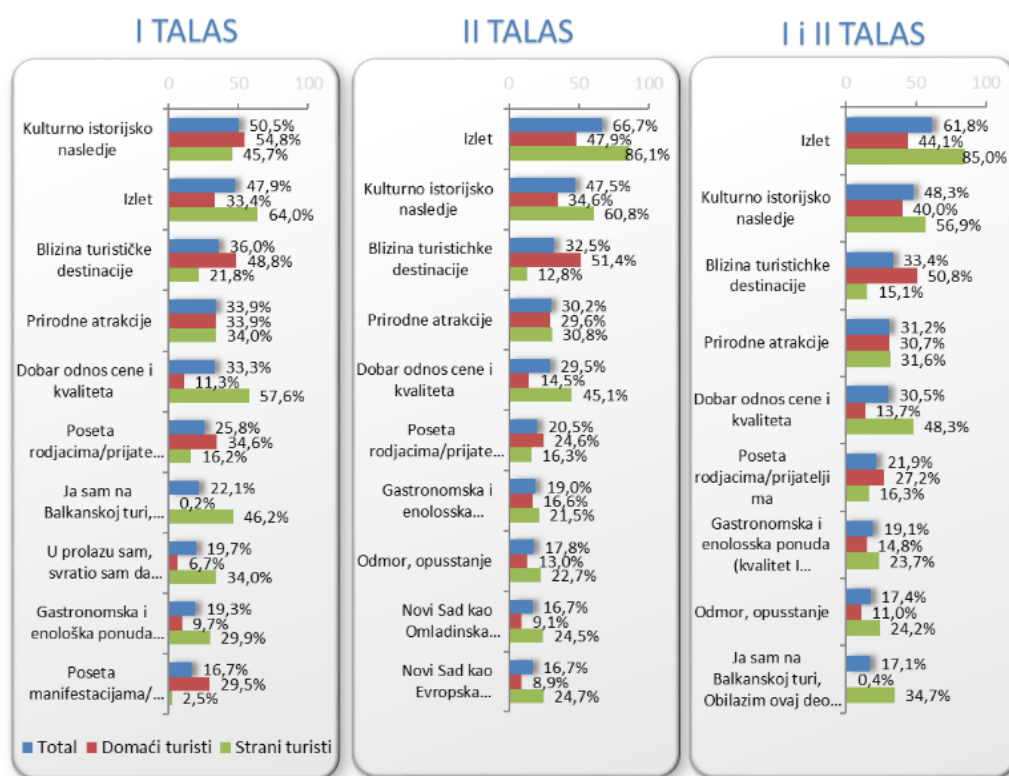
Generalno, od svih turista, njih 67% je u jednodnevnoj poseti Novom Sadu, a njih 33% navodi da su u višednevnoj poseti Novom Sadu smešteni u nekom ugostiteljskom objektu za smeštaj. Postoje razlike između domaćih i stranih turista po ovom pitanju. S jedne strane, ako se posmatraju svi turisti koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu, skoro 52,7% njih su strani turisti, odnosno 47,3% njih su domaći turisti; s druge strane, ako se posmatraju svi turisti koji su u jednodnevnoj poseti novom Sadu, 51,3% njih su domaći turisti, a 48,7% 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.

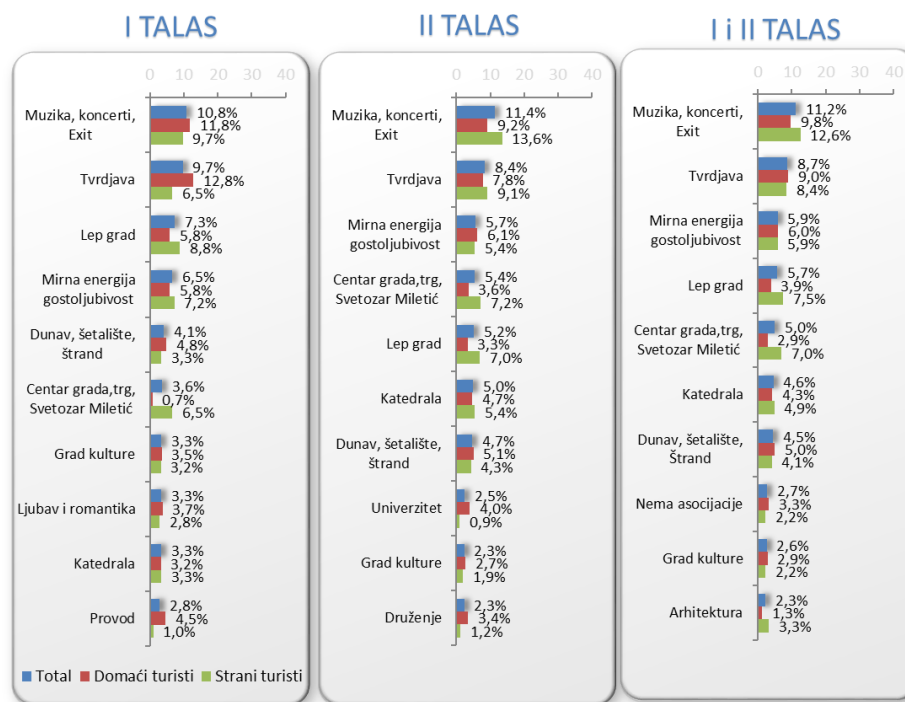
RAZLOG JEDNODNEVNE POSETE – TOP 10



Kada se uzmu u obzir samo turisti koji su u jednodnevnoj poseti Novom Sadu, čak 61,8% njih navodi da je razlog posete Novom Sadu izlet. Nadalje, dok su za domaće turiste često pominjani razlozi posete Novom kulturno istorijsko nasleđe (40,0%), blizina turističke destinacije (50,8%), prirodne atrakcije (30,7%), ali i posete rođacima i prijateljima (27,2%); za strane turiste kao često navođeni razlozi izdvajaju se pre svega Izlet, što navodi 85,0% stranaca u Novom Sadu, zatim, takođe kulturno istorijsko nasleđe (56,9%), ali i dobar odnos cene i kvaliteta (48,3%), te da su se odlučili za dolazak u Novi Sad zato što su "na balkanskoj turi" (34,7%).

3.2 Asocijacija na Novi Sad

PRVA ASOCIJACIJA NA NOVI SAD – TOP 10



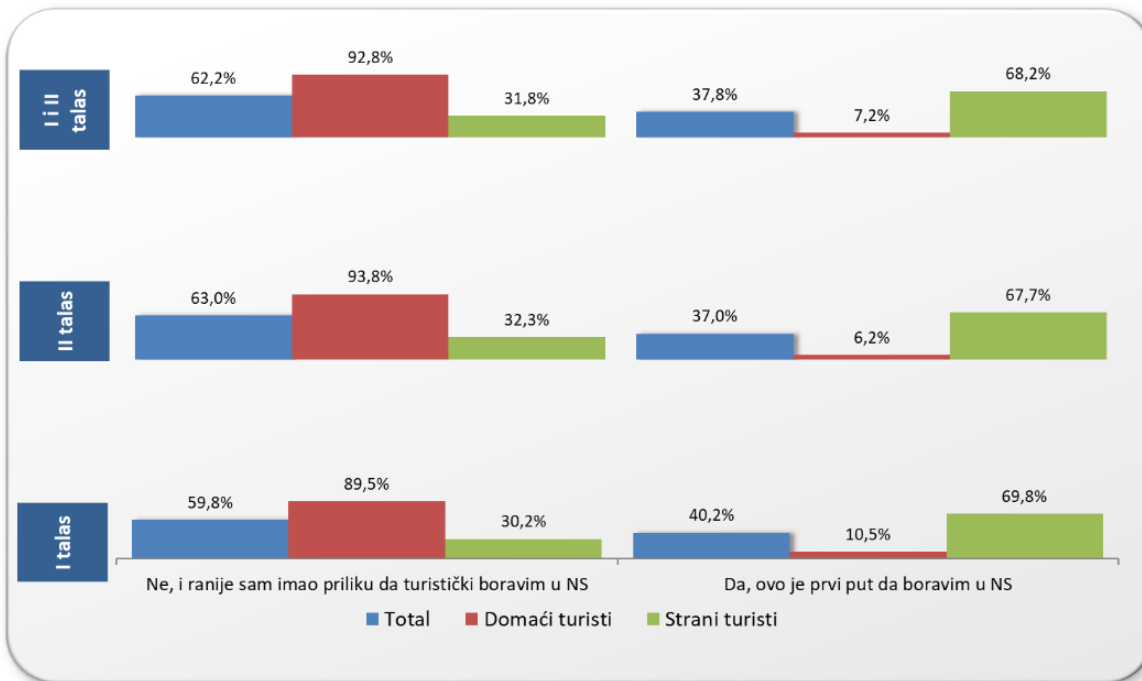
Muzički festival Exit navodi generalno 11,2% turista, i to je dominantna asocijacija na grad u slučaju domaćih turista (9,8%). Kod stranih turista, dominantna asocijacija je takođe Exit (12,6%). Tvrđavu 8,4% stranih turista navodi kao drugu asocijaciju takođe i (9,0%) domaćih, i kod domaćih i kod stranih turista na trećem mestu je mirna energija i gostoljubivost 5,9%, a 5,7% navodi lep grad; 4,6% katedralu kao prvu asocijaciju.

Na osnovu poređenja rezultata prvog i drugog talasa istraživanja može se primetiti da je u letnjoj sezoni Exit češće navođen kao prva asocijacija na Novi Sad.

Tvrđava je nešto češće navođena u zimskoj sezoni a zanimljivo je da je Novi sad kao lep grad više istican u zimskoj nego letnjoj sezoni.

3.3 Učestalost poseta

UČESTALOST POSETA

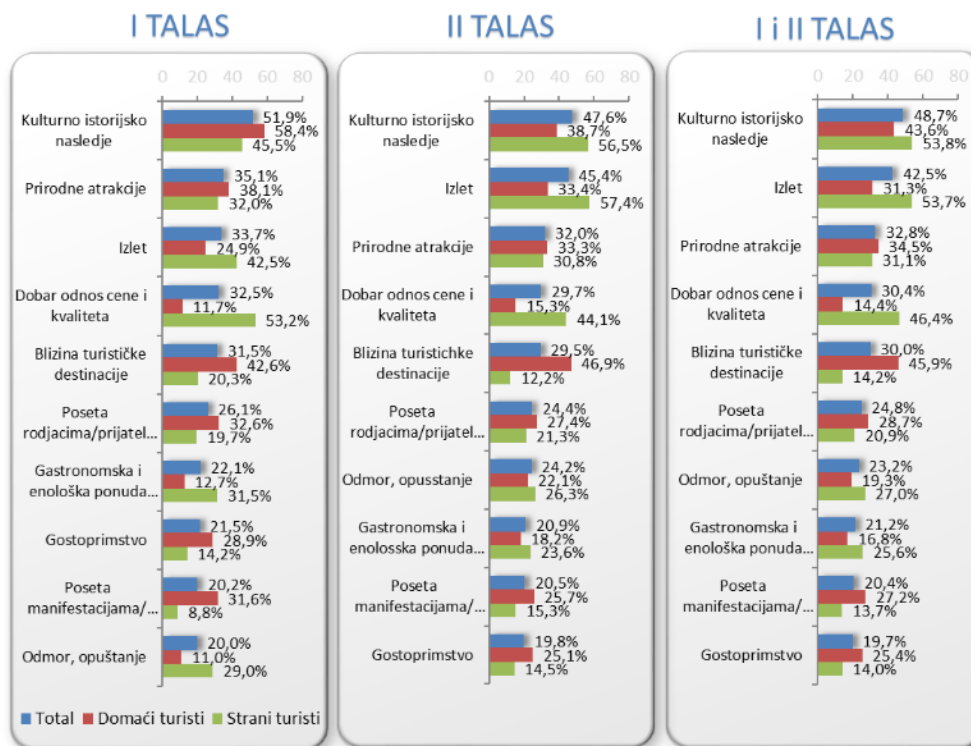


Generalno, rezultati pokazuju da je čak 62,2% turista i ranije imalo priliku da poseti Novi Sad. Ovaj nalaz se može tumačiti u svetlu činjenice da je čak više od 9 od 10 domaćih turista prethodno imalo priliku da turistički boravi u Novom Sadu. S druge strane, 7 od 10 stranih turista navodi da im je 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 konstatovano da je 89,5% domaćih turista već i ranije imalo priliku da turistički boravi u Novom Sadu, a da je u drugom talasu čak 93,8% domaćih turista potvrdilo prethodni boravak u Novom Sadu. Dakle, dok u zimskoj sezoni 10,5% domaćih turista navodi da im je ovo prvi put u Novom Sadu, u letnjoj sezoni je svega 7,2% domaćih turista koji pre nisu bili u Novom Sadu.

3.4 Motiv putovanja

MOTIV PUTOVANJA – TOP 10



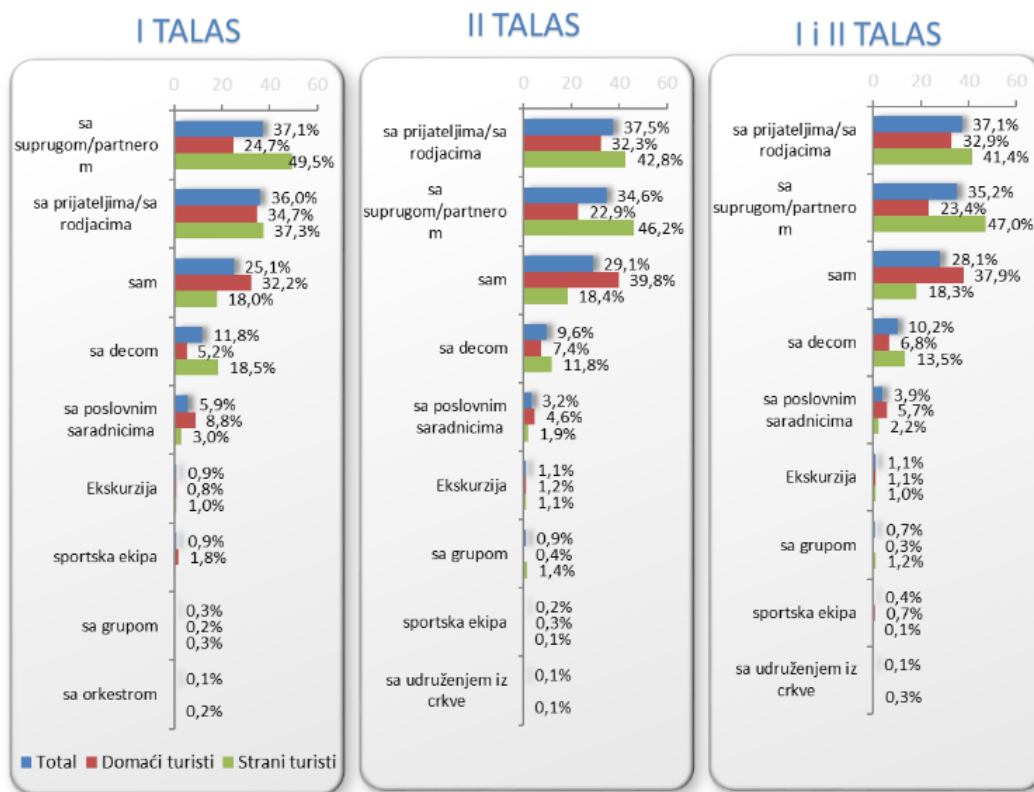
Posmatrano u odnosu na generalne rezultate za prvi i drugi talas istraživanja, domaći turisti značajno češće od stranih turista kao motive putovanja izdvajaju blizinu turističke destinacije (Domaći turisti – 45,9% : Strani turisti – 14,2%) i gostoprimstvo (Domaći turisti – 25,4% : Strani turisti – 14,0%).

S druge strane, strani turisti su značajno češće od domaćih turista kao motive dolaska u Novi Sad navodili kulturno istorijsko nasleđe (Strani turisti – 53,8% : Domaći turisti – 43,6%), dobar odnos cene i kvaliteta (Strani turisti – 46,4% : Domaći turisti – 14,4%), te gastronomsku i enološku ponudu (Strani turisti – 25,6% : Domaći turisti – 16,8%).

