

Rezultati istraživanja stavova i ponašanja domaćih i stranih turista u Novom Sadu u prvom talasu u decembru 2021., zatim slede naredni talasi januar 2022., maj 2022., Jun 2022., jul 2022., avgust 2022., septembar 2022. i oktobar 2022.

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
.....	4
2. KARAKTERISTIKE TURISTA.....	5
2.1 Demografska struktura turista.....	5
2.2 Odakle su strani turisti koji su posetili Novi Sad u 2021. i 2022.	8
2.3 Odakle su domaći turisti koji su posetili Novi Sad u 2021. i 2022.	11
3. MOTIVI I KARAKTERISTIKE PUTOVANJA	13
3.1 Jednodnevna ili višednevna poseta	13
3.2 Asocijacija na Novi Sad	15
3.3 Učestalost poseta	16
3.4 Motiv putovanja	17
3.5 Saputnici i troškovi.....	18
4. SMEŠTAJ U NOVOM SADU.....	25
5. IZVORI INFORMISANJA O NOVOM SADU KAO TURISTIČKOJ DESTINACIJI.....	34
6. TURISTIČKE LOKACIJE I SADRŽAJI NOVOG SADA	38
7. PREPORUKE I UTISCI	51
8. OPŠTE ZADOVOLJSTVO POSETOM NOVOM SADU	55
9. KLJUČNI NALAZI	57

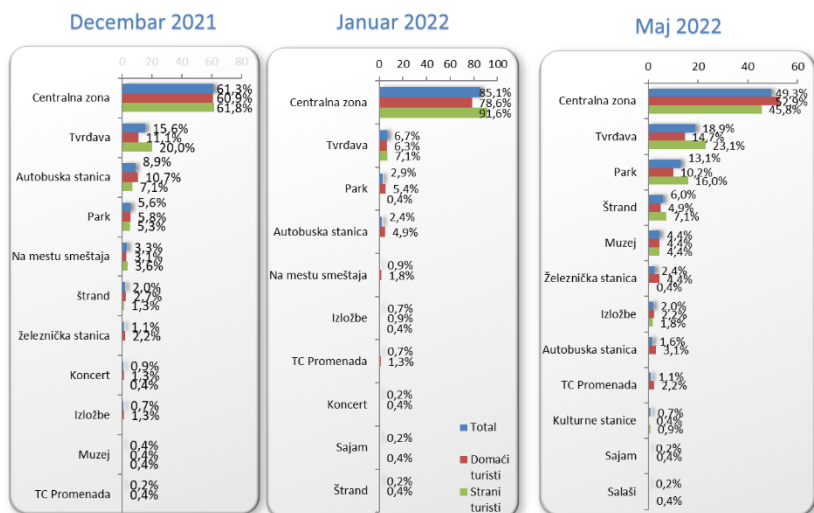
1. METODOLOGIJA

1.1 Upitnik i način prikupljanja podataka

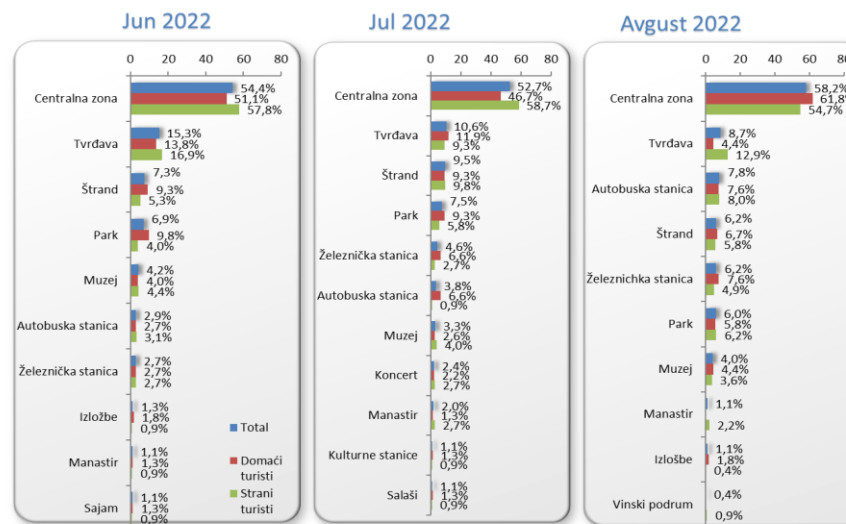
- Upitnik je formulisan na osnovu zahteva Turističke organizacije grada Novog Sada, uz finalno odobrenje svih pitanja od strane Turističke organizacije grada Novog Sada
- Način anketiranja je “licem u lice” (Face to Face (F2F)), na ulici, uz spontano prepoznavanje stranaca i slučajnost izbora ispitanika
- Ukupan uzorak: 3602 turista (1801 domaćih i 1802 stranih turista)
 - Prva etapa: na osnovu kvota prema statistici turista iz 2020. 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, decembru 2021, te u januaru, maju, junu, julu, avgustu septembru i oktobru 2022, 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

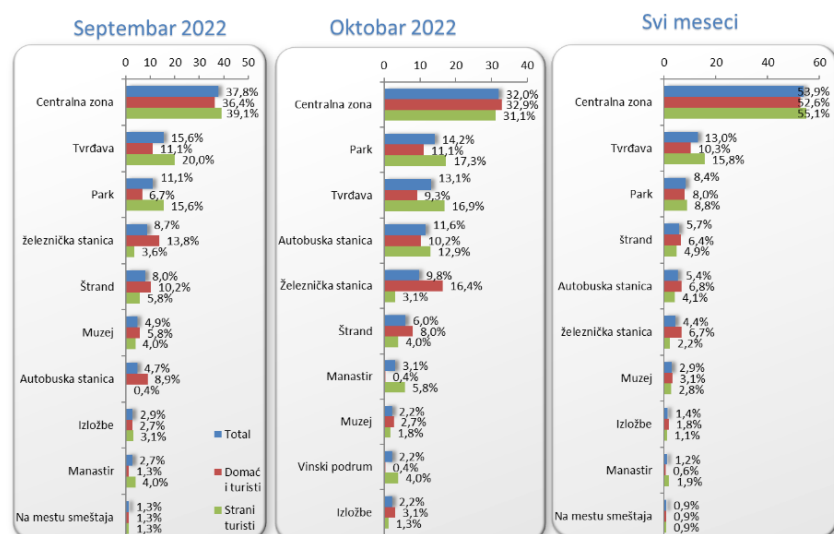
LOKACIJA ISTRAŽIVANJA – TOP 10



LOKACIJA ISTRAŽIVANJA – TOP 10



LOKACIJA ISTRAŽIVANJA – TOP 10

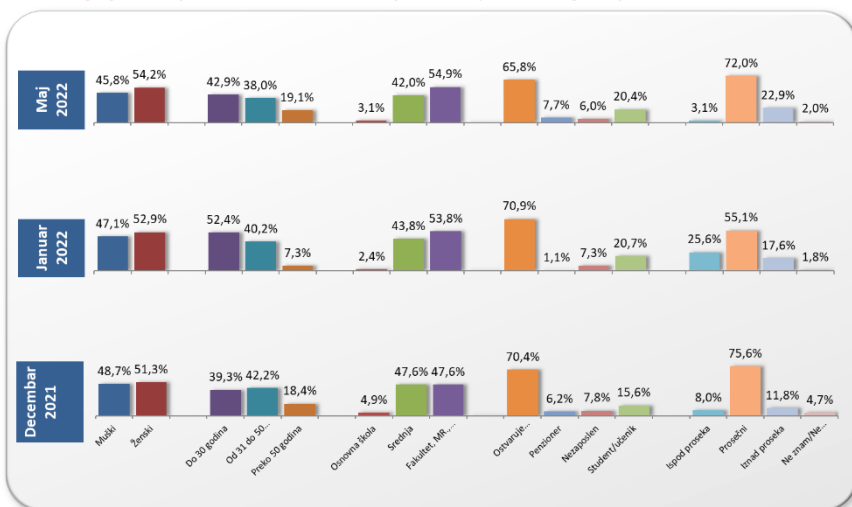


Najveći broj anketiranja stranih i domaćih turista realizovan je u centralnoj zoni grada Novog Sada, te na Petrovaradinskoj tvrđavi.

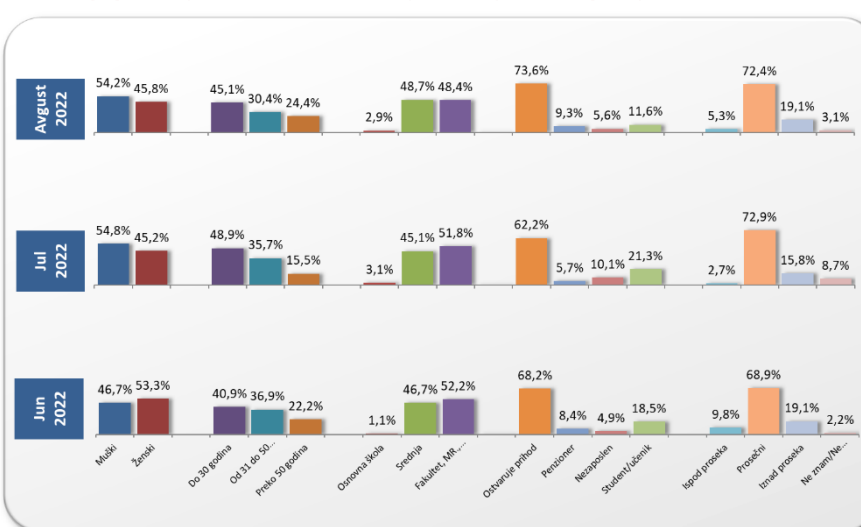
2. KARAKTERISTIKE TURISTA

2.1 Demografska struktura turista

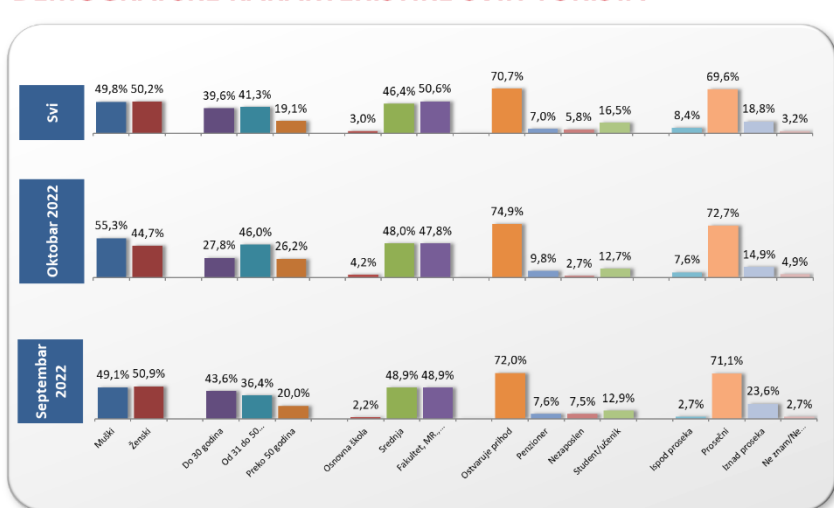
DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE SVIH TURISTA



DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE SVIH TURISTA



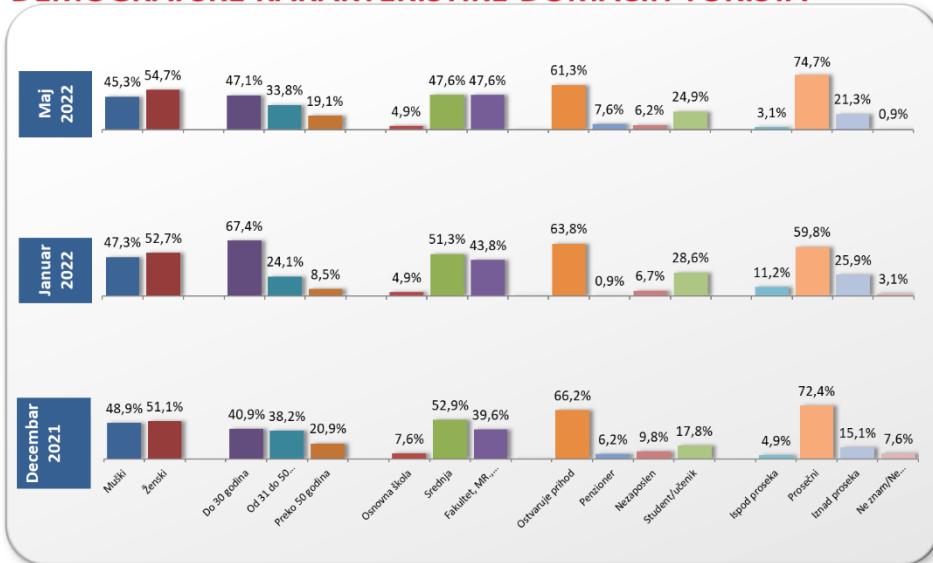
DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE SVIH TURISTA



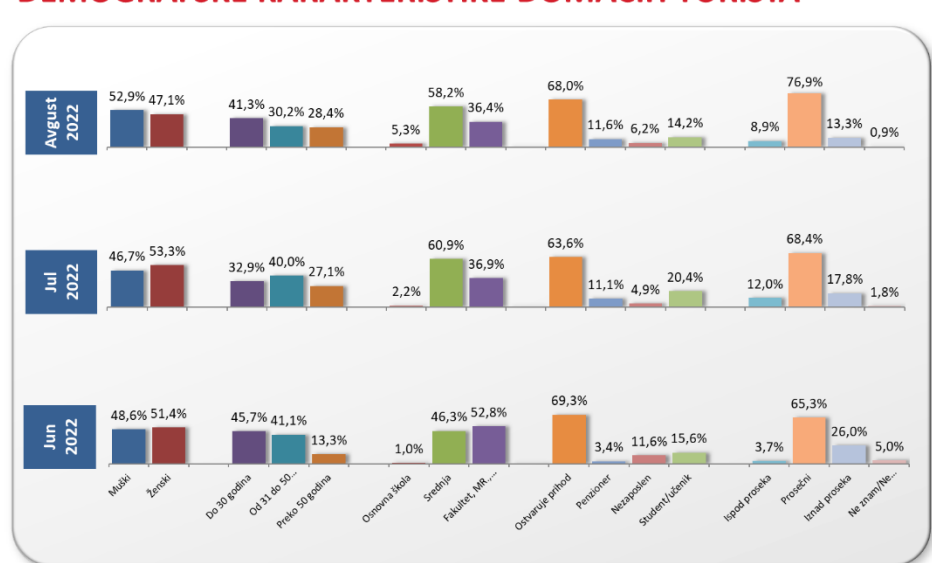
Generalno, posmatrano za svih pet talasa istraživanja, na nivou demografskih karakteristika svih turista, i domaćih i stranih, u uzorku postoji mala razlika po polu za sve talase osim istraživanja u septembru 2022. kad je zastupljenost oba pola gotovo istovetna. U decembru 2021. u istraživanju je muškaraca 48,7% a žena 51,3; u januaru 47,1 muškaraca i 52,9% žena; majska distribucija je 45,8% muškaraca i 54,2% žena; u junu je bilo 46,7% muškaraca i 53,3% žena, u julu je raspored 54,8% muškaraca i 45,2% žena: u avgustu je bilo 54,2% muškaraca i 45,8% žena; septembarska distribucija je 49,1% muškaraca i 50,9% žena i na kraju u oktobru 55,3% muškaraca i 44,7%. Po starosnoj distribuciji, iako u letnjim mesecima, u maju i januaru dominiraju turisti do 30 godina, u ukupnom obračunu, ima najviše turista starih 31-50g, 41,3%.

U svim mesecima osim u avgustu i oktobru, među turistima je najveći udeo visoko obrazovanih.

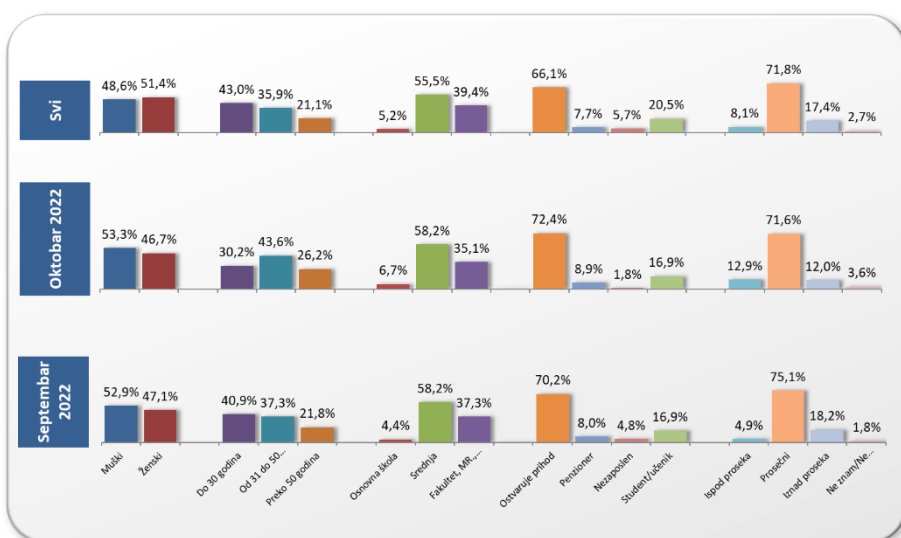
DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE DOMAĆIH TURISTA



DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE DOMAĆIH TURISTA



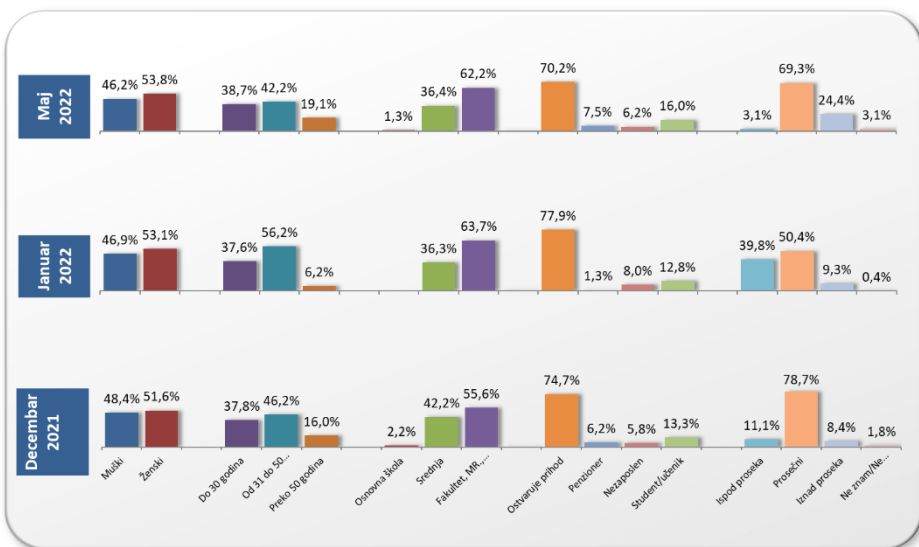
DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE DOMAĆIH TURISTA



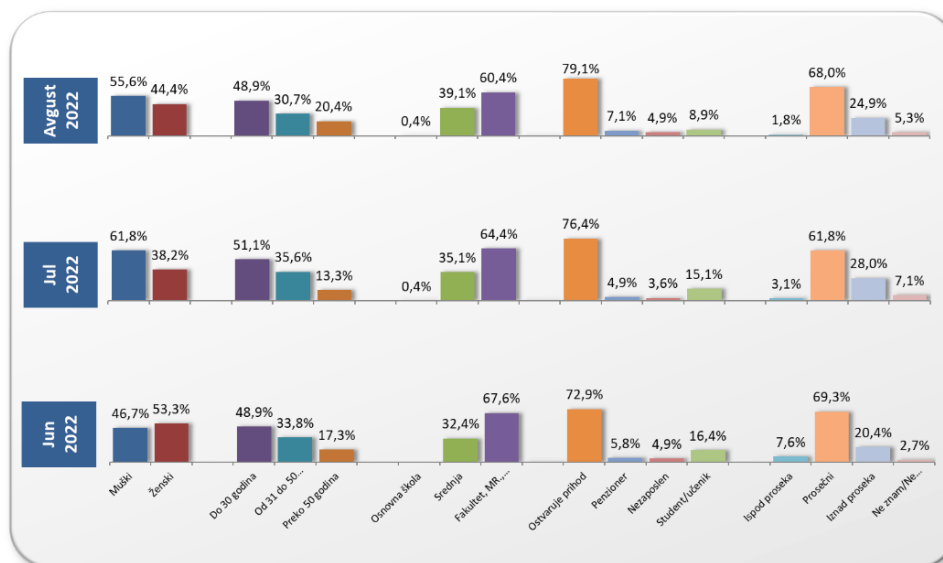
Kad je reč o poređenju demografske strukture domaćih turista, za razliku od opšte populacije turista, domaći turisti su nešto mlađi, među njima dominira segment onih starih do 30 godina, sa učešćem od 43% među svim turistima, ali I manje obrazovani, jer su među domaćim turistima u Novom Sadu najbrojniji on is a završenom srednjom školom.

Takođe, u poređenju sa celinom turističke populacije u Novom Sadu, među domaćim turistima je manji udeo onih koji ostvaruju prihod.

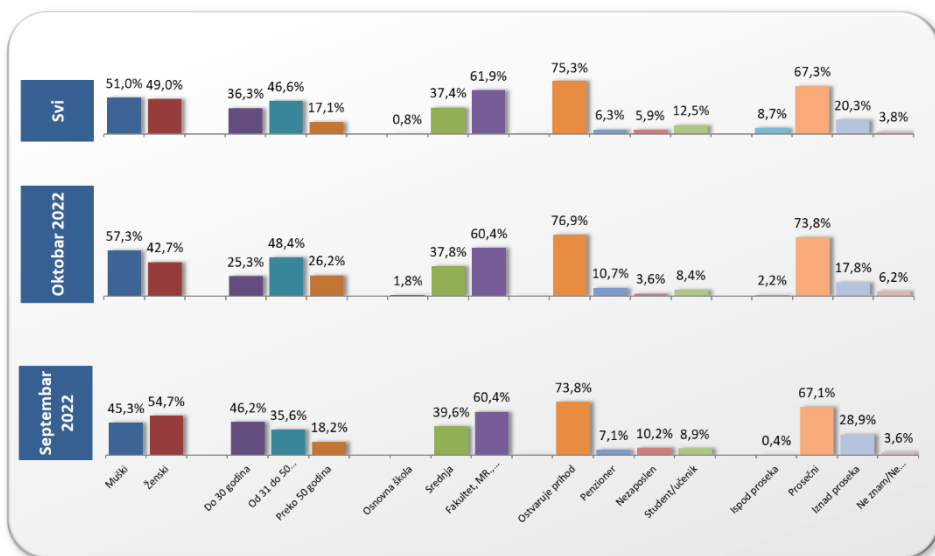
DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE STRANIH TURISTA



DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE STRANIH TURISTA



DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE STRANIH TURISTA



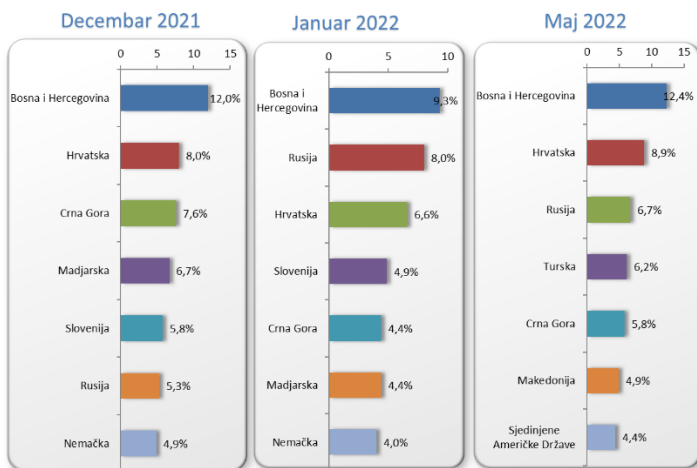
Kao što je već rečeno, strani turisti su, sudeći po učešću onih koji su završili višu školu ili fakultet, obrazovaniji. Dok je u istraživanju među stranim turistima u proseku bilo oko 2/3 njih sa višim i visokim obrazovanjem (61,9%), među domaćim turistima je zabeleženo visokoobrazovanih oko 40%. U tom smislu, dok među domaćim turistima oni sa srednjim obrazovanjem čine 58,5% od svih turista, među stranim turistima, oni sa srednjom školom čine 37,4%. Posmatrano po talasima istraživanja, može se primetiti da je u zimskom periodu (prva tri talasa istraživanja) u strukturu turista po obrazovanju, među domaćim turistima, nešto više visokoobrazovanih nego što je to slučaj u letnjoj sezoni.

Izvesne razlike između stranih i domaćih turista koji su posetili Novi Sad u periodu decembar 2021. - oktobar 2022. postoje i kada je reč o radno socijalnom statusu. Naime, dok se u populaciji stranih turista u proseku 75,3% njih izjašnjava da ostvaruje lični prihod, među domaćim turistima prihod ostvaruje 66,1% njih.

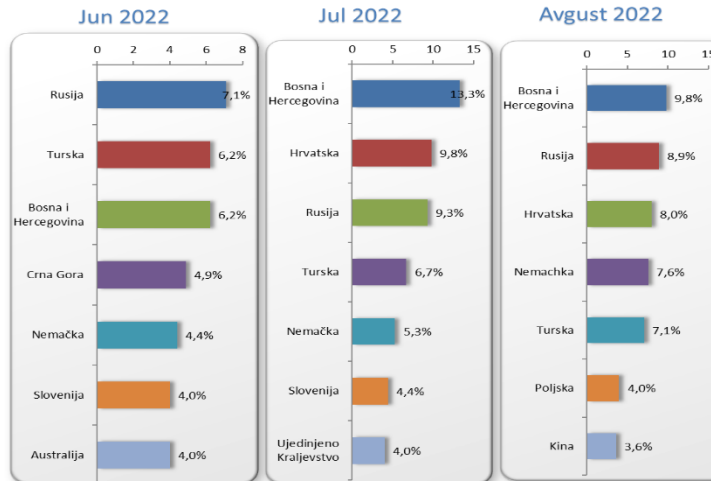
Treba još naglasiti da je među stranim turistima 67,1% onih koji samoprocenjuju prihode svog domaćinstva (u zemlji iz koje dolaze) kao prosečne, a da je 28,9% onih koji prihode svog domaćinstva procenjuju kao iznad prosečne. S druge strane, 71,8% domaćih turista samoprocenjuju prihode svog domaćinstva kao prosečne, a tek 17,4% smatra da su prihodi njihovog domaćinstva iznad prosečni.

2.2 Odakle su strani turisti koji su posetili Novi Sad u 2021. i 2022.

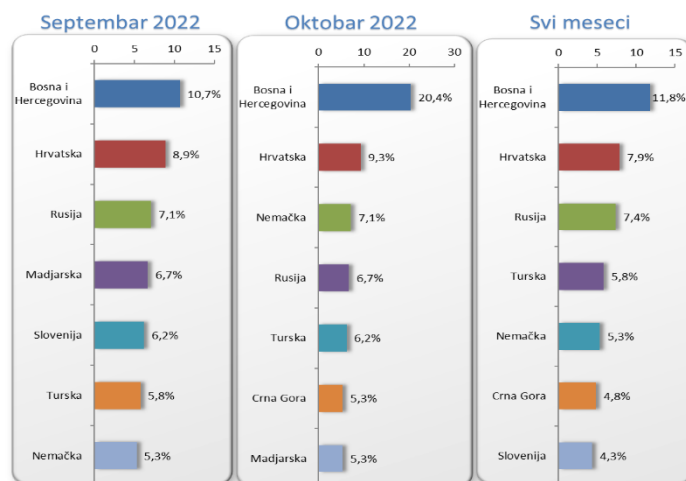
ZEMLJE IZ KOJE DOLAZE STRANI TURISTI – TOP 7



ZEMLJE IZ KOJE DOLAZE STRANI TURISTI – TOP 7



ZEMLJE IZ KOJE DOLAZE STRANI TURISTI – TOP 7

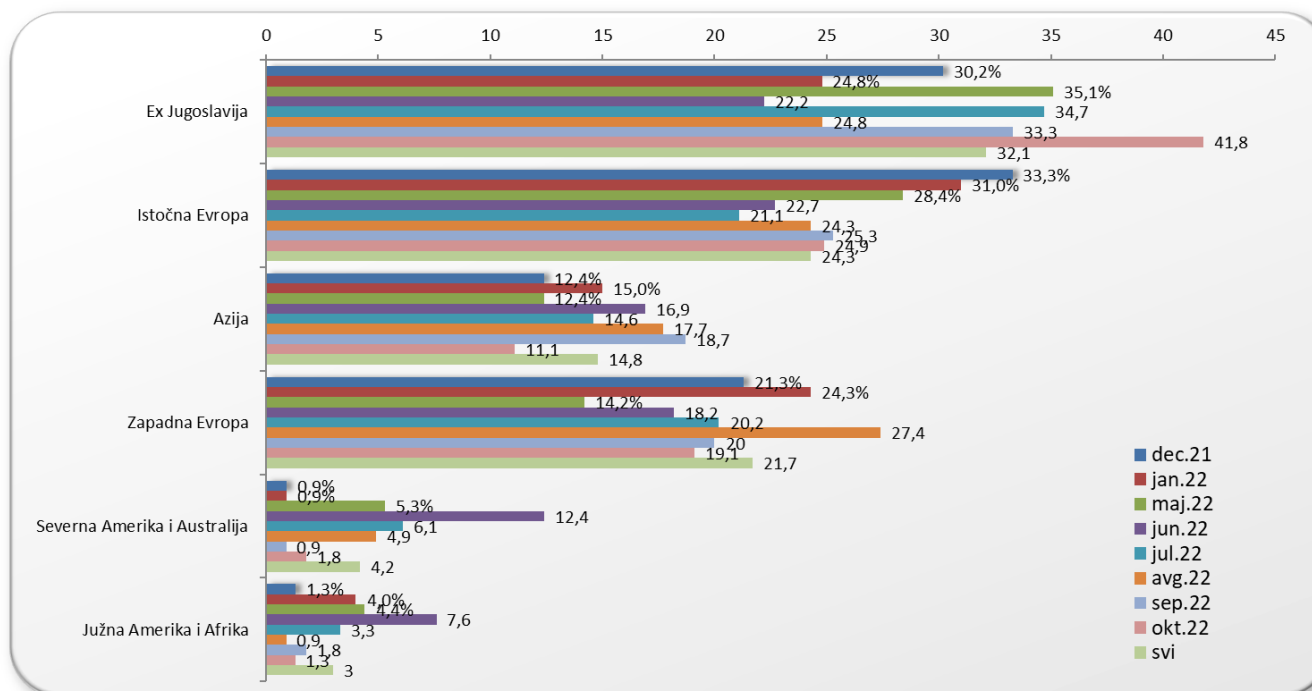


Kad je reč o stranim turistima, rezultata istraživanja može se zaključiti da je u decembru 2021 najveći broj turista iz stranih zemalja bio iz BiH 12% sledi Hrvatska 8% i Crna Gora 7,6. U Januaru 2022, najveći broj stranih turista dolazio je iz Bosne i Hercegovine 9,3%, Rusije 8% i Hrvatska 6,6%. U maju distribucija je bila sledeća: BiH 12,4%, Hrvatska 8,9%. U junu najveći broj stranaca je bio iz Rusije 7,1%, Turska 6,2% i BiH 6,2%. U julu: BiH 13,3%, Hrvatska 9,8% i Rusija 9,3%. U Avgustu: BiH 9,8%, Rusija 8,9%, na kraju Hrvatska 8,0%. U septembru: najveći broj

stranih turista dolazi iz BiH 10,7, Hrvatska 8,9% i Rusija 7,1%; U oktobru: vodeće mesto među stranim turistima zadržavaju posetioci iz BiH 20,4% na drugom mestu su turisti iz Hrvatske 9,3% i na trećem turisti iz Nemačke 7,1%. Generalno, za ceo period istraživanja, najviše je turista iz BiH 11,8%, Hrvatske 7,9% i Rusije 7,4%. Evidentan je značajan broj turista iz Rusije ali s obzirom da ih je veliki broj bilo i u januaru pre početka rata ne možemo sa sigurnošću tvrditi da je taj broj u letnjim mesecima uslovljen ratom.

