



Istraživanje Razvoj Turizma u Ibarskom Kolašinu

Oktober, 2015

SADRŽAJ

1. UVOD	5
2. CILJ I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	6
2.1. CILJ ISTRAŽIVANJA	6
2.2. OPIS METODOLOGIJE	6
2.3. OGRANIČENJA	7
3. PROFIL ISPITANIKA	8
3.1. MESTO BORAVKA	8
3.2. POL	8
3.3. STAROST	9
3.4. NIVO OBRAZOVANJA	9
3.5. RADNI STATUS	10
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	11
4.1. BROJ POSETA	11
4.2. TIP PREVOZA	12
4.3. NAČIN PUTOVANJA	13
4.4. BROJ POSETA	14
4.5. DUŽINA BORAVKA	15
4.6. SMEŠTAJ	16
4.7. AKTIVNOSTI I TURISTIČKE ATRAKCIJE	18
4.8. CENA TURISTIČKIH PROIZVODA	22
4.9. POSETA IBARSKOM KOLAŠINU	23
5. ZAKLJUČAK	25
PRILOG: STRUKTURA POPUNJENIH UPITNIKA PO MESTU BORAVKA I POLU	26

1. UVOD

Ibarski Kolašin¹ ima puno potencijala za razvoj različitih tipova turističkih proizvoda koji pružaju mogućnost uživanja tokom cele godine. Jezero Gazivode sa površinom od oko 12 km² predstavlja značajan turistički resurs gde mogu da se organizuju različite turističke i sportske aktivnosti na vodi. Sa druge strane, planina Mokra Gora ima potencijala za organizovanje različitih turističkih atrakcija na kopnu. Pored toga, na teritoriji Ibarskog Kolašina postoji značajna kulturna baština koja uključuje značajan broj manastira i crkava, starih tvrđava, kao i istorijskih i arheoloških lokacija.

U martu 2015. godine InTER i NVO Outdoor In su sproveli istraživanje kako bi se identifikovale potrebe turista i unapredila turistička ponuda Ibarskog Kolašina. U vezi sa tim, kreiran je upitnik namenjen potencijalnim posetiocima ovog regiona, koji su na ovaj način dobili priliku da iskažu svoje preferencije prema različitim tipovima turističkih aktivnosti. Upitnik je bio anonimn, a dobijeni rezultati su iskorišćeni isključivo u svrhu razvoja turizma u Ibarskom Kolašinu, odnosno, za formiranje adekvatne turističke ponude ove oblasti.



Outdoor In – projekat razvoja turizma u Zubinom Potoku realizovan je u saradnji opštine Zubin Potok i Instituta za teritorijalni ekonomski razvoj (InTER) u periodu od 1. marta 2013. do 28. februara 2015. godine. Projekat je pokrenut sa ciljem da doprinese poboljšanju poslovnog okruženja u opštini Zubin Potok kroz kreiranje potencijala za razvoj turizma, a finansiran je od strane pretpripravnih fondova Evropske unije u okviru EURED programa.

U okviru projekta su sprovedene brojne aktivnosti koje su imale za cilj da razviju i popularizuju turističke proizvode Ibarskog Kolašina, koji će ga učiniti atraktivnom lokacijom u oblasti aktivnog turizma. Postignuti su izvanredni rezultati u okviru razvoja osnovne turističke ponude koja uključuje plažu na jezeru Gazivode, obeležene planinarske i biciklističke staze, teretanu na otvorenom i veštačku stenu za penjanje. Pored toga, u okviru projekta je urađena Strategija razvoja turizma opštine Zubin Potok 2015-2020, koja je kasnije usvojena od strane Skupštine opštine. Konačno, projekat je pomogao osnivanje ne-vladine organizacije "Outdoor In" sa ciljem da nastavi dalji rad na razvoju turizma u Ibarskom Kolašinu.

Početkom marta 2015. godine, InTER, opština Zubin Potok i NVO "Outdoor In" su započeli realizaciju projekta, "Penjanje na Berim – Usudi se da zamisliš", koji finansira Ambasada Finske uz podršku PPSE/ Swisscontact i USAID Empower. Glavni rezultat projekta je izgradnja Via Ferrate na stenama Berima, na planini Mokra Gora.

¹ Ibarski Kolašin je oblast u dolini gornjeg Ibra, između Rogozne, Moke Gore, Kosova i Ribaričke klisure. Opština Zubin Potok se nalazi u centralnom delu ove oblasti.

2. CILJ I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

2.1. Cilj istraživanja

Istraživanje je sprovedeno sa ciljem unapređenja turističke ponude i formiranja novih turističkih proizvoda u Ibarskom Kolašinu kroz ispitivanje potreba potencijalnih turista. Pored toga, istraživanje teži ka utvrđivanju profila turista koji prepoznaju Ibarski Kolašin kao atraktivnu turističku destinaciju, njihove motivacije za posetu ovom kraju, aktivnosti u kojima bi želeli da učestvuju tokom boravka, kao i količine novca koju bi potrošili na smeštaj.

Podaci dobijeni u ovom istraživanju će služiti svima onima koji se bave razvojem turizma u Ibarskom Kolašinu, pre svega opštini Zubin Potok, InTER-u i NVO Outdoor In, ali i ostalim zainteresovanim akterima.



2.2. Opis metodologije

Metodologija istraživanja je uključivala izradu i popunjavanje upitnika, kao i analizu dobijenih odgovora.

Istraživanje je sprovedeno putem *online* upitnika, preko platforme *SurveyMonkey*. Upitniku se moglo pristupiti preko *Facebook* stranice *Outdoor In*. Pored toga, upitnik je poslat na više desetina *e-mail* adresa ciljane populacije. Upitnik je sadržao ukupno 20 pitanja, podeljenih u tri celine koje su obuhvatile relevantne oblasti vezane za istraživanje. Prvi deo upitnika se odnosio na opšte informacije o ispitanicima (mesto boravka, pol, starost, nivo obrazovanja i radni status). Drugi deo je sadržao pitanja u vezi sa utvrđivanjem namere ispitanika da posete Ibarski Kolašin. Treći deo upitnika obuhvatao je pitanja o turističkim proizvodima Ibarskog Kolašina, u okviru kojeg su ispitanici mogli da izaberu tipove aktivnosti najatraktivnije za njih, kao i da predlože nove proizvode koje bi trebalo uvrstiti u turističku ponudu. U zavisnosti od pitanja, ispitanici su mogli da se odluče za jedan ili više ponuđenih odgovora, a na pojedina pitanja su mogli da dopune svoje odgovore komentarima i sugestijama.

U istraživanju je učestvovalo ukupno 233 ispitanika, od kojih je 193 popunilo upitnik kompletno, a ostalih 40 je dalo parcijalne odgovore (započeli su popunjavanje upitnika, ali ga nisu završili do kraja).² Najviše kompletnih odgovora je dobijeno iz Kosovske Mitrovice (40), zatim iz Beograda (37) i Zubinog Potoka (27). Značajan broj popunjenih upitnika je dobijen iz Leposavića (15), Zvečana (15) i Gračanice (10). Kompletna lista dobijenih odgovora po mestu boravka i polu je data u Prilogu.

U svrhu istraživanja dobijeni odgovori su detaljno obrađeni, a na osnovu dobijenih rezultata izvedeni su zaključci i preporuke.

2 Najviše parcijalnih odgovora bilo je iz Zubinog Potoka.

2.3. Ograničenja

Kao što je ranije navedeno, upitniku se moglo pristupiti putem linka koji je bio dostupan na *Facebook* stranici *Outdoor In* a značajan broj pripadnika ciljne grupe je dobio link upitnika putem e-maila. Prvo ograničenje se odnosi na činjenicu da je, zbog ovakvog načina distribucije, upitnik bio dostupan, prvenstveno mlađoj populaciji, koja je najaktivnija na društvenim mrežama i najviše koristi internet kao sredstvo komunikacije (najviše je ispitanika iz starosnog intervala 19-29 godina).

Sledeće ograničenje se odnosi na činjenicu da je upitnik bio dostupan samo na srpskom jeziku. Usled jezičke barijere, strani turisti, koji su u mnogim prilikama pokazali interesovanje za turističkim proizvodima Ibarskog Kolašina, nisu bili u mogućnosti da daju svoj doprinos ovom istraživanju.