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

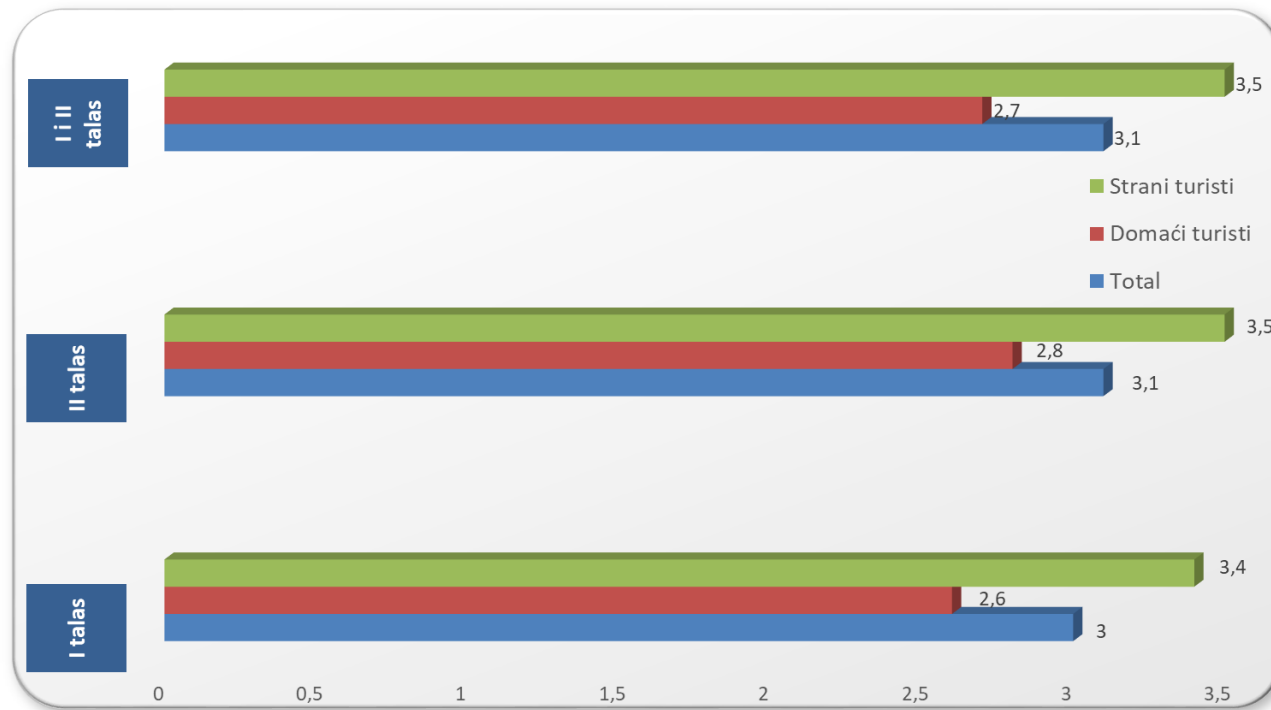
SAPUTNICI



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 32,9% : strani turisti 41,4%). 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 – 37,9% : Strani turisti – 18,3%). Strani turisti znatno češće dolaze sa suprugom/partnerkom (I i II talas istraživanja: Domaći turisti – 23,4% : Strani turisti – 47,0%), 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, sa decom je značajno više stranih turista (13,5%) nego domaćih (6,8%).

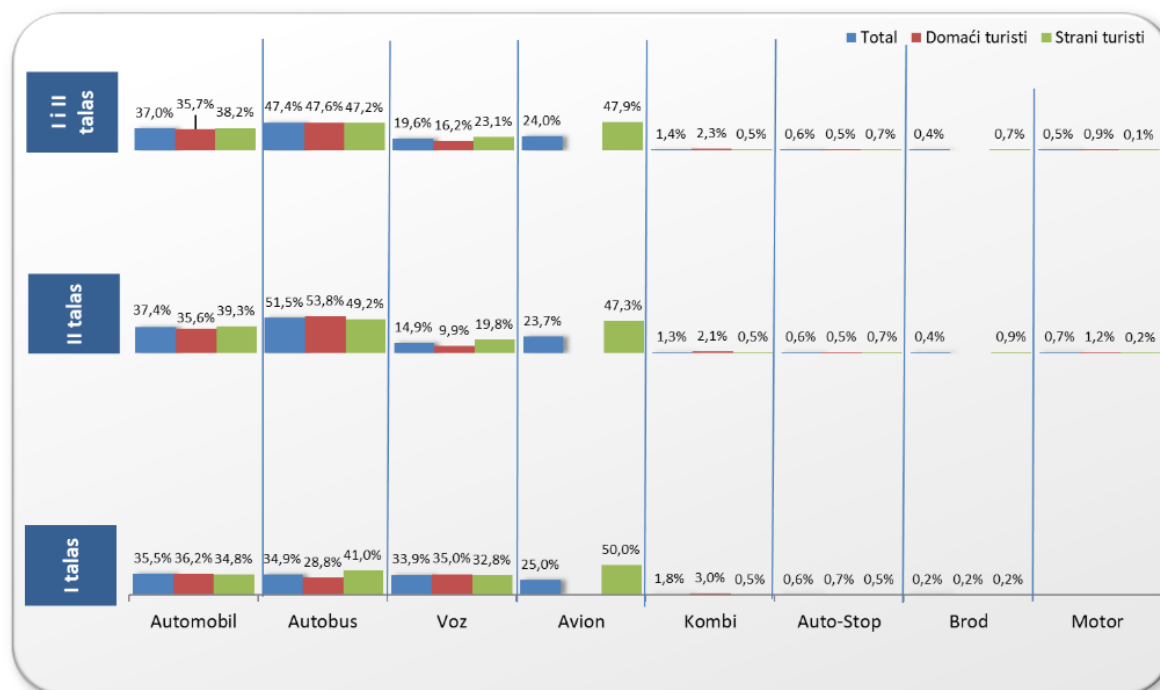
PROSEČAN BROJ SAPUTNIKA



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 3,5, u slučaju domaćih turista prosečan broj saputnika je 2,7.

Domaći turisti u zimskoj sezoni imaju nešto manje saputnika nego u letnjoj zimi 2,6 saputnika a leti 2,8. Strani turisti u zimskoj sezoni imaju 3,4 saputnika u proseku a u letnjoj 3,5.

PREVOZNO SREDSTVO

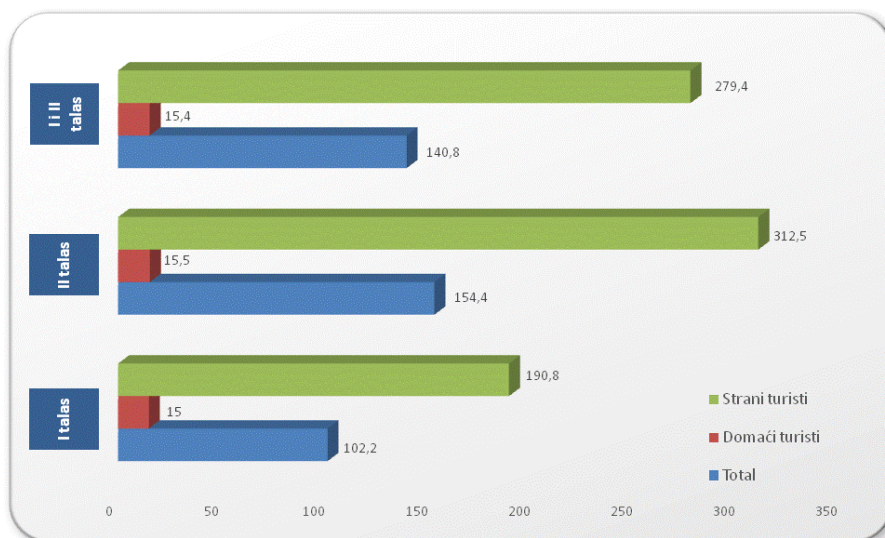


Generalno, ukupni rezultati prvog I drugog talasa istraživanja potvrđuju da je automobil ubedljivo najčešće prevozno sredstvo turista (Strani turisti – 47,2% : Domaći turisti – 47,6%). Dok su i strani i domaći turisti za dolazak u Novi Sad koristili autobus ujednačeno (Strani turisti – 38,2% : Domaći turisti – 35,7%), stranim turistima češće koriste voz, spram domaćih (Strani turisti – 23,1% : Domaći turisti – 16,2 %), a samo su strani turisti, razumljivo, koristili avion (47,9%).

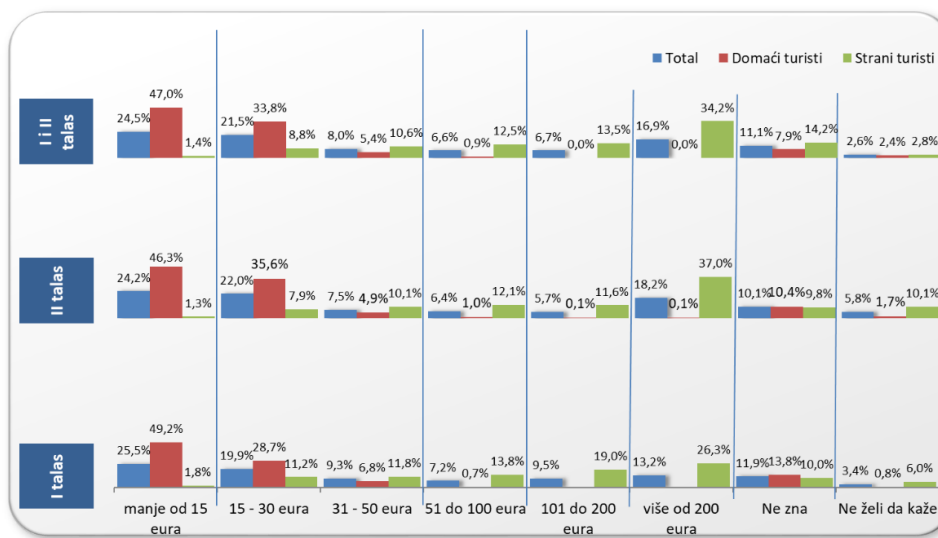
Istraživanje je utvrdilo da, kad je reč o prevoznom sredstvu dolaska u Novi Sad, postoje izvesne razlike u odnosu na sezonu. Naime, domaći turisti automobilski prevoz češće koriste zimi nego leti, a autobus mnogo češće leti nego zimi. Strani turisti, s druge strane, u zimskoj sezoni češće koriste voz 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 jedan 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 47,0% domaćih turista u Novom Sadu, a između 15 i 30 eura na prevoz troši 33,8% 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

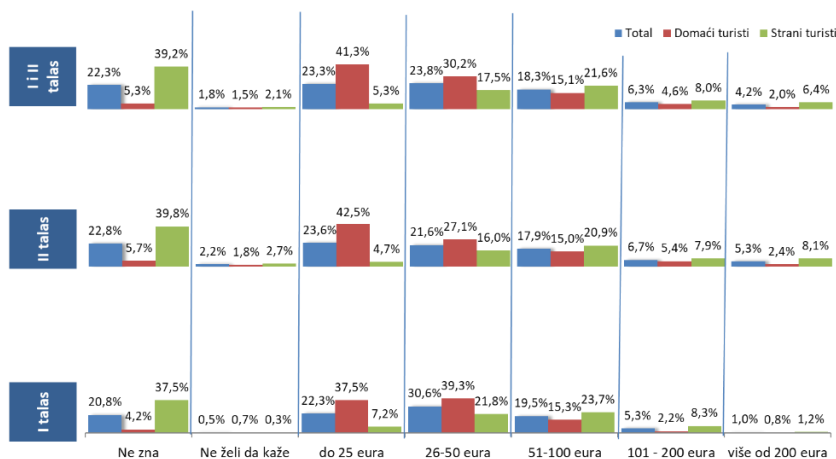


TROŠKOVI PREVOZA



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 15,4 eura, a stranih 279,4 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 190,8 eura, u letnjoj sezoni je taj trošak znatno viši i iznosi 312,5 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 (41,3% domaćih turista) i 25 do 50 eura (30,2% domaćih turista), a da su strani turisti učestalije navodili da za ovu namenu troše od 51 do 100 eura (21,6% stranih turista), čak i više (4,4% stranih turista).

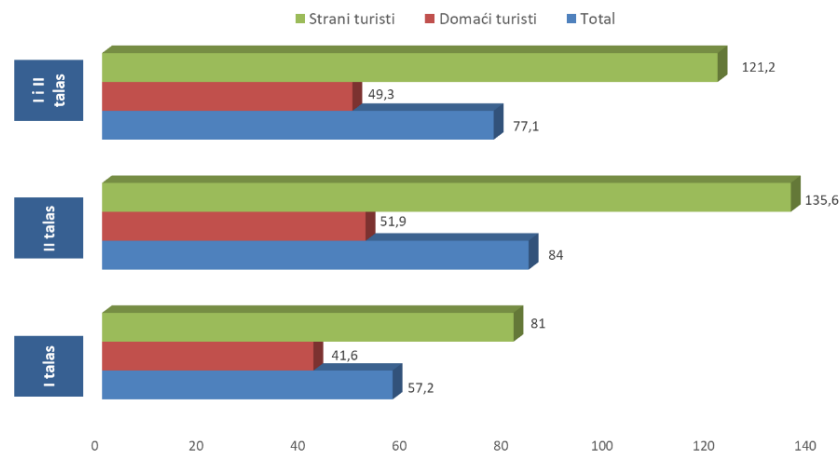
Na nivou proseka svih navedenih svota potrošenih na tkz. "ostale troškove", dolazi se do podatka da je u ovom smislu prosečan trošak domaćih turista 49,3

eura, a stranih 121,2 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 letnjem period, u proseku 51,9 eura po turističkoj poseti, u zimskim mesecima je njihov ukupan trošak za ovu namenu u proseku čak oko desetak eura manji, I iznosi 41,6 eura po poseti.

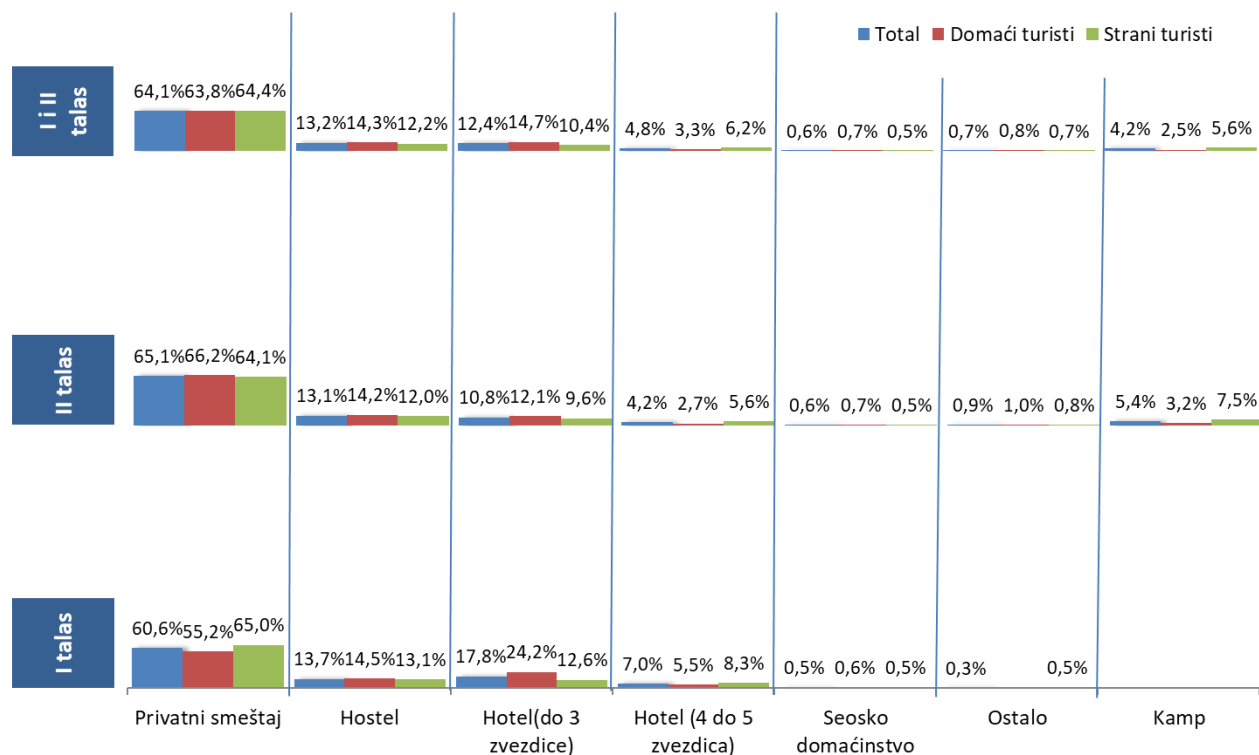
Kad je reč o stranim turistima I njihovoj prosečnoj potrošnji na tkz. "ostale troškove", ona je znatno niža u zimskim mesecima 81 euro u odnosu na 135,6 koliko se potroši leti.