Pored ovih nabrojanih zemalja odakle u Novi Sad najčešće dolazi najveći broj stranih turista, treba napomenuti da značajan broj turista dolazi i iz Crne Gore, Maj+kedonije i Slovenije, ako i iz Mađarske i Kine.

ZEMLJE IZ KOJE DOLAZE STRANI TURISTI - REGIONI

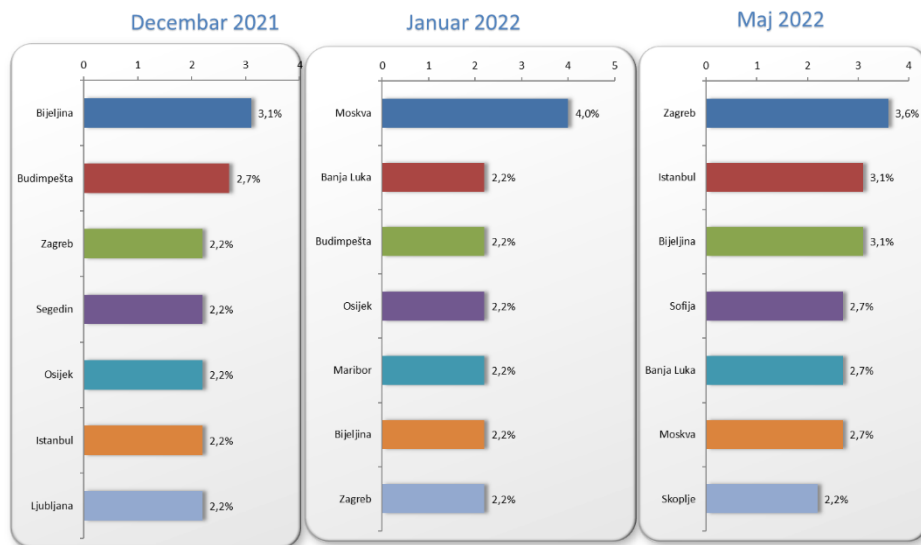


Gledano po regionu odakle dolaze strani turisti, na osnovu ukupnih rezultata istraživanja, može se zaključiti da je nešto manje od trećine iz Ex Jugoslavije 32,1%, iz Istočne Evrope dolazi 24,3% od svih stranih turista, iz Zapadne Evrope 21,7%. Iz Azije dolazi 14,8% Broj turista iz Severne Amerike i Australije je 4,2%, a iz Južne Amerike i Afrike prema navedenoj regionalizaciji porekla turista, dolazi 3% od svih stranih turista.

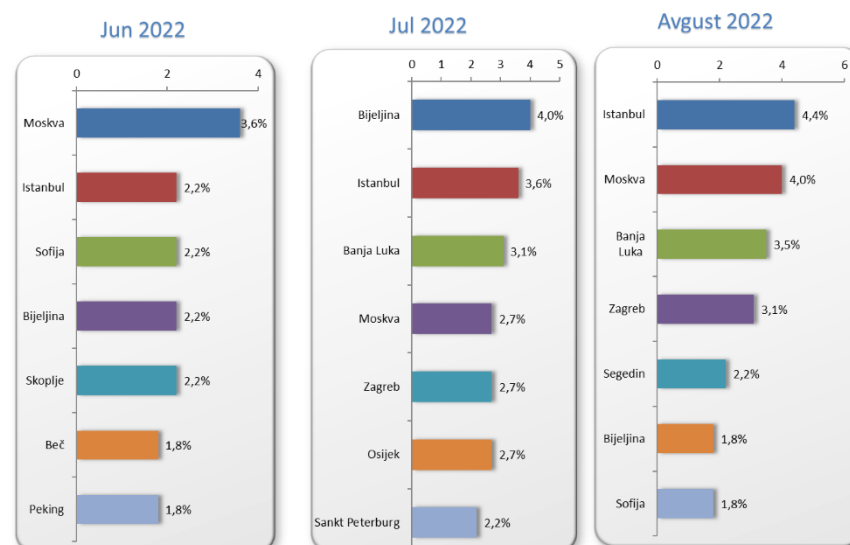
Kad je reč o sezonskim trendovima, odnosno razlikama u istraživačkim nalazima za sprovedene talase istraživanja, evidentno je da je udeo stranih turista iz Ex YU zemalja najizraženiji bio u oktobru s tim da najmanji udeo u junu. Iz Zapadne Evrope najveći broj turista je zabeležen u avgustu 2022. Zimski i prolećni meseci su specifični zbog značajnog udela turista iz Istočne evrope decembar 2021. 33,3%, januar 2022. 31% i maj 28,4% Ne računajući turiste iz Istočne Evrope turisti iz ostalih regiona najčešće su dolazili u letnjim

mesecima.

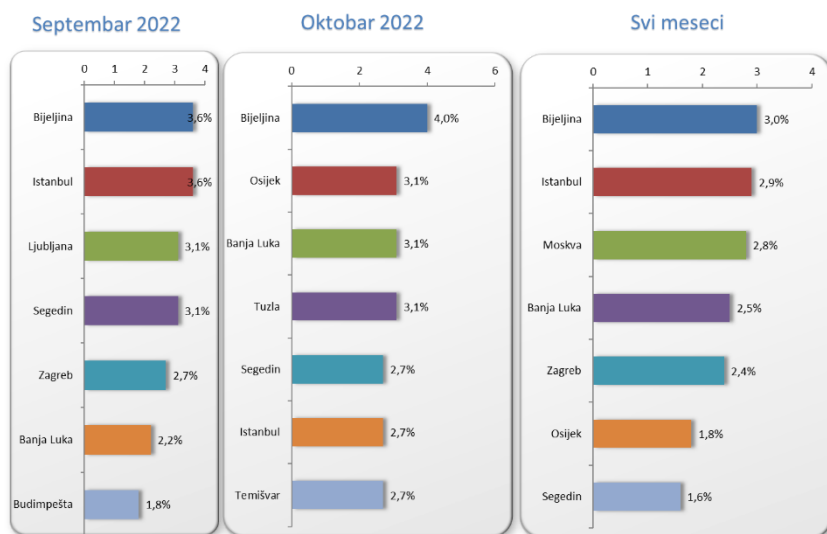
GRADOVI IZ KOJIH DOLAZE STRANI TURISTI - TOP 7



GRADOVI IZ KOJIH DOLAZE STRANI TURISTI - TOP 7



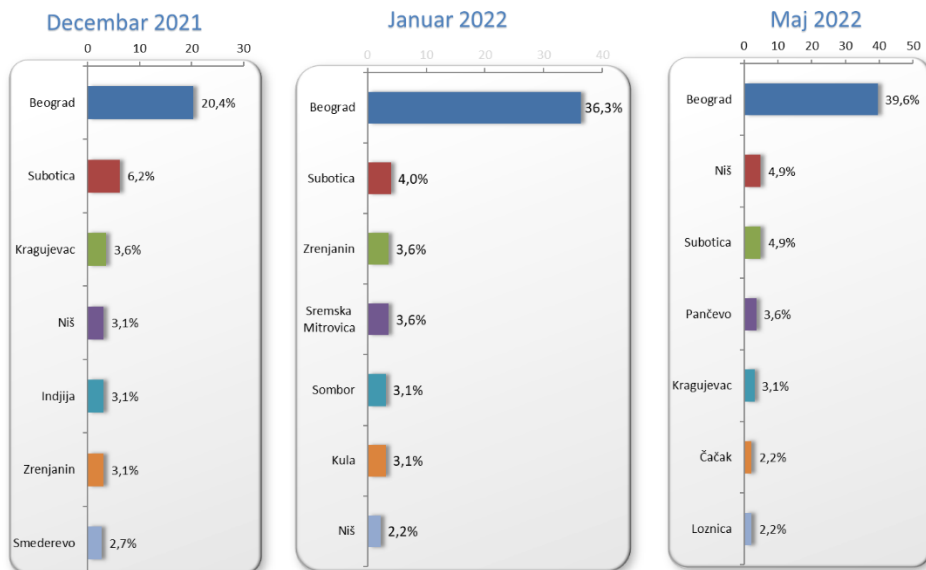
GRADOVI IZ KOJIH DOLAZE STRANI TURISTI - TOP 7



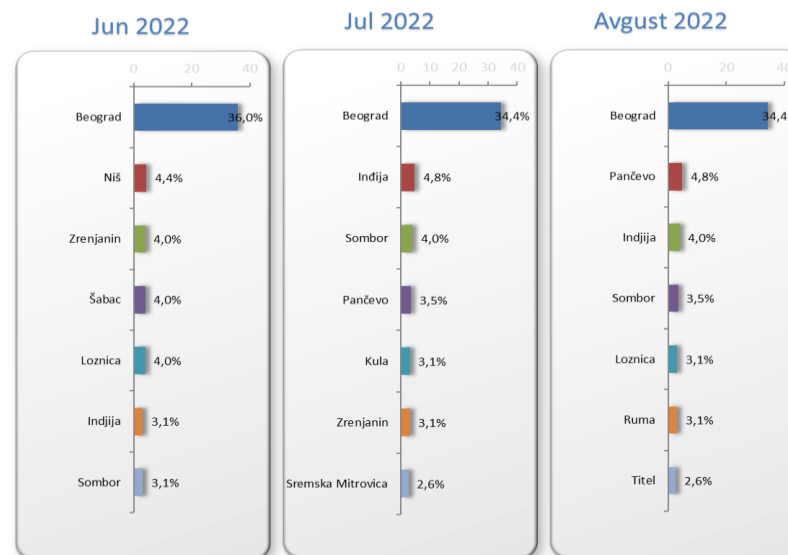
Kad je reč o gradovima odakle dolaze strani turisti, generalno, iz rezultata istraživanja vidi se da su najmnogobrojniji turisti iz Bijeljine 3%, Istanbul 2,9% i Moskva 2,8%. Od gradova van Ex jugoslovenskih prostora izdvajaju se u Decembru 2021. Budimpešta 2,7%. U Januaru 2022, Moskva 4,0%, u maju Zagreb 3,6% u maju Moskva 3,6% u julu, avgustu i septembru Istanbul 3,6%, 4,4% i 3,6%. Na kraju u Oktobru Osijek, Banjaluka i Tuzla, sa po 3,1%.

2.3 Odakle su domaći turisti koji su posetili Novi Sad u 2021. i 2022.

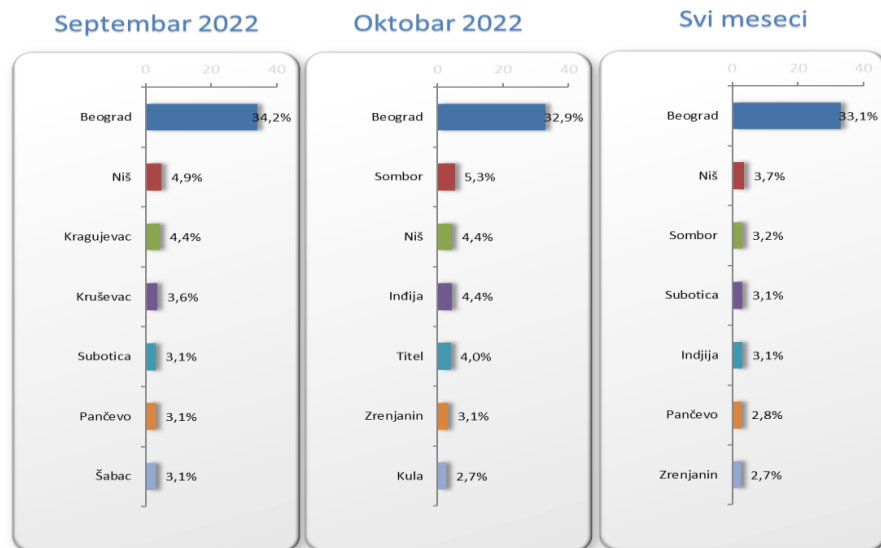
GRADOVI IZ KOJIH DOLAZE DOMAĆI TURISTI - TOP 7



GRADOVI IZ KOJIH DOLAZE DOMAĆI TURISTI - TOP 7



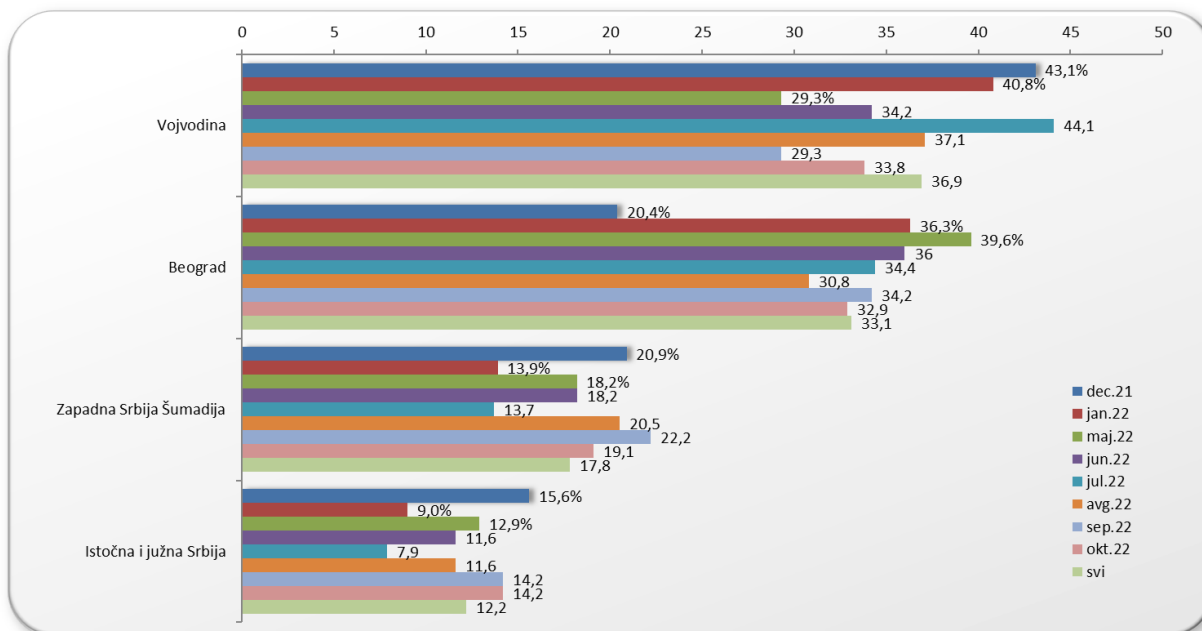
GRADOVI IZ KOJIH DOLAZE DOMAĆI TURISTI - TOP 7



Kad je reč o domaćim turistima, iz ukupnih rezultata istraživanja zaključujemo da je oko jedne trećina njih iz Beograda: u decembru 20,4%, u januaru 36,3%, u maju 39,6%, u junu 36% u julu 34,4%, u avgustu 34,4%, u septembru 34,2% i u oktobru 32,9%

Pored Niša koji je na drugom mestu, slede i Subotica, Indija, Pančevo i Sombor

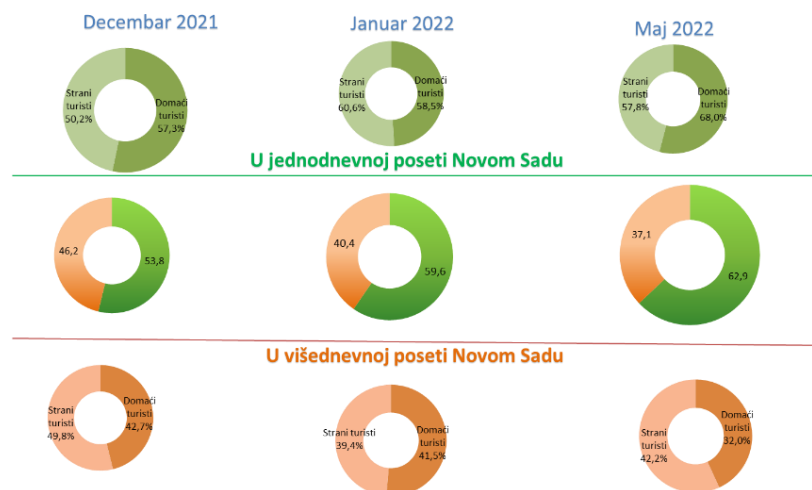
DOMAĆI TURISTI - REGIONI



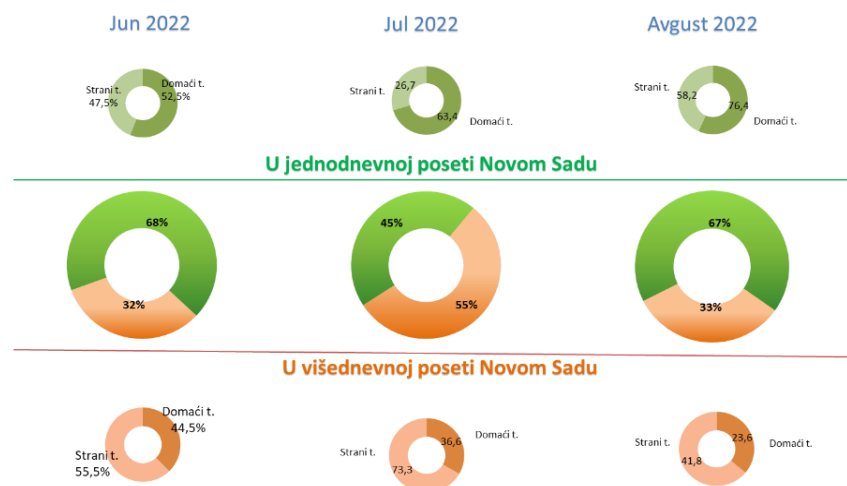
Najveći broj turista gledano regionalno je iz Vojvodine 36,9%, sledi Beograd 33,1% sledi zapadna Srbija Šumadija 17,8% i Južna i Istočna Srbija 12,2%. Vojvođana je najviše bilo u julu 2022 44,1% turista iz Zapadne Srbije i Šumadije u septembru 2022 22,2%. Beograđani su najviše posećivali Novi Sad u maju 2022 39,6%, turisti iz Južne i Istočne Srbije najviše su bili prisutni u decembru 2021 15,6%, a turisti iz Zapadne Srbije i Šumadije u septembru, 22,2%..

3. MOTIVI I KARAKTERISTIKE PUTOVANJA

JEDNODNEVNA ILI VIŠEDNEVNA POSETA?

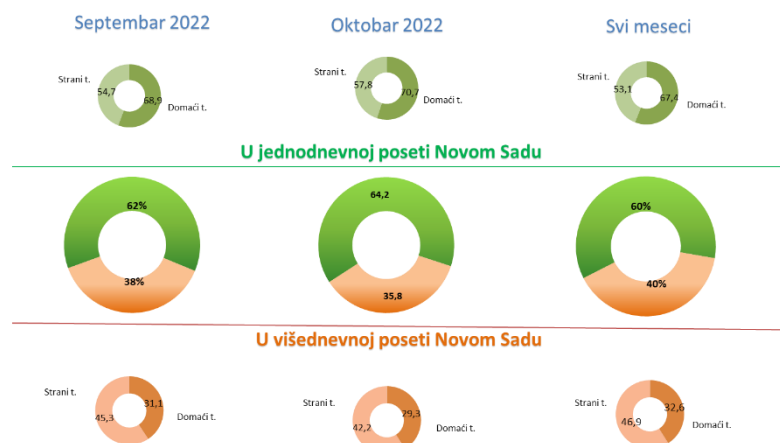


JEDNODNEVNA ILI VIŠEDNEVNA POSETA?



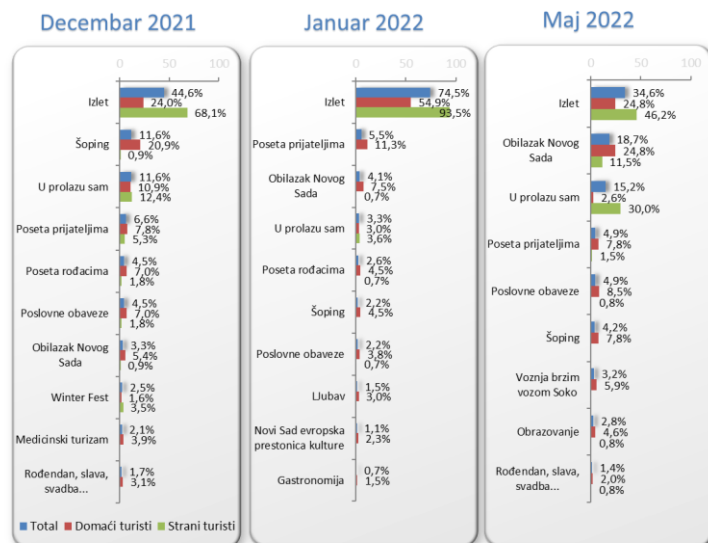
3.1 Jednodnevna ili višednevna poseta

JEDNODNEVNA ILI VIŠEDNEVNA POSETA?

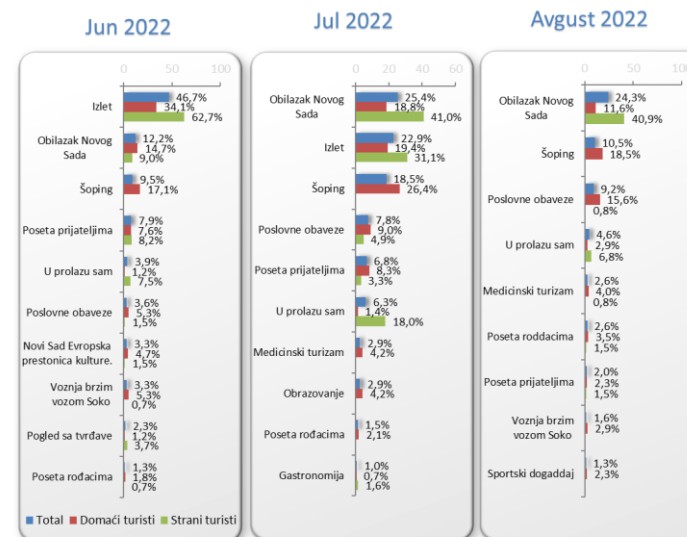


Posmatrano na nivou svih talasa istrazivanja, većina turista, njih 60%, nalazi se u **jednodnevnoj poseti Novom Sadu**. Sličan odnos između onih koji noće i onih koji su u jednodnevnoj poseti Novom Sadu vlada gotovo u svim talasima istrazivanja, **izuzev u julu**, kada je od svih turista **55% u višednevnoj poseti, a 45% u jednodnevnoj poseti**. Strani turisti su u većoj meri zastupljeni kada se govori o višednevnim posetama i noćenjima u Novom Sadu. **Posmatrano na nivou svih talasa, dok je od svih stranih turista, njih 53,1% je bilo u Novom Sadu u jednodnevnoj poseti, a 46,9% u višednevnoj; od svih domaćih turista, 67,4% je u Novom Sadu bilo u jednodnevnoj poseti, a njih 32,6% je tu bilo u višednevnoj poseti.**

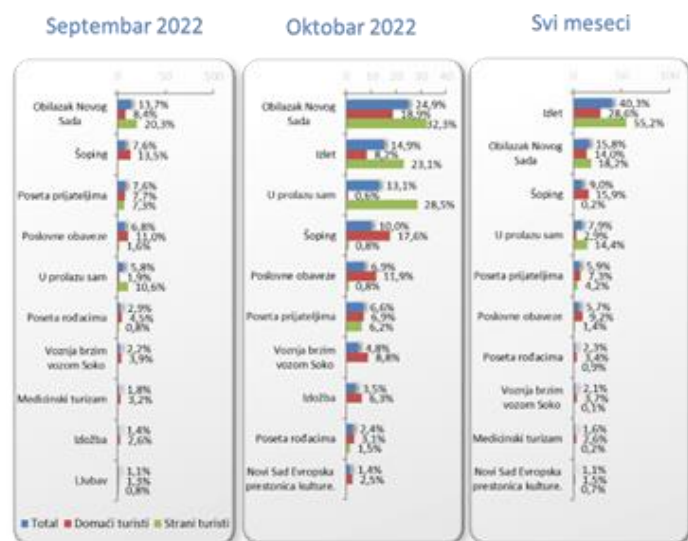
RAZLOG JEDNODNEVNE POSETE – TOP 10



RAZLOG JEDNODNEVNE POSETE – TOP 10



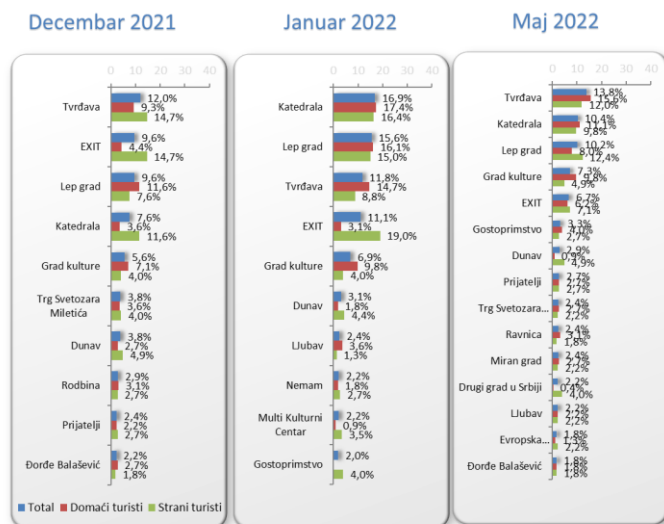
RAZLOG JEDNODNEVNE POSETE – TOP 10



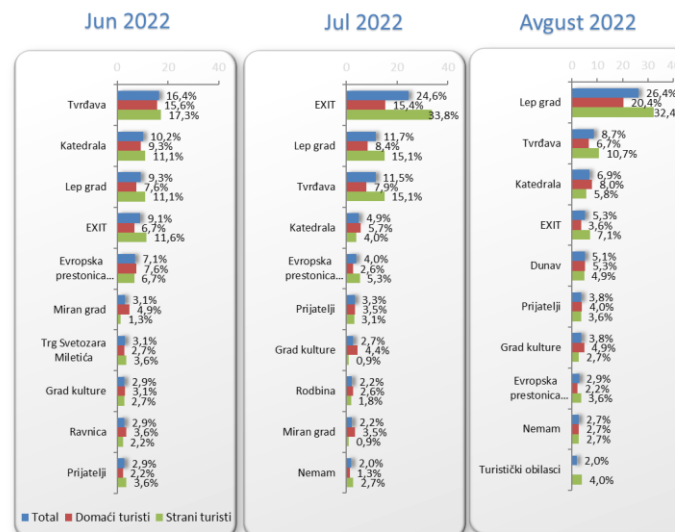
Najčešći razlozi posete Novom Sadu su turistički izlet ili obilazak Novog Sada. Ti razlozi su češće navođeni kod stranih turista. Evidentno je da je zbog inercije opasnosti od pandemije i letnjih meseci mali udeo poslovnih događaja naveden kao razlog boravka u Novom Sadu. Zanimljivo je navesti da je poseta rođacima i prijateljima razlog koji je prisutan pre svega kod domaćih, ali je zastupljen i kod stranih turista. Kupovina je dominantno prisutna samo kod domaćih turista