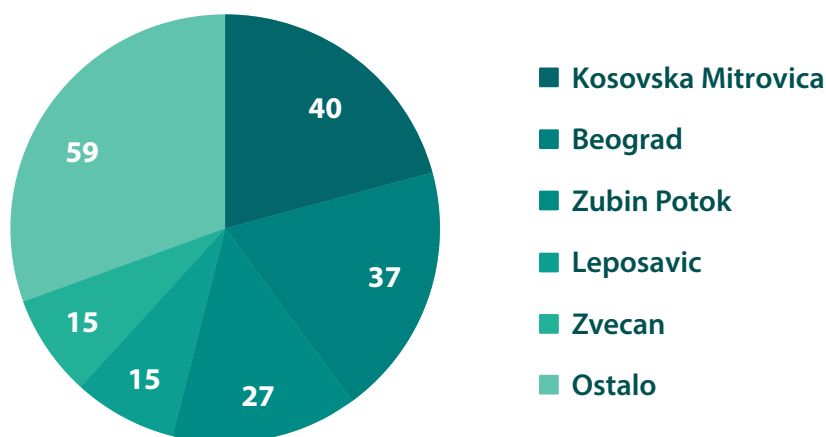


3. PROFIL ISPITANIKA

3.1. Mesto boravka

Najveći broj ispitanika dolazi iz sledećih gradova: Severna Mitrovica (40), Beograd (37), Zubin Potok (27), Leposavić (15) i Zvečan (15) (Grafikon 1.). Za više podataka o broju ispitanika i mestu prebivališta videti tabelu u Prilogu.

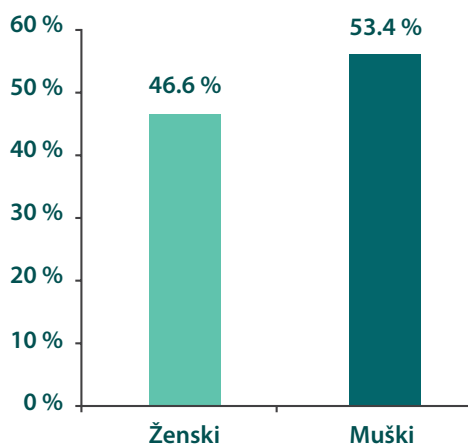
Grafikon 1.: Mesta sa najvećim brojem ispitanika



3.2. Pol

Analizom polne strukture ispitanika utvrđeno je da je dobijeno više odgovora od muškaraca nego od žena. Od ukupnog broja kompletnih odgovora (193), muškarci su popunili 103 upitnika (53,4%), a žene preostalih 90 (46,6%) (Grafikon 2.). U većini gradova dominiraju odgovori dobijeni od muškaraca, osim u Beogradu, Novom Sadu i Prištini gde veći broj ispitanika čine žene (54,05%, 66,67%, 66,67% respektivno). Za više podataka o ispitanicima iz ostalih gradova u odnosu na polnu strukturu, videti tabelu u Prilogu.

Grafikon 2.: Polna struktura ispitanika

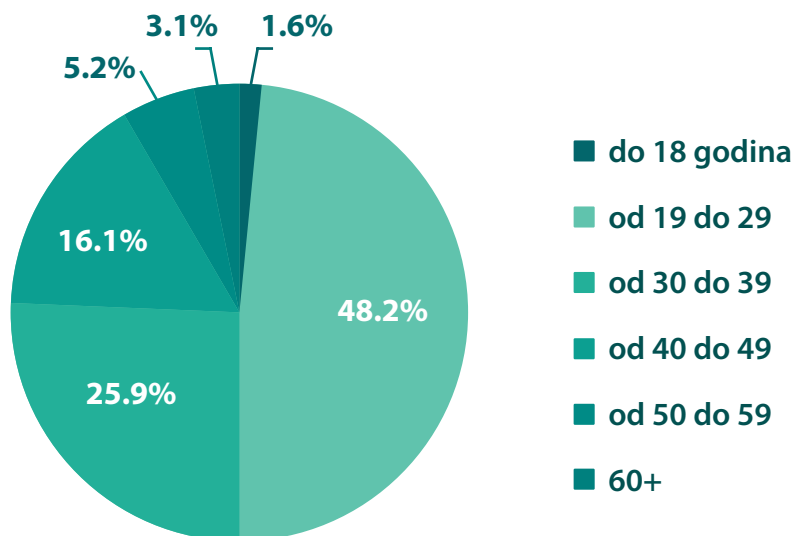


3.3. Starost

Kada je u pitanju starosna struktura, dominira starosni interval od 19-29 godina sa 93 odgovora (48,19%), zatim interval 30-39 sa 50 odgovora (25,91%) i interval od 40-49 godina sa 31 odgovorom (16,06%). Ostali starosni

intervalizajedno imaju ukupno 19 odgovora (9,29%), što se može videti na **Grafikonu 3.** Iz intervala 19-29 godina, najveći broj ispitanika dolazi iz Beograda (19), Zubinog Potoka (17) i Kosovske Mitrovice (16).

Grafikon 3.: Starosna struktura ispitanika

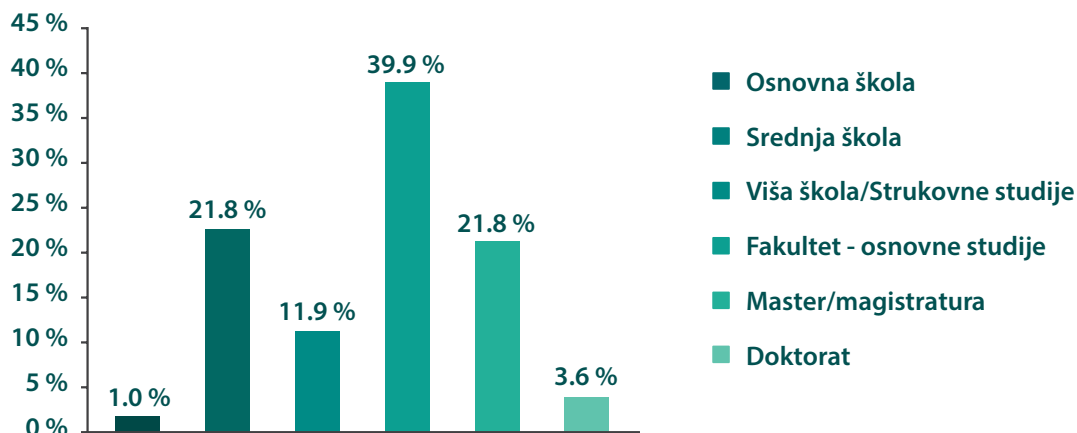


3.4. Nivo obrazovanja

Najviše ispitanika koji su popunili upitnik ima visok stepen obrazovanja. Među njima 77 (39,9%) ima završen fakultet-osnovne studije. Završenu srednju školu ima 42 ispitanika (21,8%), a isti broj poseduje i master/

magistraturu. Nešto manje ispitanika ima završenu višu školu/strukovne studije, 23 (11,9%), a doktorat poseduje njih 7 (3,6%). Svega 2 ispitanika (1,0%) ima završenu samo osnovnu školu (**Grafikon 4.**).

Grafikon 4.: Nivo obrazovanja ispitanika

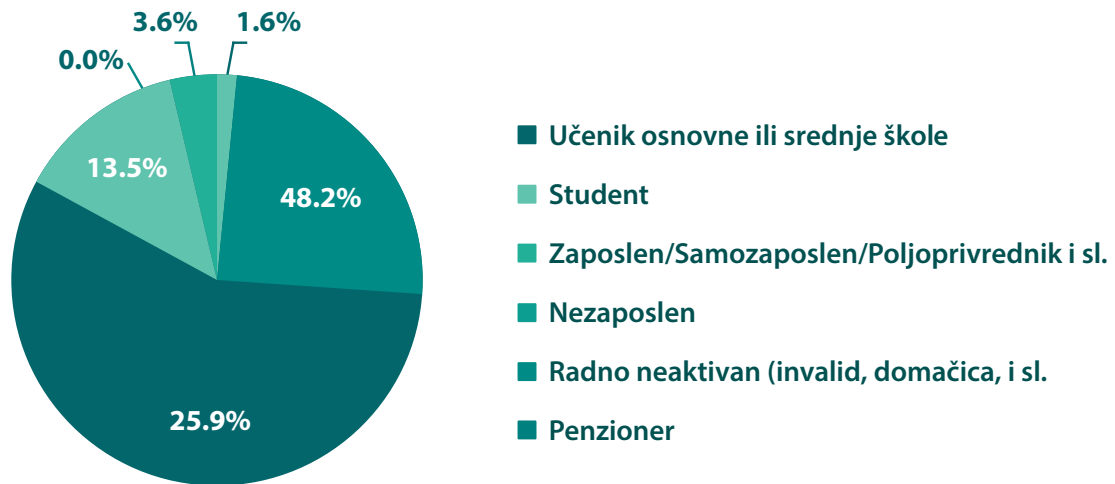


3.5. Radni status

Što se tiče radnog statusa, među ispitanicima dominiraju zaposleni (57%), zatim studenti (24%) i nezaposleni (13%). Neznatni broj ispitanika su penzioneri (4%) i učenici osnovnih

ili srednjih škola (2%). Interesantna je činjenica da nijedan ispitanik nije radno neaktivan (**Grafikon 5.**).