PROSEČNI UKUPNI OSTALI TROŠKOVI



4. SMEŠTAJ U NOVOM SADU

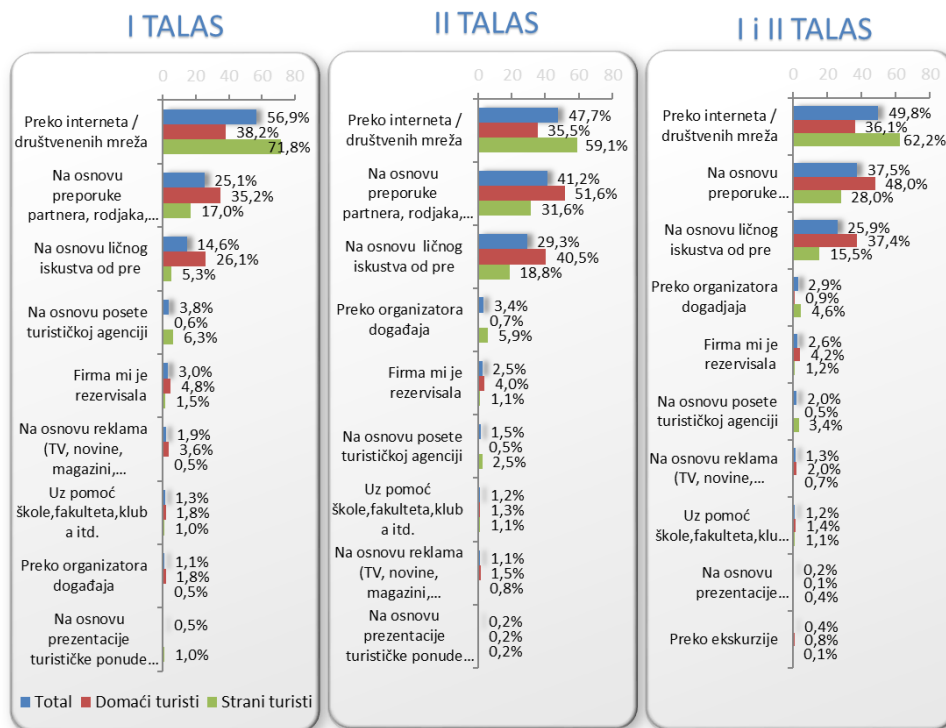
VRSTA SMEŠTAJA



Ako se izdvoje samo turisti koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu, uočava se da je ogroman broj turista orijentisan na privatni smeštaj: čak 63,8% domaćih turista i 64,4% stranih turista.

Pored toga, evidentno je da u slučaju dominacije orijentacije na privatni smeštaj nema razlika u zimskoj i u letnjoj sezoni. Zanimljivo je da je podatak da je značajno više domaćih turista u zimskoj, nego u letnjoj sezoni koristio usluge hotela do 3 zvezdice.

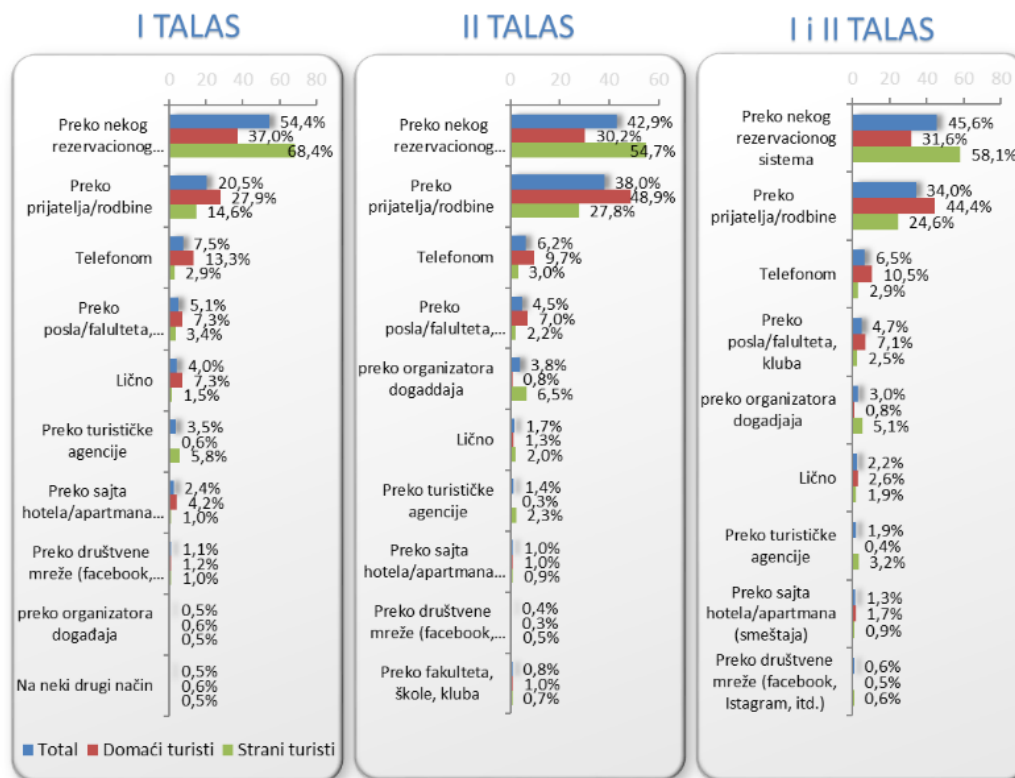
IZBOR SMEŠTAJA



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 (38,2%) i stranih (71,8%). 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 – 28,0% : Prvi I drugi talas, Domaći turisti – 48,0%), i na osnovu pozitivnog ličnog iskustva (Prvi I drugi talas, Domaći turisti – 37,4% : Prvi I drugi talas, Strani turisti – 15,5%).

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 – 26,1% : Drugi talas, Domaći turisti, pozitivno lično iskustvo – 40,5%).

NAČIN REZERVACIJE SMEŠTAJA

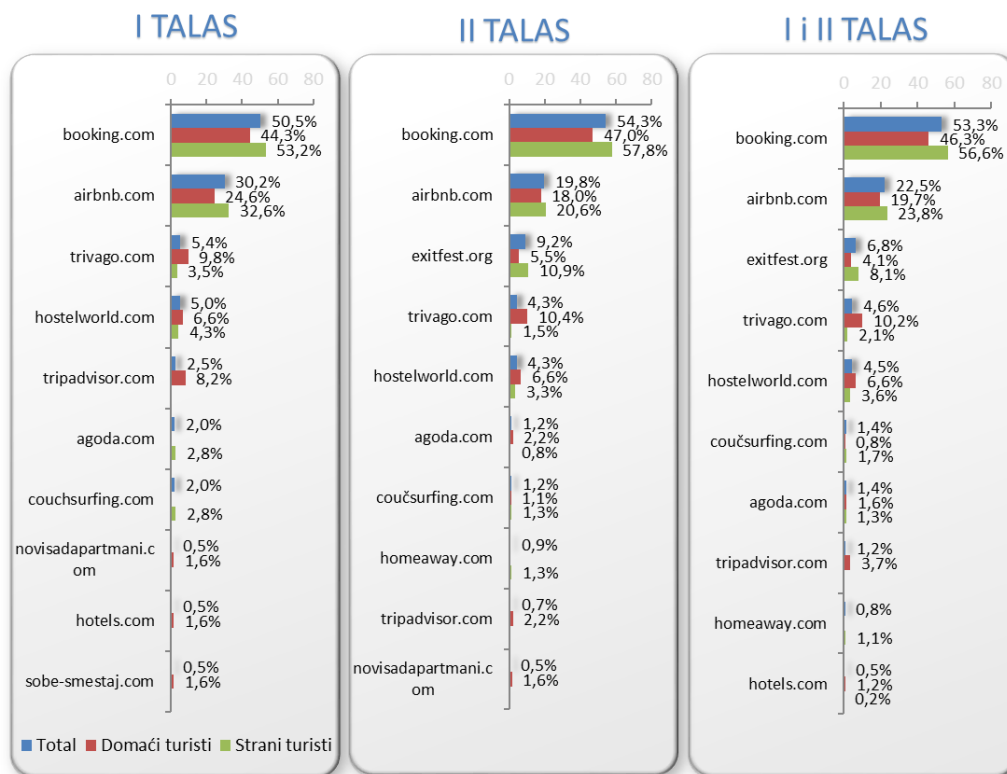


Jasne su i razlike u korišćenju rezervacionog sistema kao načina rezervacije smeštaja između domaćih i stranih turista (prvi i drugi talas, Strani turisti – 58,1% : prvi i drugi talas, Domaći turisti – 31,6%) kao i slučaju rezervacije preko prijatelja koja je karakterističnija za domaće turiste (prvi i drugi talas, Strani turisti – 24,6% : prvi i drugi talas, Domaći turisti – 44,4%). Među domaćim turistima značajno je prisutno i rezervisanje smeštaja telefonom u Novom Sadu (evidentirano kod 10,5% 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, telefonom.

REZERVACIONI SISTEMI SMEŠTAJA

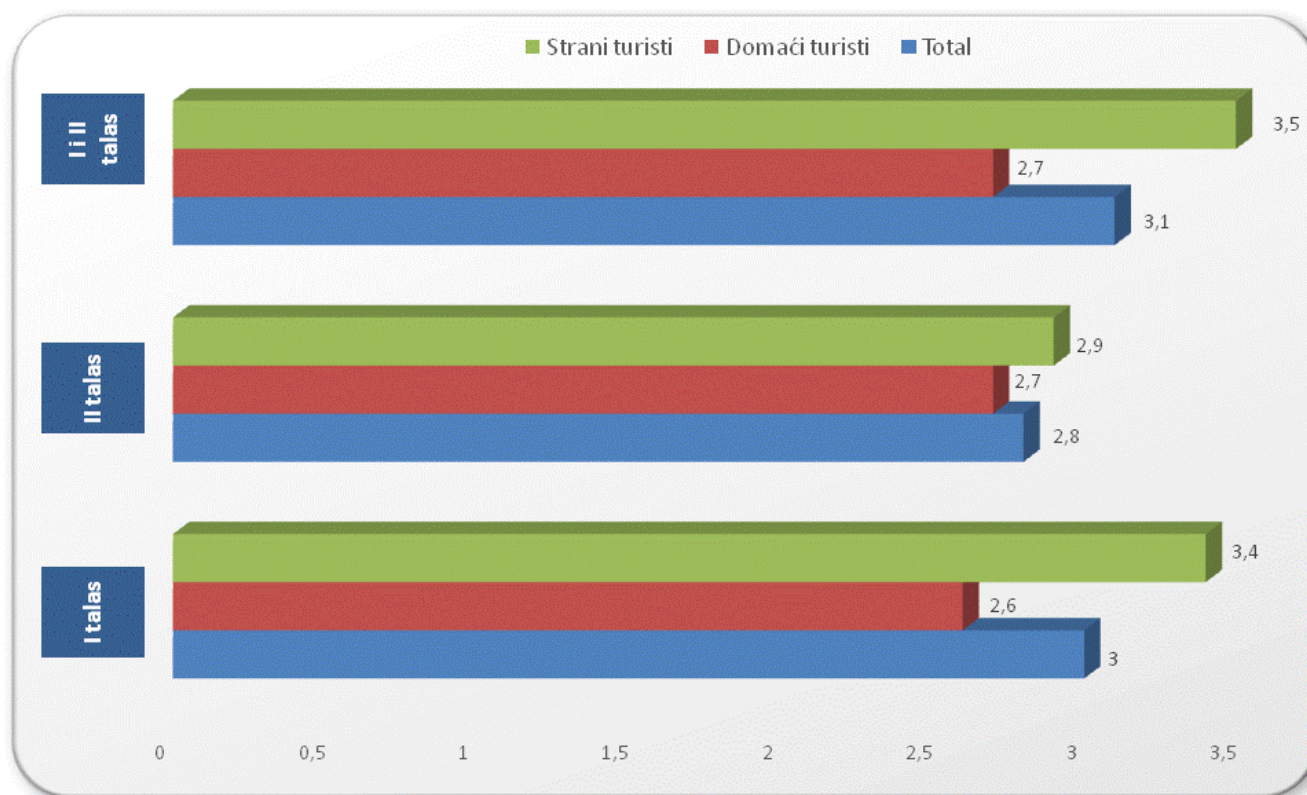


Kad je reč o najčešće korišćenim sajtovima za izbor smeštaja, posmatrano na nivou ukupnih nalaza za prvi i drugi talas istraživanja, oni koji koriste internet sajtove za izbor smeštaja u Novom Sadu najčešće navode da su koristili “booking.com”, koji je u ovu svrhu koristilo nešto više od polovine turista (53,3%) koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu, na drugom mesto je sajt “airbnb.com” sa učešćem od 22,5%. 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 56,6% slučajeva, domaći turisti ga koriste“ u 46,3% slučajeva. Kad je reč o ovom sajtu I ovoj nameni, domaći turisti “booking.com” češće koriste u letnjoj sezoni (47,0%), nego u zimskoj (44,73%). Normalno pokazuje se i da je sajt exitfest.org prisutan samo u letnjoj sezoni.

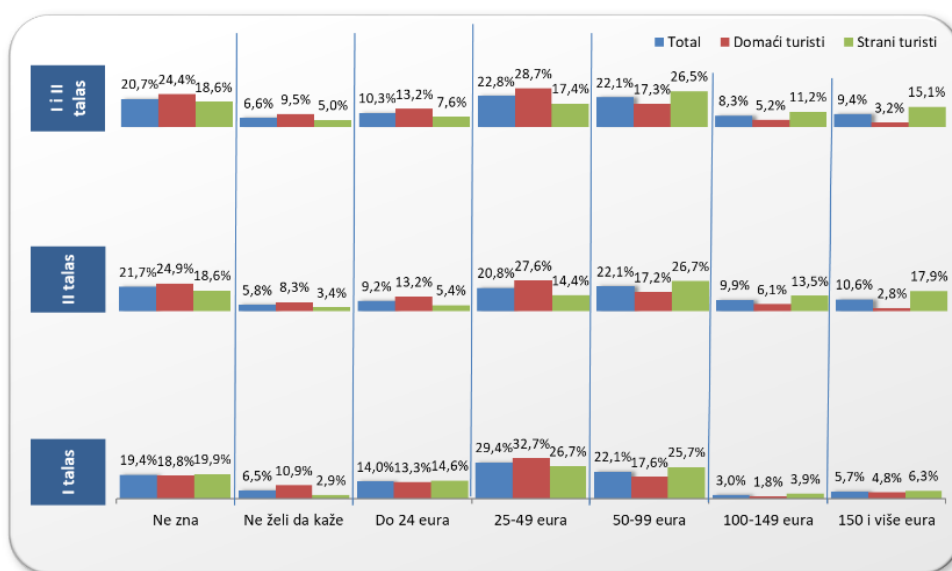
Kad je reč o prosečnom trajanju boravka u Novom Sadu može se uočiti da je za turiste koji su bili u višednevnom boravku u Novom Sadu taj prosek u II talasu istraživanja ujednačen i iznosi 2,8 dana boravka. U prvom talasu ukupan prosek je iznosio 3 dana, pri čemu su strani turisti u Novom Sadu provodili više vremena, 3,4 dana, a domaći 2,6 dana. Prosek za celokupno istraživanje je 3,1 dan, pri čemu 2,7 kod domaćih i 3,5 kod stranih turista.