3.2 Asocijacija na Novi Sad

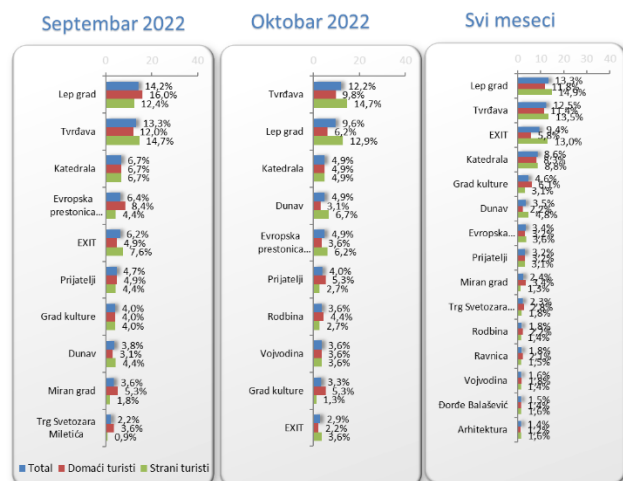
PRVA ASOCIJACIJA NA NOVI SAD – TOP 10



PRVA ASOCIJACIJA NA NOVI SAD – TOP 10



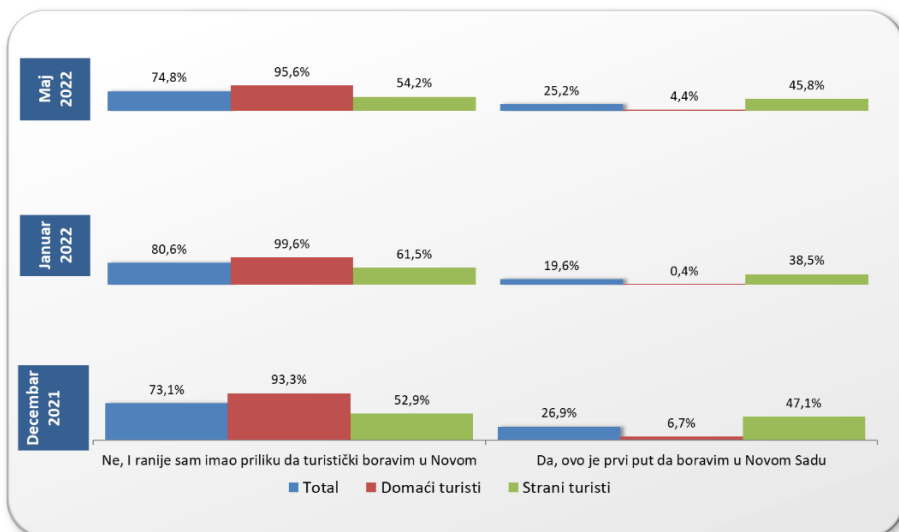
PRVA ASOCIJACIJA NA NOVI SAD – TOP 10



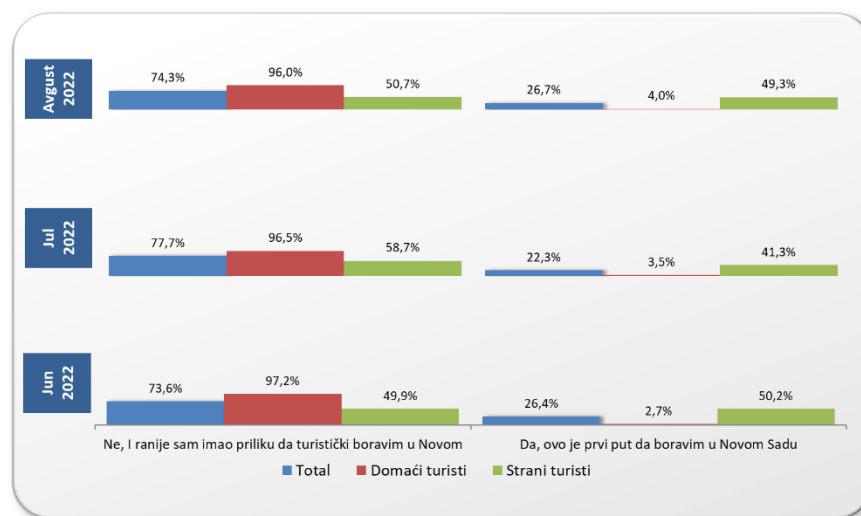
Lep grad je generalno prva asocijacija na Novi Sad kod 13,3% turista, i to je dominantna asocijacija na grad u slučaju domaćih turista, u 11,8% slučajeva. Kod stranih turista, dominantna asocijacija je takođe Lep grad 14,9%. Tvrđavu 13,5% stranih turista navodi kao drugu asocijaciju. Dok je kod domaćih turista na trećem mestu grad kulture 6,1%, kod stranih je Exit 13% Exit je najčešće navođen kao prva asocijacija na Novi Sad u julu.

3.3 Učestalost poseta

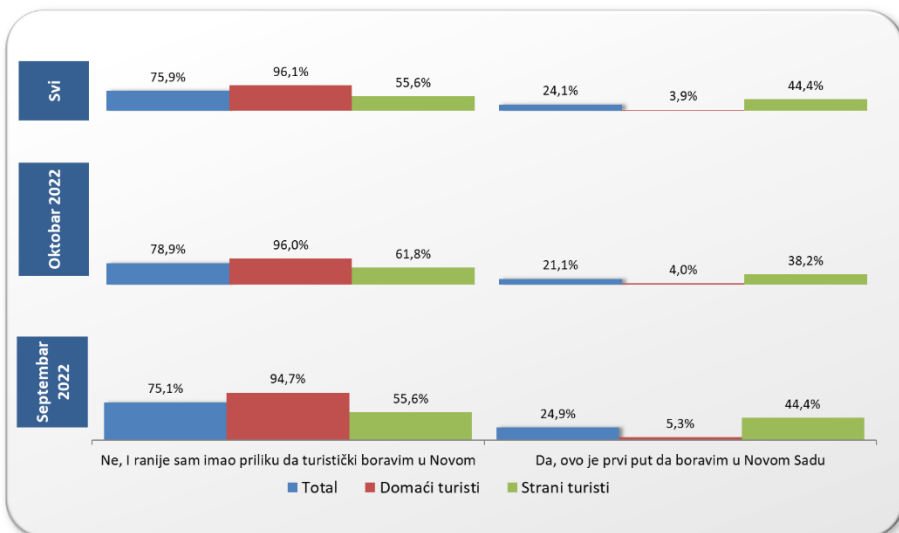
UČESTALOST POSETA



UČESTALOST POSETA



UČESTALOST POSETA

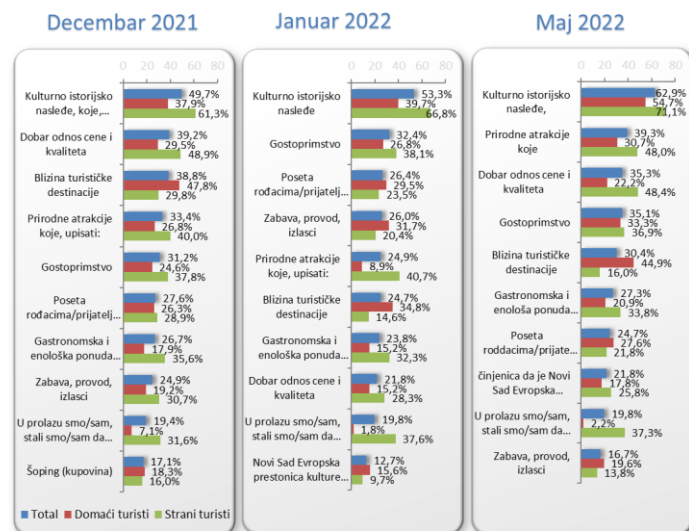


Generalno, rezultati pokazuju da je čak 75,9% turista i ranije imalo priliku da poseti Novi Sad. Ovaj nalaz se može tumačiti u svetlu činjenice da je **čak više od 9 od 10 domaćih turista prethodno imalo priliku da turistički boravi u Novom Sadu. S druge strane, 4 od 10 stranih turista navodi da im je ovo prvi put da turistički borave u Novom Sadu.**

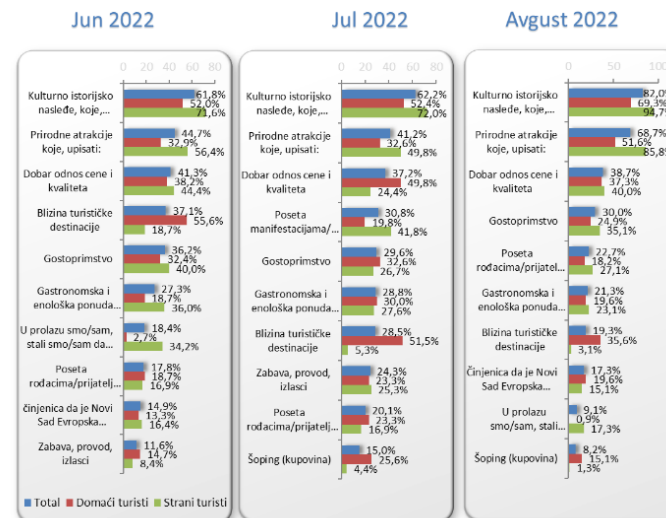
Nema značajnijih razlika između talasa istraživanja, izuzev možda napomene da je u prvom talasu istraživanja konstatovano da je 93,3% domaćih turista već i ranije imalo priliku da turistički boravi u Novom Sadu, a da je u drugom talasu čak 99,6% domaćih turista potvrdilo prethodni boravak u Novom Sadu. Dakle, dok u Decembru 2022. 6,7% domaćih turista navodi da im je ovo prvi put u Novom Sadu, u letnjoj sezoni ne prelazi 4% domaćih turista koji pre nisu bili u Novom Sadu. U septembru je taj broj 5,3% turista

3.4 Motiv putovanja

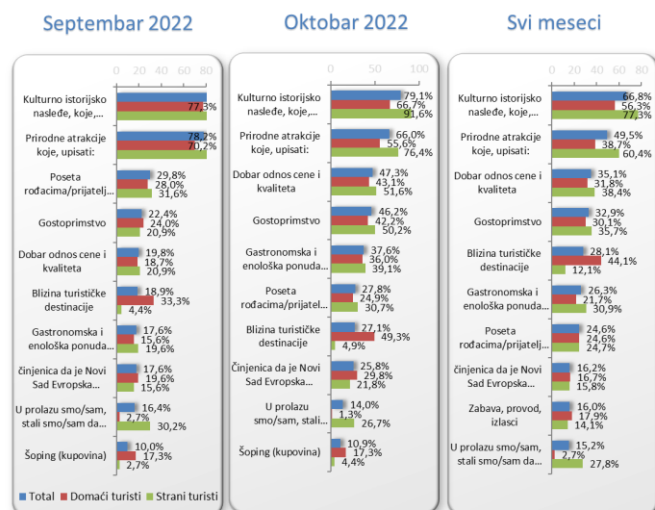
MOTIV PUTOVANJA – TOP 10



MOTIV PUTOVANJA – TOP 10



MOTIV PUTOVANJA – TOP 10



Posmatrano u odnosu na generalne rezultate za osam talasa istraživanja, domaći turisti značajno češće od stranih turista kao motive putovanja izdvajaju blizinu turističke destinacije (Domaći turisti – 44,1% : Strani turisti – 12,1%)

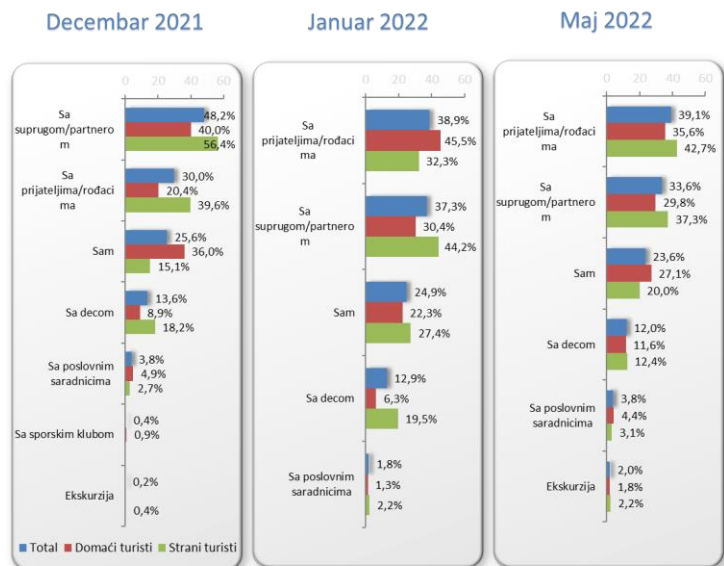
S druge strane, strani turisti su značajno češće od domaćih turista kao motive dolaska u Novi Sad navodili kulturno istorijsko nasleđe (Strani turisti – 71,1% : Domaći turisti – 54,7%), dobar odnos cene i kvaliteta (Strani turisti – 48,4% : Domaći turisti – 22,2%), te prirodne atrakcije (Strani turisti – 48% : Domaći turisti – 30,7%).

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

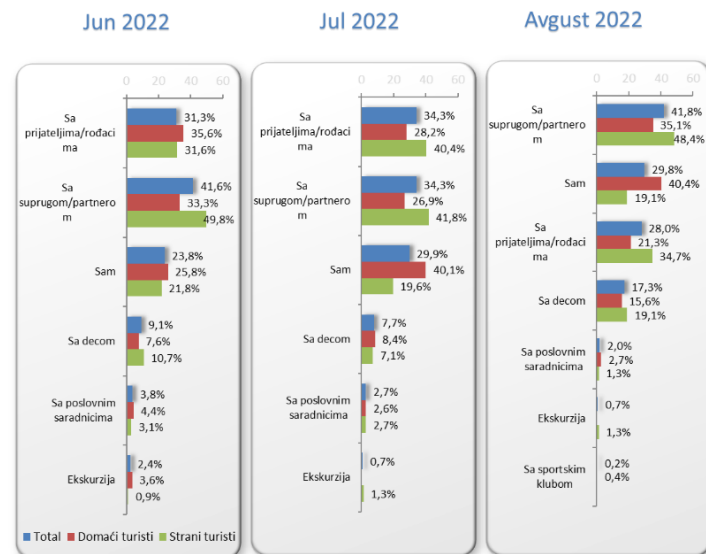
Oni koji navode prirodne atrakcije najčešće : Dunav, Dunavski park I Fruška gora

3.5 Saputnici i troškovi

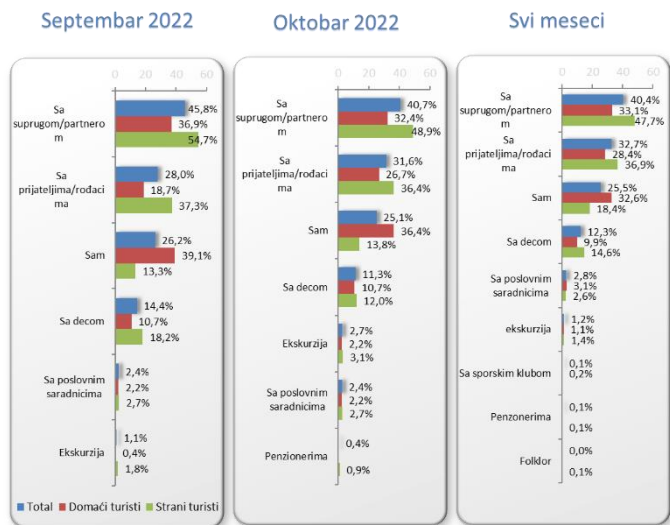
SAPUTNICI



SAPUTNICI



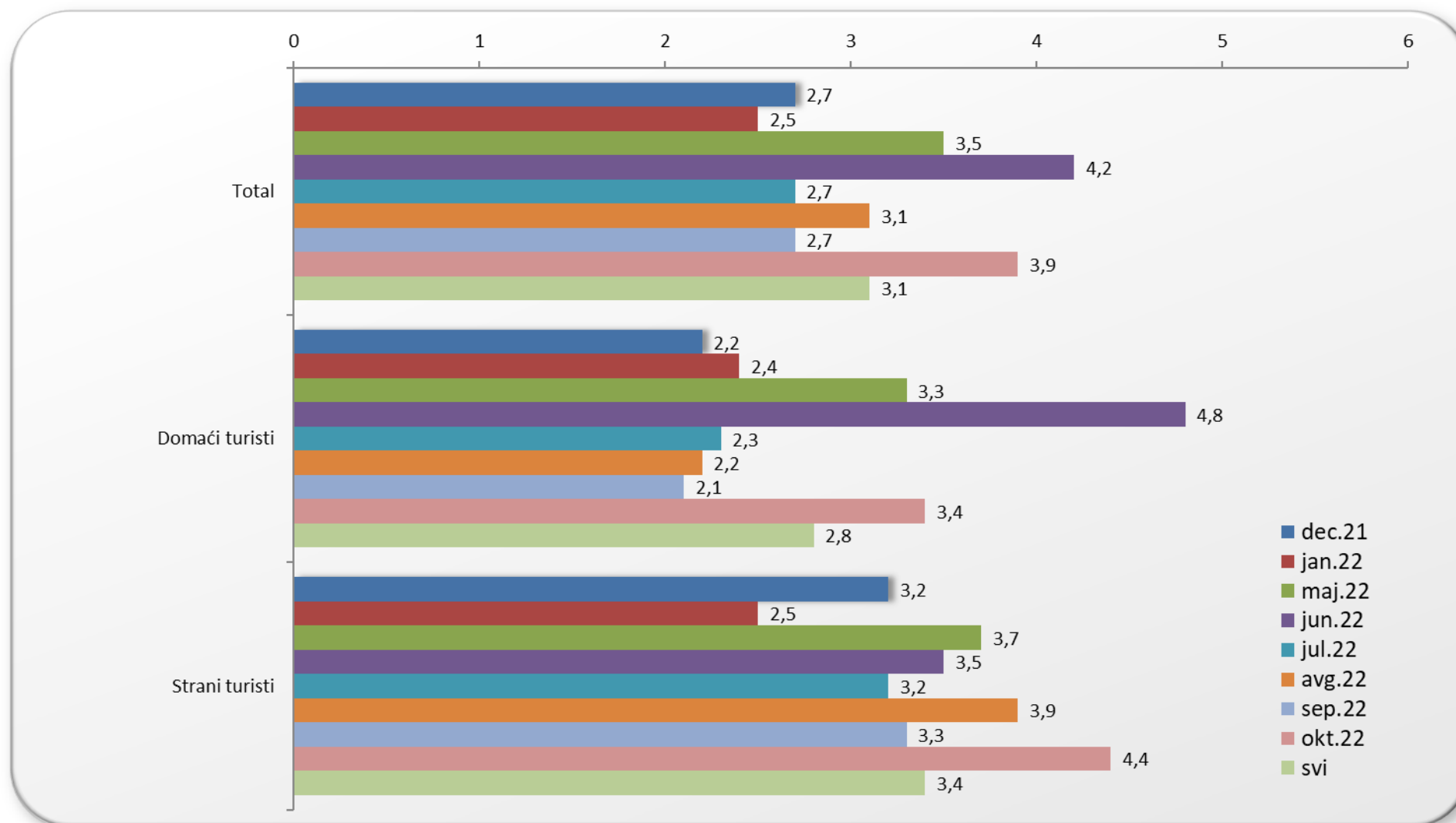
SAPUTNICI



Generalno, imajući u vidu ukupne rezultate za sve talase istraživanja, najveći broj turista je u Novi Sad došao sa suprugom/partnerom, 40,4% Odstupanje u januaru i junu pokazuje da je u ta dva meseca broj domaćih gostiju koji su dolazili sa suprugom i partnerom veći kod domaćih nego kod stranih turista.

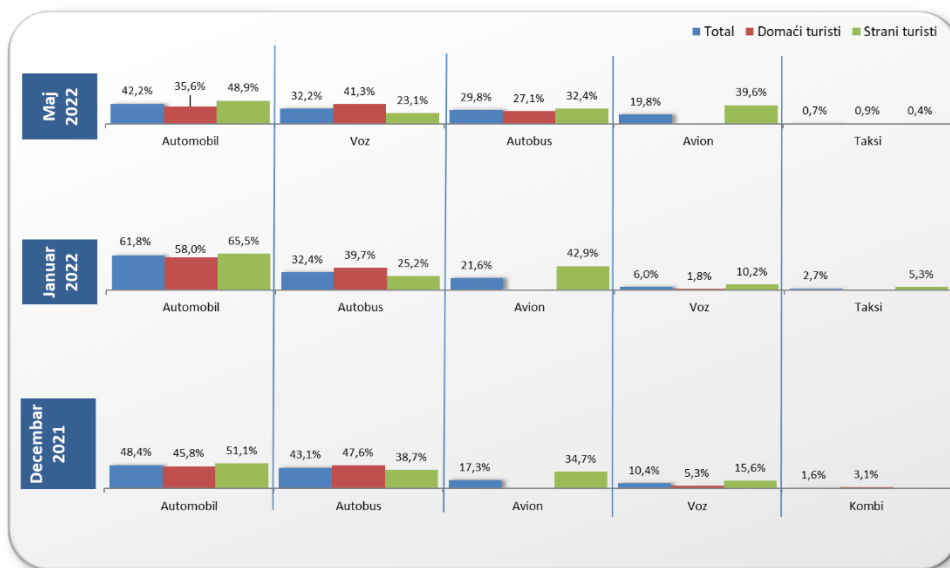
Generalno, jedna trećina turista dolazi sa prijateljima, jedna četvrtina turista u Novi Sad dolaze sami. Dok stranci češće dolaze sa prijateljima, domaći turisti češće dolaze sami.

PROSEČAN BROJ SAPUTNIKA



Prosečan broj saputnika je generalno 3,1, a najveći je bio u junu 4,2. Kod domaćih turista najveći broj saputnika je u junu 4,8 a kod stranih u oktobru 4,4.

PREVOZNO SREDSTVO TOP 5



PREVOZNO SREDSTVO TOP 5



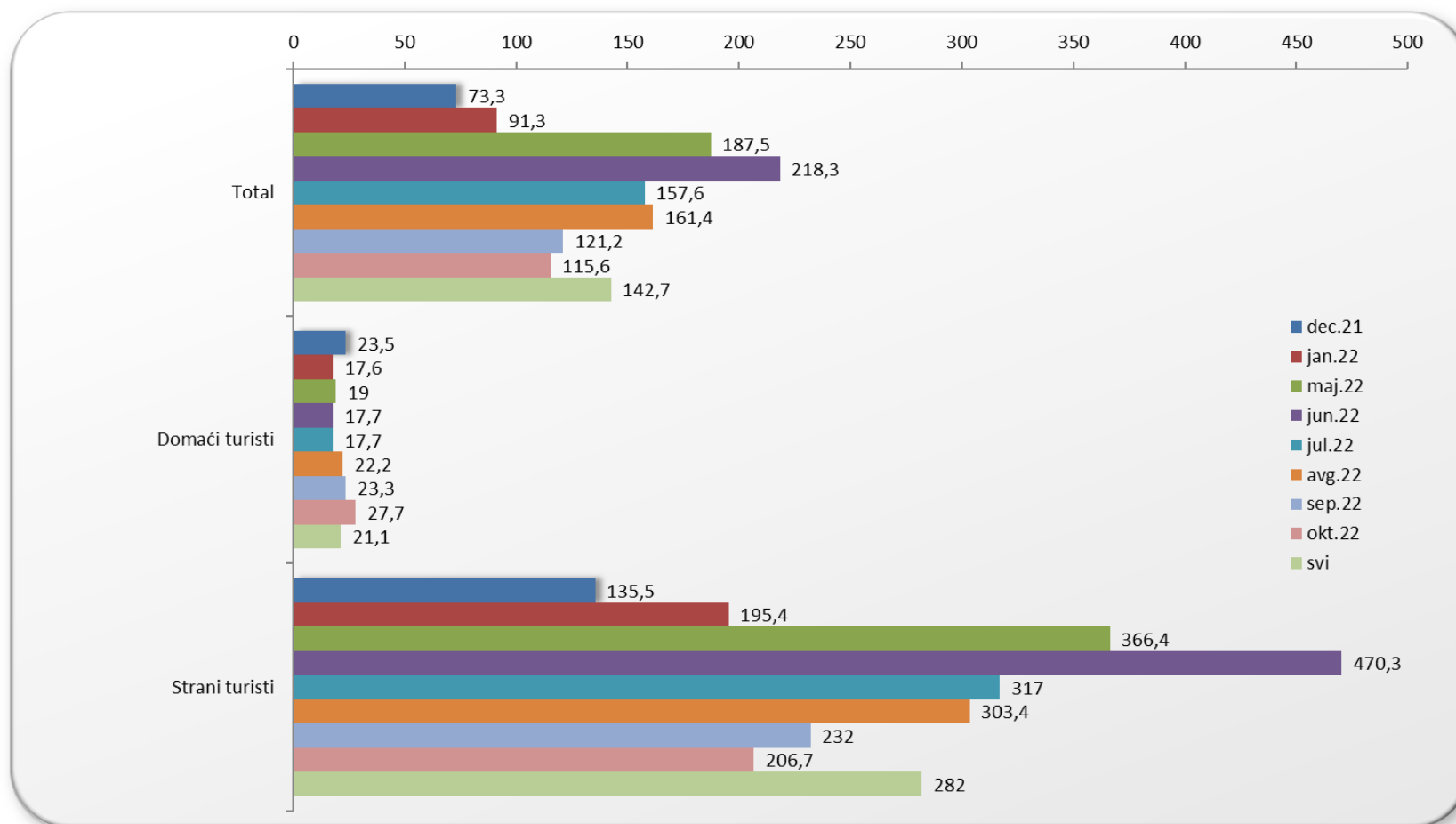
PREVOZNO SREDSTVO TOP 5



Generalno, ukupni rezultati potvrđuju da je automobil ubedljivo najčešće prevozno sredstvo turista (Strani turisti – 51,3% : Domaći turisti – 39,4%). Dok su i strani i domaći turisti za dolazak u Novi Sad koristili autobus ujednačeno (Strani turisti – 32,1% : Domaći turisti – 33,5%), domaći turisti češće koriste voz, spram stranih (Strani turisti – 23,7% : Domaći turisti – 30,9 %), a samo su strani turisti, razumljivo, koristili avion (42,4%).

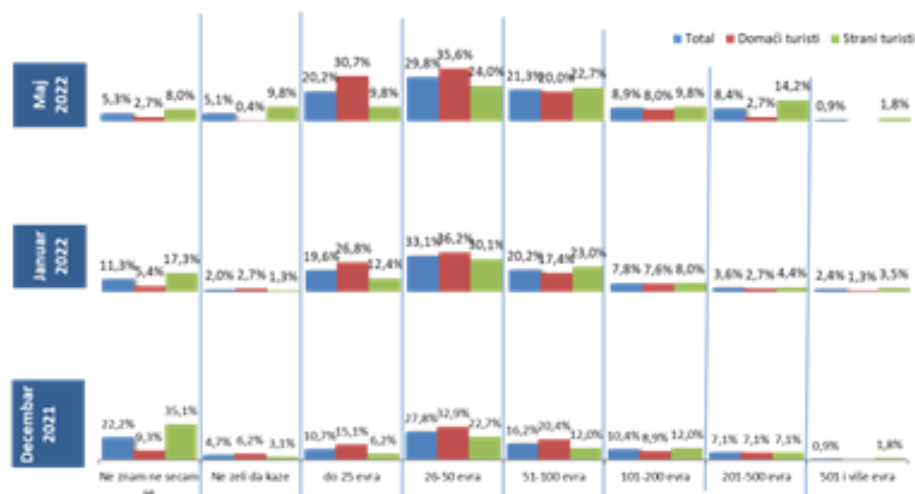
Istraživanje je utvrdilo da, kad je reč o prevoznom sredstvu dolaska u Novi Sad, da je voz posle otvaranja pruge Beograd Novi sad veoma zastupljen.

PROSEČNI UKUPNI TROŠKOVI PREVOZA (€)

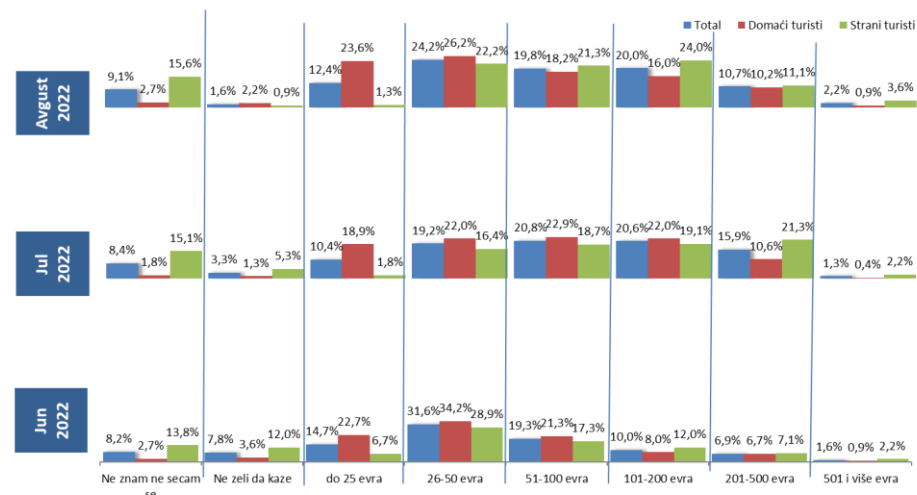


Na nivou proseka svih navedenih svota potrošenih na prevoz radi turističke posete Novom Sadu, dolazi se do podatka da je u ovom smislu prosečan trošak domaćih turista 21,1 evra, a stranih 282 evra (s tim da treba uzeti u obzir da je opšti prosek troškova prevoza stranih turista podignut jednim brojem 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 strani turisti za prevoz troše u proseku oko 250 evra, u letnjoj sezoni je taj trošak znatno viši i iznosi oko 400 evra.