Grafikon 5.: Radni status ispitanika



4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Kao što je ranije navedeno, u istraživanju je učestvovalo ukupno 233 ispitanika, od kojih je 193 dalo kompletne odgovore. Prilikom obrade i analize podataka samo kompletni odgovori su uzeti u obzir.

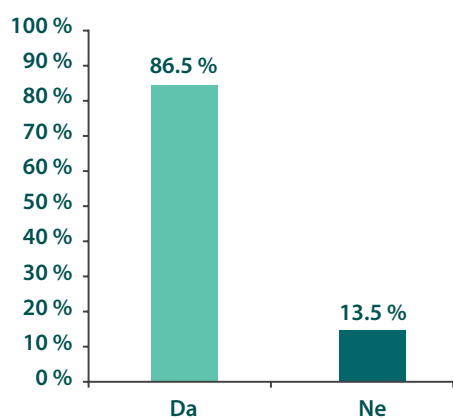
4.1. Broj poseta

Od ukupnog broja ispitanika (193), čak 167 (86,5%) se izjasnilo da planira da poseti Ibarski Kolašin u toku ove godine, dok preostalih 26 ispitanika ne planira posetu. Najviše ispitanika je navelo da će posetiti Ibarski Kolašin tokom leta

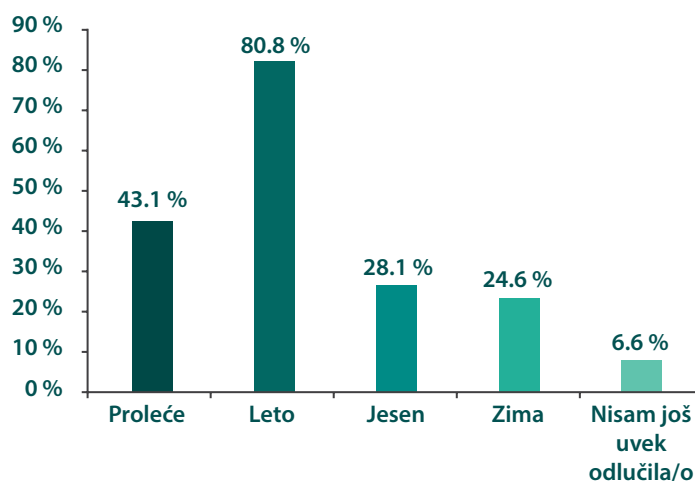
(80,8%). Ovo godišnje doba je bio dominantan odgovor među svim starosnim intervalima, posebno za interval 30-39 godina. Značajan broj ispitanika planira da poseti Ibarski Kolašin u proleće (43,1%). Za taj period su se najčešće odlučivali stariji od 50 godina, a najmanje mladi iz starosnog intervala 19-29 godina.

Rezultati istraživanja su pokazali da su jesen i zima manje pogodna godišnja doba u odnosu na proleće i leto. Za ovaj period se opredelilo najviše ispitanika starijih od 40 godina. (**Grafikon 6. I Grafikon 7.**)

Grafikon 6.: Da li planirate da posetite Ibarski Kolašin ove godine?



Grafikon 7.: U kom godišnjem dobu nameravate da posetite Ibarski Kolašin?

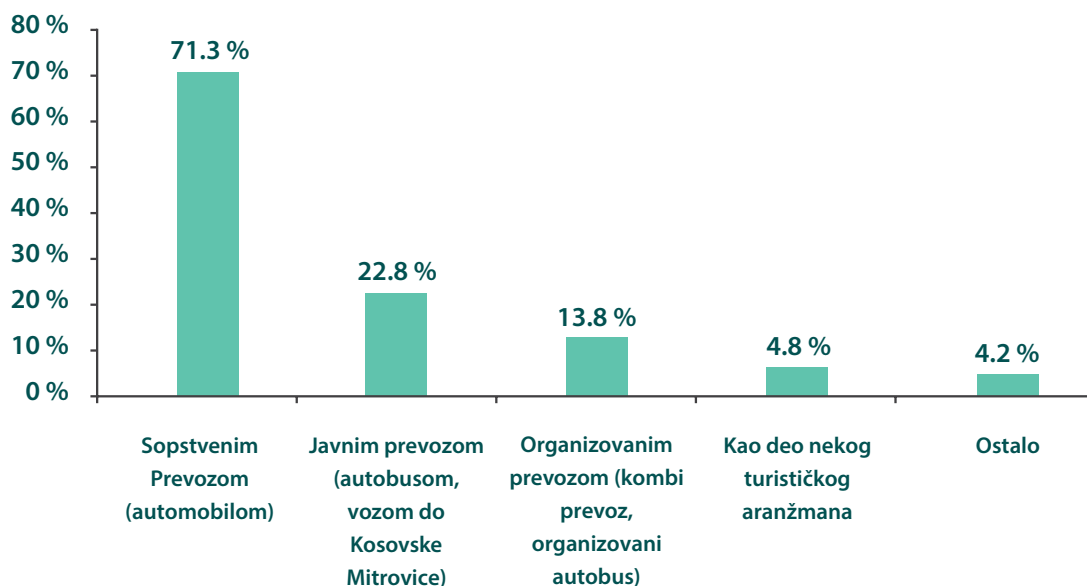


4.2. Tip prevoza

Većina ispitanika (71,3%) planira da posetu Ibarskom Kolašinu realizuje sopstvenim prevozom (automobilom). Izbor tog tipa prevoza je najzastupljeniji kod ispitanika starijih od 30 godina. Za putovanje javnim prevozom odlučilo se 22,8% ispitanika, a taj odgovor je najčešći među mladima (19-29 godina). Interesovanje za ostale vidove prevoza je značajno manje. Najmanji broj ispitanika se

odlučio za prevoz u okviru nekog turističkog aranžmana (4,8%) (**Grafikon 8.**). Za razliku od ispitanika sa Kosova, koji nisu pokazali nameru da koriste usluge javnog prevoza prilikom posete Ibarskom Kolašinu, ispitanici iz Srbije su u većoj meri birali ovaj vid prevoza (42,6%). Takođe, kod njih postoji i značajna zainteresovanost (24,1%) za korišćenje organizovanog prevoza (kombi prevoz, organizovani autobus).

Grafikon 8.: Kako nameravate da putujete u Ibarski Kolašin?