TRAJANJE BORAVKA U NOVOM SADU

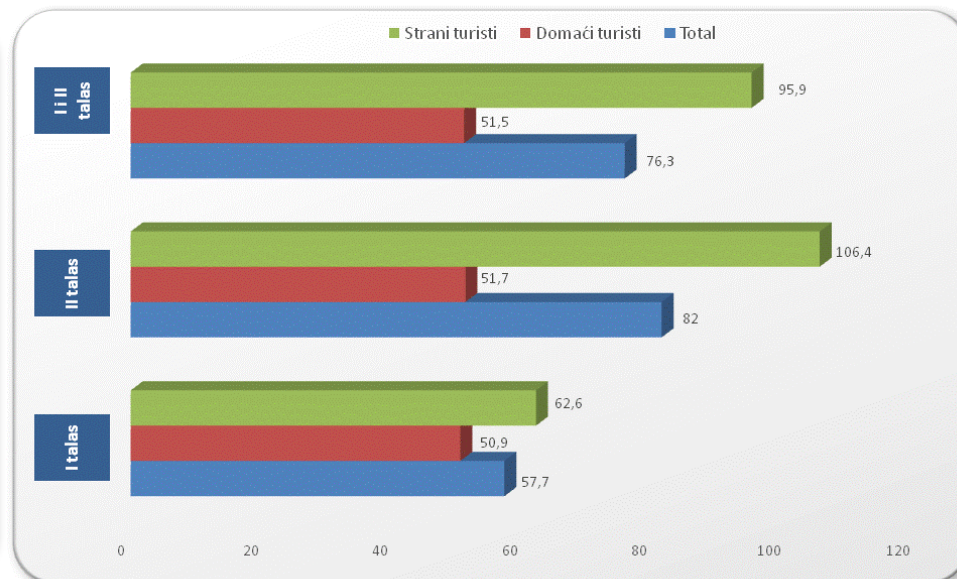


Kad je reč o troškovima smeštaja u Novom Sadu, pored činjenice da jedan broj turista ne želi da podeli informacije tog tipa, ili se prosto odgovara da se ne zna o kolikoj svoti je reč, može se uočiti: 1) da su niži troškovi smeštaja do 24 eura i od 25 do 49 eura dominantno karakteristični za domaće turiste (od svih domaćih turista na smeštaj do 24 eura troši 13,2%, a 25-49 eura 28,7% njih); te 2) da strani turisti za troškove smeštaja najčešće troše između 50-100 eura (26,5% njih); 3) a da su svote preko 100 eura i one više od 150 eura, karakteristične skoro isključivo za strane turiste (26,3% stranih turista na trošak smeštaja potroši 100 i više eura), pri čemu se može konstatovati da strani sa visokom potrošnjom zastupljeniji su u letnjoj sezoni.

UKUPNI TROŠKOVI SMEŠTAJA



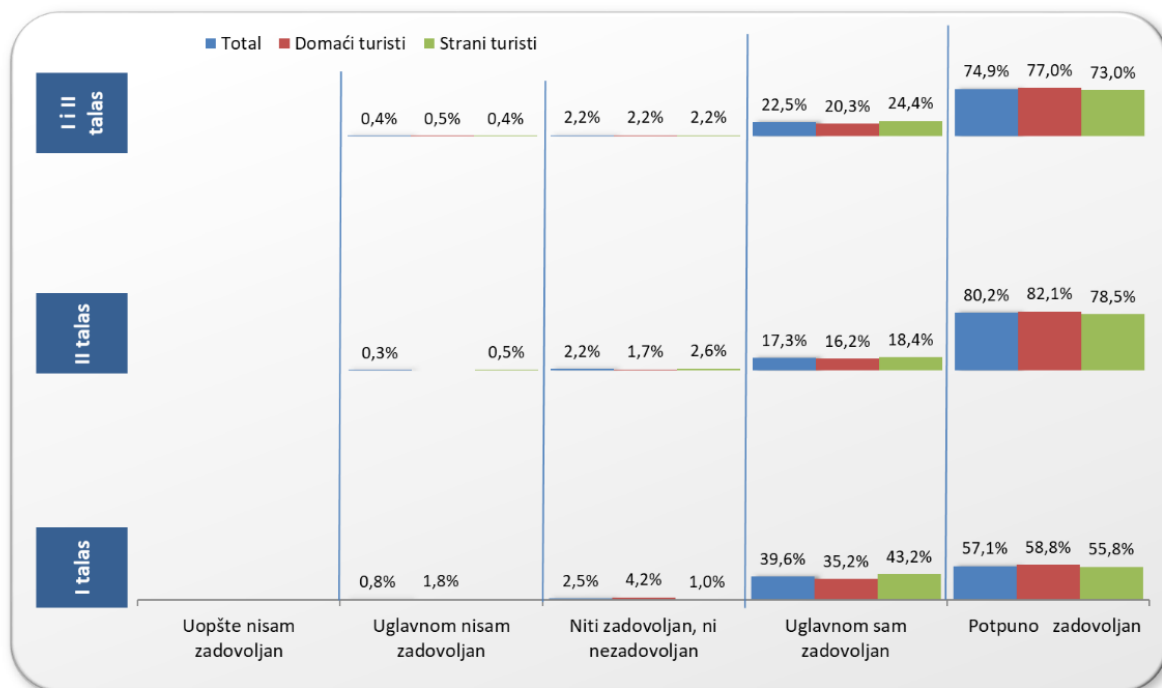
PROSEČNI UKUPNI TROŠKOVI SMEŠTAJA



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 76,3 eura, odnosno, među domaćim turistima 51,5 eura, a među stranim 95,9 eura. Kad je reč o sezonskim razlikama, one ne postoje u slučaju domaćih turista, ili su minimalne (Prvi talas, domaći turisti, prosečan trošak smeštaja, 50,9 eura : Drugi talas, domaći turisti, prosečan trošak smeštaja, 51,7 eura); a u slučaju stranih turista se može zaključiti da su njihovi troškovi smeštaja u proseku viši u letnjim mesecima nego u zimskim (Prvi talas, strani turisti, prosečan trošak smeštaja, 62,6 eura : Drugi talas, strani turisti, prosečan trošak smeštaja, 106,4 eura).

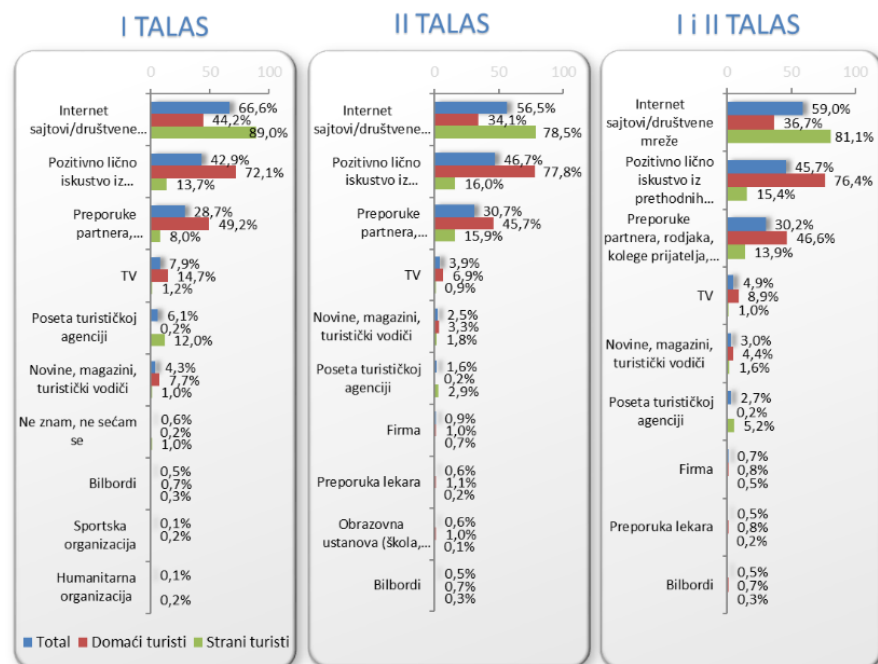
Kad je reč o zadovoljstvu smeštajem, i kod domaćih i stranih turista koji su u poseti Novom Sadu, bez značajnije razlike, dominira visok stepen „Potpunog zadovoljstva“ koje izražava 74,9% svih turista, kao i priličnog zadovoljstva („Uglavnom sam zadovoljan“) kojeg izražava 22,5% turista.

ZADOVOLJSTVO SMEŠTAJEM



5. IZVORI INFORMISANJA O NOVOM SADU KAO TURISTIČKOJ DESTINACIJI

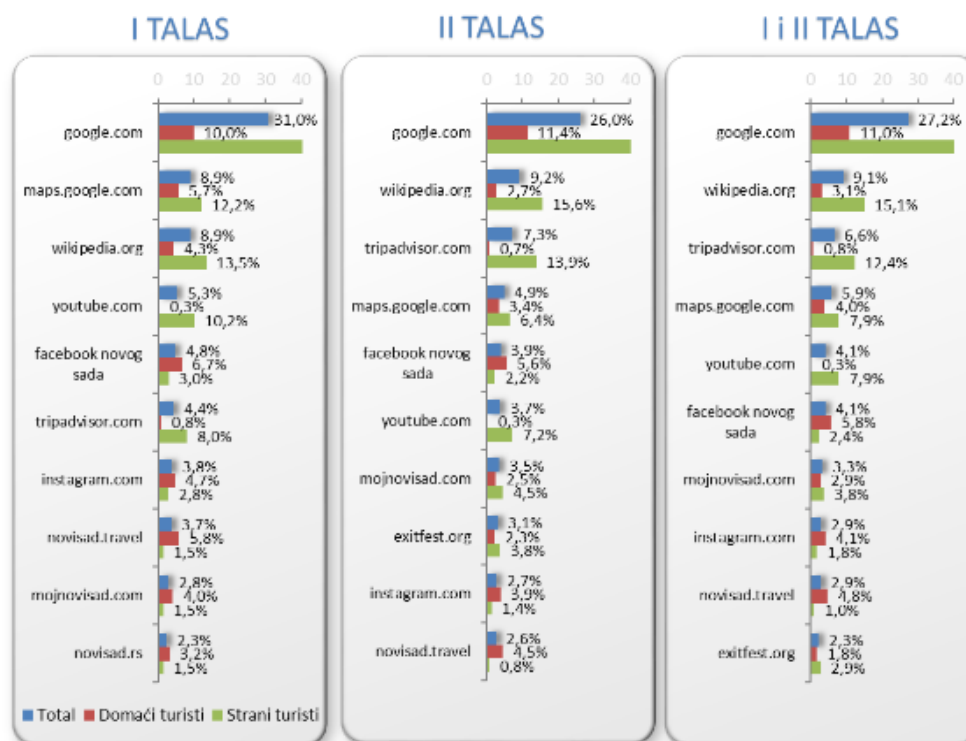
IZVORI INFORMISANJA



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 “Internet društvene mreže” (Prvi I drugi talas, Strani turisti – 81,1% : Prvi I drugi talas, Domaći turisti – 36,7%), zatim, “Pozitivno lično iskustvo” (Prvi I drugi talas, Strani turisti – 15,4% : Prvi I drugi talas, Domaći turisti – 76,4%; i “preporuke partnera rođaka, kolega, prijatelja” (Prvi I drugi talas, Strani turisti – 13,9% : Prvi I drugi talas, Domaći turisti – 46,6%).

Razlike po talasima istraživanja uočljive su jedino kad je reč o navođenju TV kao izvora informisanja među domaćim turistima. Ovaj izvor je duplo više prisutan u zimskoj sezoni

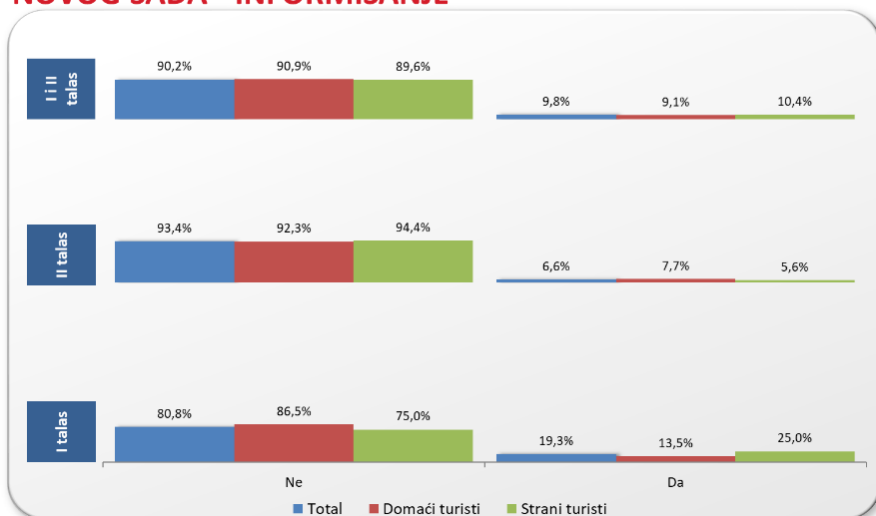
NAJČEŠĆE KORIŠĆENI SAJTOVI I DRUŠTVENE MREŽE – TOP 10



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 27,2% turista, sledi "wikipedia.org." sa 9,1%, zatim "tripadvisor.com" sa 6,6%, "maps.google.com" preko koje se informisalo 5,9% turista, te "youtube.com" stranica koju navodi 4,1% turista...

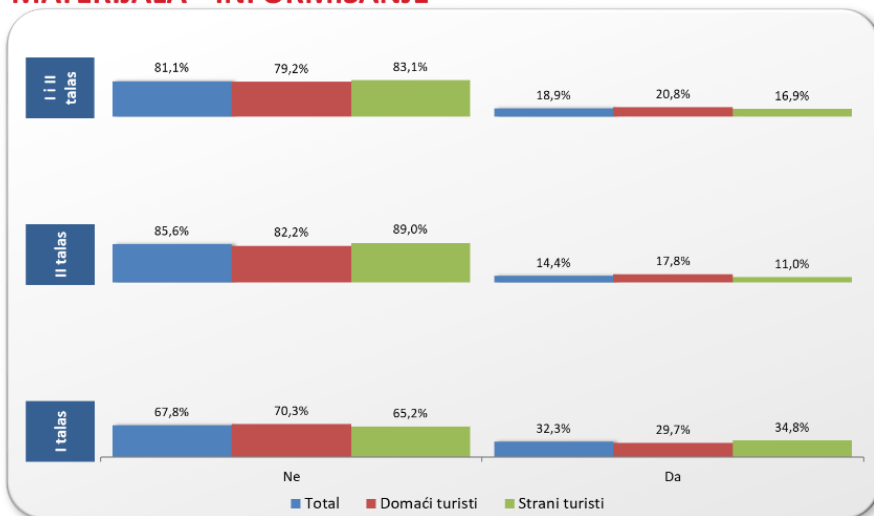
Generalno, strani turisti su značajno češće orijentisani na internet/društvene mreže kad je reč o informisanju o Novom Sadu kao turističkoj destinaciji.

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 (90,9%), treba istaći među **stranim turistima koji su se informisali u turističko informativnim centrima (10,4%)** preovladava visok stepen prepoznavanja njihove korisnosti (90,6%).

UZIMANJE TURISTIČKO PROPAGANDNOG REKLAMNOG MATERIJALA - INFORMISANJE

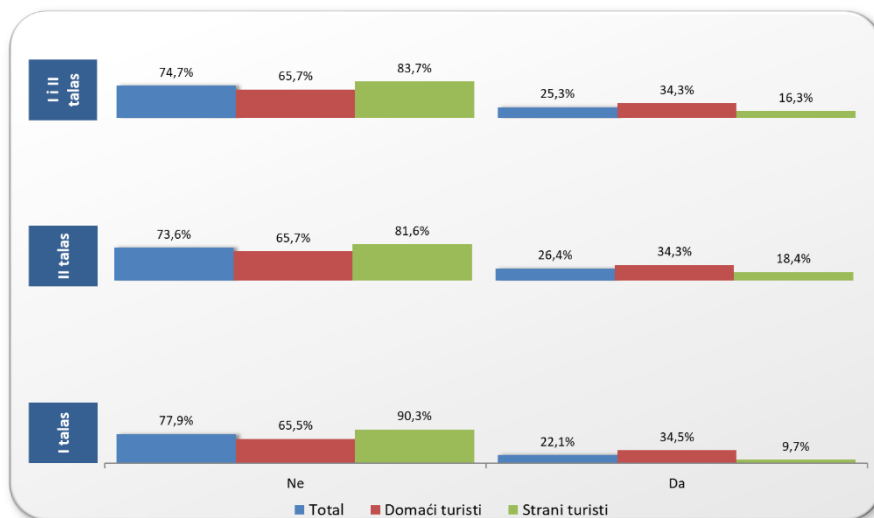


Pored nalaza da najveći broj domaćih turista u Novom Sadu nije uzimao turističko propagandni reklamni materijal o Novom Sadu (79,2%), treba istaći i nalaz po kojem je **stranih turista 16,9% stranih turista uzimalo turističko propagandni reklamni materijal o Novom Sadu** i posebno treba naglasiti da je gotovo **8 od 10 stranih turista koji su uzimali ove materijale prepoznalo njihovu izuzetnu korisnost.**

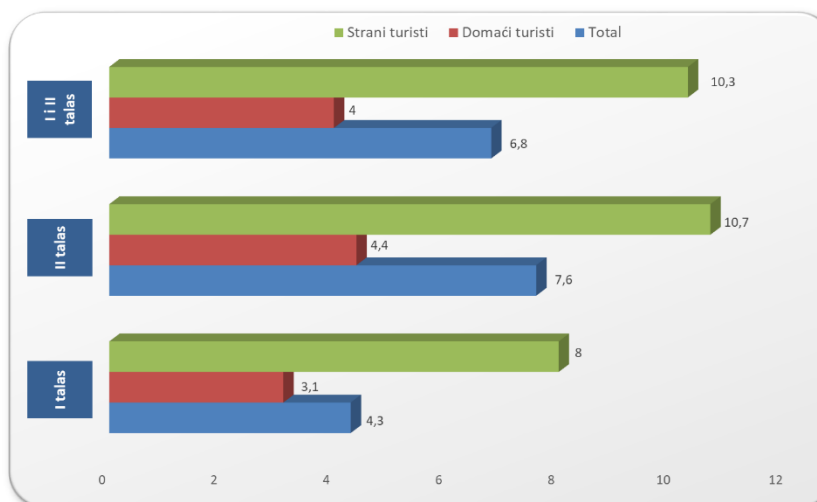
6. OBILAZAK NOVOG SADA

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, 16,3% od svih stranih turista i 34,3% od svih domaćih turista.