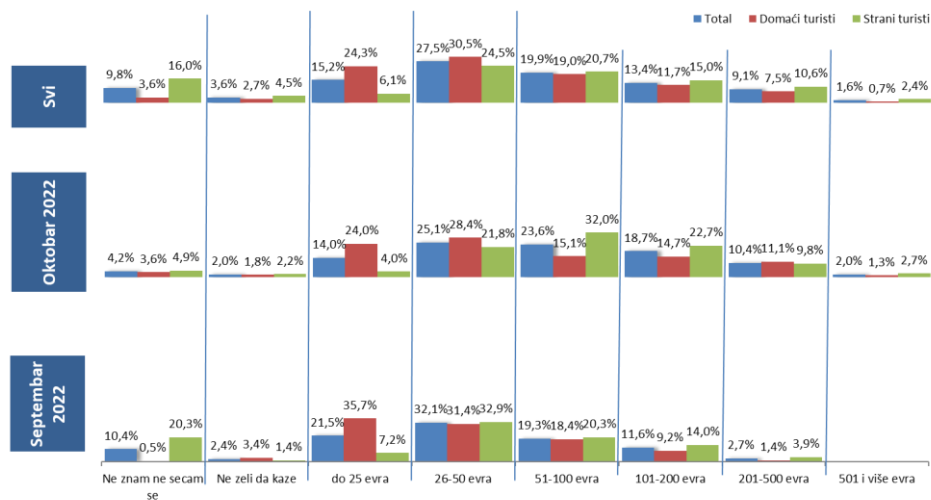
OSTALI TROŠKOVI



OSTALI TROŠKOVI



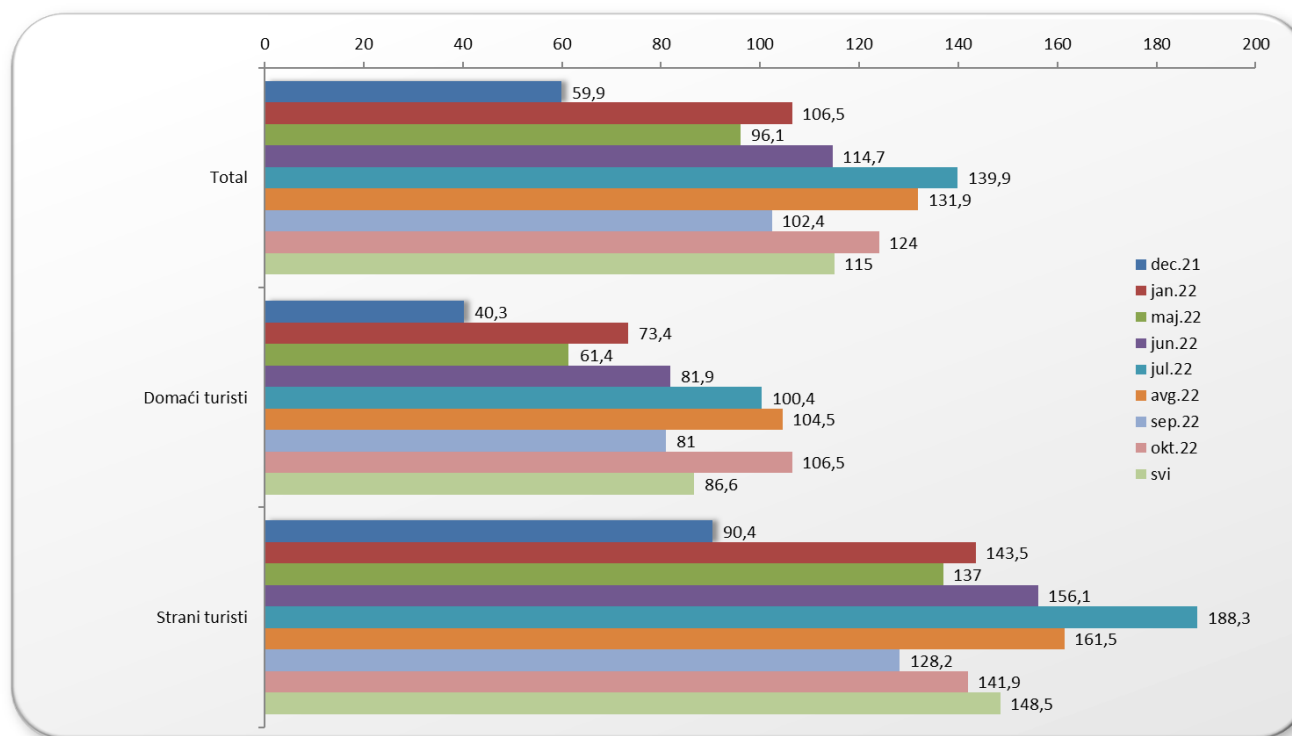
OSTALI TROŠKOVI



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, od 26 do 50 evra (30,5% domaćih turista) i do 20 evra (24,3% domaćih turista), a da su strani turisti učestalije navodili da za ovu namenu troše od 26 do 50 evra (24,5% stranih turista).

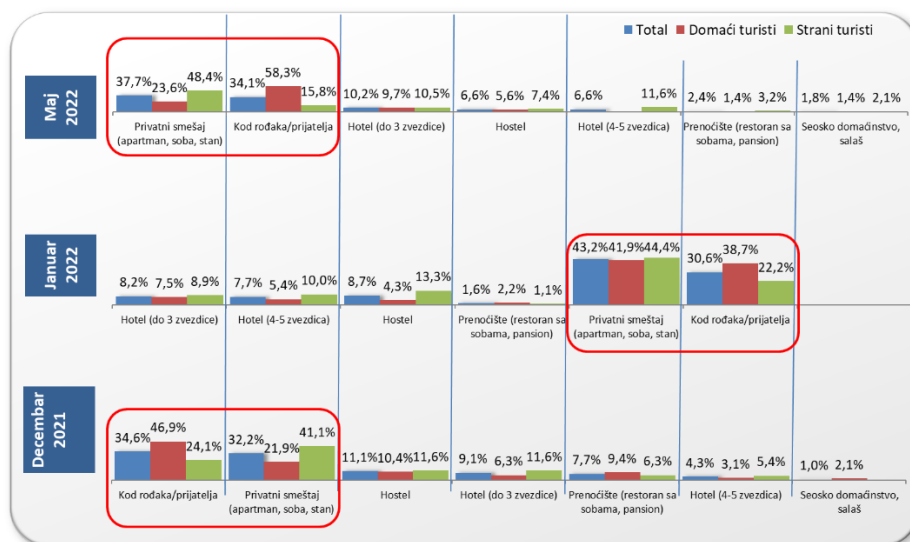
Na nivou proseka svih navedenih svota potrošenih na tkz. "ostale troškove", dolazi se do podatka da je u ovom smislu prosečan trošak domaćih turista 86,6 evra, a stranih 148,5 evra (s tim da treba uzeti u obzir da je opšti prosek ostalih troškova stranih turista podignut jednim brojem neuobičajeno visokih troškova). Po pitanju proseka ostalih troškova domaći turisti su najviše trošili u oktobru 106,5 evra a strani u u julu 188,3 evra

PROSEČNI UKUPNI OSTALI TROŠKOVI PREVOZA (€)

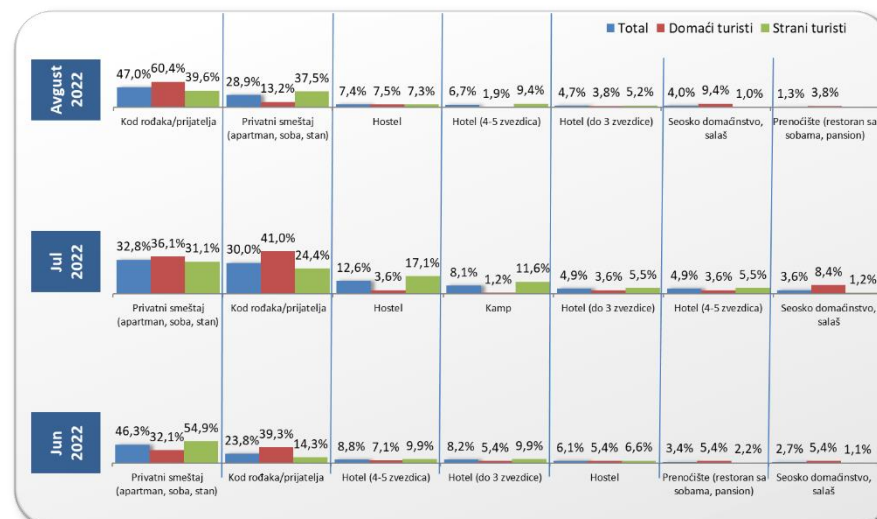


4. SMEŠTAJ U NOVOM SADU

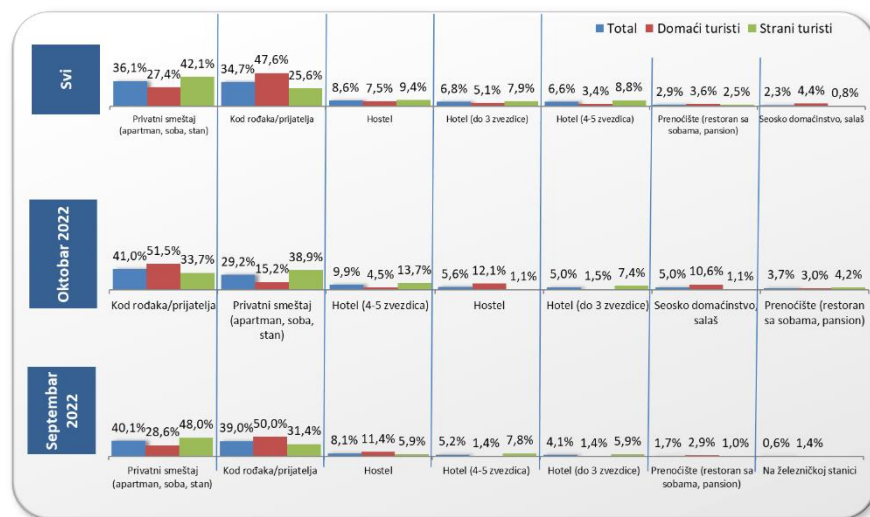
VRSTA SMEŠTAJA – TOP 7



VRSTA SMEŠTAJA



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: 27,4% domaćih turista i 42,1% stranih turista.

Pored toga, evidentno hoteli, hosteli i kamp imaju izvestan rast tokom jula meseca.

IZBOR SMEŠTAJA

Decembar 2021



Januar 2022



Maj 2022



IZBOR SMEŠTAJA

Jun 2022



Jul 2022

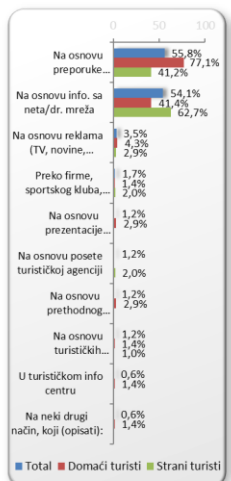


August 2022

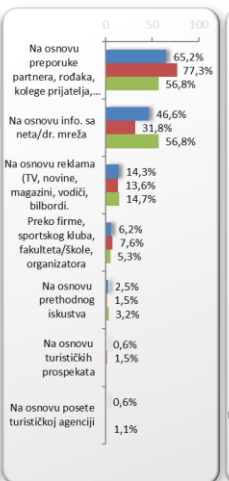


IZBOR SMEŠTAJA

Septembar 2022



Oktober 2022

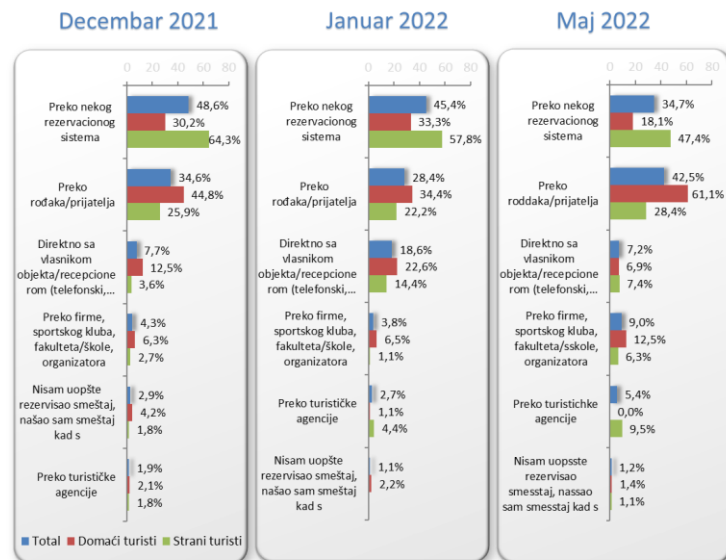


Svi meseci

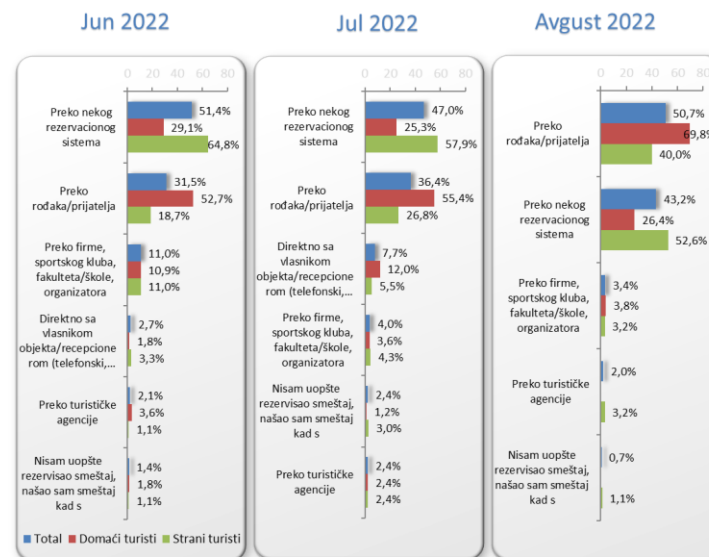


Što se tiče načina na osnovu kojeg su se turisti koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu opredelili za smeštaj, nešto više od polovine svih turista je to učinilo na osnovu preporuke prijatelja i rođaka 54,1% ili u 50,6% slučajeva, na osnovu informacija sa interneta i društvenih mreža, sa značajnim razlikama između domaćih (34,5%) i stranih turista (61,9%). Takođe, imajući u vidu ukupne rezultate za sve talase istraživanja, velika je razlika i između domaćih i stranih turista koji su se opredelili za smeštaj na osnovu preporuka partnera, rođaka, kolege ili prijatelja: u slučaju stranih turista, u 43,2% slučajeva, a u slučaju domaći turista, u čak 69,6% slučajeva.

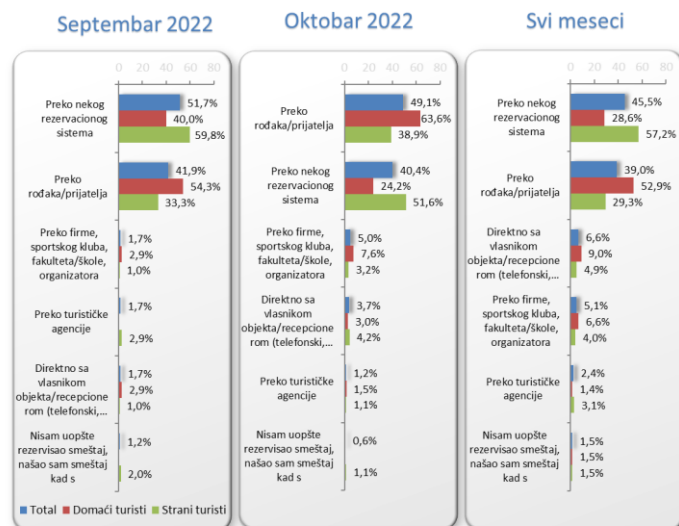
NAČIN REZERVACIJE SMEŠTAJA



NAČIN REZERVACIJE SMEŠTAJA

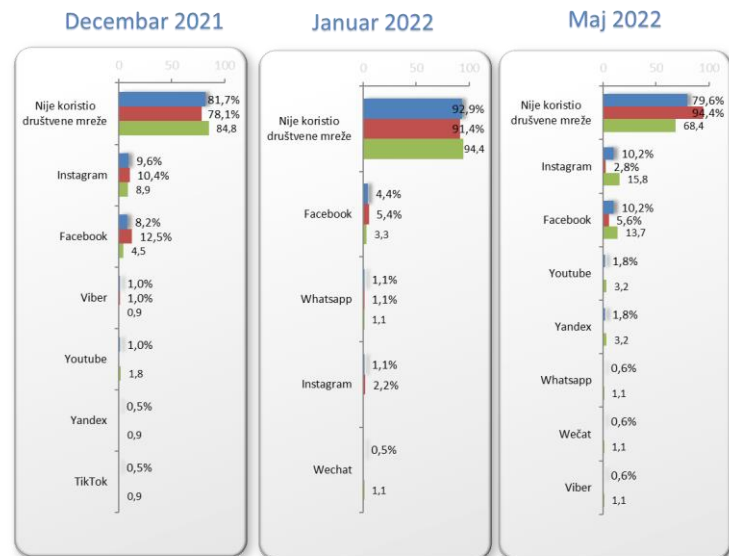


NAČIN REZERVACIJE SMEŠTAJA

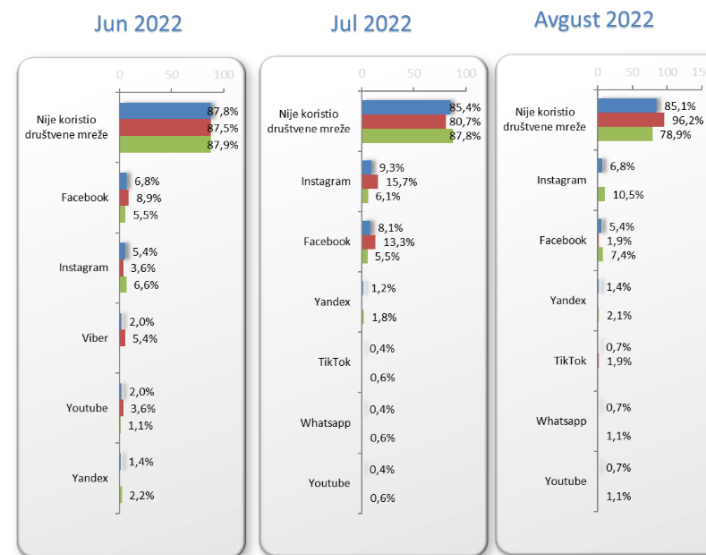


Generalno posmatrano najčešći način rezervacije smeštaja je preko nekog rezervacionog sistema, u 45,5% slučajeva, primetno više kod stranih turista, kod 57,2% njih, spram 28,6%, kod domaćih turista. Na drugom mestu je rezervacija preko rođaka i prijatelja, koju navodi ukupno 39% turista, domaćih 52,9% i stranih 29,3%.

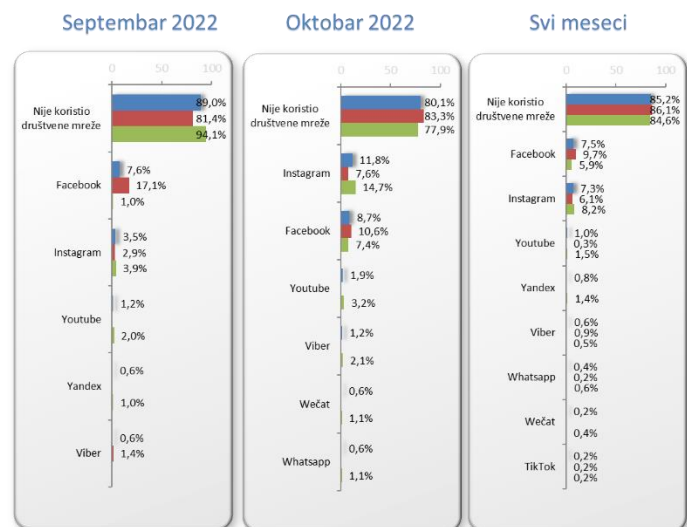
DRUŠTVENE MREŽE



DRUŠTVENE MREŽE

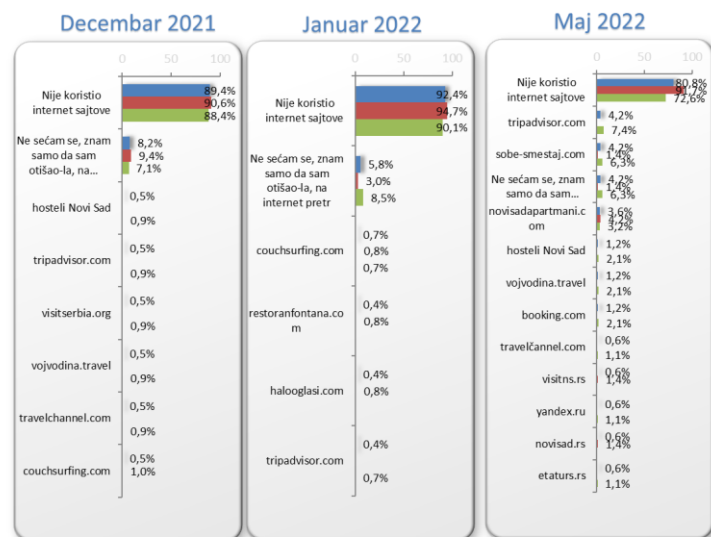


DRUŠTVENE MREŽE

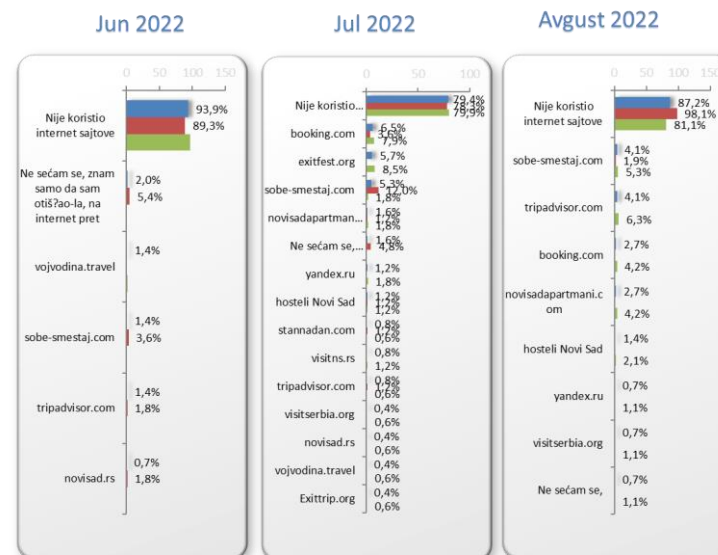


U smislu rezervacije smeštaja, društvene mreže se slabo koriste. Kod društvenih mreža izdvajaju se fejsbuk, kojeg za rezervaciju smeštaja koristi 7,5% turista, te Instagram, kojeg u ovom smislu izdvaja 7,3% turista. Domaći turisti više koriste fejsbuk: 9,7%, a strani Instagram, u 8,2% slučajeva.

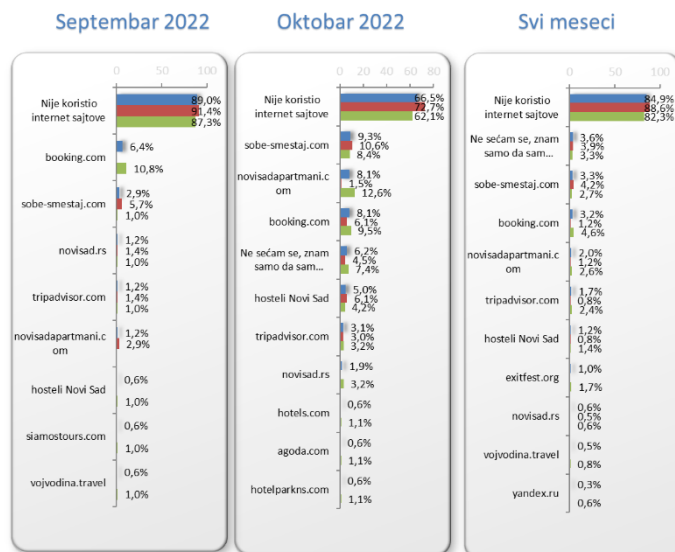
INTERNET SAJTOVI...



INTERNET SAJTOVI...

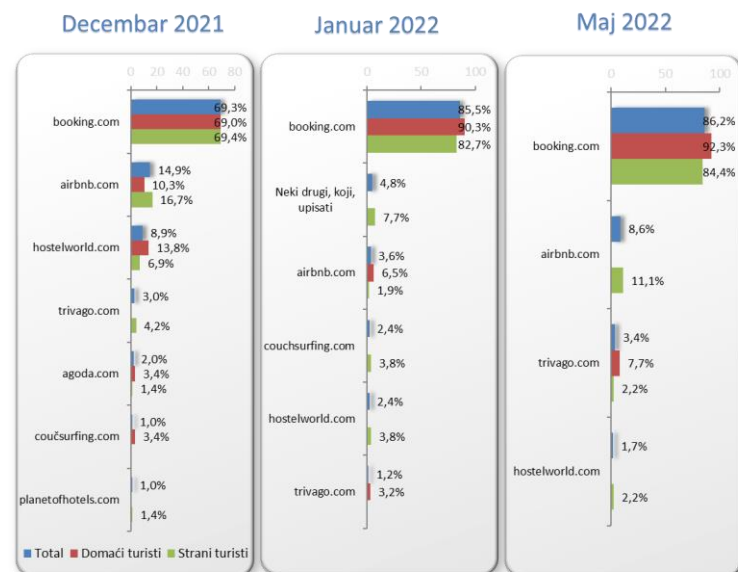


INTERNET SAJTOVI...

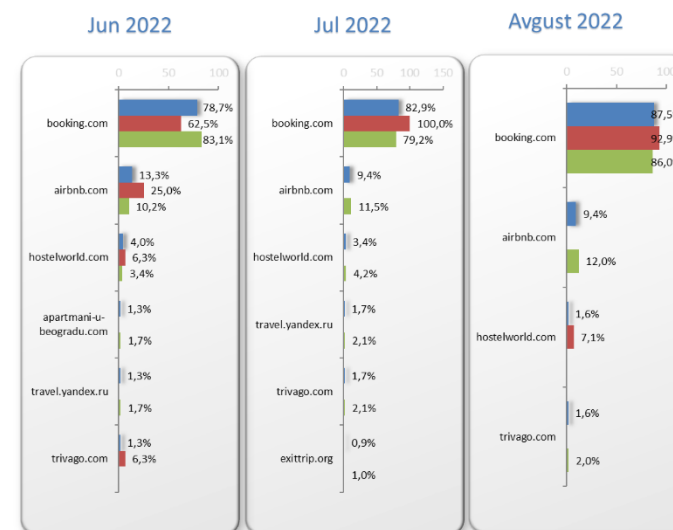


Ni internet sajtovi se ne koriste u smislu rezervacije smeštaja. To navodi 84,9% turista. Kad je reč o najčešće korišćenim sajtovima za izbor smeštaja, posmatrano na nivou ukupnih nalaza za sve talase istraživanja, oni koji koriste internet sajtove za izbor smeštaja u Novom Sadu najčešće navode da su koristili “sobe-smestaj.com”, koji je u ovu svrhu koristilo nešto više od polovine turista (3,3%) koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu. Na drugom mesto je sajt “Boking.com” sa učešćem od 3,2%.