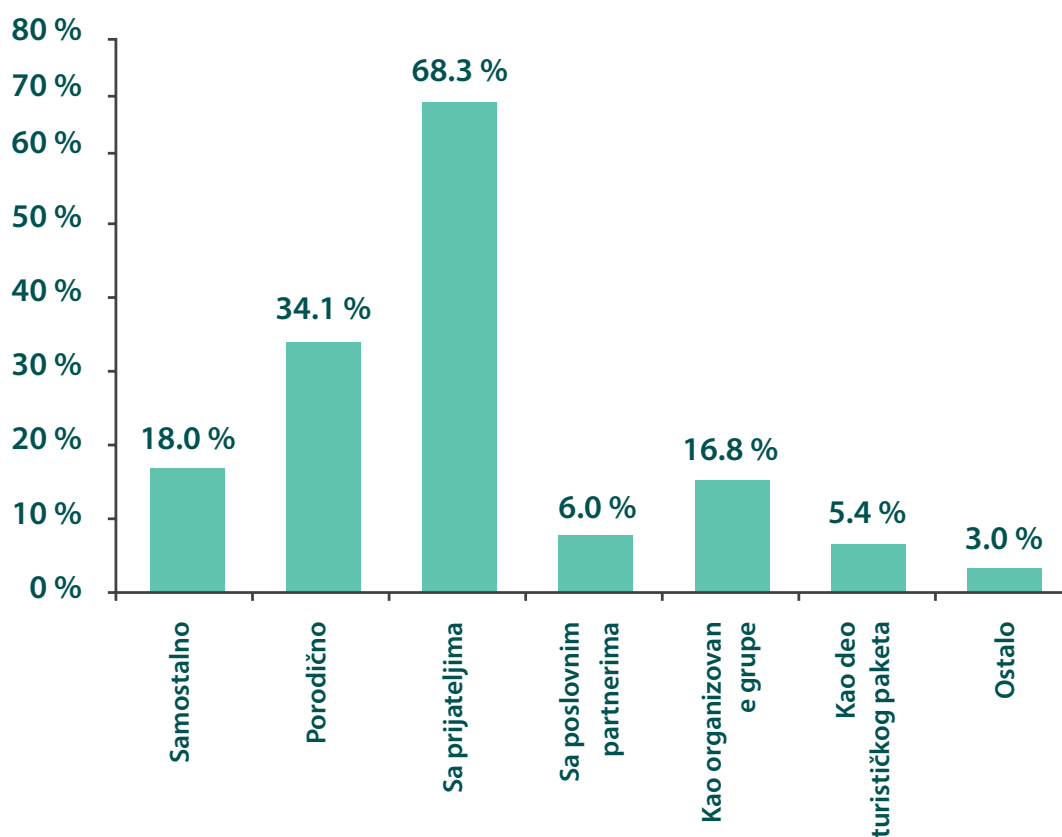


4.3. Način putovanja

U Ibarski Kolašin se putuje sa prijateljima, što pokazuje podatak da bi najveći broj ispitanika posetio ovaj kraj u društvu prijatelja (68,3%). Ovaj odgovor posebno prevladava među starosnim intervalom od 19-29 godina. Osim toga, veliki broj ispitanika (34,1%) se odlučio za porodičnu posetu, naročito oni iz starosnog intervala

40-49 godina. Samostalna poseta je manje zastupljena odgovor među ispitanicima (18,0%) i to uglavnom kod starijih od 50 godina. Svega 6% ispitanika je pokazalo zainteresovanost za posetu sa poslovnim partnerima, a najmanju pažnju je privukla ponuda za posetu u okviru turističkog paketa (5,4%) (**Grafikon 9**).

Grafikon 9.: Sa kim želite da posetite Ibarski Kolašin?

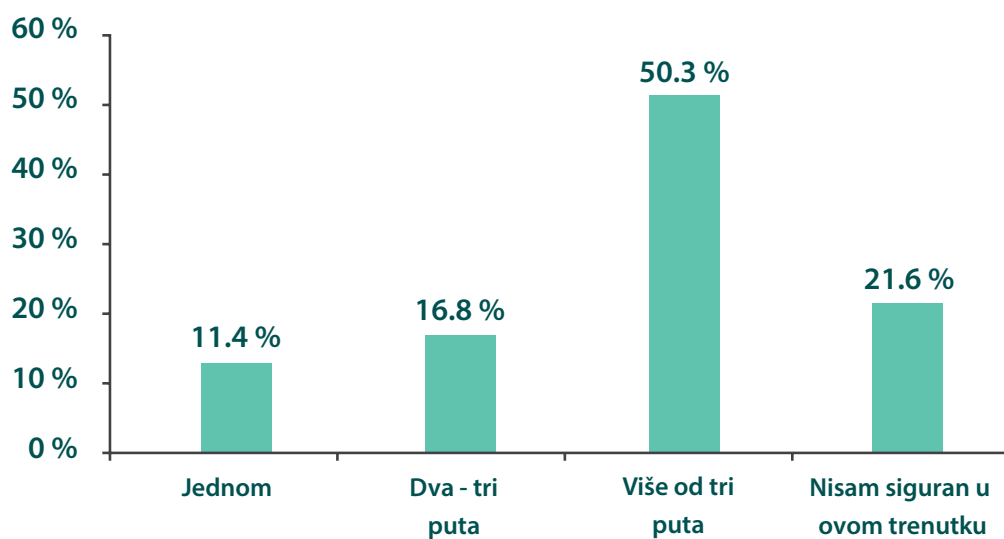


4.4. Broj poseta

Analizirajući broj potencijalnih poseta ispitanika, utvrđeno je da bi više od polovine (61,54%) posetilo Ibarski Kolašin više od tri puta, među kojima prevladavaju posetoci sa Kosova (u analizi su izuzeti ispitanici iz Zubinog Potoka). Među njima dominira starosni interval 19-29 i 30-39 godina, što implicira da su pripadnici mlađe populacije najviše zainteresovani za

učestale posete. Određen broj ispitanika, uglavnom iz Srbije, se izjasnio da u trenutku sprovođenja upitnika nije mogao da pruži precizan odgovor (21,6%). Manji broj ispitanika se odlučio za dolazak dva do tri puta ili jednom godišnje (16,8%, 11,4%, respektivno), gde je zapaženo da većina njih takođe dolazi iz Srbije (**Grafikon 10.**).

Grafikon 10.: Koliko puta biste želeli da dođete u Ibarski Kolašin ove godine?

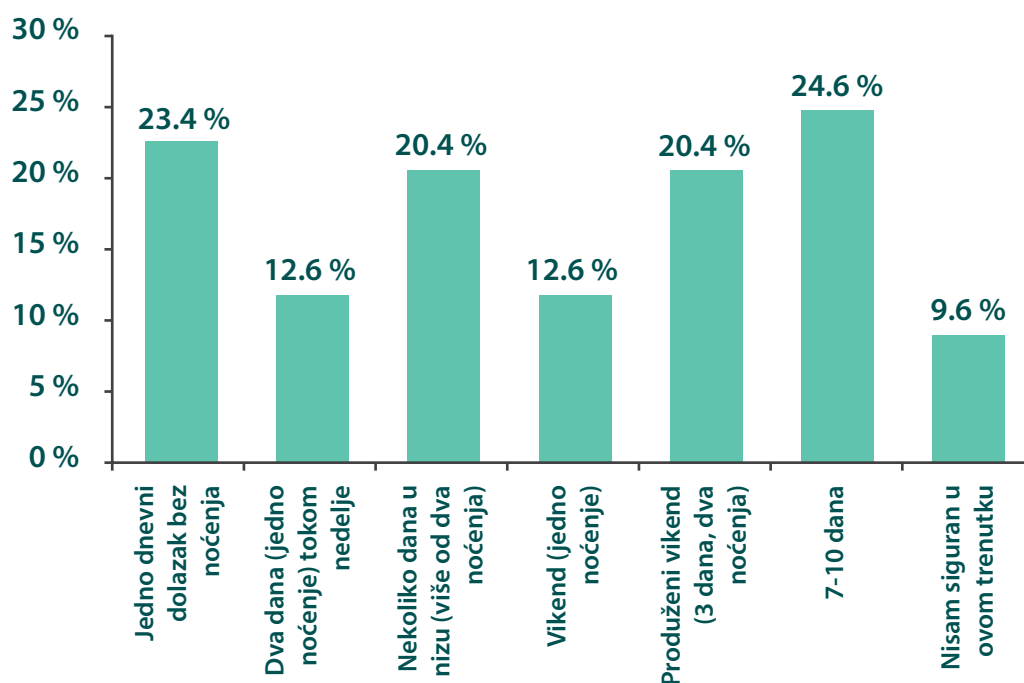


4.5. Dužina boravka

Kada je u pitanju dužina boravka u Ibarskom Kolašinu, zainteresovanost ispitanika varira od jednodnevnog do desetodnevnog. Najviše ispitanika se izjasnilo da je zainteresovano za boravak od 7-10 dana, naročito starosni interval 19-29 godina. Jednodnevni boravak bez noćenja je najčešći odgovor među ostalim

starosnim intervalima (stariji od 30 godina). Ispitanici iz kosovskih opština su se uglavnom opredeljivali za ovu opciju, dok su se ispitanici iz Srbije najčešće odlučivali za produženi vikend i boravak od nekoliko dana (više od dva noćenja) (**Grafikon 11.**).

Grafikon 11.: Koliko dugo biste želeli da boravite u Ibarskom Kolašinu?