JEDNOČASOVNE TURE OBILASKA



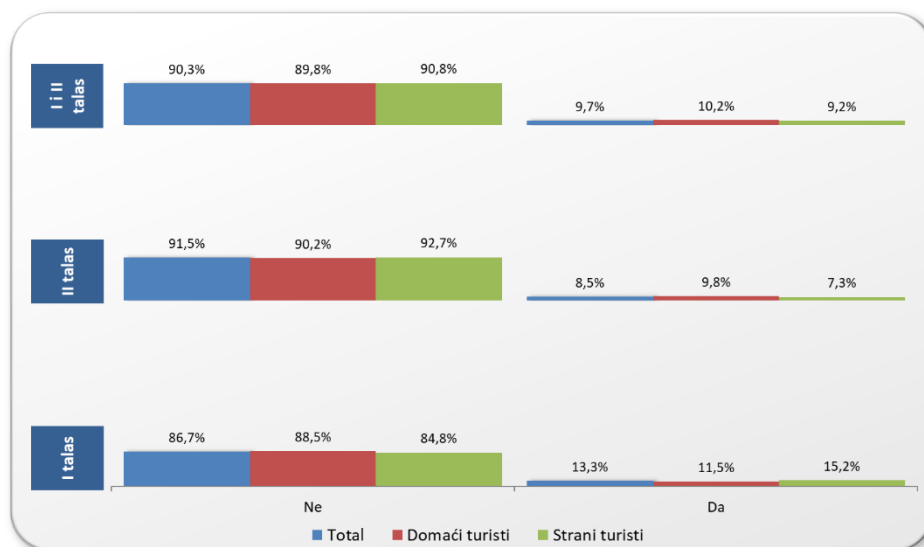
PROSEČNA SVOTA ZA JEDNOČASOVU TURU OBILASKA - EVRI



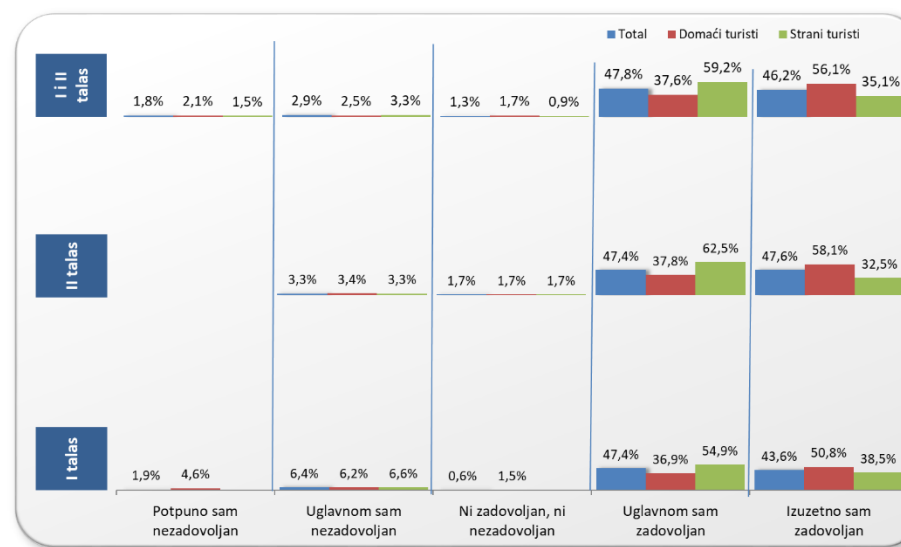
Kada su oni koji su naveli da su bili zainteresovani za jednočasovne ture obilaska Novog Sada bili pitani koliko bi za jednočasovnu turu obilaska Novog Sada bili spremni da plate, iz statistike onih koji su naveli neku svotu, vidi se da su strani turisti koji su zainteresovani za jednočasovne obilaske I koji su spremni da za to izdvoje novac, u proseku naveli svotu od 10,3 eura, a domaći turisti svotu od 4 eura.

Generalno, turisti koji posećuju Novi Sad u svega 9,7% slučajeva se odlučuje da koristi usluge turističkih agencija. Ipak, od onih koji usluge turističkih agencija koriste, u velikoj većini slučajeva su izuzetno zadovoljni, čak 50,8% domaćih i 38,5% stranih turista.

USLUGE TURISTIČKIH AGENCIJA - KORIŠĆENJE



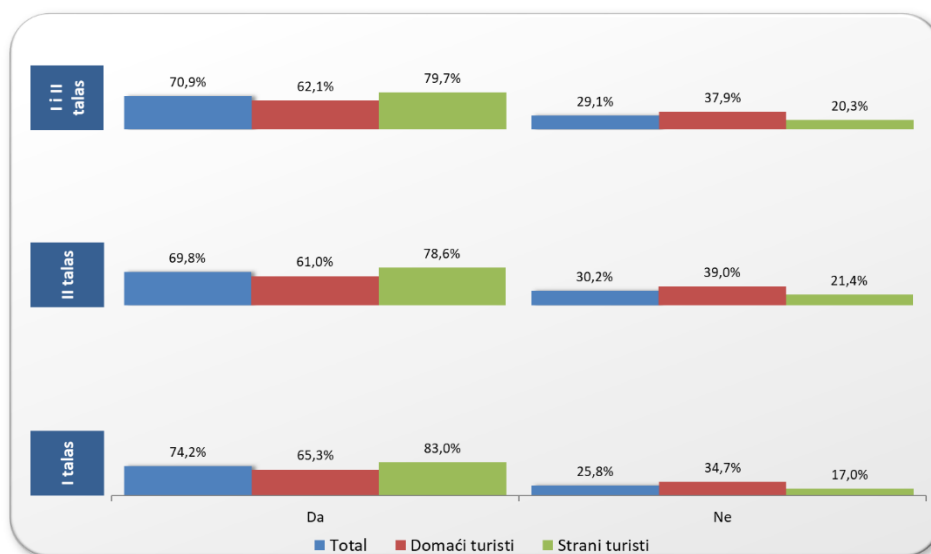
USLUGE TURISTIČKIH AGENCIJA - ZADOVOLJSTVO



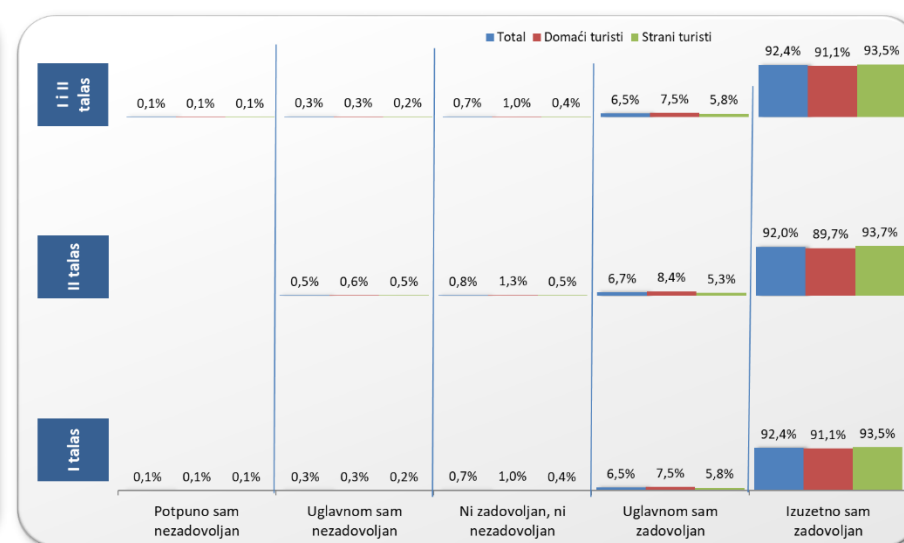
7. TURISTIČKE LOKACIJE I SADRŽAJI NOVOG SADA

Posmatrano na nivou ukupnih nalaza prvog i drugog talasa istraživanja Petrovaradinsku tvrđavu kao najprepoznatljivije turističko mesto Novog Sada je imalo priliku da poseti 70,9 turista u Novom Sadu i to 79,7% stranih i 62,1% 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

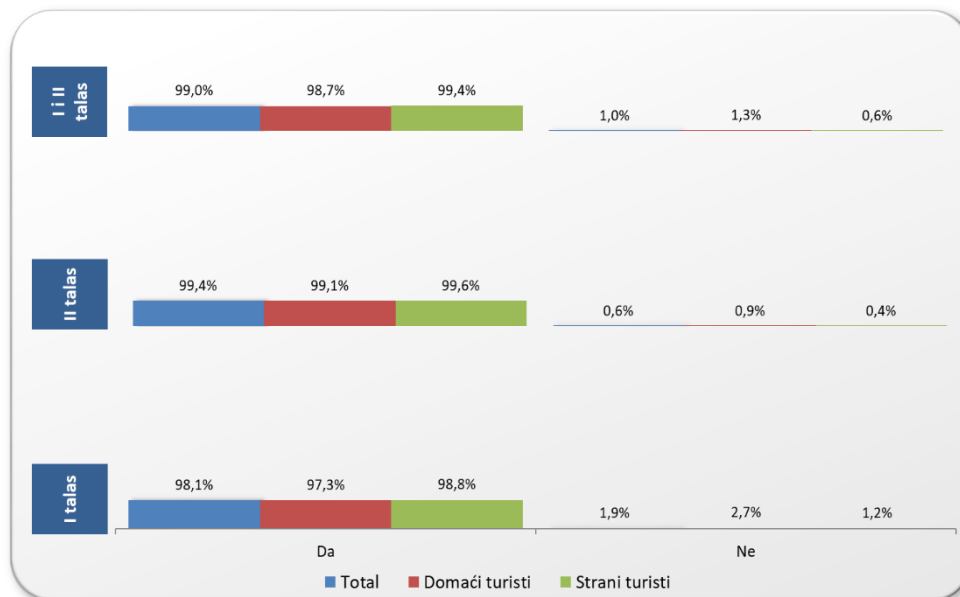


PETROVARADINSKA TVRĐAVA - ZADOVOLJSTVO

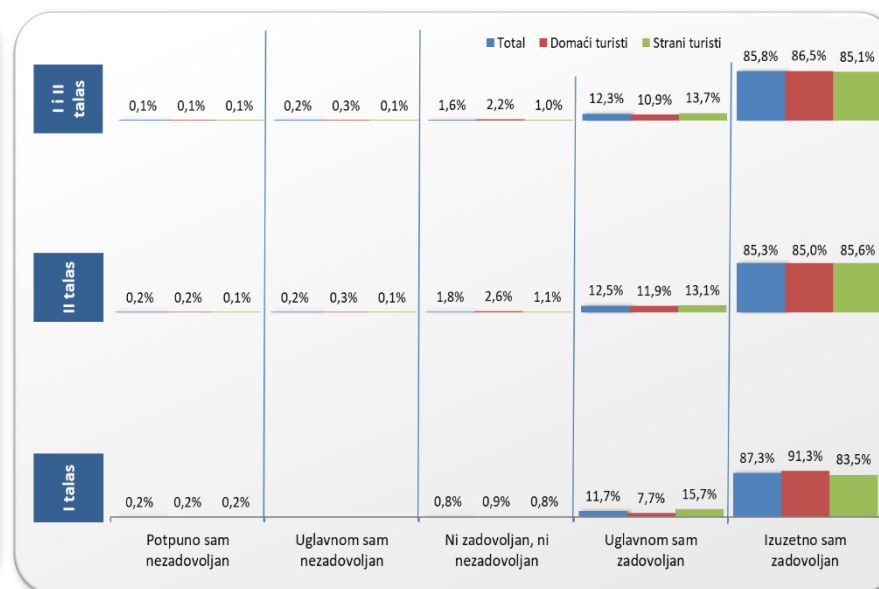


Sudeći po ukupnim nalazima istraživanja, Centar Novog Sada je najposećenija turistička lokacija Novog Sada sa udelom od 99,0% turista koji su prilikom boravka u Novom Sadu imali priliku da posete i ovu turističku lokaciju Novog Sada. Kao i kod Petrovaradinske tvrđave, iskustvo posete centra Novog Sada izaziva zadovoljstvo najvećeg broja turista.

CENTAR NOVOG SADA - POSETA

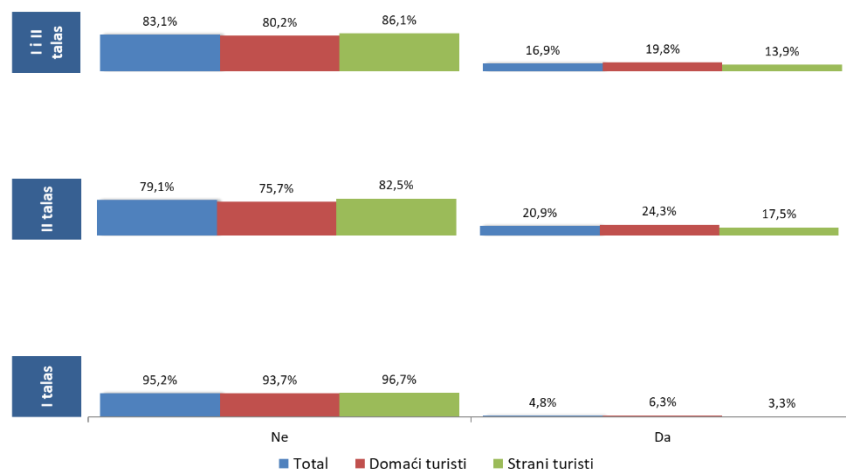


CENTAR NOVOG SADA - ZADOVOLJSTVO

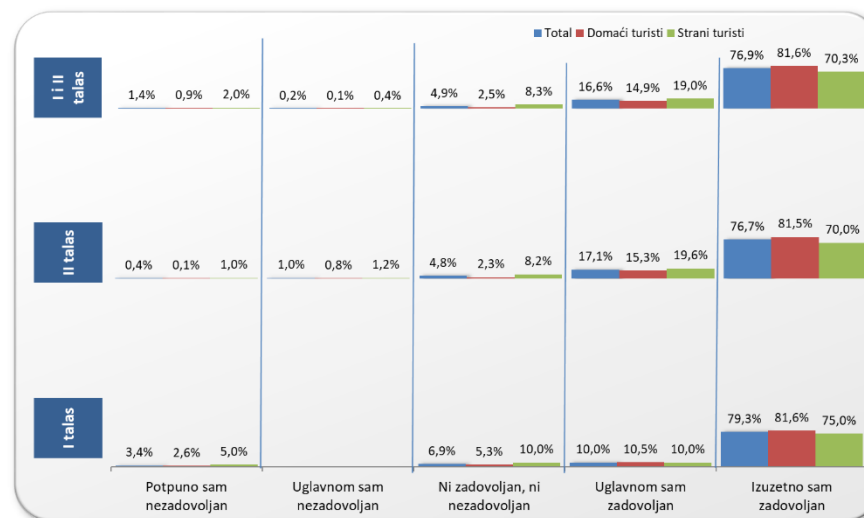


Štrand, sudeći po ukupnim nalazima istraživanja posećuje šestina turista u Novom Sadu (16,9%). U ovom slučaju primetne su razlike između domaćih i stranih turista, a među onima koji su posetili Štrand, izuzetno zadovoljnih Štrandom među domaćim turistima je njih 80,2%, a među stranim 86,1%.