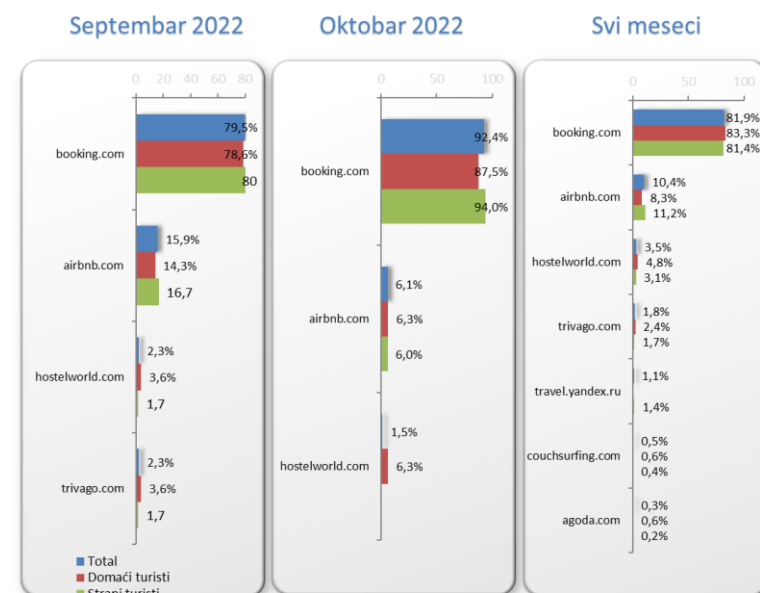
REZERVACIONI SISTEMI SMEŠTAJA



REZERVACIONI SISTEMI SMEŠTAJA

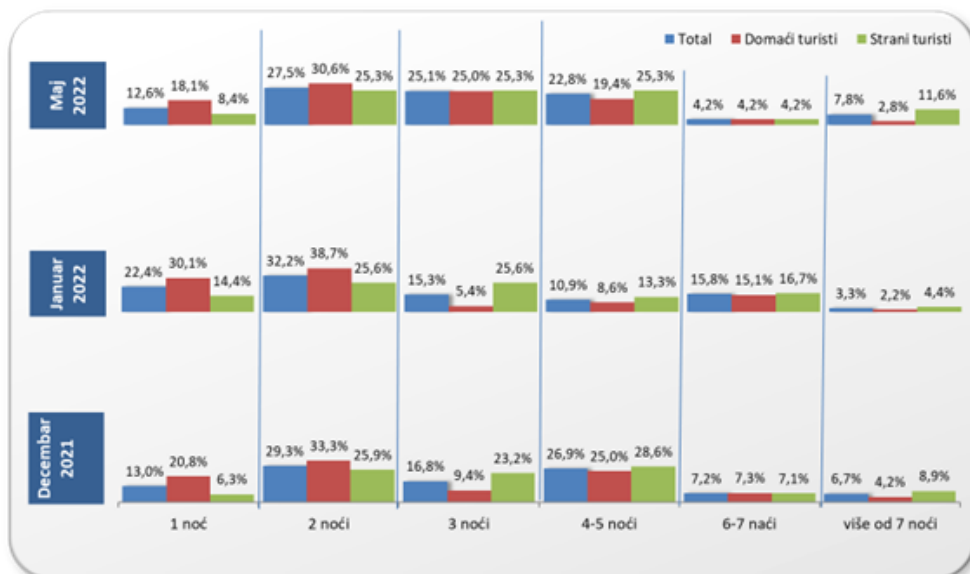


REZERVACIONI SISTEMI SMEŠTAJA

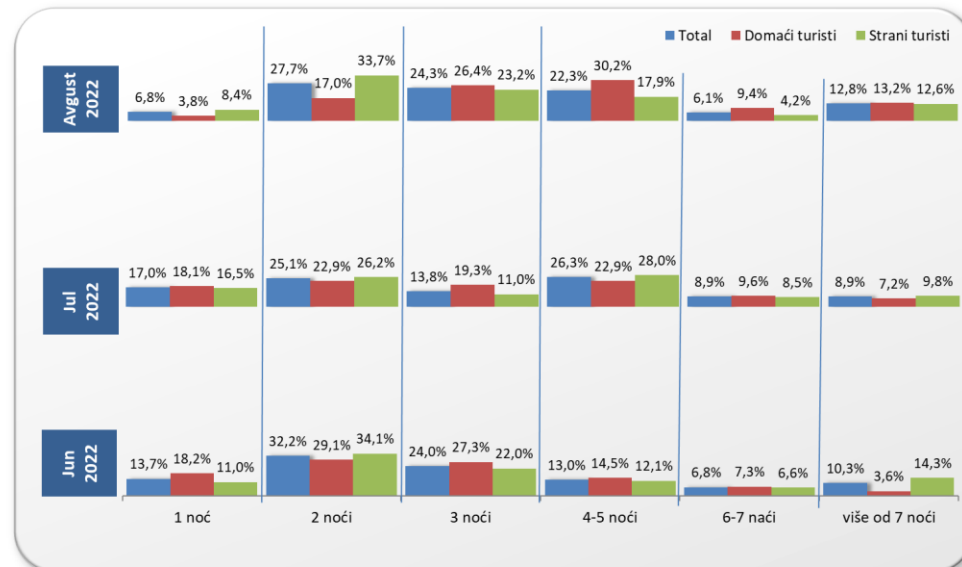


Kao što je već navedeno, najčešće se za rezervaciju smeštaja koriste rezervacioni sistemi, u 45,5% slučajeva. Od svih turista koji su naveli da su pri rezervaciji smeštaja koristili rezervacione sisteme, booking.com navodi ukupno 81,9% turista. Ujednačeno ga koriste i domaći: 83,3% i strani turisti: 81,4%. Na drugom mestu je "airbnb.com" I njega ukupno koristi 10,4% turista koji su za rezervaciju koristili neki rezervacioni system, domaćih 8,3% i stranih 11,2%

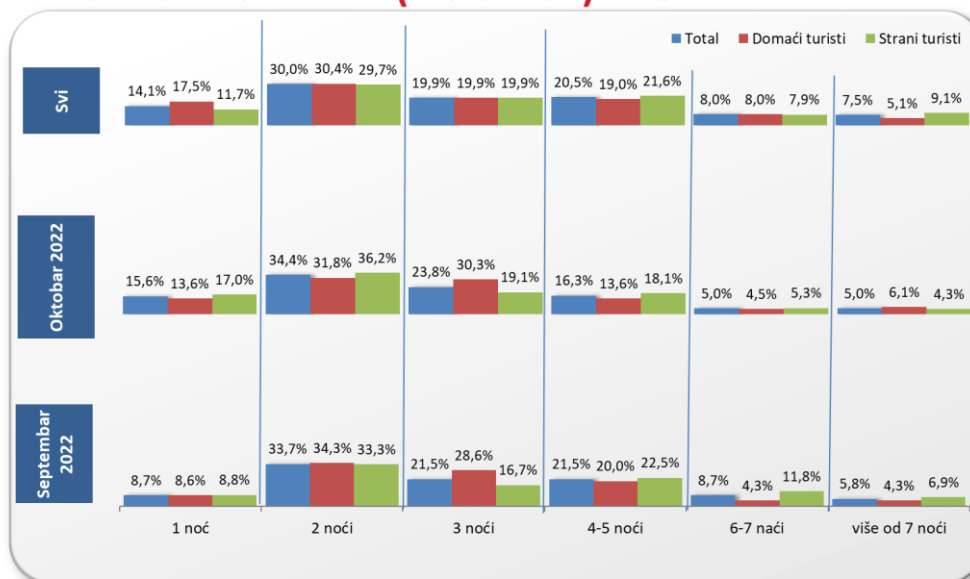
TRAJANJE BORAVKA (NOĆENJA)– PO INTERVALIMA



TRAJANJE BORAVKA (NOĆENJA)– PO INTERVALIMA

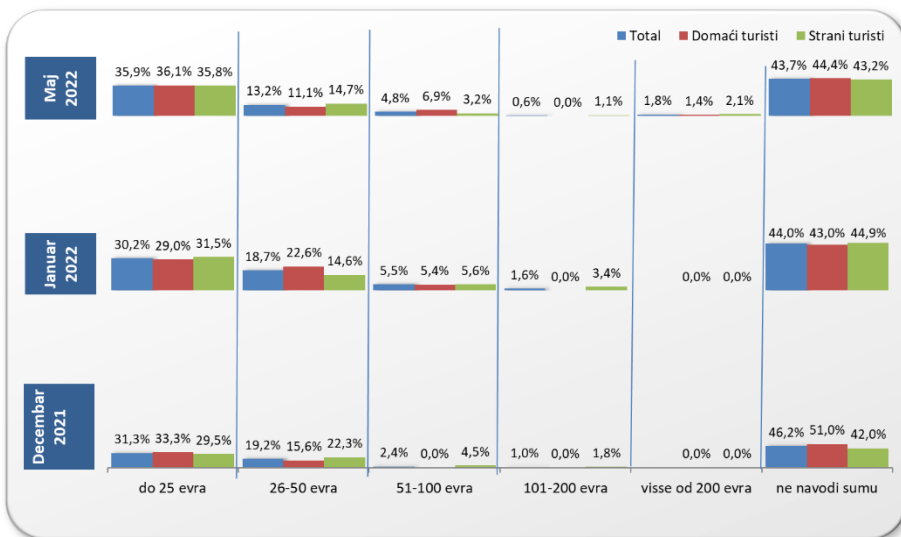


TRAJANJE BORAVKA (NOĆENJA)– PO INTERVALIMA

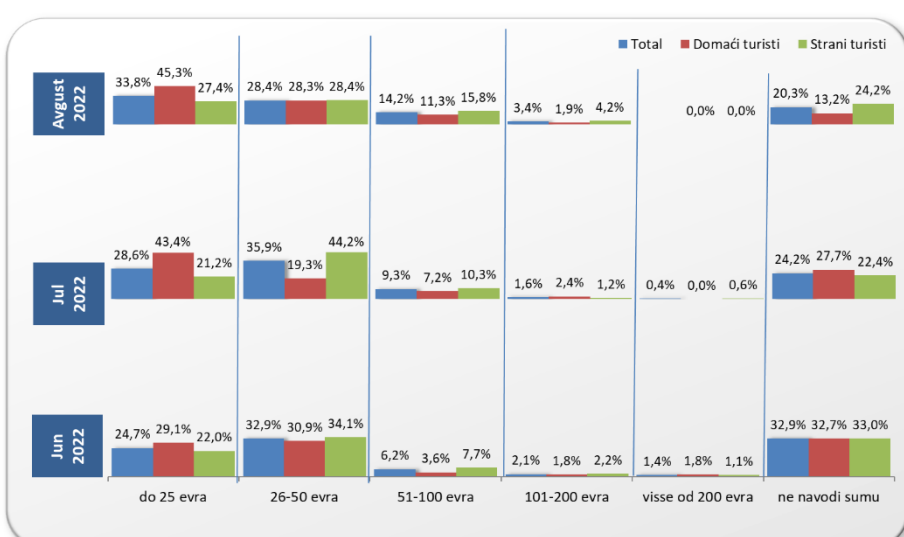


Malo ispod trećine turista je u Novom Sadu noćila dva noćenja. Tri noćenja je navelo 19,9% turista. Ujadjano, dva noćenja su sličnom procentu karakteristična i za strane i za domaće turiste, kod stranih, u 29,7% slučajeva, a kod domaćih u 30,4% slučajeva.

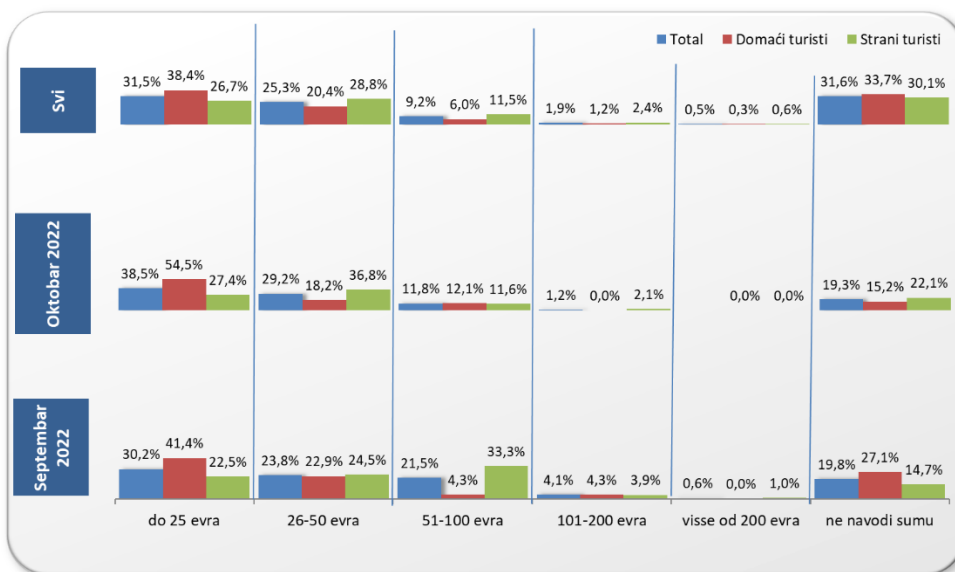
UKUPNI TROŠKOVI SMEŠTAJA



UKUPNI TROŠKOVI SMEŠTAJA

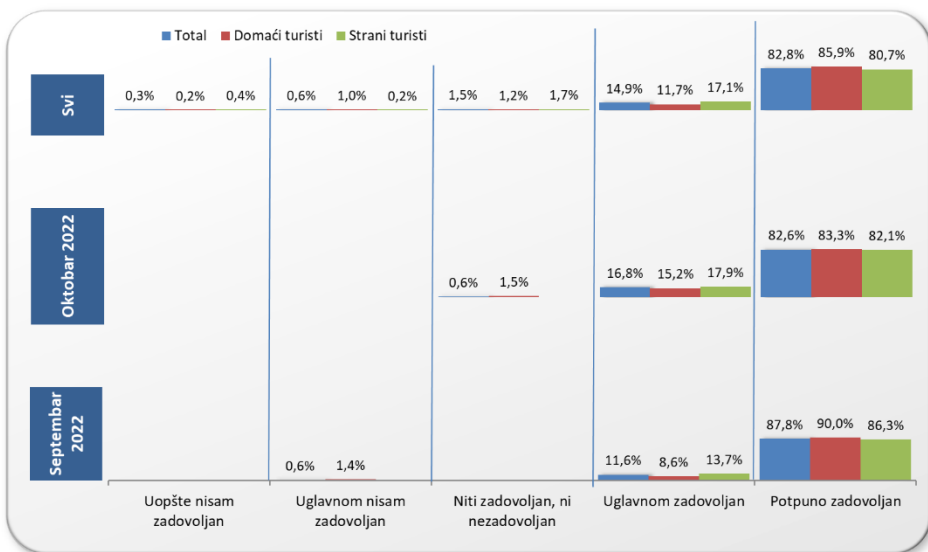


UKUPNI TROŠKOVI SMEŠTAJA

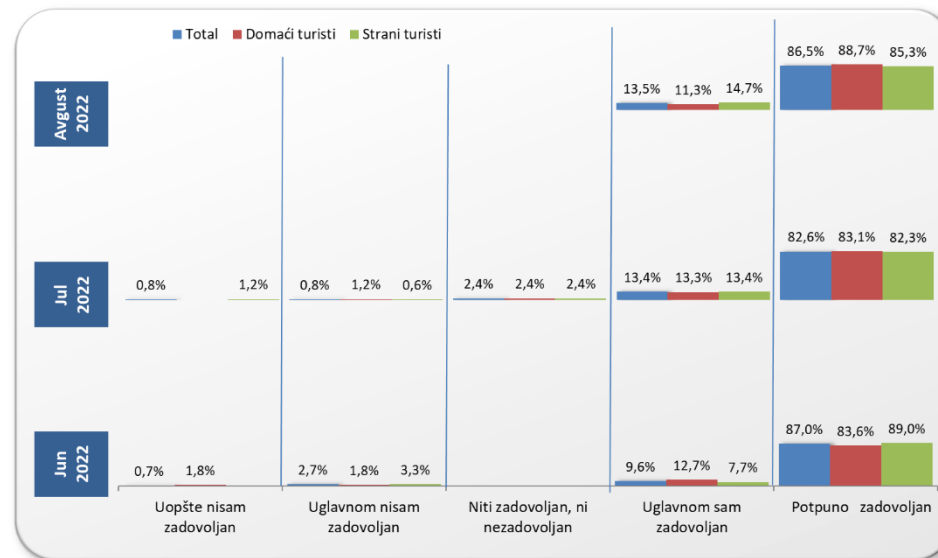


Kad je reč o troškovima smeštaja u Novom Sadu, pored činjenice da jedan broj turista ne želi da podeli informacije tog tipa, ili se prosto odgovara da se ne zna o koliko svoti je reč, može se uočiti: 1) da su niži troškovi smeštaja do 25 eura i od 26 do 50 eura dominantno karakteristični za domaće turiste (od svih domaćih turista na smeštaj do 25 eura troši 38,4%, a 26-50 eura 20,4% njih); te 2) da strani turisti za troškove smeštaja najčešće troše između 26-50 eura (28,8% njih); 3) a da su svote preko 50 eura, karakteristične skoro isključivo za strane turiste (14,5% stranih turista na trošak smeštaja potroši 51 i više eura), pri čemu se može konstatovati da strani sa visokom potrošnjom zastupljeniji su u letnjoj sezoni.

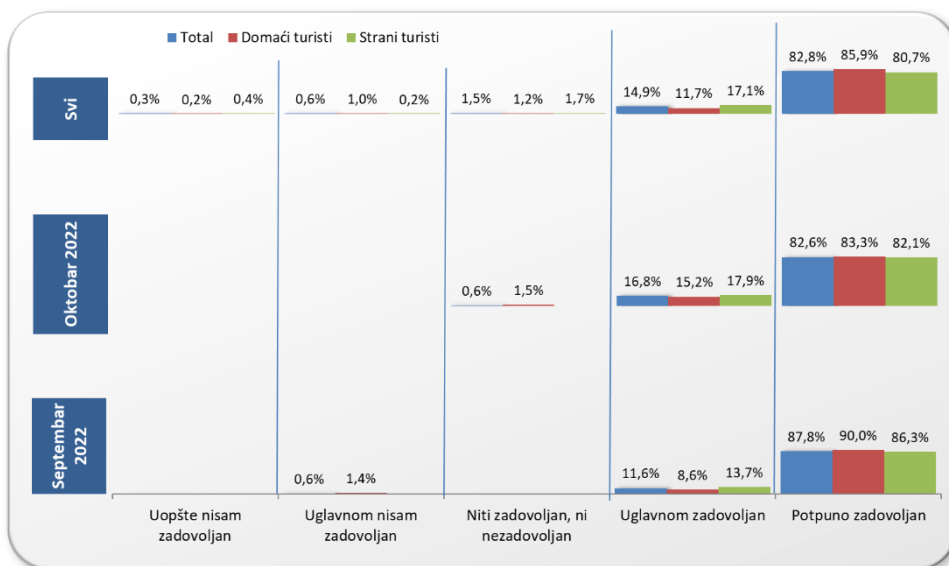
ZADOVOLJSTVO SMEŠTAJEM



ZADOVOLJSTVO SMEŠTAJEM



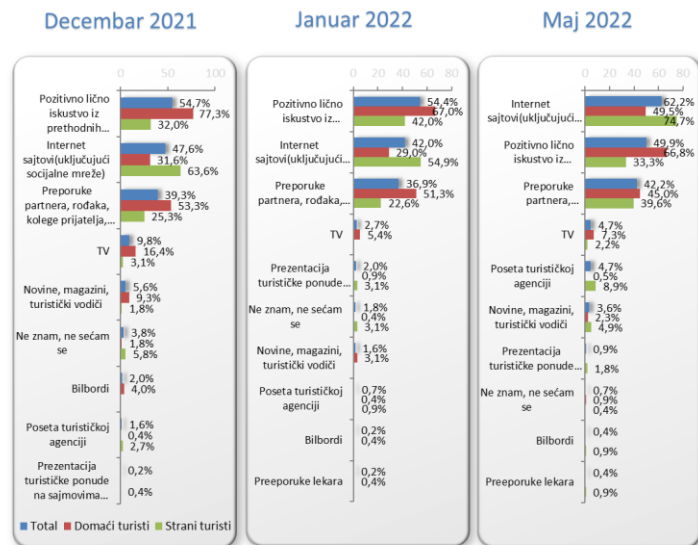
ZADOVOLJSTVO SMEŠTAJEM



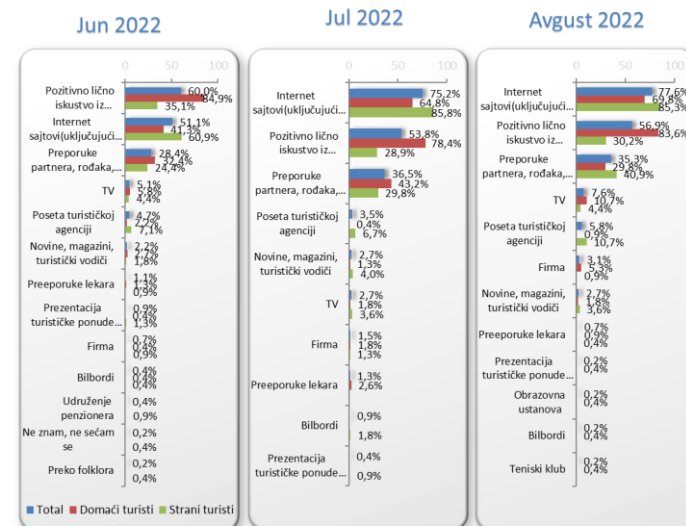
Preko 90% svih turista je ili uglavnom ili potpuno zadovoljno smeštajem.

5. IZVORI INFORMISANJA O NOVOM SADU KAO TURISTIČKOJ DESTINACIJI

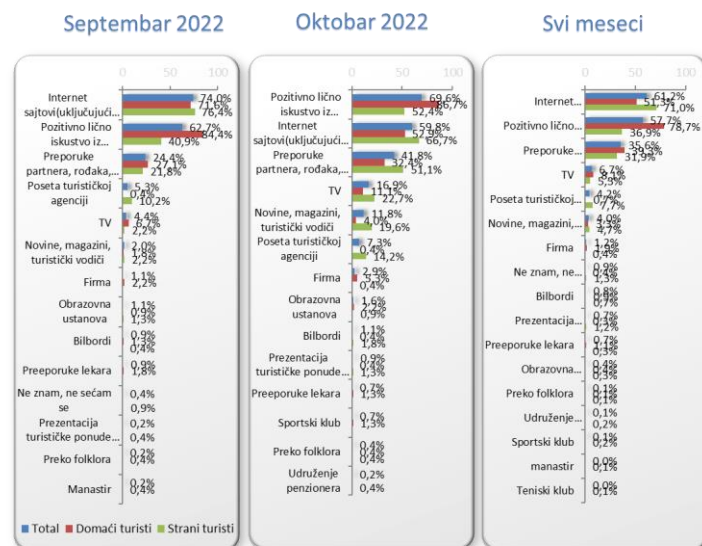
IZVORI INFORMISANJA



IZVORI INFORMISANJA

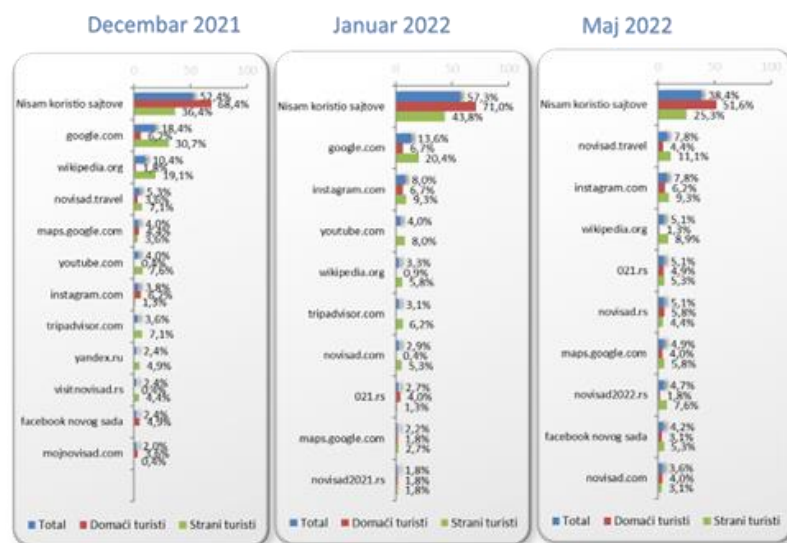


IZVORI INFORMISANJA

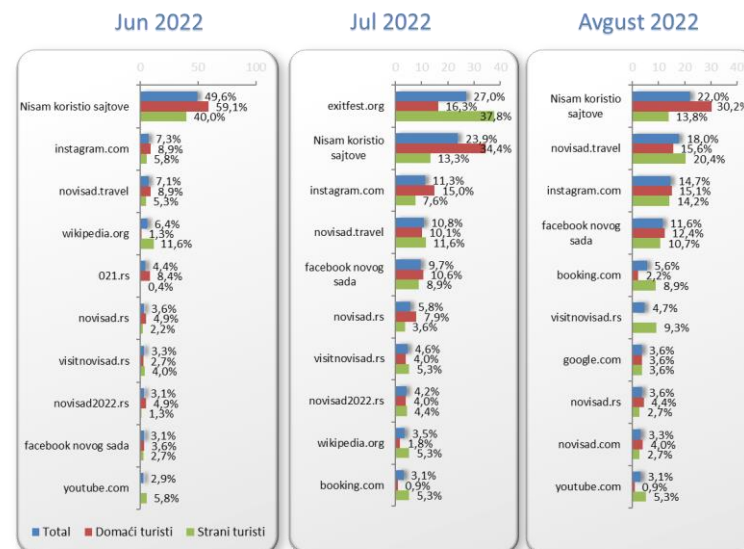


Posmatrano na nivou ukupnih rezultata za sve talase istraživanja, kao tri najčešće navođena izvora informisanja o Novom Sadu kao turističkoj destinaciji, i kod domaćih i kod stranih turista pojavljuju se “Internet društvene mreže” 61,2%, zatim, “Pozitivno lično iskustvo” 52,2% Mada je u ukupnim rezltatima internet na prvom mestu treba reći da je u decembru 2021. Januaru2022., i oktobru 2022. Na prvom mestu pozitivno lično iskustvo...

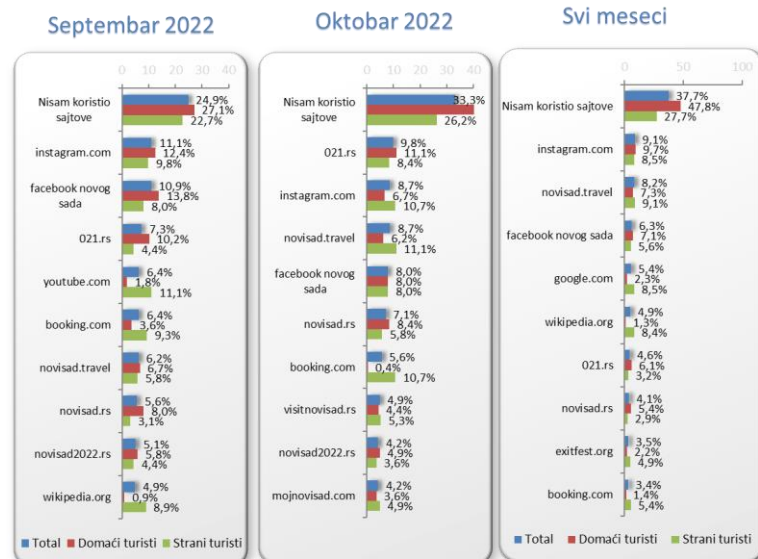
NAJČEŠĆE KORIŠĆENI SAJTOVI I DRUŠTVENE MREŽE – TOP 10



NAJČEŠĆE KORIŠĆENI SAJTOVI I DRUŠTVENE MREŽE – TOP 10



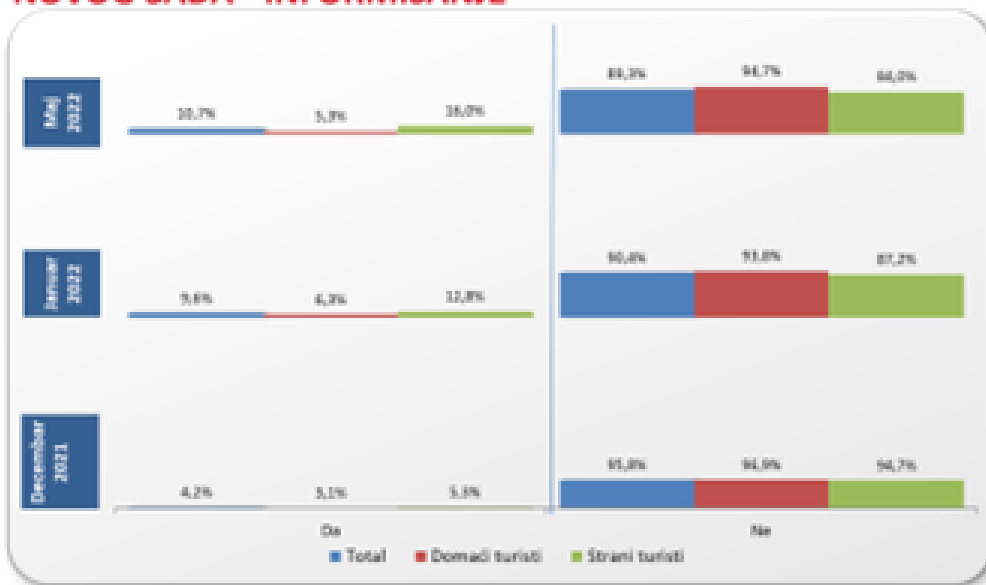
NAJČEŠĆE KORIŠĆENI SAJTOVI I DRUŠTVENE MREŽE – TOP 10



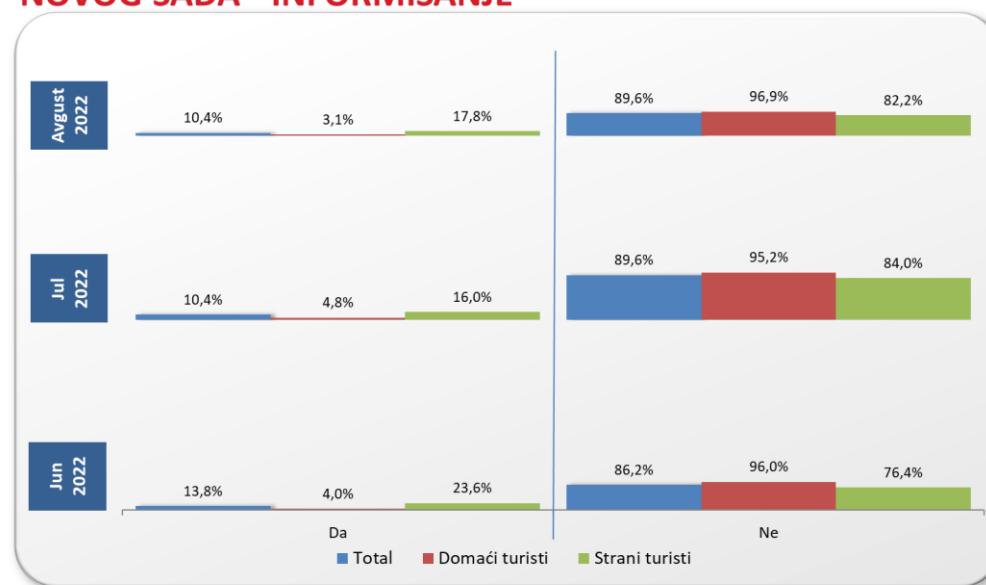
Posmatrano na ukupnom uzorku osam talasa istraživanja, kao najčešće korišćeni internet sajtovi/društvene mreže koji su korišćeni kao izvori informacija o Novom Sadu, pored “instagram.com” kojeg navodi 9,1% turista, sledi “novisad.travel.” sa 8,2%, zatim “fejsbuk Novog Sada” sa 6,3%.

