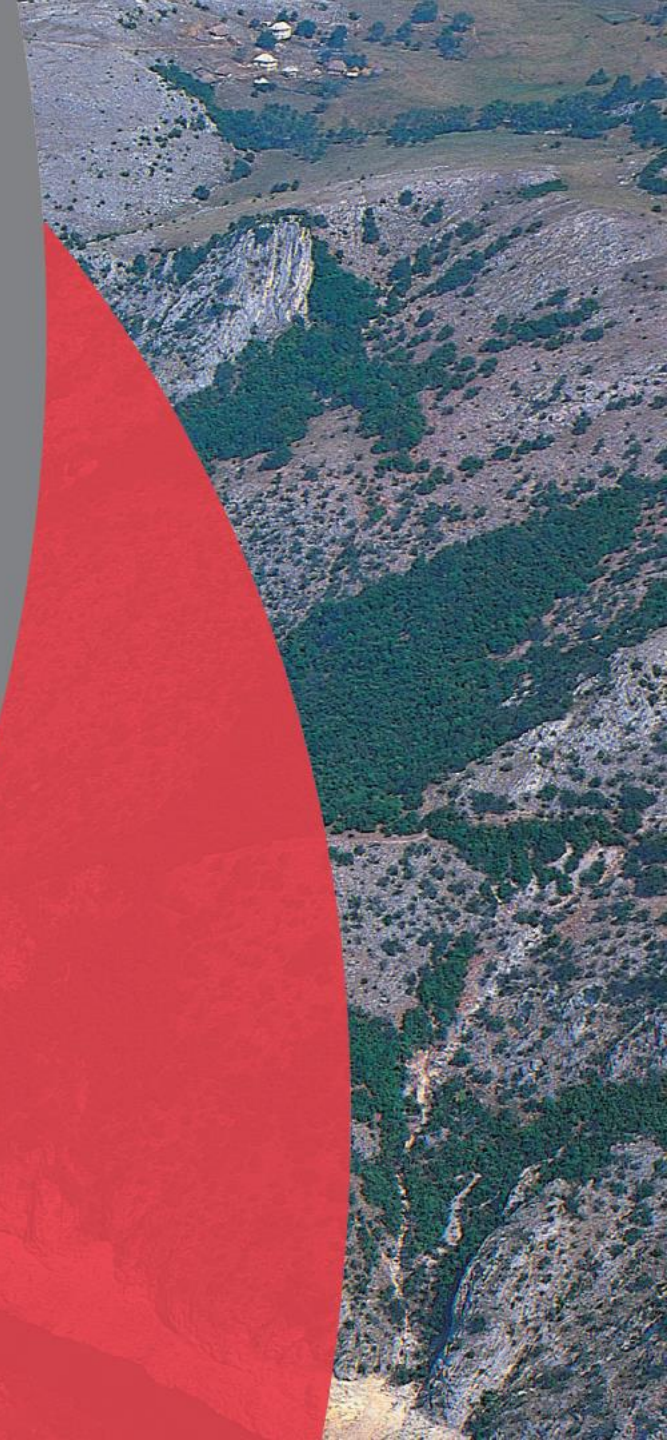


СРБИЈА
Доживи!

ТУРИСТИЧКА
ОРГАНИЗАЦИЈА
СРБИЈЕ

Истраживање ставова локалног становништва према развоју туризма



- УВОД
- СВРХА И ЦИЉЕВИ СПРОВОЂЕЊА
ИСТРАЖИВАЊА
- МЕТОДОЛОГИЈА
- РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА
- СОЦИОДЕМОГРАФСКИ ПРОФИЛ
ИСПИТАНИКА
- ПРИВРЖЕНОСТ МЕСТУ У КОМ ЖИВЕ
- СТАВОВИ ПРЕМА ОКРУЖЕЊУ И КУЛТУРИ
- СТАВОВИ ПРЕМА РАЗВОЈУ ТУРИЗМА
- СТАВОВИ О ТУРИСТИЧКОЈ ОРГАНИЗАЦИЈИ
СРБИЈЕ
- ЗАКЉУЧАК

СРБИЈА
Доживи!