ŠTRAND - POSETA

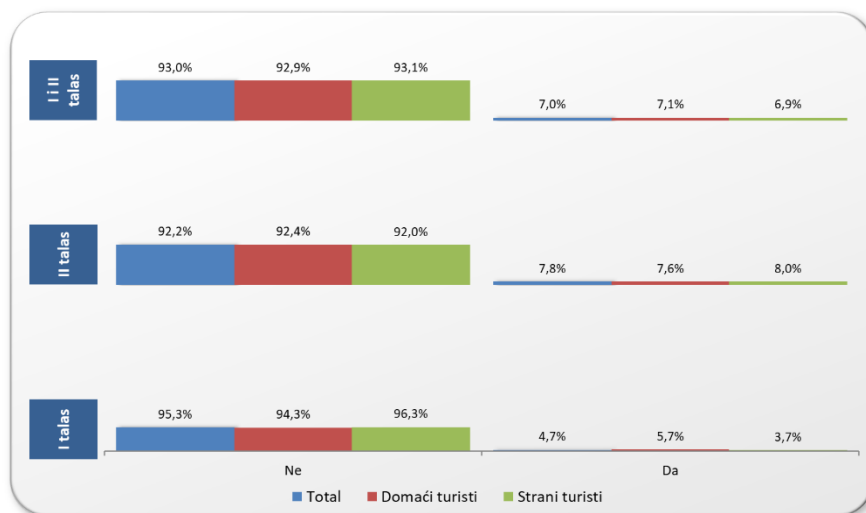


ŠTRAND - ZADOVOLJSTVO

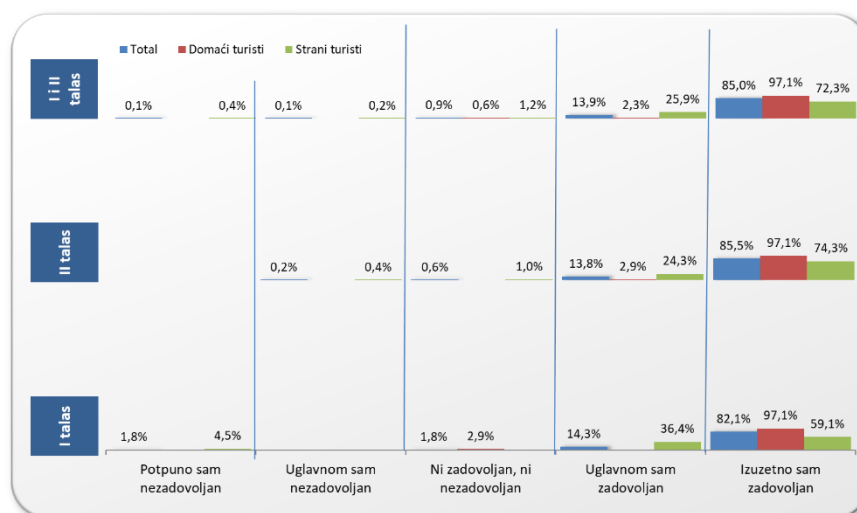


Sudeći po rezultatima istraživanja, od ukupnog broja anketiranih domaćih i stranih turista u Novom Sadu, samo njih 7,0% se izjasnilo da je posetilo salaše. Oni koji su posetili salaše u najvećem broju su izuzetno zadovoljni, njih 85,0%. Među domaćim turistima njih 97,1% koji su posetili salaše, i 72,3% među stranim turistima koji su posetili salaše.

SALAŠI - POSETA

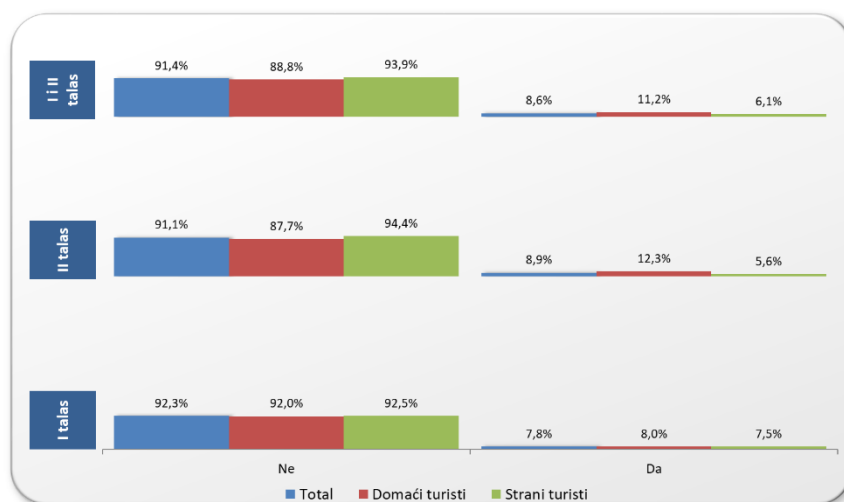


SALAŠI - ZADOVOLJSTVO

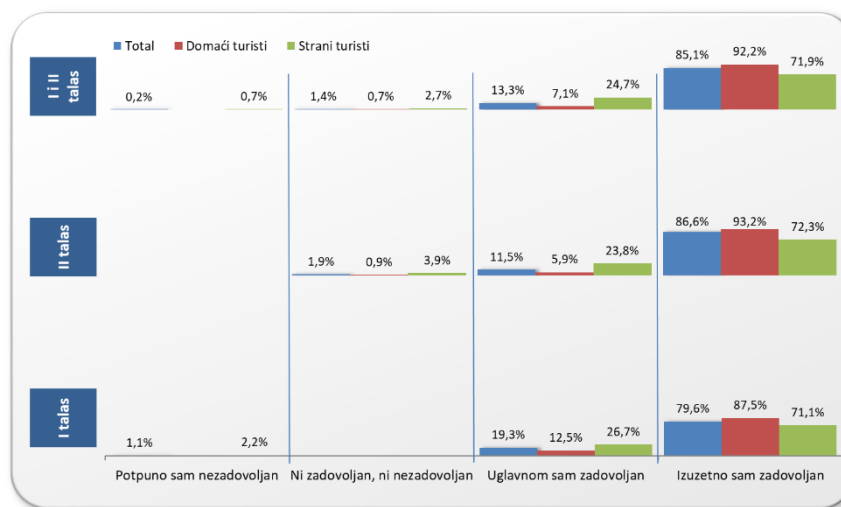


Sudeći po rezultatima istraživanja, vinske podruma Novog Sada posetilo je 8,6% turista, 11,2% domaćih i 6,1% stranih, a kad je reč o zadovoljstvu ovom posetom, izuzetno zadovoljno je 92,2% domaćih i 71,9% stranih turista.

VINSKI PODRUMI - POSETA

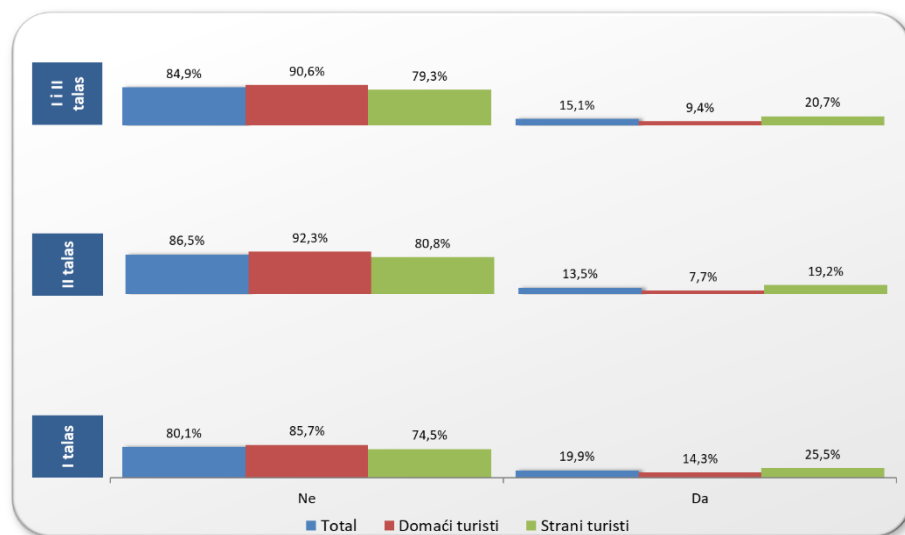


VINSKI PODRUMI - ZADOVOLJSTVO

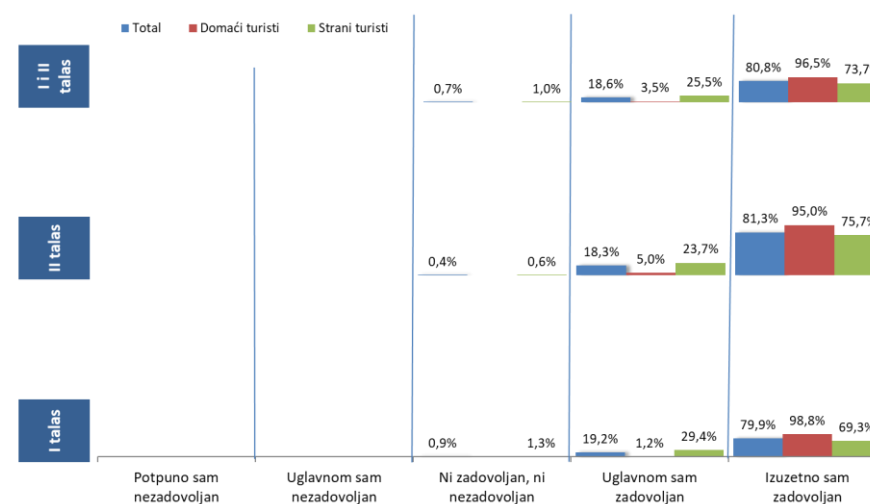


Kad je reč o poseti Fruškogorskim manastirima, na osnovu rezultata istraživanja vidi se da je 15,1% turista posetilo ove turističke atrakcije, dok su strani turisti (20,7%) bili nešto češći posetioci od domaćih (9,4%). Dok je među domaćim turistima čak 96,5% izuzetno zadovoljnih posetom Fruškogorskim manastirima, među stranim turistima je 73,7% izuzetno zadovoljnih u ovom smislu.

FRUŠKOGORSKI MANASTIRI - POSETA

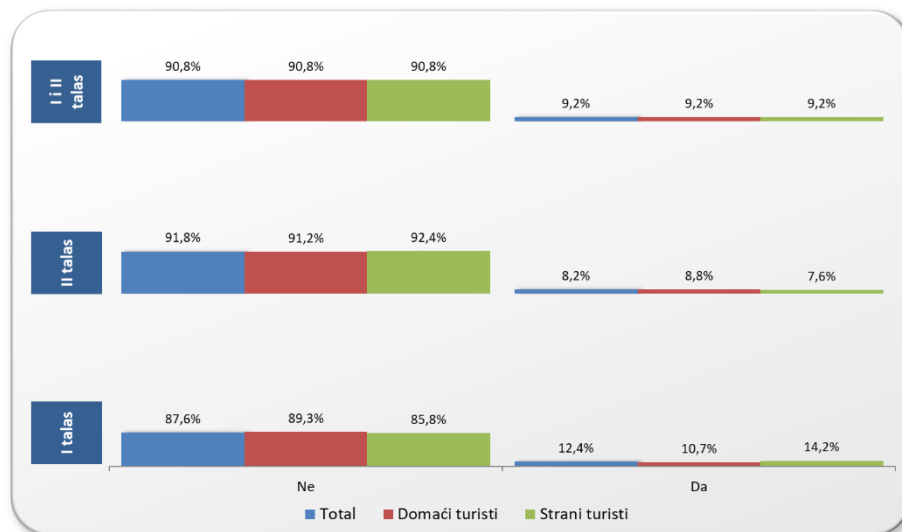


FRUŠKOGORSKI MANASTIRI - ZADOVOLJSTVO

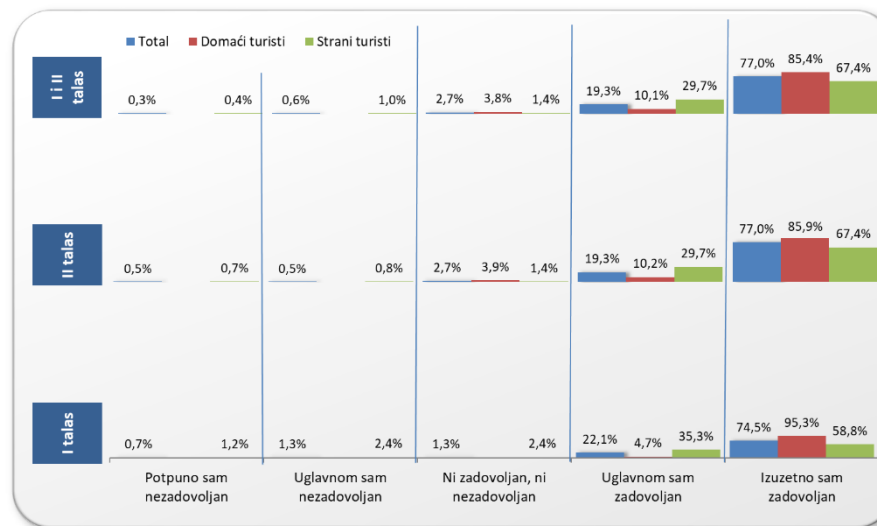


Posmatrano generalno, na nivou ukupnih nalaza prvog I drugog talasa istraživanja, samo 9,2% turista u Novom Sadu poseti i muzeje ovog grada, s tim da ne postoji razlika između domaćih i stranih turista (Strani turisti – 9,2% : Domaći turisti – 9,2%). Ipak, izuzetno zadovoljstvo posetom muzejima je različito, razlika je značajna domaći turisti su izuzetno zadovoljni u obimu od 85,4% a strani tek na nivou od 67,4%.