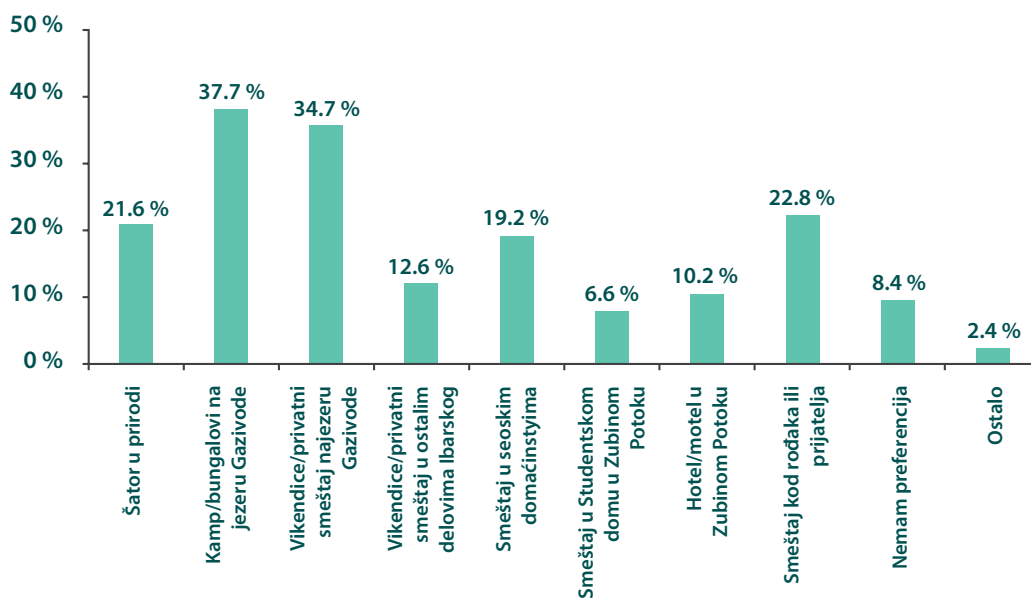


4.6. Smeštaj

Analizirajući odgovore ispitanika u vezi sa željenim smeštajem prilikom posete Ibarskom Kolašinu utvrđeno je da 37,7% njih preferira kamp/bungalove na jezeru Gazivode. Među njima su najbrojniji oni koji bi došli u društvu prijatelja. Sledeća opcija za koju su se odlučivali je vikendica/privatni smeštaj takođe na jezeru Gazivode (34,7%), zatim smeštaj kod rođaka ili prijatelja (22,8%). Ove dve vrste smeštaja su najpogodnije za ispitanike koji planiraju posetu Ibarskom Kolašinu sa porodicom. Za šator u prirodi je zainteresovano 21,6% ispitanika, a to je najčešći izbor onih ispitanika koji planiraju da posete Ibarski Kolašin samostalno ili kao deo organizovane grupe i turističkog paketa. Nešto manje ispitanika je odabralo smeštaj u seoskim domaćinstvima (19,2%) (**Grafikon 12.**).

Ako uzmemo u obzir analizu po starosnim intervalima, ispitanici iz grupe 19-29 preferiraju kamp/bunaglove na jezeru Gazivode (47,4%). Osim ovog tipa smeštaja, kod mladih postoji i velika zainteresovanost za vikendicu/privatni smeštaj (35,5%), šator (32,9%) i smeštaj kod rođaka ili prijatelja (30,3%). Vikendica/privatni smeštaj na jezeru Gazivode je bio najčešći odgovor kod ispitanika iz kumulativnog³ starosnog intervala 30-49 godina (35,62%), dok je primetno opadanje interesovanja za smeštaj u kampovima/bungalovima (27,4%) i šatorima (10,96%). Što se tiče smeštaja u seoskim domaćinstvima, najveće preferencije su iskazali ispitanici stariji od 50 godina (46,7%). U odnosu na ostale intervale, ispitanici iz ove starosne grupe najmanje preferiraju vikendicu/privatni smeštaj (13,3%).

Grafikon 12.: Koju vrstu smeštaja biste preferirali tokom posete Ibarskom Kolašinu?

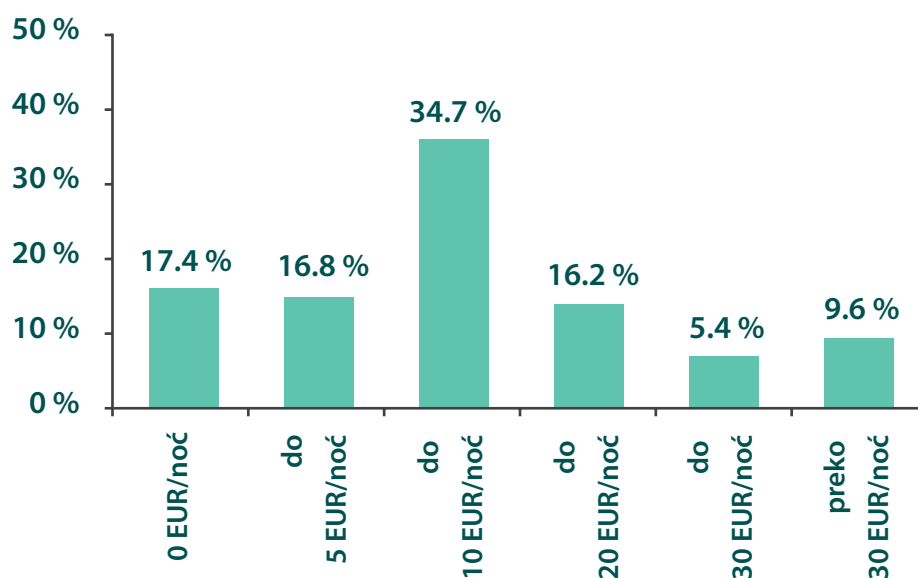


³ U svrhu analize određenih podataka, starosni intervali 30-39 i 40-49 godina su objedinjeni u jedan interval (30-49 godina)

Najviše ispitanika je spremno da za prenočište u Ibarskom Kolašinu izdvoji do 10 evra/noć (34,7%). Među njima dominiraju mladi (učenici, studenti i zaposleni) koji pripadaju starosnom intervalu 19-29 godina. Određen broj ispitanika (17,4%) nije spreman da izdvoji novčana sredstva za boravak u ovom kraju ili bi izdvojio do 5 evra/noć (16,8%), a među njima su

takođe najbrojniji učenici i studenti. Za smeštaj po ceni do 20 evra/noć bi se opredelilo 16,2% ispitanika, među kojima dominiraju zaposleni koji pripadaju kumulativnom starosnom intervalu 30-49 godina. Do 30 evra/noć i preko 30 evra/noć bi izdvojio manji broj ispitanika (5,4%, 9,6%, respektivno), a među njima dominiraju zaposleni stariji od 50 godina (**Grafikon 13.**).

Grafikon 13.: Kojim budžetom raspolazete za smeštaj?



4.7. Aktivnosti i turističke atrakcije

Kada su u pitanju aktivnosti na vodi, od 167 ispitanika, koji su se izjasnili da bi posetili Ibarski Kolašin ove godine, 64,1% njih bi najviše uživalo u plivanju i rekreaciji na jezeru. Panoramska vožnja brodom privlači značajnu pažnju turista, za koju bi se odlučilo 44,3% ispitanika. Vožnja kajakom na jezeru i splavarenje Ibrom su takođe privukli značajan broj ispitanika (30,5%, 29,3%, respektivno), dok je interesovanje za ostale aktivnosti ispod 20% (**Grafikon 14.**).

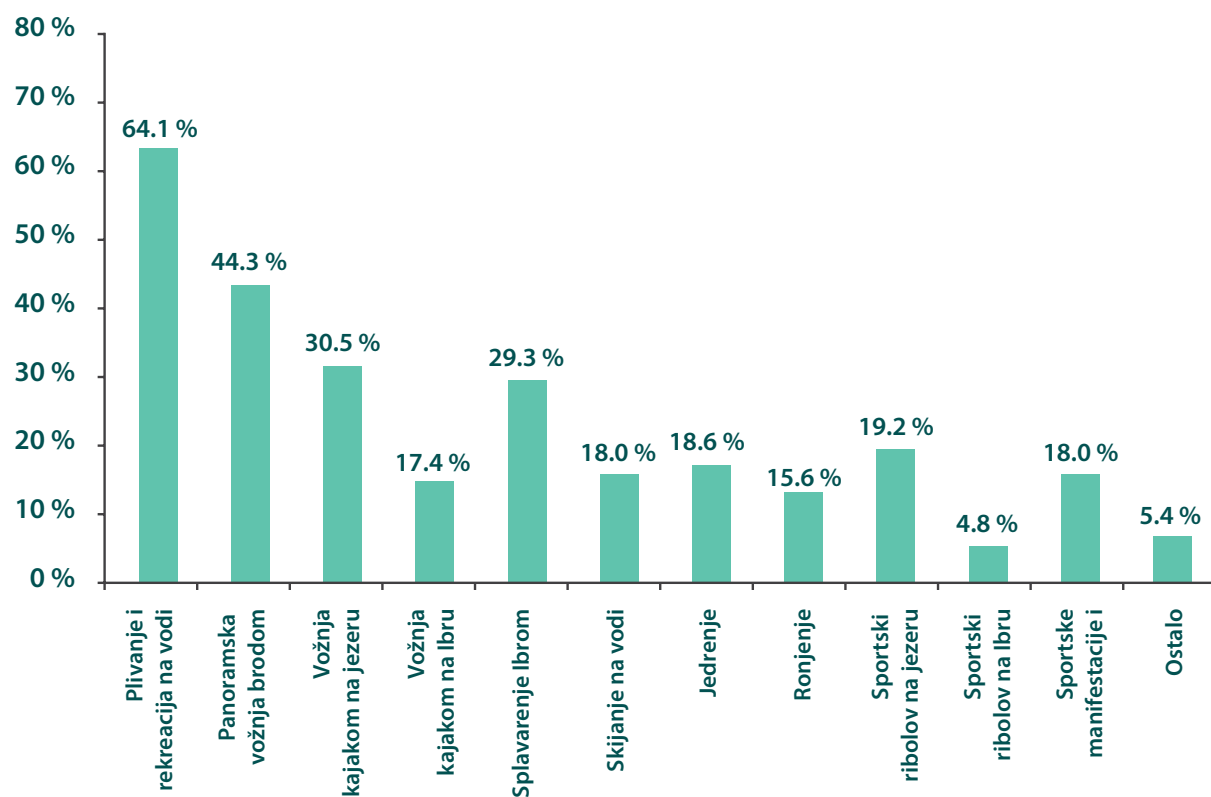
Prilikom analize odgovora po starosnim grupama, među mladima (19-29 godina) dominira interesovanje za plivanje i rekreaciju na vodi (67,1%), kao i za panoramsku vožnju brodom (46,1%). Velika je zainteresovanost i za vožnju kajakom na jezeru (40,8%) i splavarenje Ibrom (35,5%), naročito kod muške populacije. Muškarci iz ovog intervala su pokazali manje interesovanje za panoramsku vožnju brodom, u odnosu na sve ostale starosne intervale. Žene koje pripadaju ovom intervalu smatraju, pored ostalih dominantnih aktivnosti, skijanje na vodi (29,7%) i jedrenje (27,0%) interesantnim turističkim proizvodima. Karakteristično za