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

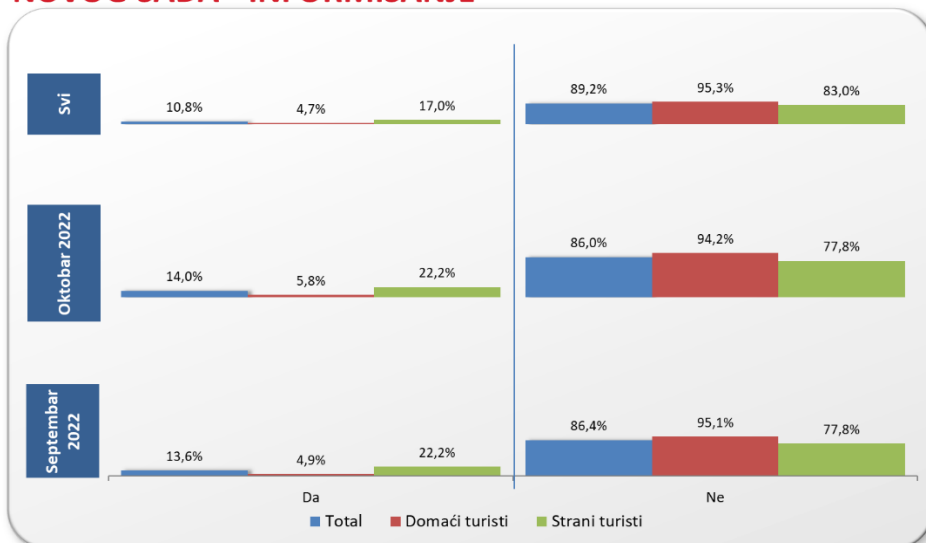
INFORMISANJE U TURISTIČKO INFORMATIVNIM CENTRIMA NOVOG SADA - INFORMISANJE



INFORMISANJE U TURISTIČKO INFORMATIVNIM CENTRIMA NOVOG SADA - INFORMISANJE

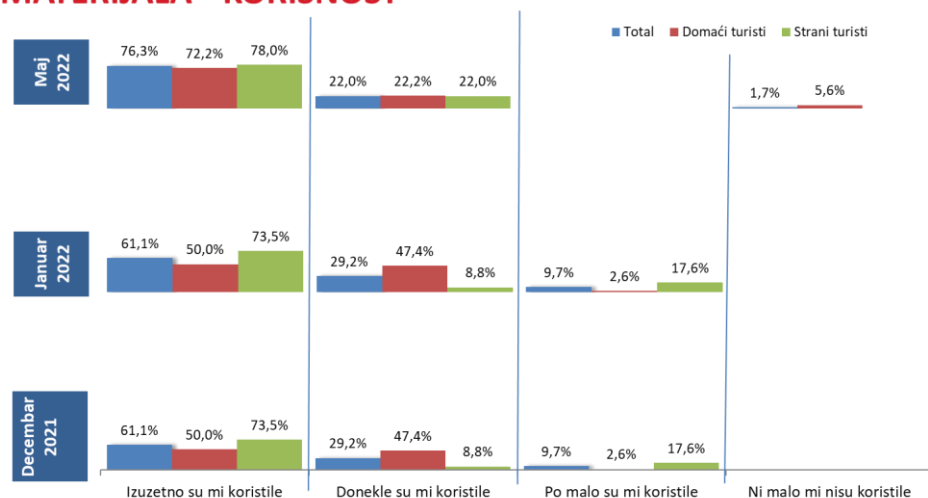


INFORMISANJE U TURISTIČKO INFORMATIVNIM CENTRIMA NOVOG SADA - INFORMISANJE

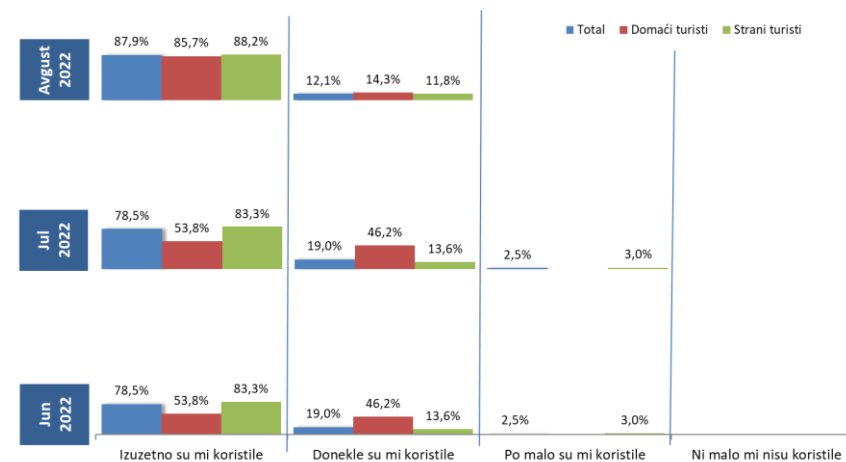


Pored nalaza da najveći broj domaćih turista u Novom Sadu nije koristilo usluge informisanja u turističko informativnim centrima Novog Sada (95,3%), treba istaći i nalaz po kojem je 10,8% stranih turista koristilo informisanje u turističko informativnim centrima.

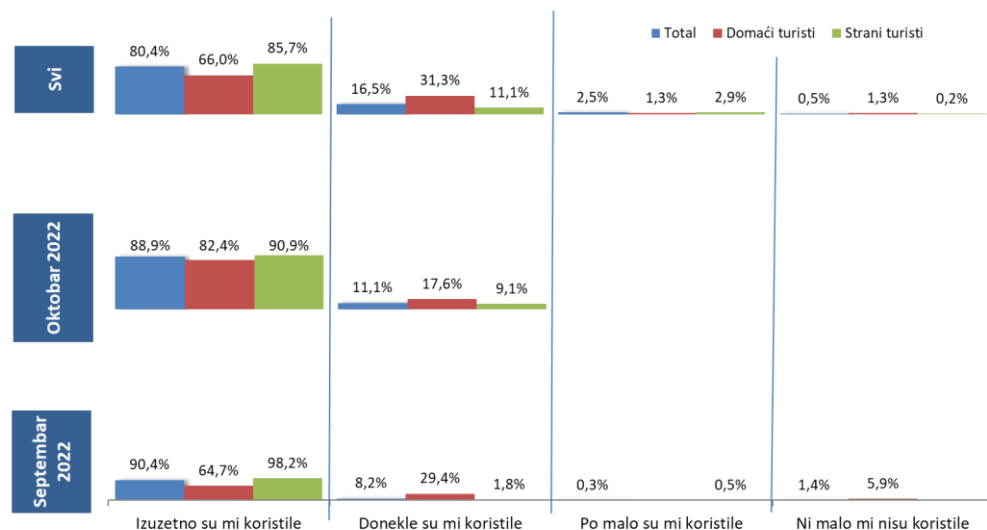
UZIMANJE TURISTIČKO PROPAGANDNOG REKLAMNOG MATERIJALA - KORISNOST



UZIMANJE TURISTIČKO PROPAGANDNOG REKLAMNOG MATERIJALA - KORISNOST



UZIMANJE TURISTIČKO PROPAGANDNOG REKLAMNOG MATERIJALA - KORISNOST

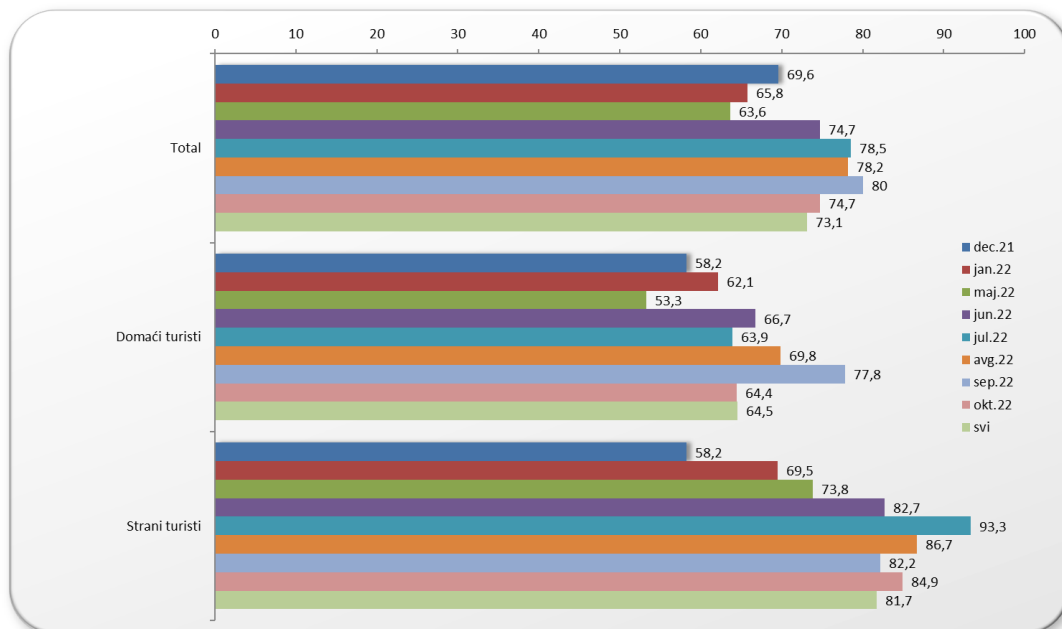


Izrazitoj većini i stranih i domaćih turista, koji su uzeli reklamni materijal, i ukupno i po talasima koristio je taj reklamni materijal.

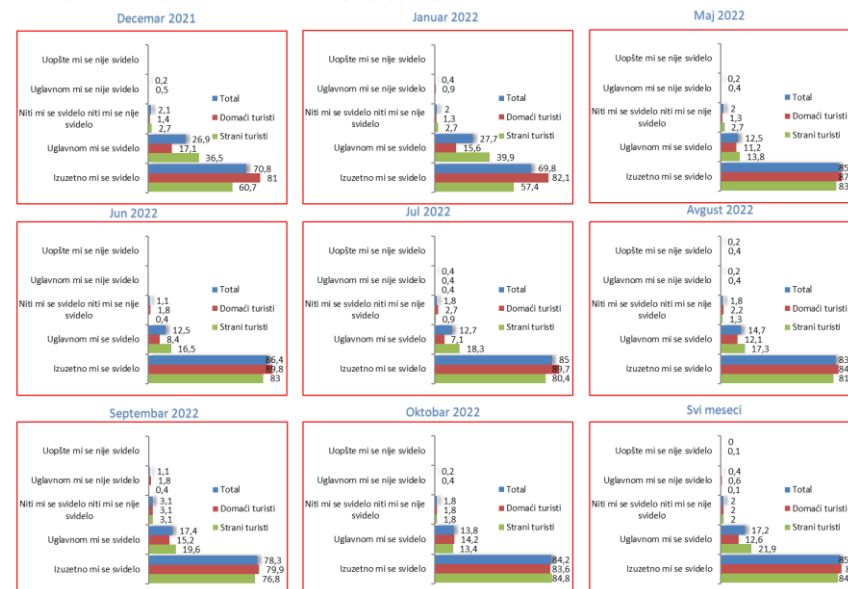
6. TURISTIČKE LOKACIJE I SADRŽAJI NOVOG SADA

Posmatrano na nivou ukupnih nalaza osam talasa istraživanja Petrovaradinsku tvrđavu kao najprepoznatljivije turističko mesto Novog Sada je imalo priliku da poseti 73,1 turista u Novom Sadu i to 81,7% stranih i 64,5% 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 ODGOVOR “DA”

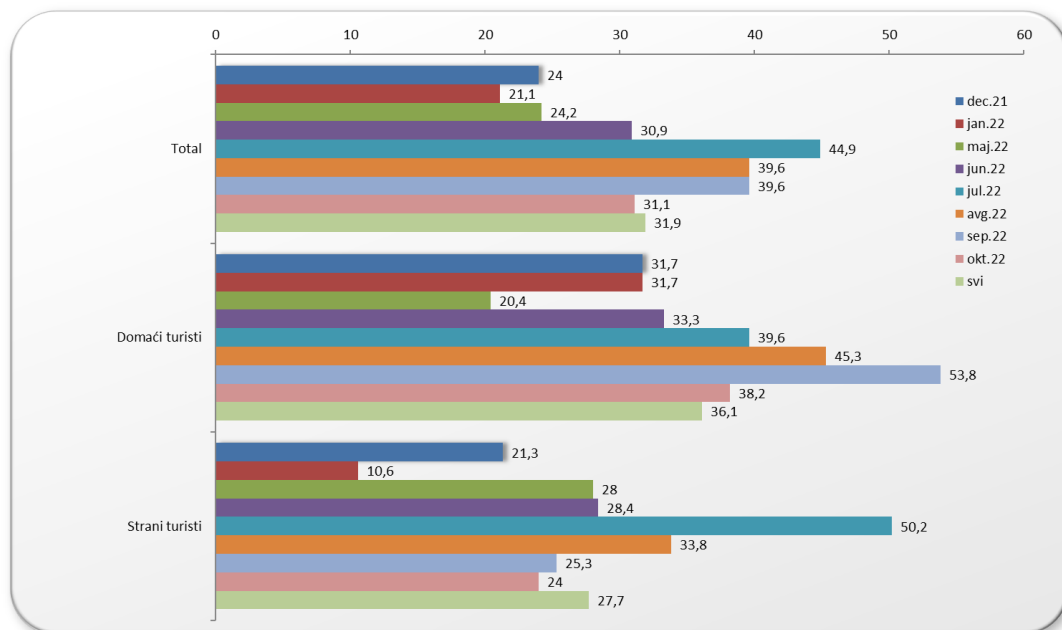


PETROVARADINSKA TVRĐAVA - ZADOVOLJSTVO

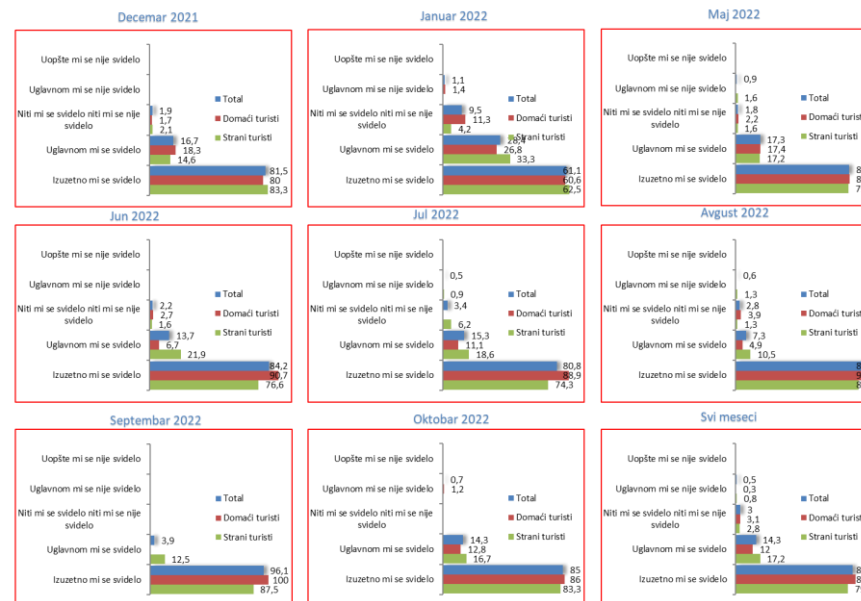


Štrand, sudeći po ukupnim nalazima istraživanja posećuje skoro trećina u Novom Sadu (31,9%). Zanimljivo je da su strani turisti Štrand najviše posećivali u januaru 2022. 89,4%.

ŠTRAND– POSETA ODGOVOR “DA”

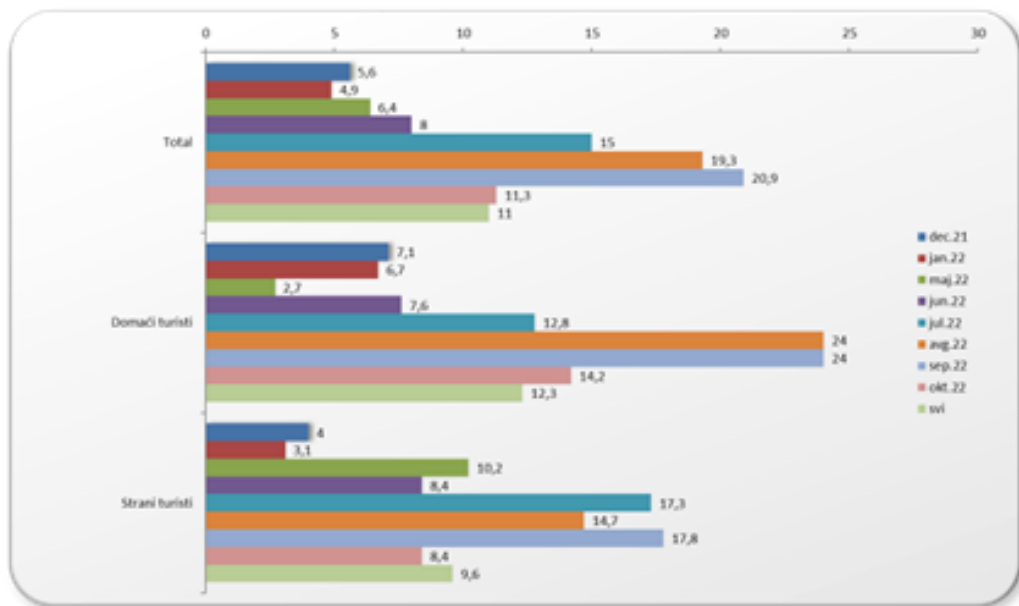


ŠTRAND- ZADOVOLJSTVO

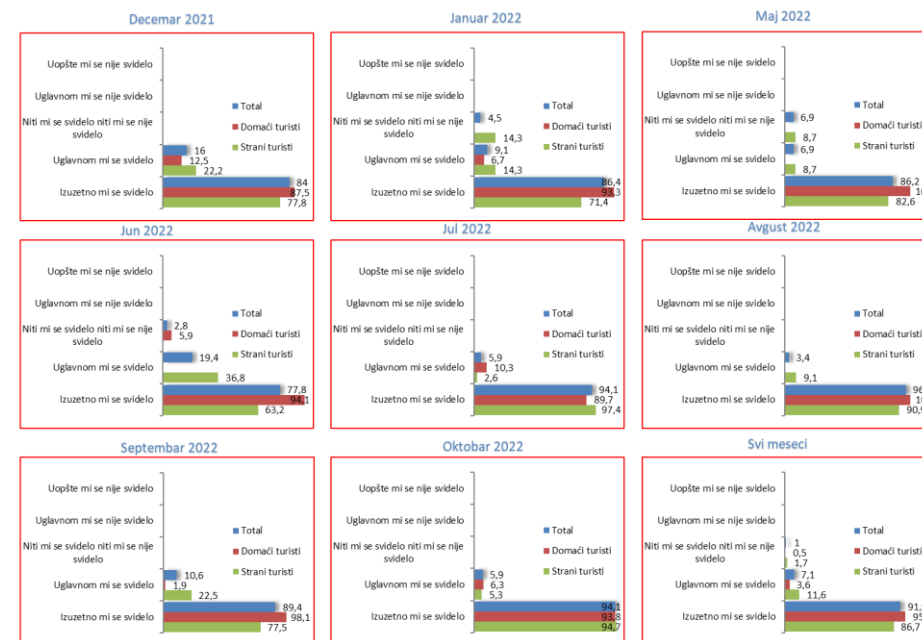


Sudeći po rezultatima istraživanja, od ukupnog broja anketiranih domaćih i stranih turista u Novom Sadu, samo njih 11% se izjasnilo da je posetilo salaše. Oni koji su posetili salaše u najvećem broju su izuzetno zadovoljni, njih 91,9%. Među domaćim turistima njih 95,9% koji su posetili salaše, i 86,7% među stranim turistima koji su posetili salaše.

SALAŠI– POSETA ODGOVOR “DA”

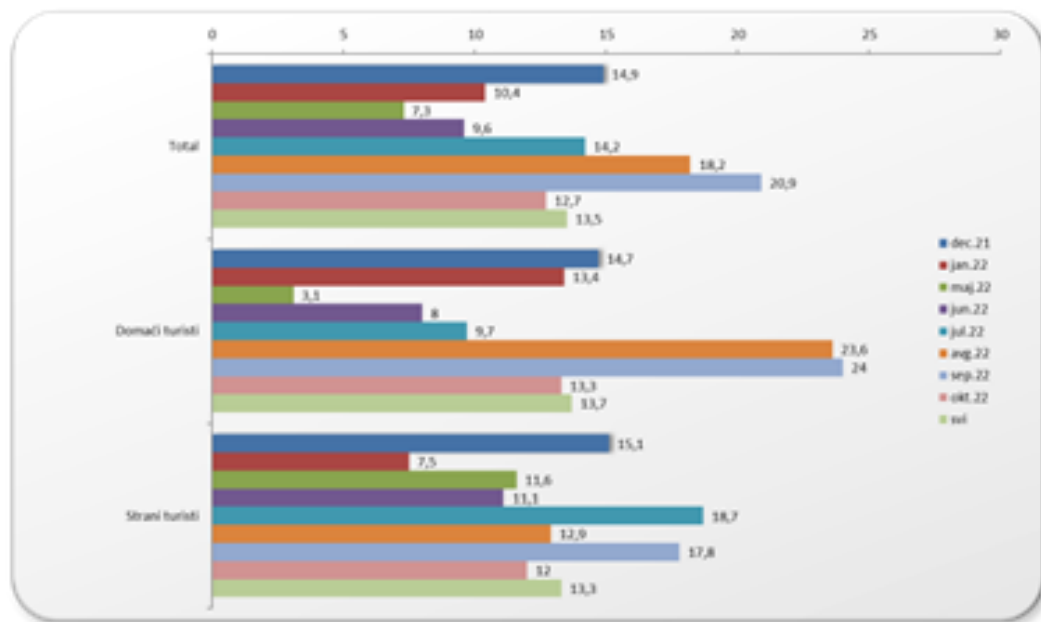


SALAŠI– ZADOVOLJSTVO

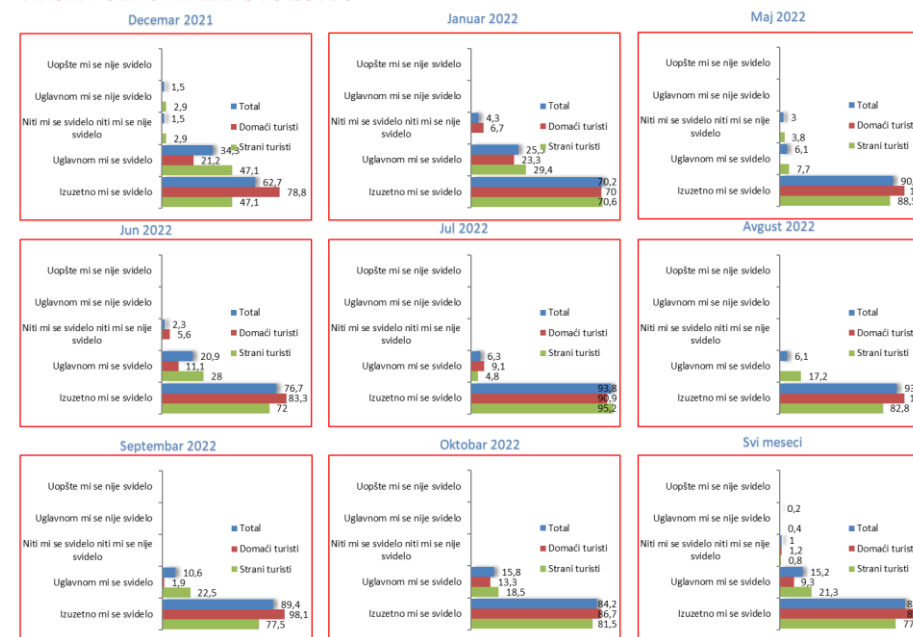


Sudeći po rezultatima istraživanja, vinske podruma Novog Sada posetilo je 13,5% turista, 13,7% domaćih i 13,3% stranih, a kad je reč o zadovoljstvu ovom posetom, izuzetno zadovoljno je 89,5% domaćih i 77,5% stranih turista.

VINSKI PODRUMI– POSETA ODGOVOR “DA”

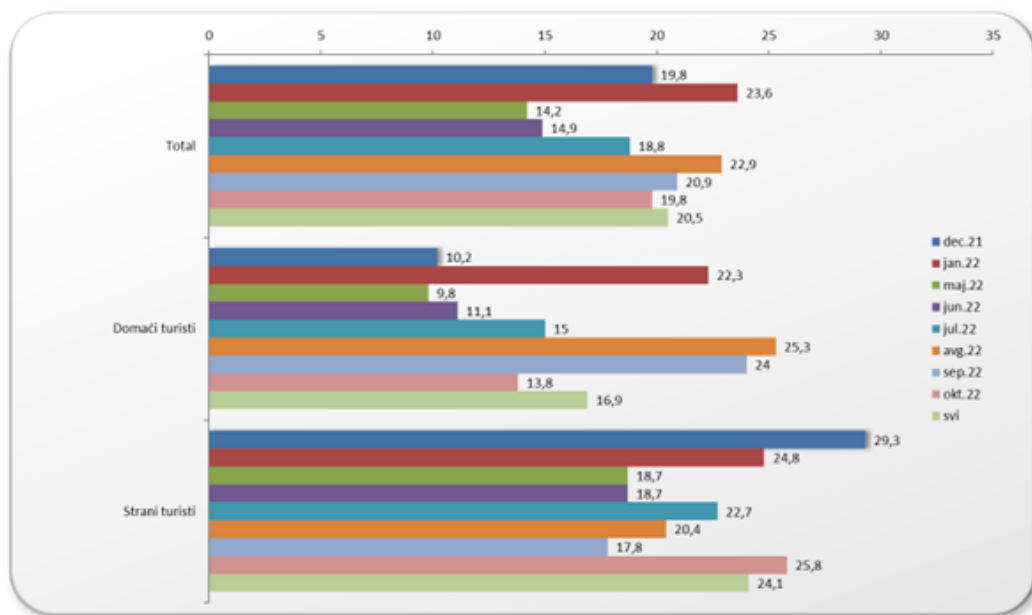


VINSKI PODRUMI- ZADOVOLJSTVO

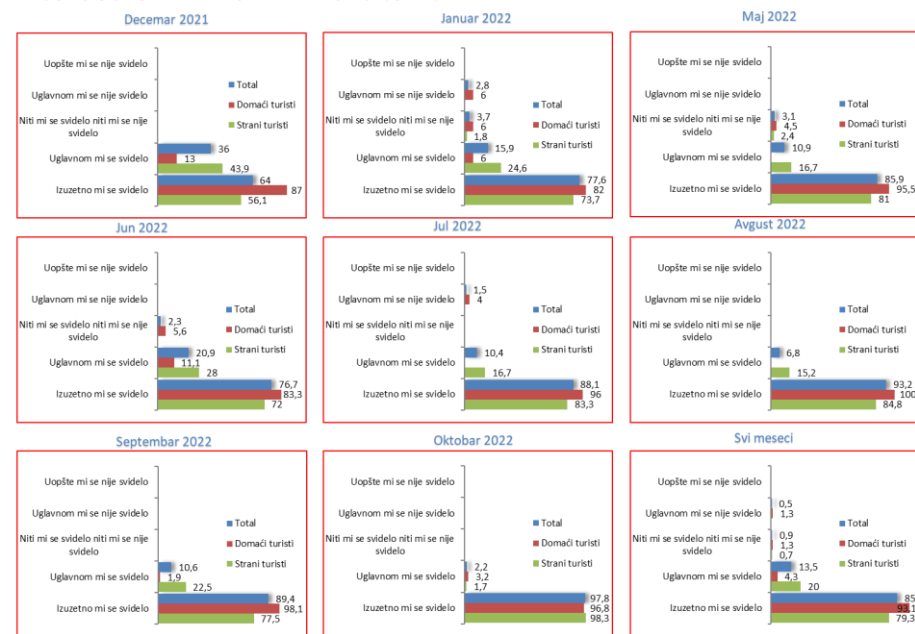


Kad je reč o poseti Fruškogorskim manastirima, na osnovu rezultata istraživanja vidi se da je 20,5% turista posetilo ove turističke atrakcije, dok su strani turisti (24,1%) bili nešto češći posetiooci od domaćih (16,9%). Dok je među domaćim turistima čak 93,1% izuzetno zadovoljnih posetom Fruškogorskim manastirima, među stranim turistima je 79,3% izuzetno zadovoljnih u ovom smislu.