MUZEJI - POSETA

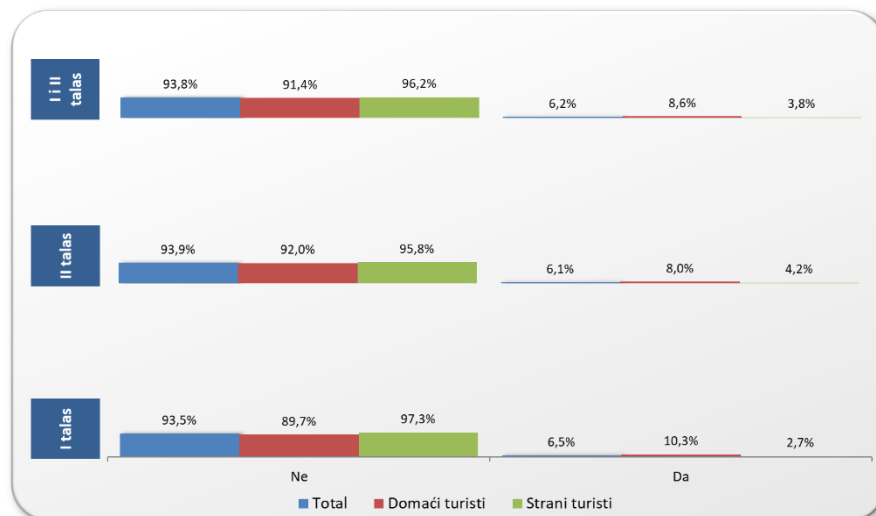


MUZEJI - ZADOVOLJSTVO

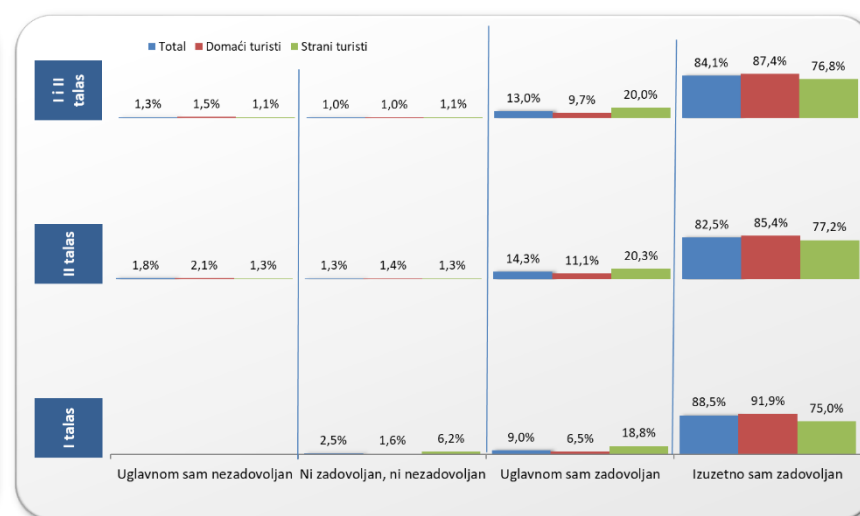


Posmatrano na ukupnim rezultatima istraživanja, 6,2% turista u Novom Sadu je posetilo neku od novosadskih galerija sa značajnim razlikama između domaćih i stranih turista (Strani turisti – 3,8% : Domaći turisti – 8,6%). I zadovoljstvo posetom je u korist domaćih turista 87,4% u odnosu na 76,8% stranih

GALERIJE - POSETA

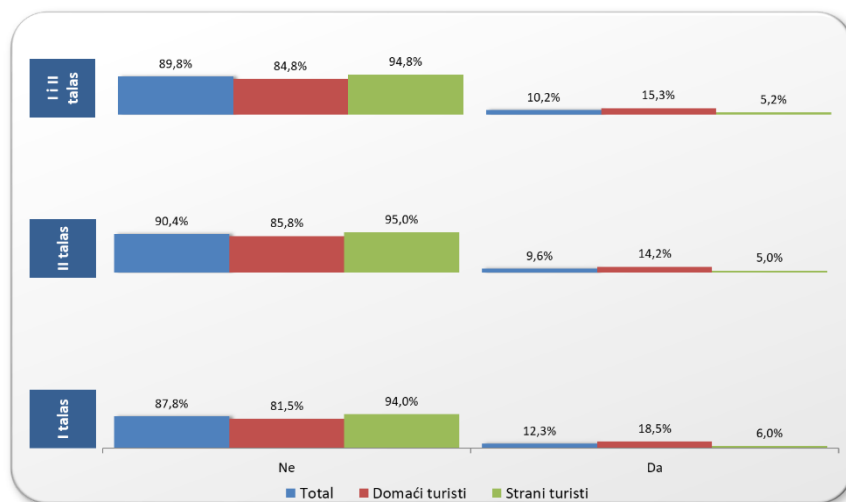


GALERIJE - ZADOVOLJSTVO

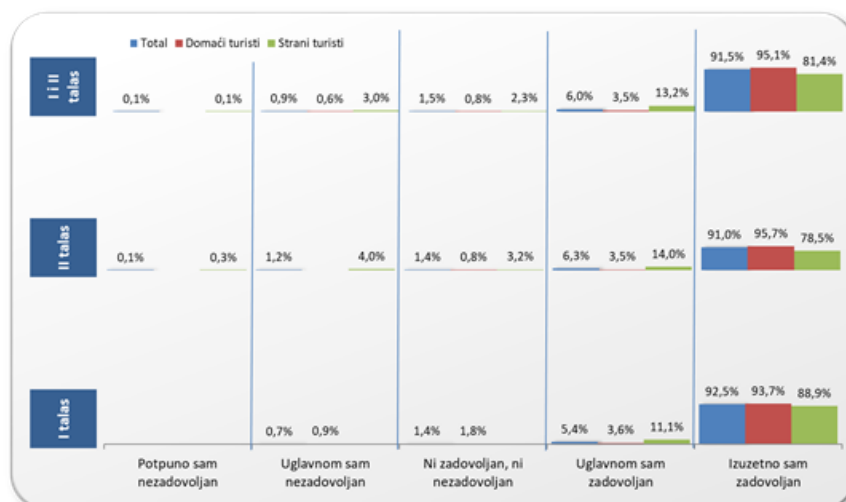


Generalno, na osnovu sumarnih podataka istraživanja, 10,2% turista navodi da su prilikom turističke posete Novom Sadu bili na koncertima. Bez obzira da li je reč o stranim ili domaćim turistima, 4 od 5 turista su izuzetno zadovoljni kako su se proveli na koncertima, a još 1 je uglavnom zadovoljan.

KONCERTI - POSETA

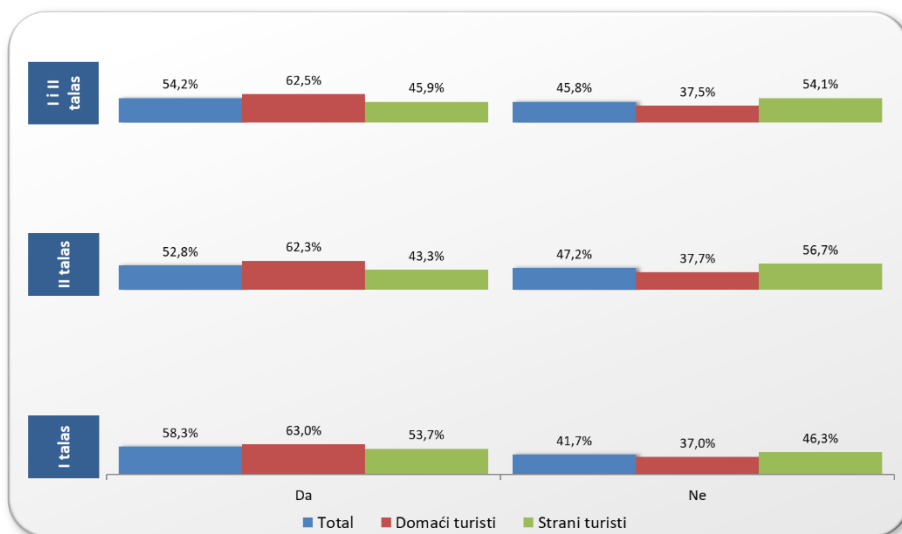


KONCERTI - ZADOVOLJSTVO

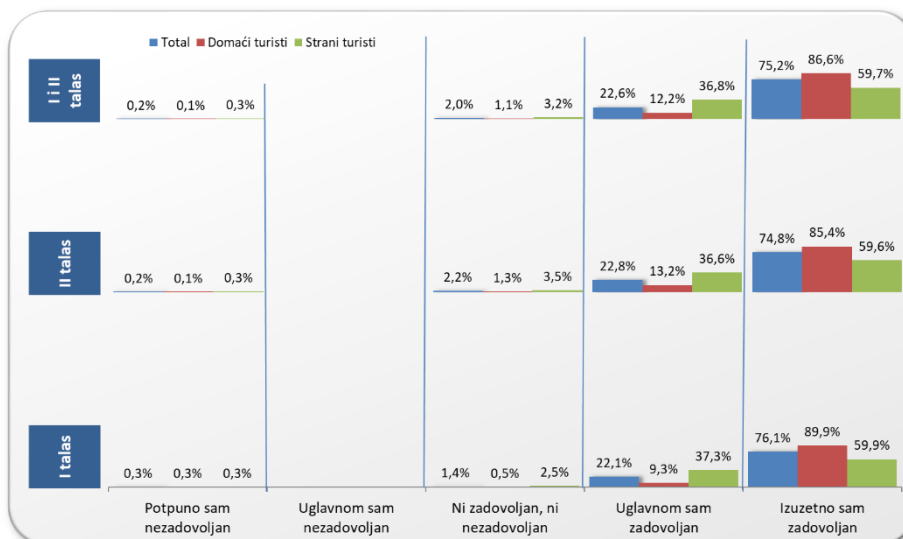


Na osnovu ukupnih rezultata prvog I drugog talasa istraživanja, vidimo da je 54,2% turista imalo priliku da poseti neki od parkova Novog Sada. Domaći turisti su izrazito zadovoljniji parkovima (86,6%) od stranih (59,7%).

PARKOVI - POSETA



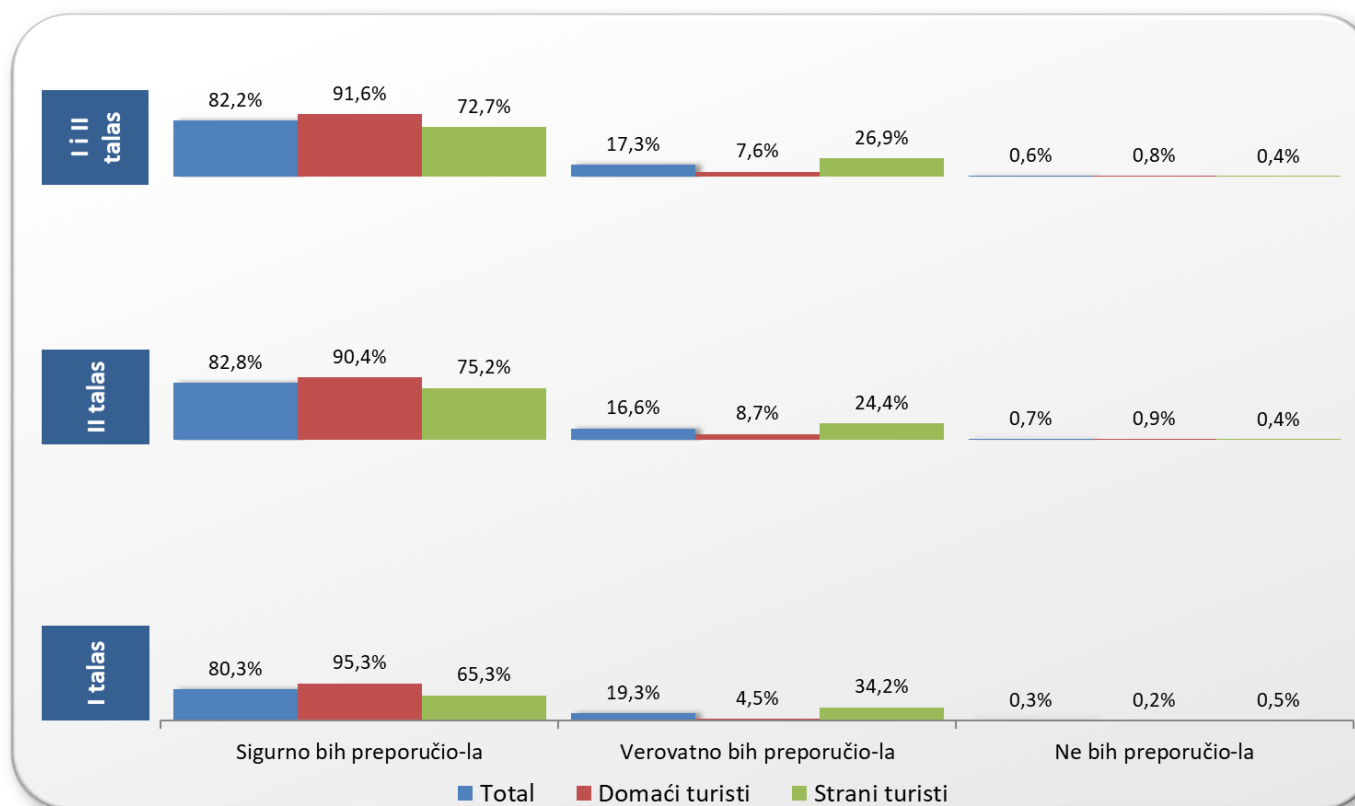
PARKOVI - ZADOVOLJSTVO



8. PREPORUKE I UTISCI

Na osnovu ukupnih rezultata prvog i drugog talasa istraživanja, vidimo da bi Novi Sad sigurno preporučilo čak 82,2% turista, a verovatno još 17,3% turista. U ovom smislu domaći turisti u odnosu na strane češće pokazuju spremnost da bi sigurno preporučili Novi Sad. Suštinski, po ovom pitanju nema sezonskih razlika.

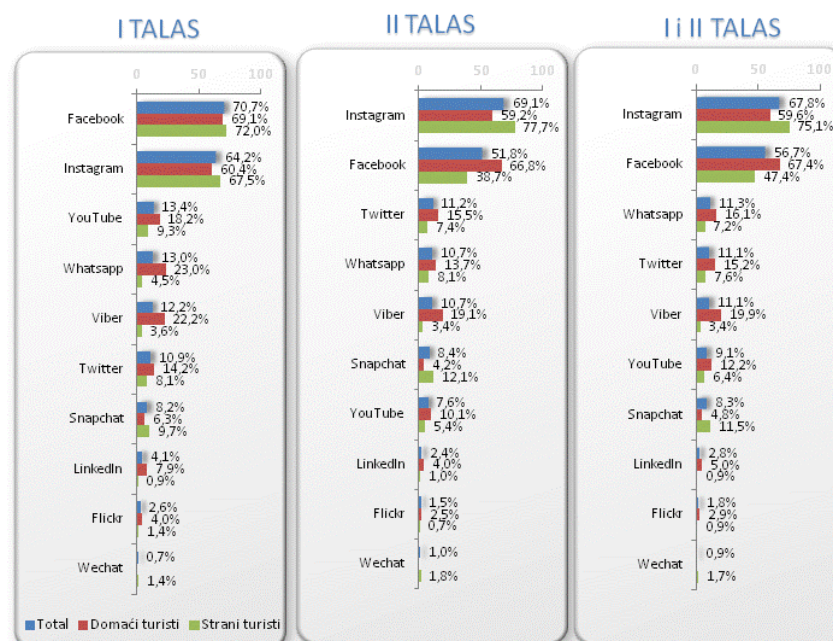
PREPORUKA NOVOG SADA



Kada je reč o objavljivanju i deljenju utisaka o poseti Novom Sad, čak 70,4% stranih i 61,3% domaćih turista navodi da će podeliti svoje utiske o boravku u Novom Sadu na društvenim mrežama.

Od društvenih mreža na kojima će se deliti utisci, najčešće se navodi Facebook (Strani turisti – 47,4% : Domaći turisti – 67,4%), Instagram (Strani turisti – 75,1% : Domaći turisti – 59,6%), Viber (Strani turisti – 3,4% : Domaći turisti – 19,9), Whatsapp (Strani turisti – 7,2% : Domaći turisti – 16,1%) i Twiter (Strani turisti – 7,6% : Domaći turisti – 15,2%), a strani turisti će u 11,5% slučajeva svoje utiske podeliti i na Snapchat-u.

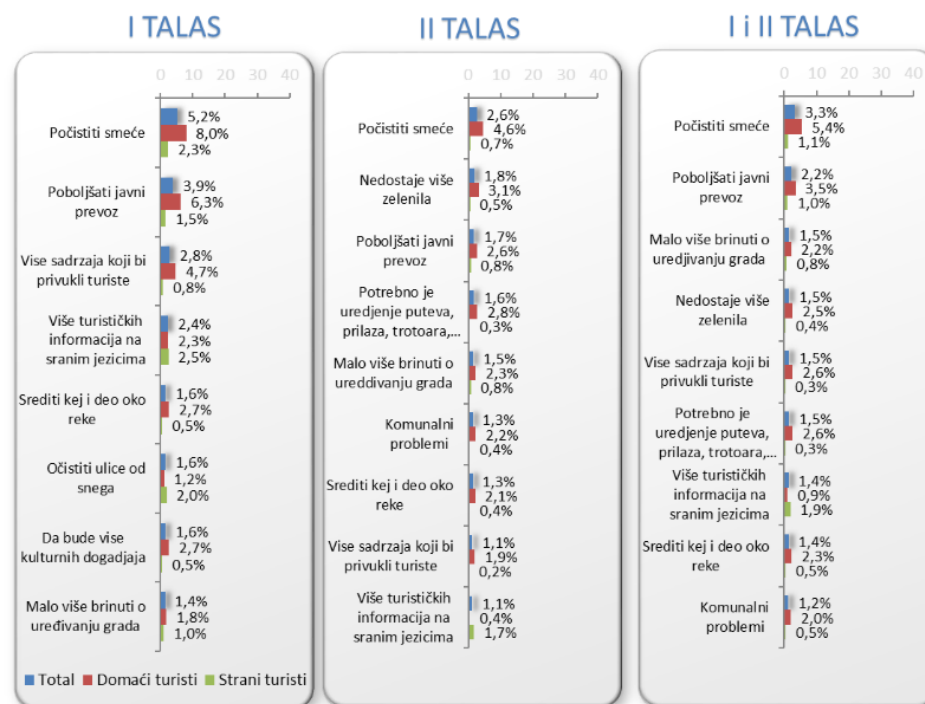
DELJENJE UTISAKA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA



Generalno, na osnovu rezultata istraživanja, čak 98,7% domaćih turista navodi da bi ponovo došli u Novi Sad, a takav stav izražava i čak 94,5% stranih turista.