ovaj starosni interval jeste interesovanje za vožnju kajakom na reci Ibar (27,6%) i sportske manifestacije (26,3%), koje generalno ne spadaju u atraktivne aktivnosti.

Posmatrajući kumulativni starosni interval (30-49 godina), primećuje se, kao i kod ostalih, velika zainteresovanost za plivanje i rekreaciju na vodi (61,6%) i panoramsku vožnju brodom (47,9%), naročito među ženskom populacijom. Žene iz ovog intervala su takođe zainteresovane za vožnju kajakom na jezeru (34,6%), skijanje na vodi (30,8%) i jedrenje (26,9%). Karakteristično za muški deo populacije iz ovog intervala jeste značajan porast interesovanja za sportski ribolov na jezeru (36,2%). Ostale aktivnosti su manje atraktivne ovom starosnom intervalu (ispod 20%).

Plivanje i rekreacija na vodi je dominantna aktivnost i kod ispitanika starijih od 50 godina (66,7%). Postoji interesovanje i za panoramsku vožnju brodom (20%) i splavarenje Ibrom (26,7%), koje je u nešto većoj meri prisutno kod ženske populacije iz ovog starosnog intervala.



**Grafikon 14.: Zbog kojih aktivnosti biste posetili Ibarski Kolašin?
(aktivnosti na vodi)**

Kada je u pitanju istraživanje o interesovanju za turističke atrakcije na kopnu, ispitanici su pokazali najveće interesovanje za aktivnost planinarenje (50,3%). Planinarenje je atraktivno za sve starosne grupe, a naročito za one starije od 50 godina. Po nivou atraktivnosti, odmah iza planinarenja slede obilazak manastira, crkava i kulturno-istorijskih spomenika (40,7%), zatim jahanje konja (39,5%), kampovanje (32,9%), slobodno penjanje (34,1%) i novi turistički proizvod *Via Ferrata* na Berimu (31,7%) (**Grafikon 15.**).

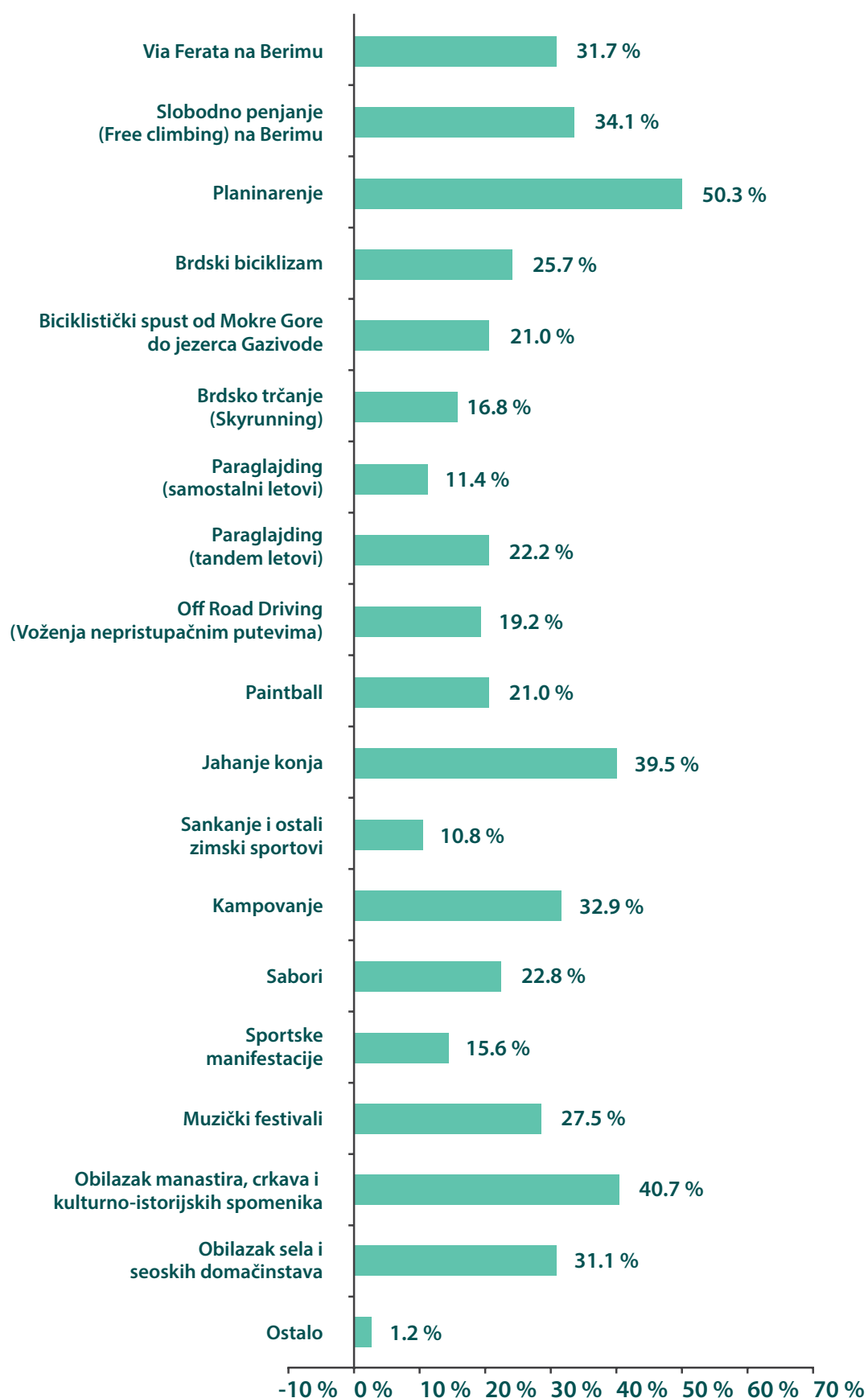
Najveću pažnju među ženskom populacijom iz starosnog intervala 19-29 godina privuklo je jahanje konja (67,6%). Iako brdski biciklizam u generalnom plasmanu ne spada u 5 najprivlačnijih aktivnosti, muškarci iz starosnog intervala 19-29 godina su veoma zainteresovani za ovu aktivnost (51,3%). Njima su podjednako veliku pažnju privukli planinarenje i *Via Ferrata* na Berimu.

Turistički proizvod *Via Ferrata* je veoma interesantan i za veliki broj žena (50,0%) iz starosnog intervala 30-39 godina. Osim toga, 62,5% ženske populacije iz ovog starosnog intervala (30-39 godina), je iskazalo zainteresovanost za tandemske letove paraglajdingom. Takođe, ova grupa ispitanika (30-39 godina) je specifična i po najvećem interesovanju za posetu muzičkim festivalima (43,8%).