FRUŠKOGORSKI MANASTIRI– POSETA ODGOVOR “DA”

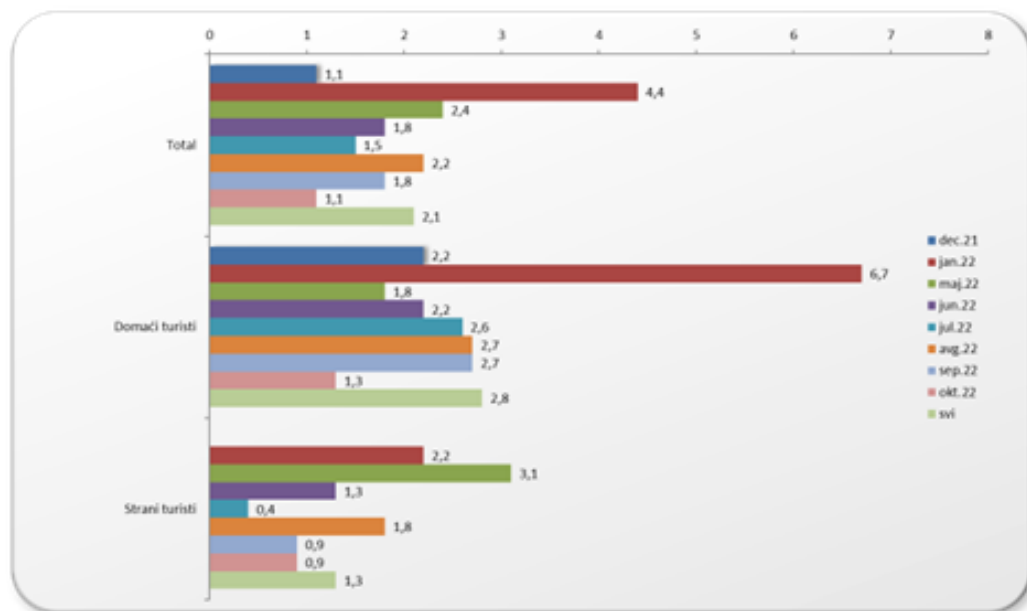


FRUŠKOGORSKI MANASTIRI-ZADOVOLJISTVO

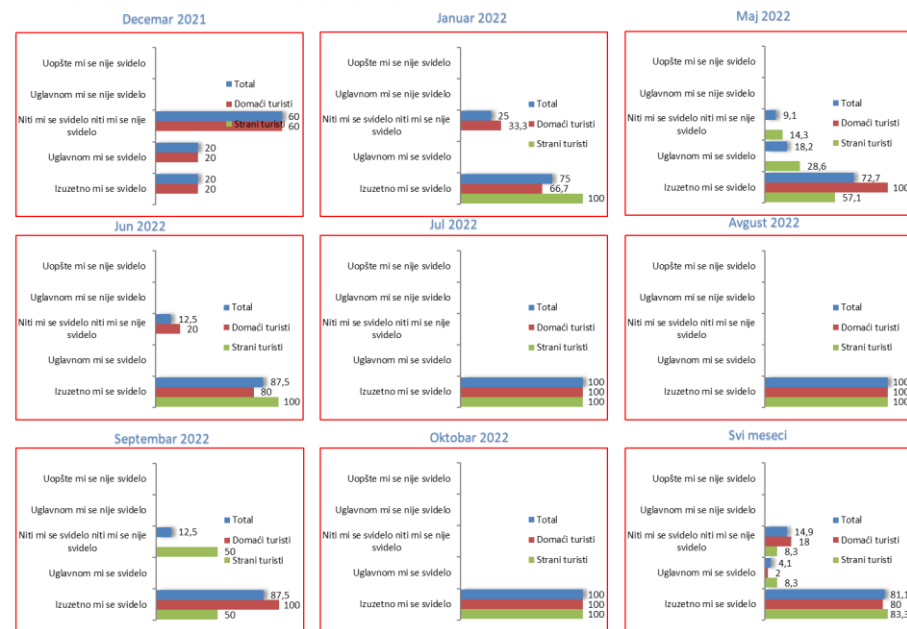


Posmatrano generalno, na nivou ukupnih nalaza svih osam talasa 2,1% turista u Novom Sadu poseti medicinski tretman, postoji razlika između domaćih i stranih turista (Strani turisti – 1,3% : Domaći turisti – 2,8%). Ipak, izuzetno zadovoljstvo posetom medisinskim tretmanima je bez značajnih razlika je domaći turisti su izuzetno zadovoljni u obimu od 80% a strani na nivou od 83,3%.

MEDICINSKI TRETMANI– POSETA ODGOVOR “DA”

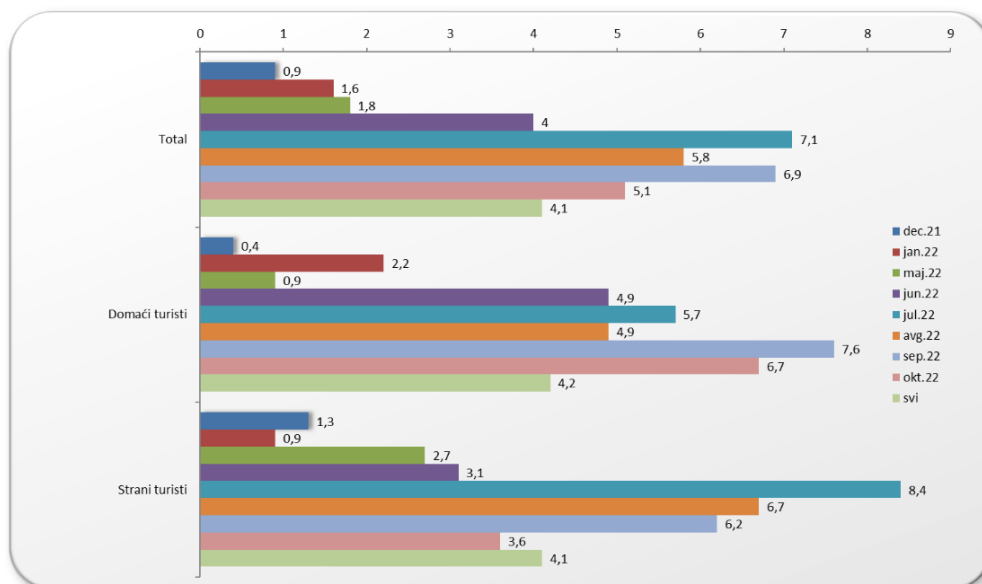


MEDICINSKI TRETMANI-ZADOVOLJSTVO

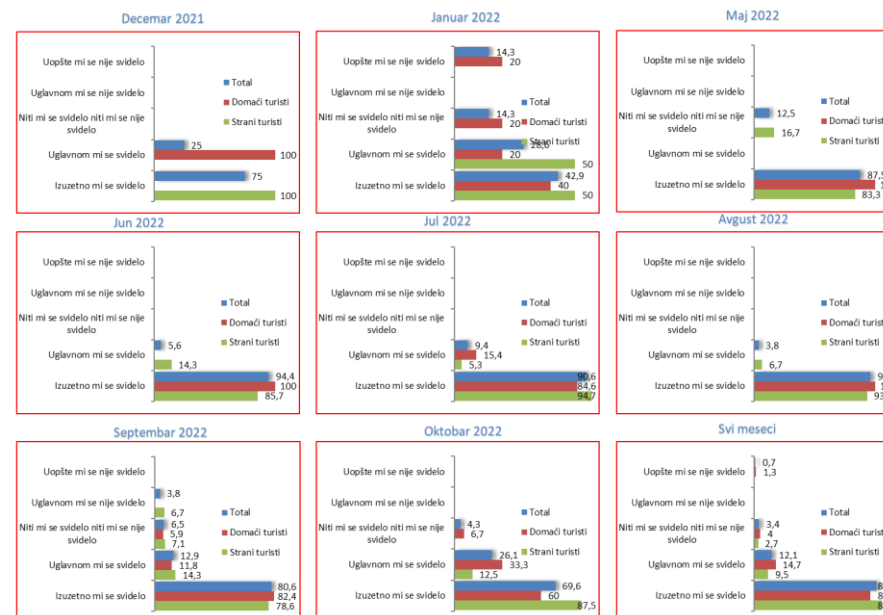


Posmatrano sumarno, na nivou ukupnih nalaza svih talasa, samo 4,1% turista u Novom Sadu vozi bicikl, s tim da ne postoji razlika između domaćih i stranih turista (Strani turisti – 9,2% : Domaći turisti – 9,2%). Ipak, izuzetno zadovoljstvo posetom biciklističkom vožnjom je različito: domaći turisti su izuzetno zadovoljni u obimu od 80% a strani na nivou od 87,8%.

VOŽNJA BIKIKLOM– POSETA ODGOVOR “DA”

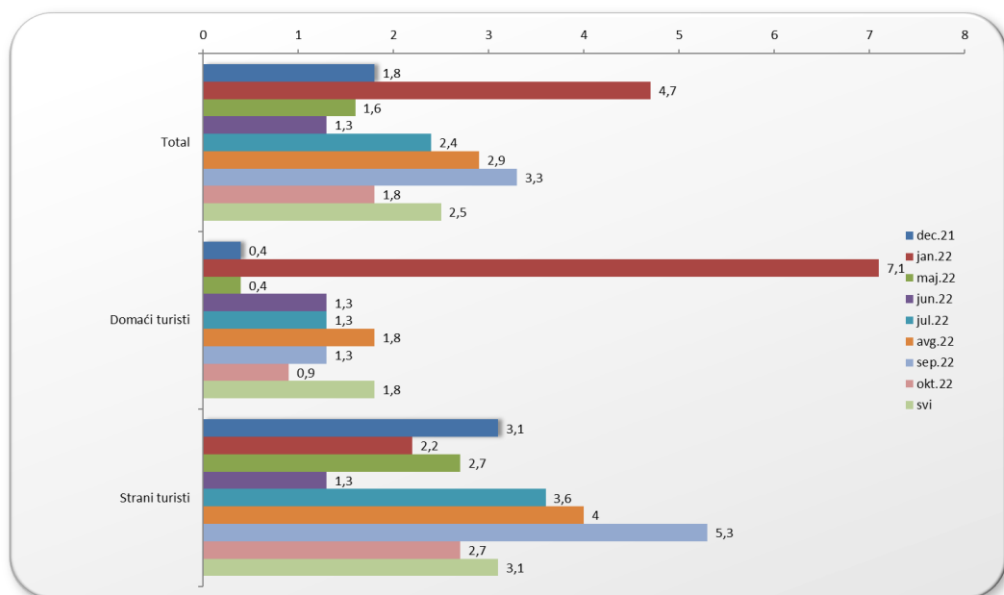


VOŽNJA BIKIKLOM-ZADOVOLJSTVO

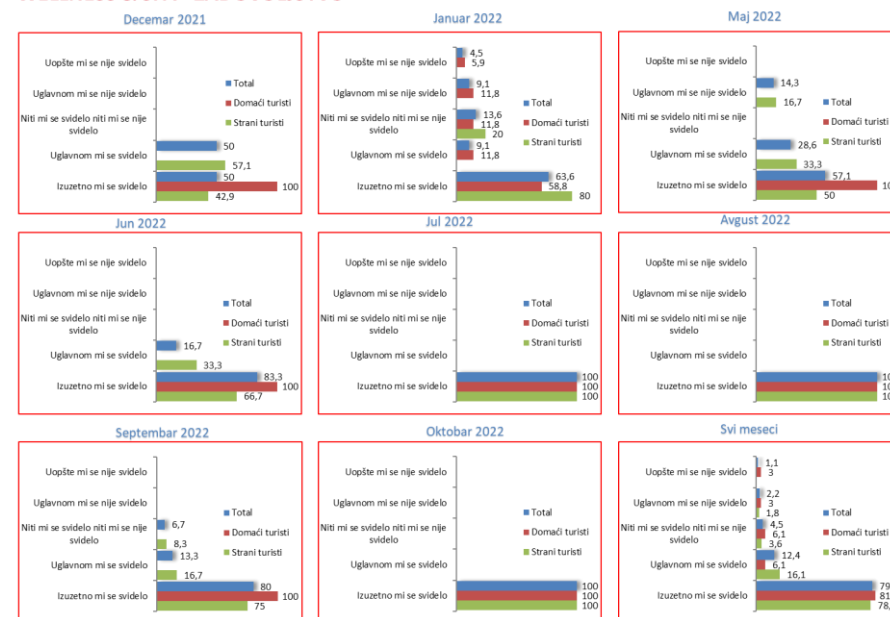


Posmatrano generalno, na nivou ukupnih nalaza istraživanja, samo 2,5% turista u Novom Sadu poseti wellness/spa, s tim da postoji razlika između domaćih i stranih turista (Strani turisti – 3,1% : Domaći turisti – 1,8%). Ipak, izuzetno zadovoljstvo posetom muzejima je različito, razlika je značajna domaći turisti su izuzetno zadovoljni u obimu od 81,8% a strani tek na nivou od 78,6%.

WELLNESS & SPA – POSETA ODGOVOR “DA”

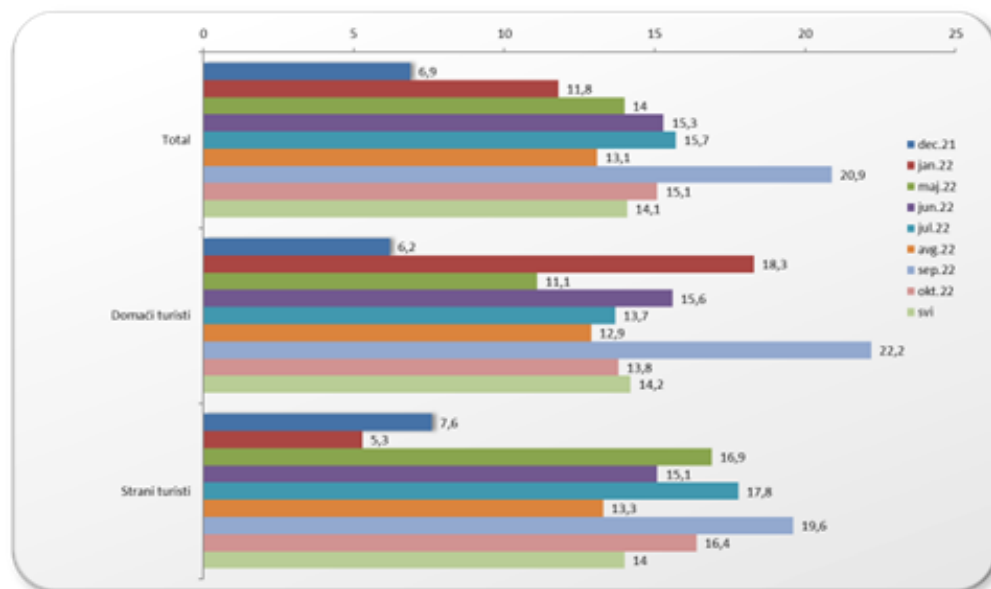


WELLNESS & SPA - ZADOVOLJSTVO

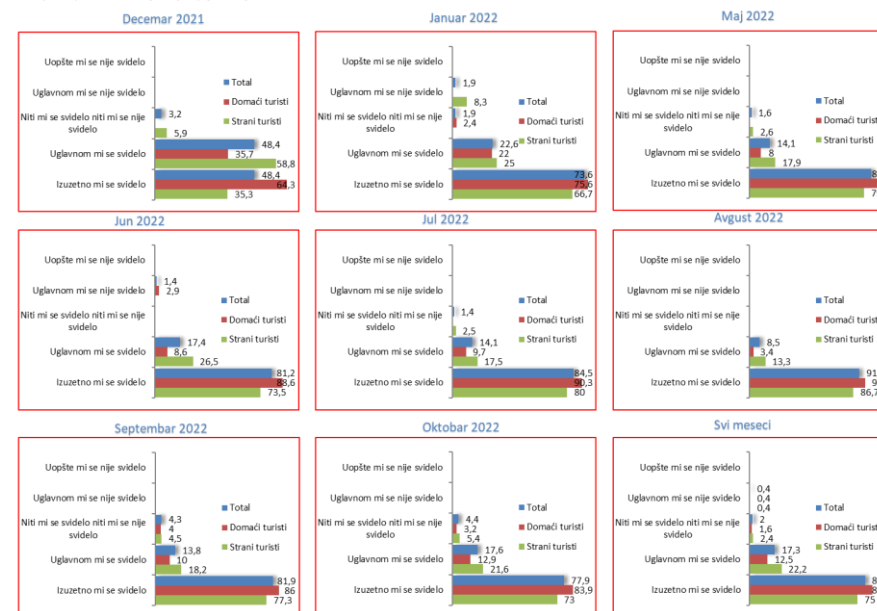


Posmatrano generalno, na nivou objedinjenih nalaza, samo 14,1% turista u Novom Sadu poseti i muzeje ovog grada, s tim da ne postoji razlika između domaćih i stranih turista (Strani turisti – 14% : Domaći turisti – 14,2%). Ipak, izuzetno zadovoljstvo posetom muzejima je različito, razlika je značajna domaći turisti su izuzetno zadovoljni u obimu od 85,5% a strani tek na nivou od 75%.

MUZEJI- POSETA ODGOVOR "DA"

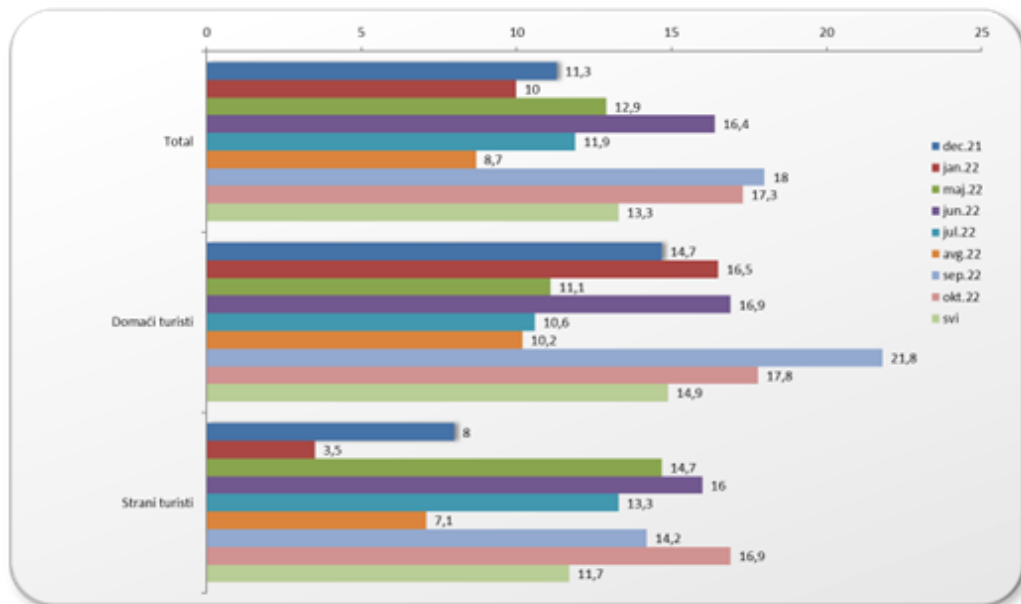


MUZEJI- ZADOVOLJSTVO

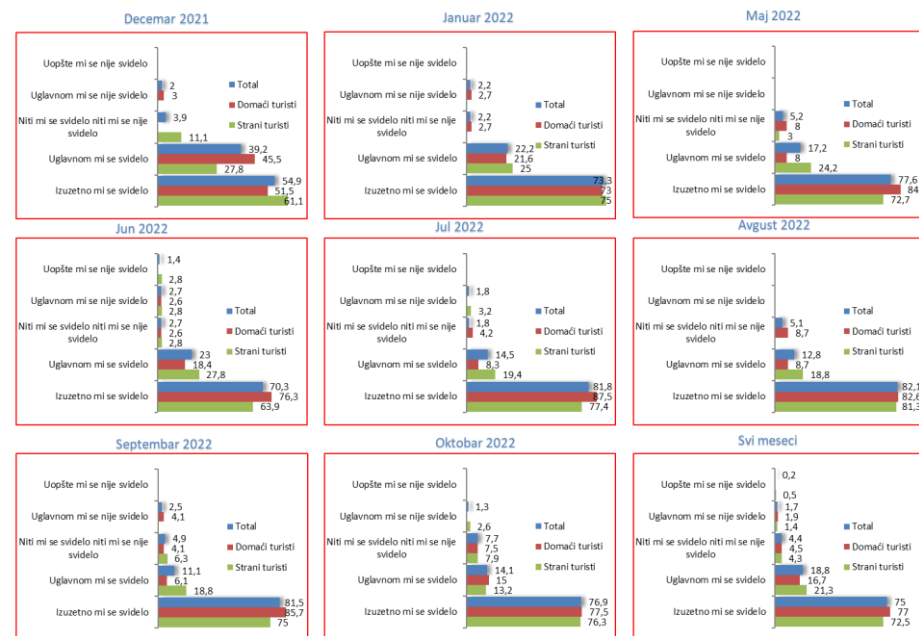


Posmatrano na ukupnim rezultatima istraživanja, 13,3% turista u Novom Sadu je posetilo neku od novosadskih galerija sa razlikama između domaćih i stranih turista (Strani turisti – 11,7% : Domaći turisti – 14,9%). I zadovoljstvo posetom je u korist domaćih turista 77% u odnosu na 72,5% stranih.

GALERIJE – POSETA ODGOVOR “DA”

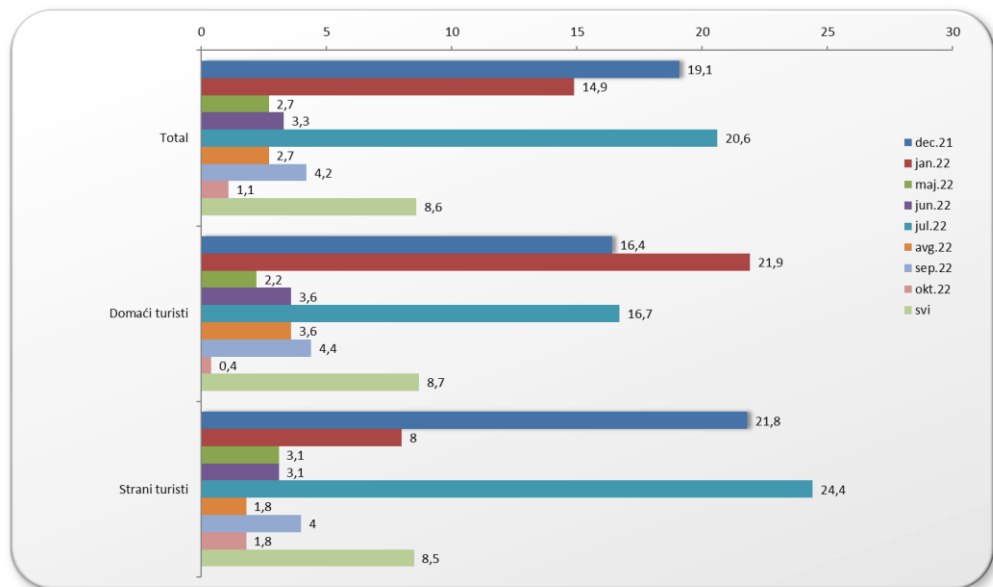


GALERIJE - ZADOVOLJSTVO

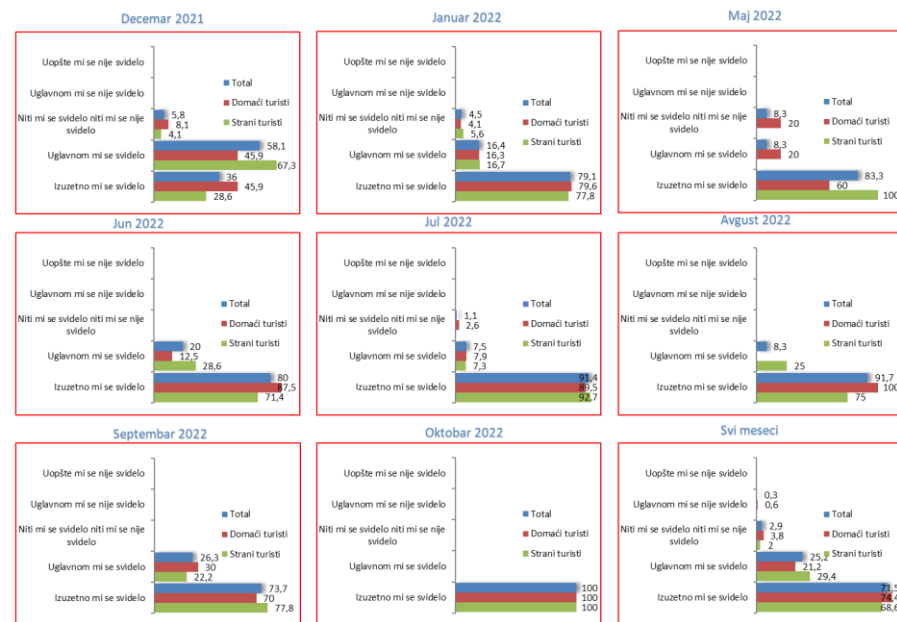


Generalno, na osnovu sumarnih podataka istraživanja, 8,6% turista navodi da su prilikom turističke posete Novom Sadu bili na koncertima. Bez obzira da li je reč o stranim ili domaćim turistima, 7 od 10 turista su izuzetno zadovoljni kako su se proveli na koncertima.

KONCERTI – POSETA ODGOVOR “DA”

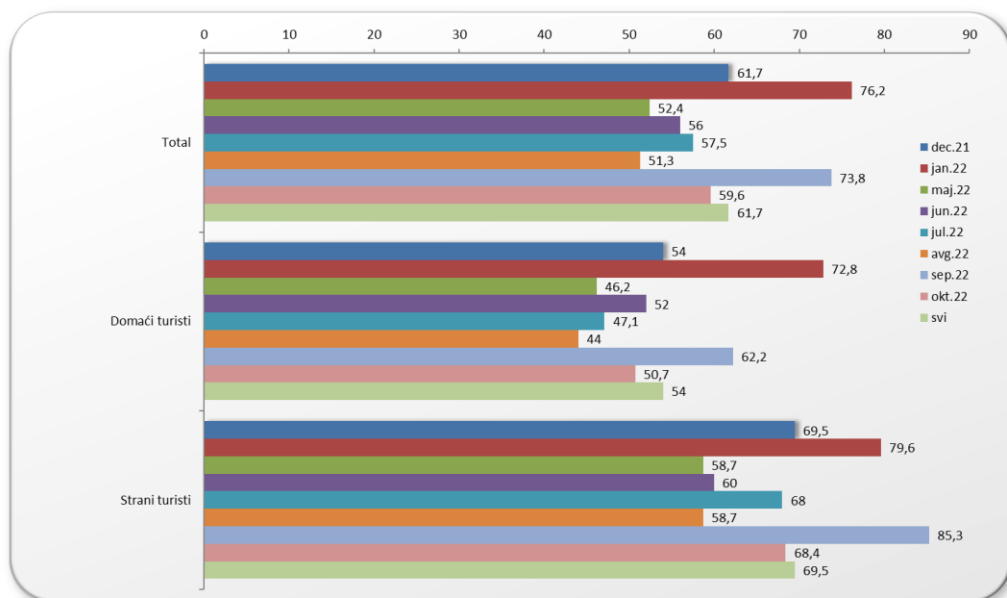


KONCERTI - ZADOVOLJSTVO

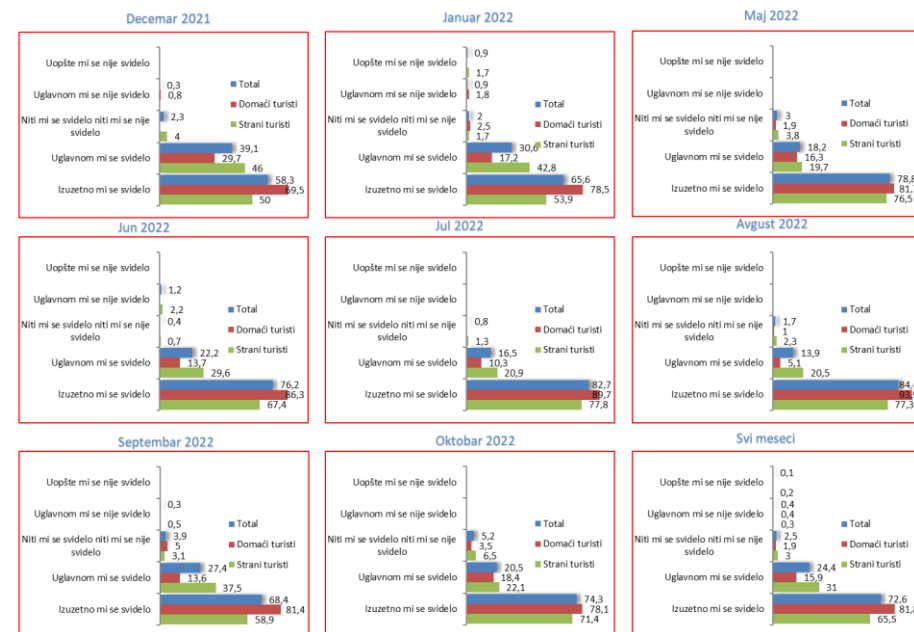


Na osnovu ukupnih rezultata svih meseci, vidimo da je 61,7% turista imalo priliku da poseti neki od parkova Novog Sada. Domaći turisti su izrazito zadovoljniji parkovima (81,8%) od stranih (65,5%).