Na osnovu ukupnih rezultata prvog i drugog talasa istraživanja vidi se da su najčešće sugerise da je potrebno “Počistiti smeće” (generalno 3,3% / strani turisti 5,4% / domaći turisti 1,1%), “poboljšati javni prevoz” (generalno 2,2% / strani turisti 1% / domaći turisti 3,5%), te da je potrebno “Malo više brinuti o uređenju grada” (generalno 1,5% / strani turisti 0,8% / domaći turisti 2,2%).

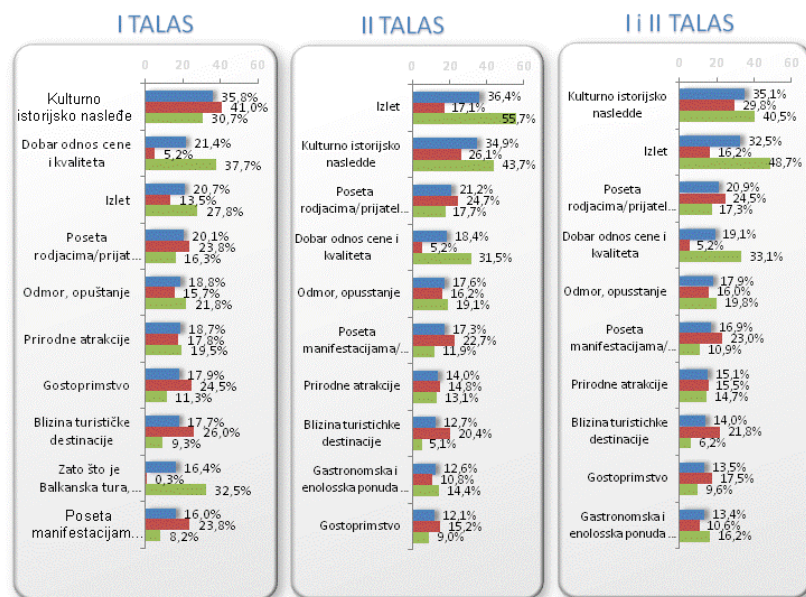
SUGESTIJE – TOP 9



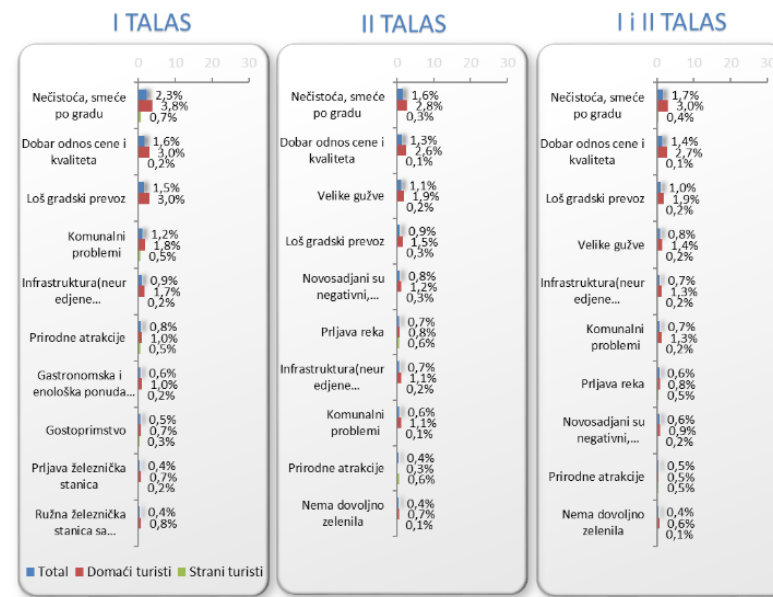
9. OPŠTE ZADOVOLJSTVO POSETOM NOVOM SADU

Kada je u pitanju zadovoljstvo Novim Sadom domaći i strani turisti su posmatrano na ukupnim rezultatima prvog I drugog talasa istraživanja podjednako najzadovoljniji izletom (Strani turisti – 40,4% : Domaći turisti – 6,8%). Takođe, izrazito je i zadovoljstvo posetama manifestacijama (Strani turisti – 8,4% : Domaći turisti – 16,7%), ali i poseta rođacima i prijateljima (Strani turisti – 9,9% : Domaći turisti – 14,4% (u zimskoj sezoni: 23,8%).

ZADOVOLJSTVO NOVIM SADOM – TOP 10



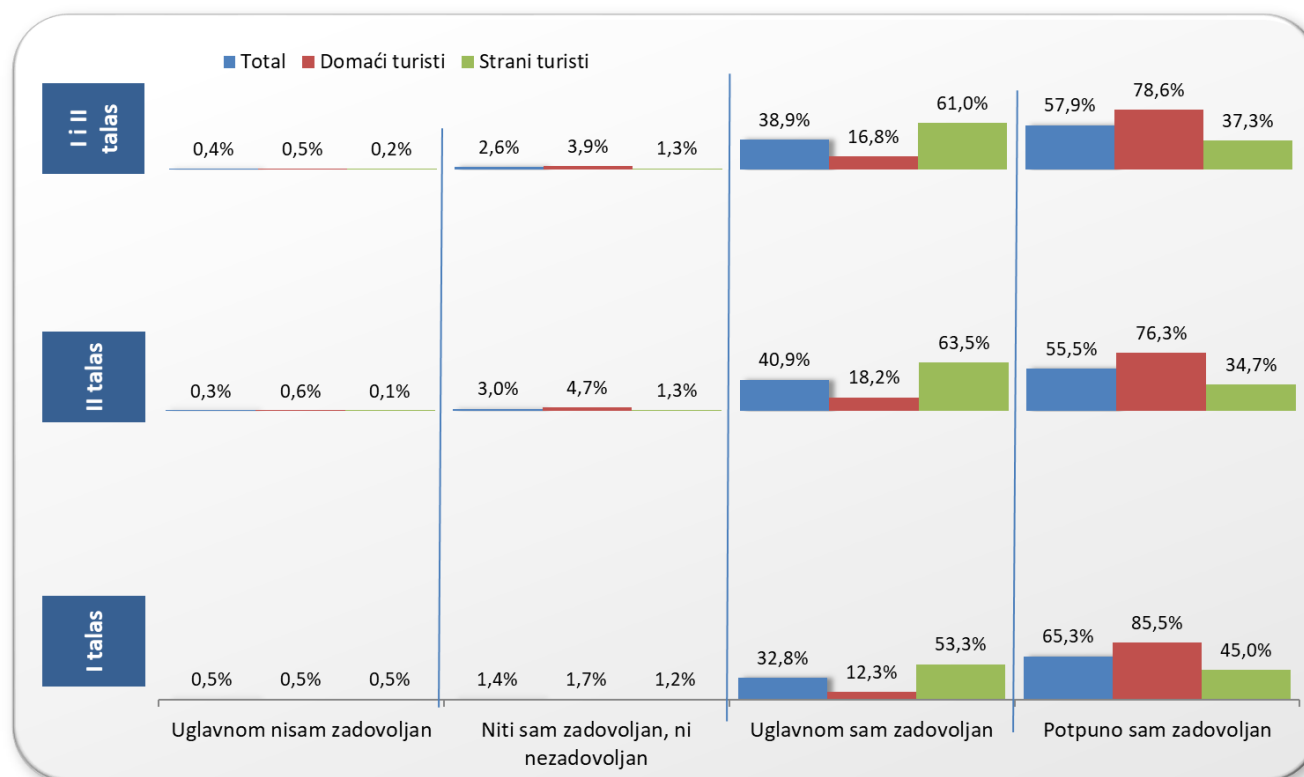
NEZADOVOLJSTVO NOVIM SADOM – TOP 10



Pored toga što najveći broj turista u poseti Novom Sadu tvrdi da nije nezadovoljan, oni koji su nezadovoljni vide razlog nezadovoljstva u lošem gradskom prevozu (1,0%), smeću (1,7%) i lošem odnosom cene i kvaliteta (1,4).....

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 57,9%. Ako njima dodamo i one uglavnom zadovoljne, čak 96,8% 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: 48,1%).
- 2 Turisti u Novom Sadu su izrazito visoko obrazovani. (I i II talas, total - 52% : I i II talas, domaći turisti - 35% : I i II talas, strani turisti - 69,1%)
- 3 Muzika, koncertim Exit, ali i Petrovaradinska tvrđava su najčešće asocijacija na Novi Sad - predstavlja simbol grada.
- 4 Peking (2,3%), Ljubljana (2,2%) I Zagreb (2,1%) su gradovi odakle u Novi Sad dolazi najveći broj stranih turista, a iz Beograda dolazi čak 18,9% svih domaćih turista.
- 5 Nešto manje od 1/3 stranih turista dolazi iz ExYu regiona (27,2%), oko 45% iz ostalih evropskih zemalja, oko 1/5 dolazi iz Azije..
- 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" (Strani turisti – 15,4% : Domaći turisti – 76,4%), "Preporuke prijatelja, rođaka, kolega..." (Strani turisti – 13,9% : Domaći turisti – 46,6%), i "Internet, društvene mreže" (Strani turisti – 81,1% : Domaći turisti – 36,7%).
- 7 Najčešći slučaj je da su u turističkoj poseti Novom Sadu 2 osobe, u oko 1/3 slučajeva, bez obzira da li je reč o stranim ili domaćim turistima. Generalno, 29,1% turista su sami u Novom Sadu, ali tu postoji značajnija razlike jer su domaći turisti u 37,9% slučajeva u ovoj kategoriji, a strani su samostalno u Novom Sadu, značajno ređe, tek u 18,3% slučajeva.

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:
- prosečan ukupni trošak (bez obzira koliko se dana bilo) koji su turisti potrošili za izlaske, hranu, suvenire, i sl. u slučaju domaćih turista 49,3 eura, a stranih 121,2 eura
 - prosečan trošak turista na troškove prevoza do i od Novog Sada je u slučaju domaćih turista 15,4 eura, a u slučaju stranih 279,4 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 u Novom Sadu, 67% je u jednodnevnoj poseti Novom Sadu, a 33% je u višednevnoj poseti Novom Sadu.
10. Ako se posmatraju svi turisti koji su u jednodnevnoj poseti Novom Sadu, 51,3% njih su domaći turisti, a 48,7% su strani turisti
- Razlog za jednodnevnu posetu stranaca Novom Sadu je: izlet (85%), kulturno istorijsko nasledje (56,9%), dobar odnos cena i kvaliteta (48,3%), obilazak ovog dela Balkana kao deo proputovanja (34,7%), odmor i opuštanje (24,2%)
 - Razlog za jednodnevnu posetu domaćih turista Novom Sadu je: blizina turističke destinacije (50,8%), izlet (44,1%), kulturno istorijsko nasledje (40,0%).
11. Ako se posmatraju svi turisti koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu, skoro 52,7% njih su strani turisti, odnosno 47,3% 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 – 45,9% : Strani turisti – 14,2%) i gostoprimstvo (Domaći turisti – 25,4% : Strani turisti – 14,0%).
 - Strani turisti su značajno češće od domaćih turista kao motive dolaska u Novi Sad navodili kulturno istorijsko nasleđe (Strani turisti – 53,8% : Domaći turisti – 43,6%), dobar odnos cene i kvaliteta (Strani turisti – 46,4% : Domaći turisti – 14,4%), gastronomsku i enološku ponudu (Strani turisti – 25,6% : Domaći turisti – 16,8%), dok su prirodne atrakcije ujednačen razlog dolaska.
 - ✓ Način opredeljivanja za smeštaj među domaćim i stranim turistima se razlikuje. Dok strani turisti smeštaj u Novom Sadu dominantno traže preko interneta ili društvenih mreža (strani turisti 62,2% : domaći turisti 36,1%); domaći turisti smeštaj u Novom Sadu pre svega traže na osnovu preporuka partnera, rođaka, kolege ili prijatelja (Strani turisti – 28% : Domaći turisti – 46%).
 - ✓ U skladu sa prethodnim nalazom ide i podatak o načinu rezervacije smeštaja. Naime, dok za rezervaciju smeštaja ukupno 45,6% turista koristi neki rezervacioni sistem (31,6% domaćih turista, i 58,1% stranih turista), 34% turista rezervaciju smeštaja obavi preko prijatelja i rođaka (44,4% domaćih turista i 24,6% stranih turista)

- kao najčešće korišćeni internet sajt za rezervaciju smeštaja u Novom Sadu korišćen sajt "booking.com" koji je u ovu svrhu koristilo oko 53,3% turista od svih koji su koristili bilo koji sajt za rezervaciju smeštaja, a drugo mesto zauzima sajt "airbnb.com" sa učešćem od 22,5% .
- ✓ Prosečan trošak smeštaja (bez obzira koliko se dana bilo u Novom Sadu) je među domaćim turistima 51,5 eura, a među stranim 95,9 eura.
- ✓ Oni koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu najčešće ostaju 2 dana (34,4%), te 3 dana (24,5%). Ako se posmatra prosek dužine ostanka u višednevnoj poseti Novom Sadu, zaključuje se da strani turisti ostaju nešto duže u Novom Sadu od domaćih (strani turisti - 5 dana : domaći turisti- 4,4 dana)

11. Oko 10% turista koristi usluge turističko informativnih centara, ali 9 od 10 turista koji koriste usluge turističko informativnog centra prepoznaje izuzetnu korisnost usluga turističko informativnih centara Novog Sada.

12. 1-2 turista od 10 uzme turističko propagandni reklamni materijal o Novom Sadu, ali čak 90% turista koji su uzeli ovakav materijal prepoznaje njihovu izuzetnu korisnost.

13. 1/4 turista je zainteresovano za jednočasovne ture obilaska Novog Sada. Strani turisti su za jednočasovne obilaske spremni da izdvoje prosečno 10,3 eura, a domaći 4 eura.

14. Oko 10% turista navodi da su koristili usluge turističkih agencija, pre čemu je u 9 od 10 slučajeva reč o lokalnim turističkim agencijama iz Novog Sada. Kad je reč o zadovoljstvu njihovom uslugom, domaći turisti su češće izuzetno zadovoljni nego strani (domaći turisti - 56,1% : strani turisti - 35,1%), a strani turisti su češće uglavnom zadovoljni nego domaći (domaći turisti - 37,6% : strani turisti - 59,2%)

15. Među najposećenije novosadske turističke lokacije spadaju Centar grada, Petrovaradinska tvrđava, Parkovi i Fruškogorski manastiri.

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 posetom Fruškogorskim manastirima, parkovima i vinarijama.

18. Novi Sad bi sigurno preporučilo čak 82,2% turista, a verovatno još 17,3% turista. U ovom smislu domaći turisti u odnosu na strane donekle češće pokazuju spremnost da bi sigurno preporučili Novi Sad.

19. 70,4%, stranih turista i 61,3% domaćih će podeliti utiske o poseti Novom Sadu. Od društvenih mreža na kojima će se deliti utisci, prednjače Facebook (Strani turisti – 67,4% : Domaći turisti – 47,4%), Instagram (Strani turisti – 75,1% : Domaći turisti – 59,6%), a domaći još i u značajnom broju preko Viber (19,9%).

20. 98,7% domaćih turista navodi da bi ponovo došli u Novi Sad, a takav stav izražava i čak 94,5% stranih turista.

21. Generalno, najveći broj turista, čak 70,4% njih, nema nikakve sugestije kako bi se unapredila turistička ponuda Novog Sada. Ipak, na osnovu rezultata istraživanja vidi se da su najčešće sugerije da je potrebno “Počistiti smeće” (generalno 3,3% / strani turisti 1,1% / domaći turisti 5,4%), da je potrebno “Da se poboljša javni prevoz” (generalno 2,2% / strani turisti 1,0% / domaći turisti 3,5%), da je potrebno da postoji veći broj turističkih informacija (generalno 1,4% / strani turisti 1,9% / domaći turisti 0,9%),...

22. Rezultati istraživanja potvrđuju visok stepen zadovoljstva turista u Novom Sadu. Na ukupnom nivou, istraživanje je utvrdilo da je 57,9% turista koji su izuzetno zadovoljni i 38,9% uglavnom zadovoljnih turista.

23. Kada je u pitanju zadovoljstvo Novim Sadom domaći i strani turisti su saglasni da su najzadovoljniji kulturno istorijskim nasleđem (Strani turisti – 40,5% : Domaći turisti – 29,8%), izletom (Strani turisti – 48,7% : Domaći turisti – 16,2%), a strani turisti posebno i dobrim odnosom cene i kvaliteta (33,1%).