Ako posmatramo starosni interval 40-49 godina, primetan je značajan porast interesovanja za posetu saborima, naročito kod žena (50,0%). Među ženskom populacijom iz ovog intervala se može uočiti značajna zainteresovanost (60,0%) za obilazak manastira i kulturno-istorijskih spomenika, kao i obilazak sela i seoskih domaćinstava (isti procenat). Sa druge strane, kod muškog dela ispitanika ove starosne grupe, pojavljuje se interesovanje za brdski biciklizam (35,3%). Zanimljiv je podatak da je ovoj starosnoj grupi *paintball* apsolutno nezanimljiv, mada je mlađa kategorija ispitanika (19-29 godina) zainteresovana za ovu aktivnost, naročito muški deo populacije (35,9%).

Ispitanici iz starosne grupe iznad 50 godina su iskazali zainteresovanost za turističke proizvode koji su manje fizički zahtevni. Kao što je ranije navedeno, planinarenje je dominantna turistička aktivnost za ovu starosnu grupu (60,0%). Osim toga, značajno interesovanje ove starosne grupe su privukle aktivnosti vezane za obilazak manastira i kulturno-istorijskih spomenika, i obilazak sela i seoskih domaćinstava na teritoriji Ibarskog Kolašina (57,1% žena je zainteresovano za ovu vrstu aktivnosti).



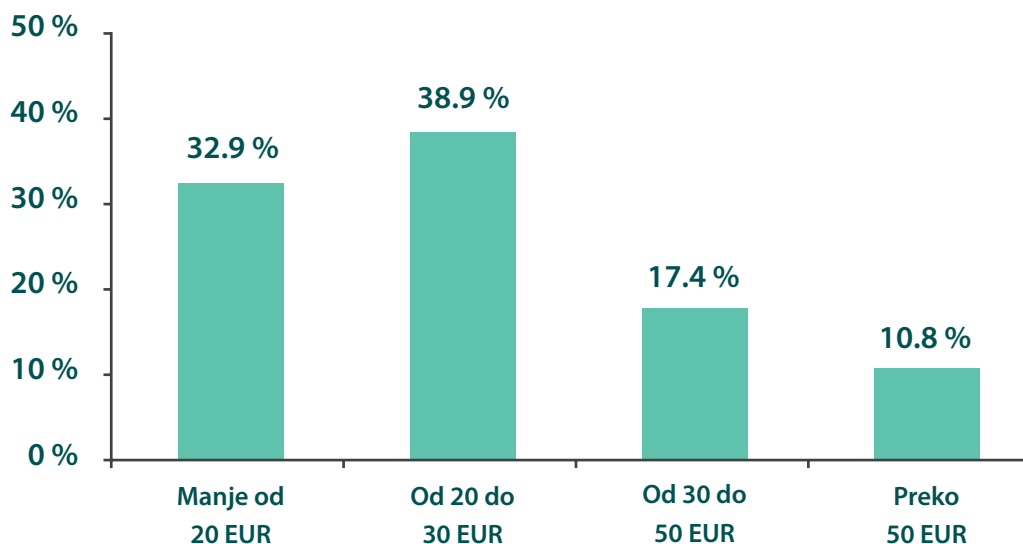
Grafikon 15.: Zbog kojih aktivnosti biste posetili Ibarski Kolašin? (aktivnosti na kopnu)

4.8. Cena turističkih proizvoda

Najprihvatljivija cena za pojedinačne turističke proizvode u Ibarskom Kolašinu je između 20 i 30 evra, što je odgovor 38,9% ispitanika (od ukupno 167 koji su se izjasnili da bi posetili Ibarski Kolašin ove godine). Manje od 20 evra po turističkom proizvodu bi izdvojilo 32,9% ispitanika, dok bi 17,4% ispitanika izdvojilo preko 30 evra za pojedinačni turistički proizvod. Važno je napomenuti da za 10,8% ispitanika nije problem da izdvoje više od 50 evra za željeni turistički proizvod u Ibarskom Kolašinu. (**Grafikon 16.**)

Kada se posmatra starosna dob ispitanika, kumulativni starosni interval od 30-49 godina, je pokazao najmanje interesovanja da izdvoji značajna sredstva za turističke proizvode u Ibarskom Kolašinu. Naime 35,6% njih ne bi izdvojilo više od 20 evra za turistički proizvod, dok bi 26% izdvojilo od 30 do 50 evra. Starosni interval mladih (19-29 godina) je pokazao najviše interesovanja za cenovnu kategoriju turističkih proizvoda između 20 i 30 evra (47,4% ispitanika) dok su proizvodi preko 50 evra najviše interesantni starosnim grupama preko 50 godina.

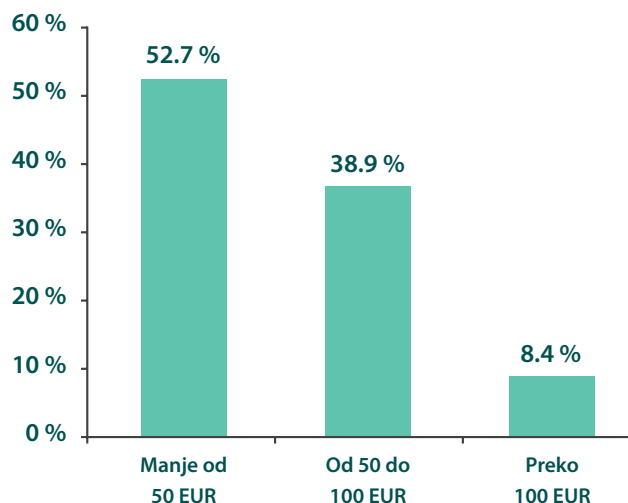
Grafikon 16.: Koliko novca biste izdvojili za neku turističku atrakciju u Ibarskom Kolašinu (za jedan turistički proizvod)?



Kod većine ispitanika vlada mišljenje da najprihvatljivija ponuda za paket od nekoliko turističkih proizvoda ne bi trebala da pređe 50 evra (52,7%). Međutim, značajan broj ispitanika (38,9%) je spreman da izdvoji između 50 i

100 evra za kombinovani paket turističkih proizvoda. Turistički paketi od preko 100 evra su interesantni za 8,4% ispitanika, uglavnom iz kumulativnog starosnog intervala 30-49 godina (**Grafikon 17.**)

Grafikon 17.: Koliko novca biste izdvojili za paket od nekoliko turističkih proizvoda u Ibarskom Kolašinu (za kombinaciju više turističkih proizvoda)?

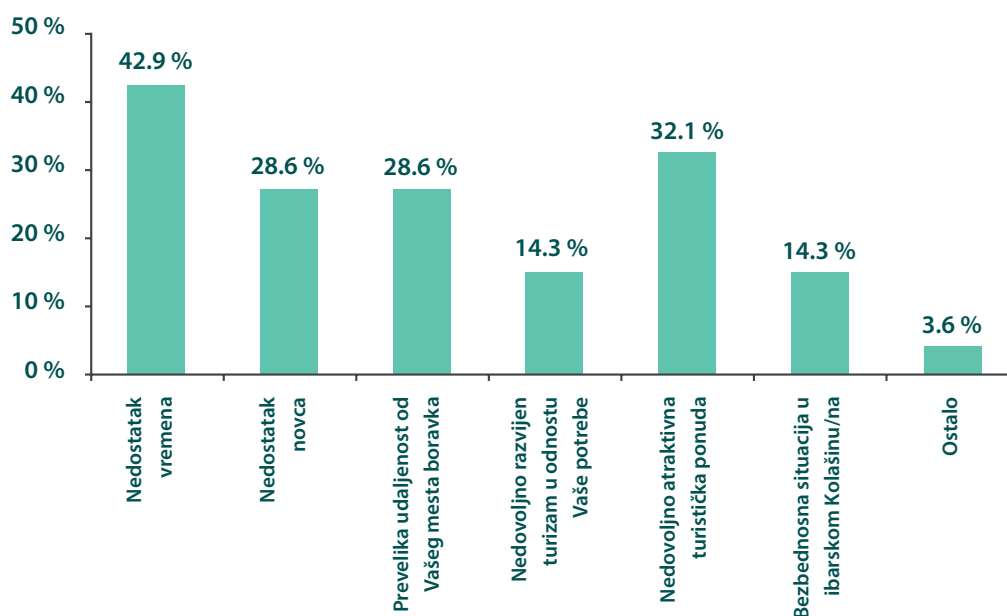


4.9. Poseta Ibarskom Kolašinu

Kao što je prethodno navedeno, od ukupnog broja ispitanika (193), 26 je odgovorilo da neće posetiti Ibarski Kolašin tokom ove godine. Među odgovorima, nedostatak vremena je glavni razlog nedolaska u Ibarski Kolašin (42,9%), mada značajan broj ispitanika neće doći i zbog nedovoljno razvijene turističke ponude (32,1%). Nedostatak novca i prevelika udaljenost od mesta boravka su takođe među

značajnim razlozima da se ne dođe u Ibarski Kolašin (po 28,6%). Ispitanici koji ne planiraju da dođu u posetu su, takođe, kao razloge naveli i nedovoljno razvijen turizam u odnosu na njihove potrebe (14,3%), i bezbedonosnu situaciju (14,3%). Bezbedonosna situacija se ističe kao razlog među ispitanicima koji nisu sa Kosova (**Grafikon 18.**).