PARKOVI – POSETA ODGOVOR “DA”

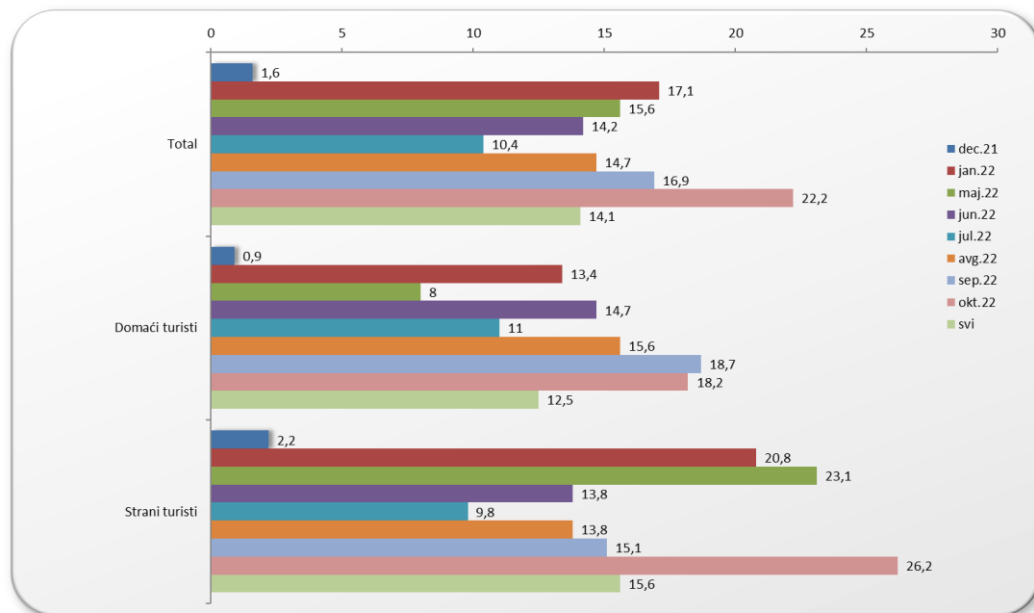


PARKOVI - ZADOVOLJSTVO

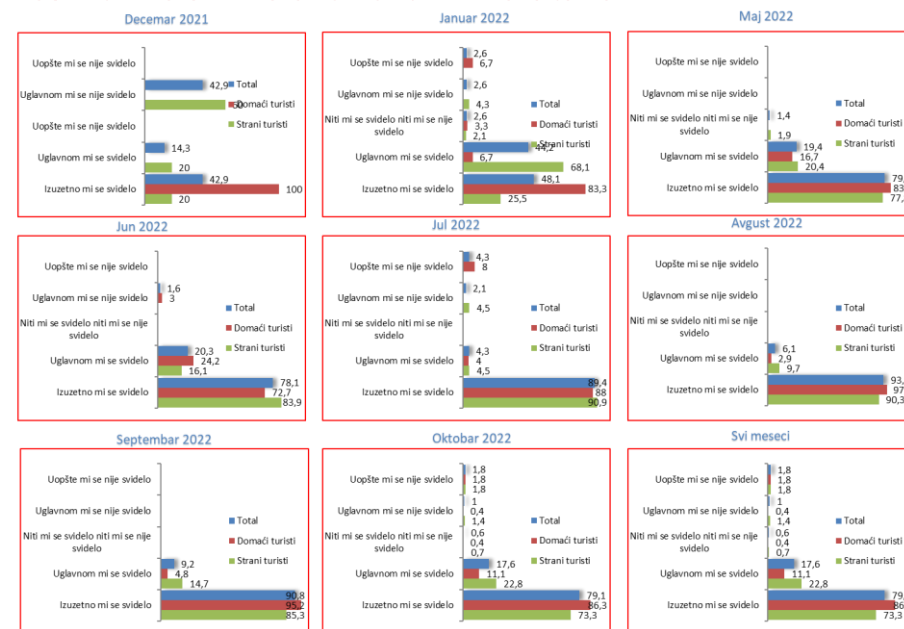


Na osnovu ukupnih rezultata svih talaza istraživanja, vidimo da je 14,1% turista imalo priliku da poseti neki od događaja u okviru evropske prestonice kulture. Domaći turisti 12,5% a strani turisti 15,6%. Domaći turisti su izrazito zadovoljniji parkovima (86,3%) od stranih (73,3%).

EVROPSKA PRESTONICA KULTURE – POSETA ODGOVOR “DA”



DOGAĐAJI EVROPSKA PRESTONICA KULTURE - ZADOVOLJSTVO



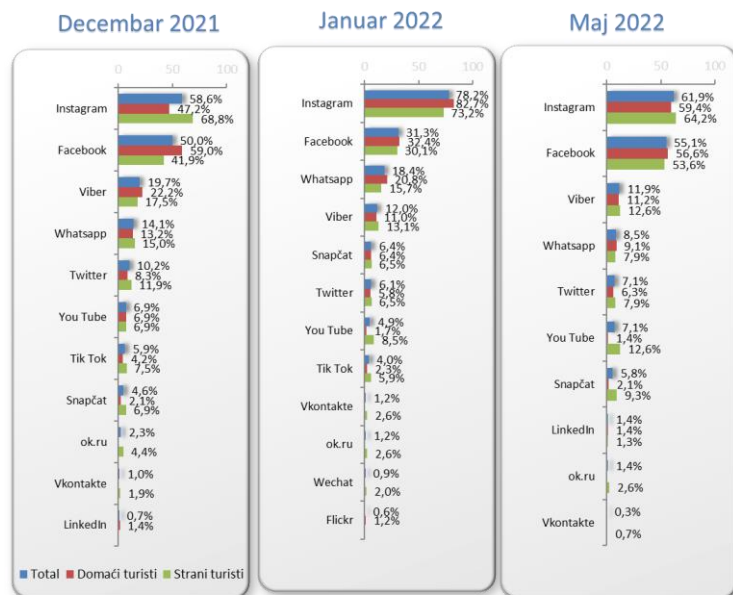
7. PREPORUKE I UTISCI

Na osnovu ukupnih rezultata prvog i drugog talasa istraživanja, vidimo da bi Novi Sad sigurno preporučilo čak 88,8% turista, a verovatno još 10,9% 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.

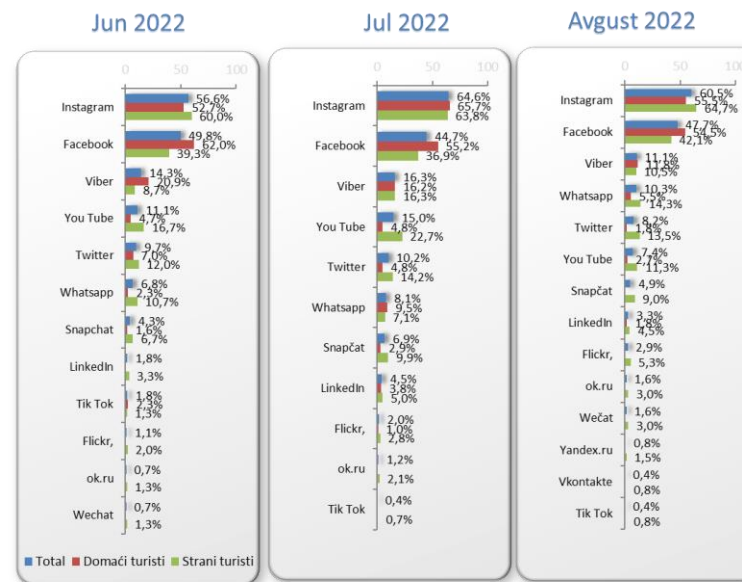
PREPORUKE ZA NOVI SAD



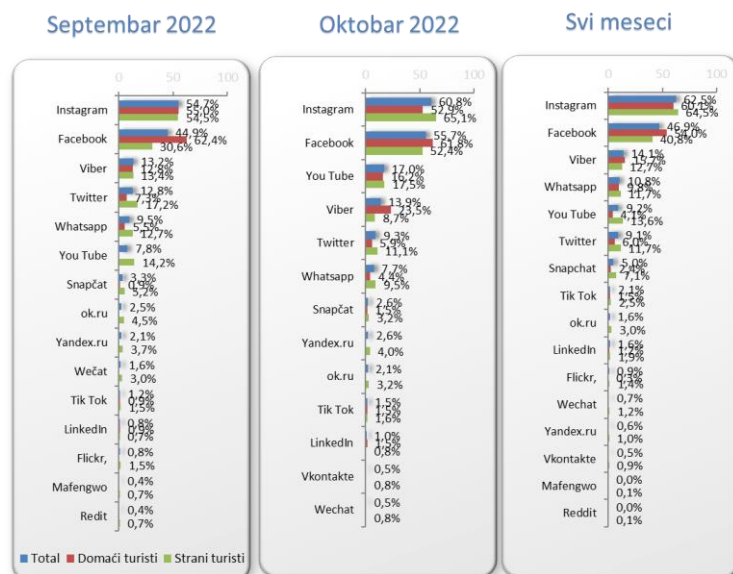
DELJENJE UTISAKA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA



DELJENJE UTISAKA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA



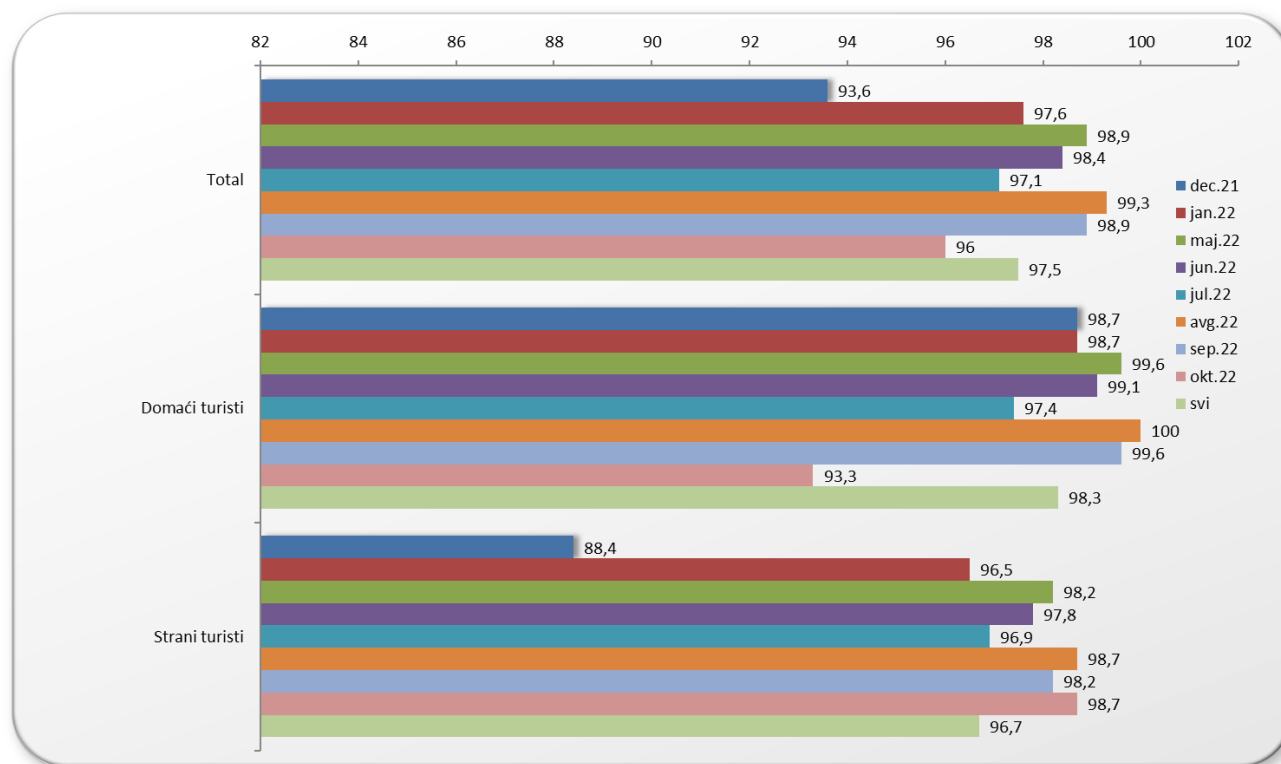
DELJENJE UTISAKA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA



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.

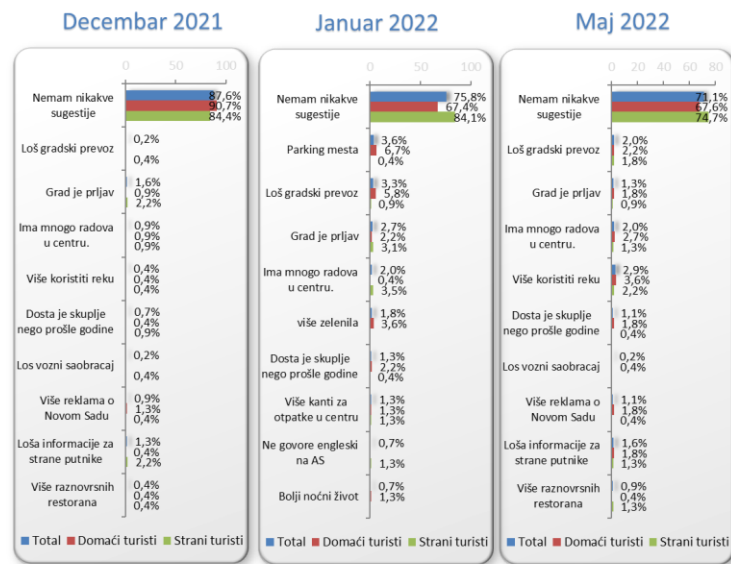
Od društvenih mreža na kojima će se deliti utisci, najčešće se navodi Facebook (Strani turisti – 47,4% : Domaći turisti – 67,4%), Instagram (Strani turisti – 75,1% : Domaći turisti – 59,6%), Viber (Strani turisti – 3,4% : Domaći turisti – 19,9), Whatsapp (Strani turisti – 7,2% : Domaći turisti – 16,1%)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

PONOVNE POSETE ODGOVOR "DA"

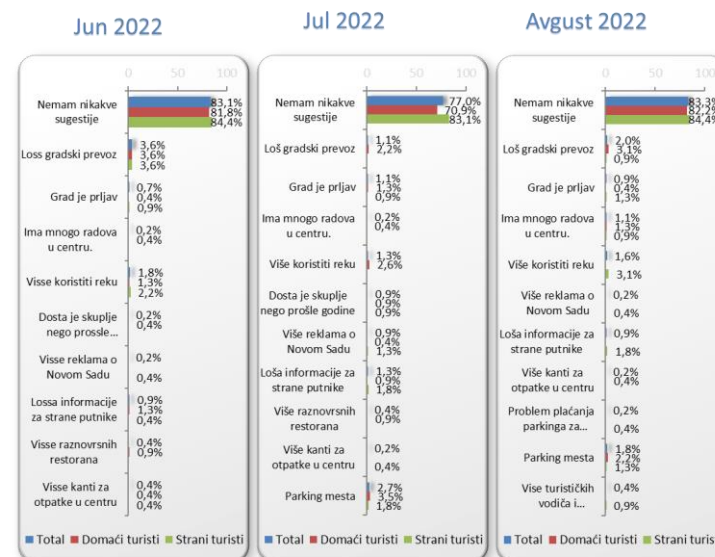


Generalno, na osnovu rezultata istraživanja, čak 98,7% domaćih turista navodi da bi ponovo došli u Novi Sad, a takav stav izražava i čak 94,5% stranih turista.

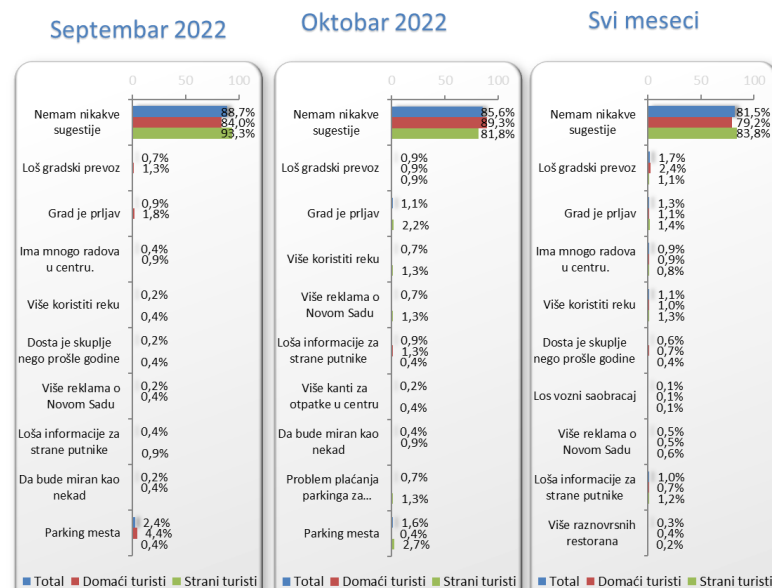
SUGESTIJE – TOP 9



SUGESTIJE – TOP 9



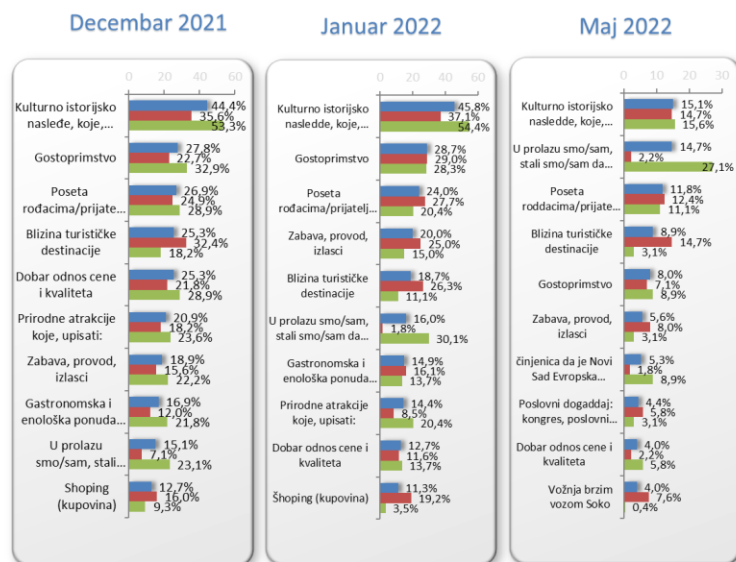
SUGESTIJE – TOP 9



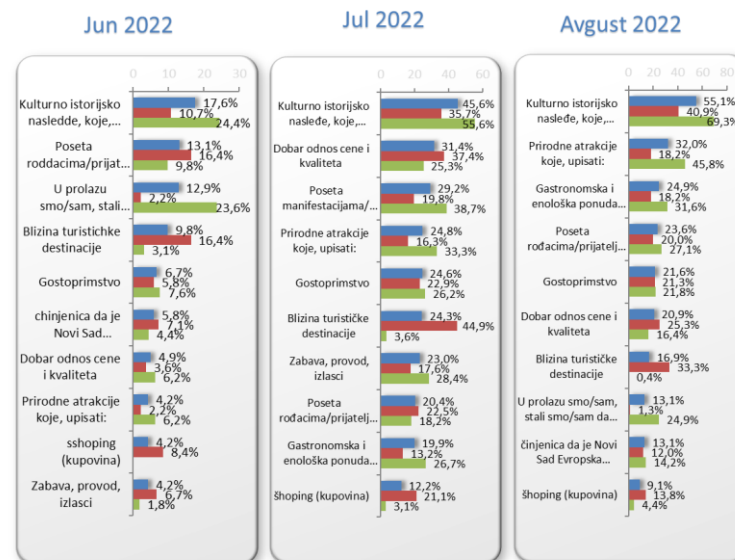
Na osnovu ukupnih rezultata istraživanja vidi se da su najčešće sugerise da je potrebno “Počistiti čistiti smeće” (generalno 1,3% / strani turisti 1,4% / domaći turisti 1,1%), “poboljšati javni prevoz” (generalno 1,7% / strani turisti 1,1% / domaći turisti 2,4%).

8. OPŠTE ZADOVOLJSTVO POSETOM NOVOM SADU

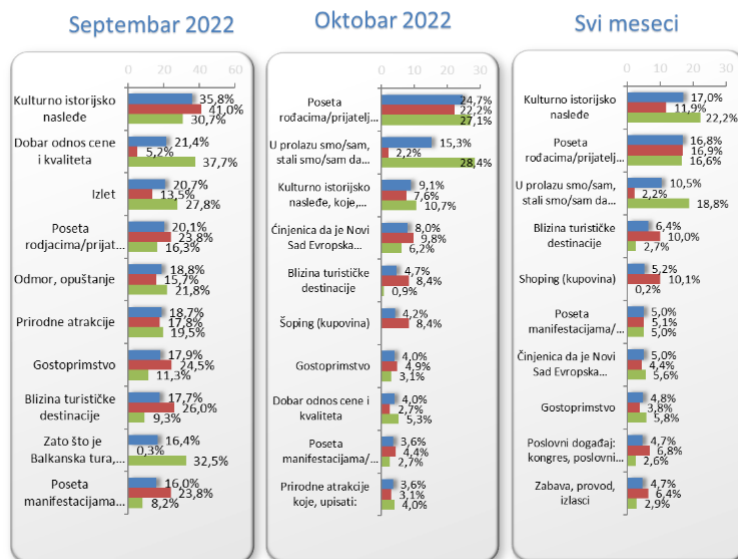
ZADOVOLJSTVO NOVIM SADOM – TOP 10



ZADOVOLJSTVO NOVIM SADOM – TOP 10



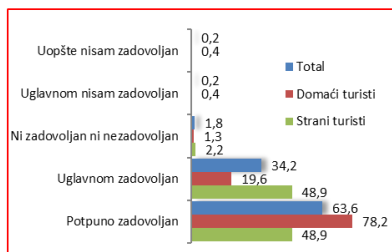
ZADOVOLJSTVO NOVIM SADOM – TOP 10



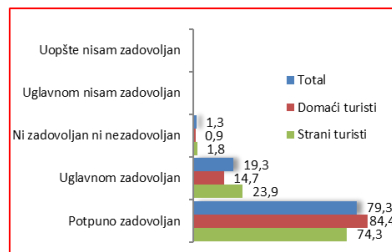
Rezultati svih osam talasa pokazuju da je najveći broj turista zadovoljan Kulturno istorijskim nasleđem 17% od toga 11,9 domaćih turista i 22,2% stranih turista. Na drugom mestu je poseta rođacima prijateljima ukupno 16,8% domaćih 16,9% i stranih 16,6%

ZADOVOLJSTVO NOVIM SADOM

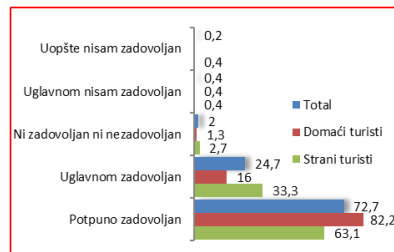
Decembar 2021



Januar 2022

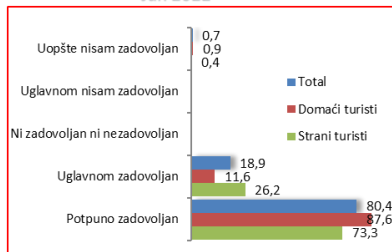


Maj 2022

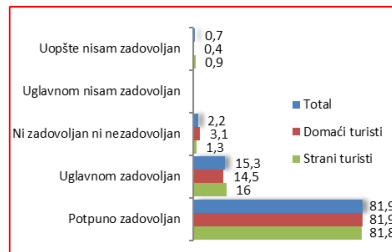


Skoro 100% turista je uglavnom zadovoljno ili potpuno zadovoljno svojom turističkom posetom Novom Sadu.

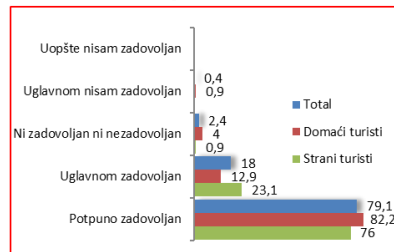
Jun 2022



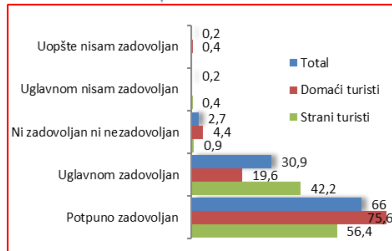
Jul 2022



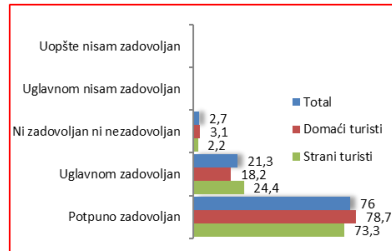
Avgust 2022



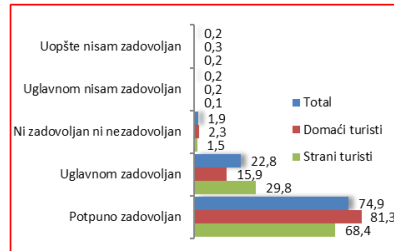
Septembar 2022



Oktober 2022



Svi meseci



9. KLJUČNI NALAZI

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

- 1 Turiste u Novom Sadu dominantno čini srednja generacija starih između 31-50 godina (41,3%), pa zatim i mladi do 30 godina (total: 39,6%).
- 2 Turisti u Novom Sadu su izrazito visoko obrazovani.
- 3 Petrovaradinska tvrđava, Exit i Katedrala, kao i spontana kvalifikacija "Lep grad", dominantno su prve asocijacija na Novi Sad. Uz to, i evropski grad kulture i grad kulture, uopšte, predstavljaju takođe jasnu asocijativnu povezanost sa Novim Sadom.
- 4 Najviše stranih turista je iz BiH 11,8%, Hrvatske 7,9% i Rusije 7,4%, a posmatrano po gradovima, iz Bijeljine 3%, Istanbula 2,9% i Moskve 2,8%.
- 5 Posmatrano po regionima, najveći broj stranih turista dolazi iz regiona ExJugoslavije, oko trećina, a za njim sledi Istočna Evropa, odakle dolazi skoro patina stranih turista. Kad je reč o domaćim turistima, skoro jedna trećina je iz Beograda.
- 6 Kao tri najčešće navođena izvora informisanja o Novom Sadu kao turističkoj destinaciji, i kod domaćih i kod stranih turista pojavljuju se: "Internet, društvene mreže" "Pozitivno lično iskustvo" i "Preporuke prijatelja, rođaka, kolega...".
- 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 86,6 eura, a stranih 148,5 eura
 - b. prosečan trošak turista na troškove prevoza do i od Novog Sada je u slučaju domaćih turista 21,1 eura, a u slučaju stranih 282 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, 60,0% njih su domaći turisti, a 40,0% su strani turisti
 - a. Razlog za jednodnevnu posetu stranaca: izlet (55,2%), tranzit (14,4%), obilazak grada (18,2%)

b. Razlog za jednodnevnu posetu domaćih turista: izlet (28,6%), šoping (15,9%), obilazak grada (14,0%)

10. Ako se posmatraju svi turisti koji su u višednevnoj poseti Novom Sadu, skoro 46,9% njih su strani turisti, odnosno 32,6% 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 – 44,1% : Strani turisti – 12,1%) i gostoprimstvo (Domaći turisti – 30,1% : Strani turisti – 35,7%).
 - Strani turisti su značajno češće od domaćih turista kao motive dolaska u Novi Sad navodili kulturno istorijsko nasleđe (Strani turisti – 77,3% : Domaći turisti – 56,3%), dobar odnos cene i kvaliteta (Strani turisti – 38,4% : Domaći turisti – 31,8%), gastronomsku i enološku ponudu (Strani turisti – 30,9% : Domaći turisti – 21,7%).
- ✓ 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 61,9% : domaći turisti 34,5%); domaći turisti smeštaj u Novom Sadu pre svega traže na osnovu preporuka partnera, rođaka, kolege ili prijatelja (Strani turisti – 43,2% : Domaći turisti – 69,6%).
- ✓ Prosečan trošak smeštaja (bez obzira koliko se dana bilo u Novom Sadu) je među domaćim turistima 30,8 euro, a među stranim 41,2 eura.

11. Domaći turisti vrlo retko koriste usluge turističko informativnih centara, ali skoro petina stranih turista koristi i čak 9 od 10 njih prepoznaje korisnost ovih usluga turističko informativnih centara Novog Sada.

12. Domaći turisti retko uzimaju turističko propagandni reklamni materijal o Novom Sadu, ali ih čak petina stranih turista uzima i čak 9 od 10 njih prepoznaje njihovu korisnost.

13. Među najposećenije novosadske turističke lokacije spadaju Centar grada, Petrovaradinska tvrđava, Parkovi i Štrand. Strani turisti češće od domaćih posećuju Petrovaradinsku tvrđavu, Muzeje, Vinske podruma, Galerije i Fruškogorske manastire.

14. 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.

15. Novi Sad bi sigurno preporučilo čak 88,8% turista, a verovatno još 10,9% turista. U ovom smislu domaći turisti u odnosu na strane tek neznatno češće pokazuju spremnost da bi sigurno preporučili Novi Sad.

16. 63,7%, stranih turista i 54,5% domaćih će podeliti utiske o poseti Novom Sadu. Od društvenih mreža na kojima će se deliti utisci, prednjače Instagram (Strani turisti – 64,5% : Domaći turisti – 60,1%), Facebook (Strani turisti – 40,8% : Domaći turisti – 54,0%), Viber (Strani turisti – 12,7% : Domaći turisti – 15,7%), Whatsapp (Strani turisti – 11,7% : Domaći turisti – 9,8%) i Youtube (Strani turisti – 13,6% : Domaći turisti – 4,1%), a strani turisti će na Twiteter-u u 11,7% slučajeva, a domaći 6,0%.

17. 98,3% domaćih turista navodi da bi ponovo došli u Novi Sad, a takav stav izražava i čak 96,7% stranih turista.

18. Generalno, najveći broj turista, čak 83,3 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 “poboljšati javni prevoz” (generalno 1,7% / strani turisti 1,1% / domaći turisti 2,4%), da je “Svuda smeće” (generalno 1,3% / strani turisti 1,4% / domaći turisti 1,1%), te da je potrebno “Više koristiti reku” (generalno 1,1% / strani turisti 1,3% / domaći turisti 1,0%).

19. Rezultati istraživanja potvrđuju visok stepen zadovoljstva turista u Novom Sadu. Na ukupnom nivou, turisti su izuzetno zadovoljni posetom u 74,9% slučajeva, bez većih razlika između domaćih i stranih turista. Ako tom broju pridodamo i uglavnom zadovoljne (22,8%), dobija se podatak da je čak 97,7% turista zadovoljno svojim turističkim boravkom u Novom Sadu.

20. Kada je u pitanju zadovoljstvo Novim Sadom domaći i strani turisti su saglasni da su najzadovoljniji kulturno istorijskim nasleđem (Strani turisti – 22,2% : Domaći turisti – 11,9%).