Grafikon 18.: Zbog kojih razloga ne želite da posetite Ibarski Kolašin?

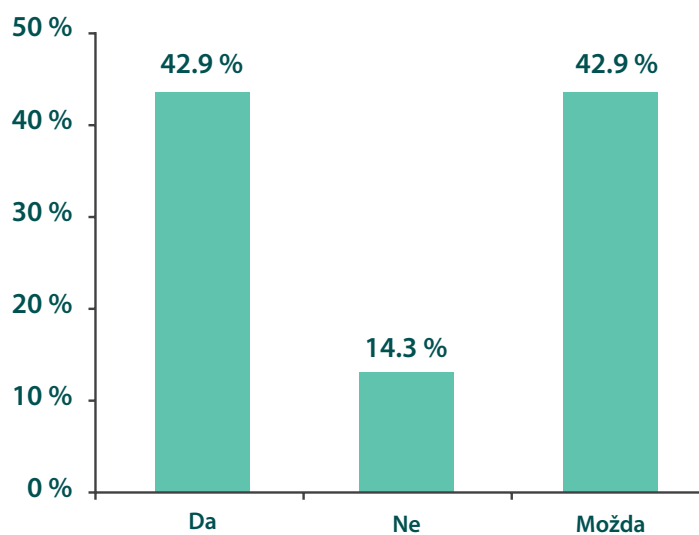




Ova grupa ispitanika je takođe pitana da li želi posetiti Ibarski Kolašin u nekom narednom periodu. Od ukupnog broja odgovora, 42,9% ispitanika je odgovorilo da ima nameru da poseti

ovaj kraj u narednim godinama ili da razmišljaju o tome, dok je 14,3% navelo da ne planira skori dolazak u Ibarski Kolašin. (**Grafikon 19.**).

Grafikon 19.: Da li uopšte imate nameru da posetite Ibarski Kolašin, recimo u narednim godinama?



5. ZAKLJUČAK

Sprovedeno istraživanje je pokazalo da turistički potencijali Ibarskog Kolašina privlače značajnu pažnju potencijalnih turista svih starosnih dobi iz celog regiona koji žele da otkriju novu destinaciju sa atraktivnom ponudom u oblasti aktivnog turizma i dobrim uslovima za outdoor sportove. Ogromna većina ispitanika je jasno iskazala želju da poseti Ibarski Kolašin tokom ove godine, naročito u letnjem periodu, i uživa u prirodnim lepotama, turističkim proizvodima i manifestacijama.

Istraživanjem su, pre svega, identifikovani turistički proizvodi koji privlače pažnju turista koji posećuju Ibarski Kolašin, što predstavlja važnu informaciju u kojem pravcu treba razvijati turizam u narednom periodu, naročito imajući u vidu potrebama ciljnih grupa različite starosne dobi. Na primer, istraživanje je jasno pokazalo da su plivanje i rekreacija na jezeru, planinarenje i panoramska vožnja brodom turistički proizvodi koji su veoma interesantni svim potencijalnim turistima. Međutim, kada se analiziraju specifičnosti ciljnih grupa onda se dolazi do rezultata da muškarci, naročito oni iz starosne grupe od 19 do 29 godina, žele turističke proizvode koji se zasnivaju na adrenalinskim sportovima (Via Ferrata, slobodno penjanje, brdski biciklizam i sl.), žene svih starosnih grupa najviše žele da se oprobaju u jahanju konja, porodični ljudi preferiraju

panoramsku vožnju jezerom Gazivode, a seniori vole planinarske šetnje, obilazak manastira i seoskih domaćinstava.

Istraživanje takođe daje značajne rezultate na koji način razvijati smeštajne kapacitete. Ispitanici bi najradije želeli smeštaj pored jezera, u bungalovima, kampovima, vikendicama i sl., a značajan broj njih je iskazao želju za smeštajem u seoskim domaćinstvima. Rezultati istraživanja pokazuju da su ispitanici najviše zainteresovani za boravak od 7-10 dana u kampovima, vikendicama i bungalovima, u kojima bi cena smeštaja bila do 10 evra za noć, ali postoji interesovanje i za jednodnevnim i vikend aranžmanima koji obuhvataju različite pakete turističkih proizvoda.

Poslednjih par godina je puno urađeno na brendiranju Ibarskog Kolašina kao atraktivne destinacije za aktivni turizam, što je rezultat mnogobrojnih aktivnosti organizovanih u okviru regionalne inicijative za razvoj turizma - Outdoor In. Potrebno je dalje raditi na marketingu i to u dva pravca, kroz promociju Ibarskog Kolašina kao turističke destinacije i kroz promociju turističkih proizvoda. Ovo istraživanje predstavlja značajan resurs, kako za brendiranje područja tako i za direktnu promociju turističkih proizvoda u skladu sa potrebama različitih ciljnih grupa.



Preporuke

U skladu sa rezultatima istraživanja, potrebno je raditi na sledećim preporukama:

- Brendirati Ibarski Kolašin kao atraktivnu destinaciju za aktivni turizam;
- Izraditi marketing plan i komunikacionu strategiju koja na različiti način tretira ciljne grupe u odnosu na pol, starosnu dob i druge bitne karakteristike;
- Pristupiti izradi novih turističkih proizvoda i turističkih paketa u odnosu na rezultate istraživanja;
- Stimulisati privatni sektor da ulaže u razvoj turizma, pre svega u izgradnji smeštajnih objekata pored jezera Gazivode;
- Osposobiti seoska domaćinstva za rad u turizmu;
- Razvijati osnovnu infrastrukturu, saobraćajnu povezanost i javni transport;
- Raditi na jačanju osećaja bezbednosti posetioca i turista.

PRILOG: Struktura popunjenih upitnika po mestu boravka i polu

Mesto boravka	Ukupan broj	Pol	
		Muški	Ženski
Severna Mitrovica	40	21 (52%)	19 (48%)
Beograd	37	17(46%)	20 (54%)
Zubin Potok	27	15 (56%)	12 (44%)
Leposavić	15	10 (67%)	5 (33%)
Zvečan	15	8 (53%)	7 (47%)
Gračanica	10	6 (60%)	4 (40%)
Kragujevac	7	4 (57%)	3 (43%)
Kragujevac	6	2 (33%)	4 (67%)
Kraljevo	5	3 (60%)	2 (40%)
Smederevo	5	3 (60%)	2 (40%)
Priština	3	1 (33%)	2 (67%)
Raška	2	2 (100%)	0 (0%)
Tuzla	2	2 (100%)	0 (0%)
Indija	1	1 (100%)	0 (0%)
Pančevo	1	0 (0%)	1 (100%)
Kikinda	1	1 (100%)	0 (0%)
Mladenovac	1	1 (100%)	0 (0%)
Niš	1	0 (0%)	1 (100%)
Zrenjanin	1	0 (0%)	1 (100%)
Knjaževac	1	0 (0%)	1 (100%)
Šabac	1	0 (0%)	1 (100%)
Vranje	1	0 (0%)	1 (100%)
Kruševac	1	1 (100%)	0 (0%)
Ruma	1	1 (100%)	0 (0%)
Bor	1	1 (100%)	0 (0%)
Peć	1	0 (0%)	1 (100%)
Bar	1	1 (100%)	0 (0%)
Banja Luka	1	1 (100%)	0 (0%)
Podgorica	1	0 (0%)	1 (100%)
Cirih	1	0 (0%)	1 (100%)
Pariz	1	1 (100%)	0 (0%)
London	1	0 (0%)	1 (100%)
Ukupno:	193	103 (53,4%)	90 (46,6%)





PROMOTING
PRIVATE SECTOR
EMPLOYMENT



The printing of this document has been made possible by PPSE.

PPSE is implemented by Swisscontact, in a consortium with Riinvest Institute and PEM Consult. PPSE is financed by the Swiss Agency for Development and Cooperation Office in Kosovo.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Cooperation Office Kosovo

The logo for swisscontact, featuring a stylized blue 'S' above the word 'swisscontact' in a lowercase, blue, sans-serif font.

swisscontact