ТУРИСТИЧКА
ОРГАНИЗАЦИЈА
СРБИЈЕ

УВОД

Истраживање локалног становништва и њихових ставова о развоју туризма:

- Омогућује боље разумевање потреба, интереса и брига локалне заједнице;
- Помаже у обликовању одрживих туристичких стратегија које су прихватљиве за све кључне актере у туризму;
- Омогућава идентификацију потенцијалних негативних и позитивних утицаја и прилагођавање стратегија ради постизања одрживости;
- Локално становништво се осећа укљученим;
- Помаже у идентификацији главних интереса и потреба локалног становништва;
- Пружа смернице за развој туризма који ће бити прихваћен и подржан од стране заједнице;
- Помаже у разумевању како локално становништво перципира економске користи и како жели да се оне распореде како би се постигао праведнији и равномернији економски развој;
- Помаже у идентификацији кључних аспеката културе и традиције које заједница жели очувати и представити туристима.

СВРХА И ЦИЉЕВИ СПРОВОЂЕЊА ИСТРАЖИВАЊА

Двојаки:

1. Добијање података о перцепцији локалног становништва према развоју туризма у Републици Србији.
2. Перцепција рада и активности Туристичке организације Србије од стране локалног становништва

Студија је обухватила:

- Основне карактеристика испитаника (место боравка, пол, старост, образовање, примања
- Испитивање привржености локалног становништва месту / дестинацији на којој живе,
- Њихове ставове о окружењу, култури, перцепцију о економској добити и перцепцијама економске добити туризма за локалну заједницу;
- Ставовe о укључености у развој туризма;
- Ставовe о односу туризма ка животној средини;
- Друштвено културолошке ставове; сугестије у вези са туристичком понудом на дестинацији као и информације релеватне за улогу Туристичке организације Србије (визуелизација, традиционални и дигитални маркетинг;
- Квалитет медијског наступа, остали предлози за унапређење).

МЕТОДОЛОГИЈА

Циљна група: сви пунолетни представници локалног становништва у Србији, обухватајући све регионе - Београд, Војводину, Шумадију и Западну Србију, Источну и Јужну Србију.

- Укупан узорак који је таргетиран био је минимум: 2.500 испитаника
- Прикупљено је 2.515 валидно попуњених упитника

Дистрибуција узорка по регионима

Регион	Број испитаника	% укупног узорка
Београдски регион	606	24.1
Регион Војводине	642	25.5
Регион Шумадије и Западне Србије	726	28.9
Регион Јужне и Источне Србије	541	21.5

Процедура прикупљања података: Упитници су прикупљени теренским истраживањем по регионима методом „лице у лице“ (F2F) у временском периоду од три недеље (крај маја, почетак јуна, 2023. године). Сваки регион покривала су три обучена анкетара који су прикупљали упитнике на терену.

Садржај упитника

Упитник се састојао од неколико делова:

- I - социодемографске карактеристике испитаника (место боравка и регион, пол, старост, образовање, примања).
- II - мерење привржености месту у ком испитаници живе.
- III - мерио је ставове локалног становништва о окружењу и култури
- IV - мерење њихове перцепције о економској добити и перцепцијама економске добити туризма за локалну заједницу
- V - на мерење перцепције и ставова о Туристичкој организацији Србије

Методe обраде података

- Прикупљени подаци су обрађени у Статистичком Софтверу за Друштвене науке (SPSS).
- Методе које су коришћене су: дескриптивна статистика, корелациона анализа за утврђивање повезаности између појединих варијабли, т-тест и АНОВА тест
- Анализа је обухватила и проверу поузданости скала које су коришћене у истраживању.

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Социодемографски профил испитаника:

Пол	%	Радни статус	%
Мушки	40,6	Запослен/а	50,6
Женски	59,4	Незапослен/а	10,2
		Студент/ученик	35,3
		У пензији	2,2
		Привремени послови	1,7
Просечна старост 31.76 година, Стд. 11.45 Распон година: 18-69		Месечна примања	%
		до 500 еура	14,8
		500-1000 еура	34,2
		1000-1500 еура	20,4
		1501-2000 еура	4,1
		2001-3000 еура	4,7
		преко 3000 еура	2,4
		Не знам/не желим да одговорим	19,4
Образовање	%	Регион боравишта	%
Основна школа	1,1	Београдски регион	24,1
Средња школа	37,5	Регион Војводине	25,5
Висока школа	3,9	Регион Шумадије и Западне Србије	28,9
Факултет	26,4	Регион Јужне и Источне Србије	
Мастер, магистарске	22,5		
Докторат	8,5		21,5

Приврженост месту у ком испитаници живе

	Сред. вред.	Стд.	ЛСД пост хок тест*
Имам позитивана осећања у вези места у којем живим	4,31	.951	1<2,3 4<1,2,3
Имам изражен осећај припадности месту у којем живим	4,08	1.022	4<1,2,3
Емоционално сам везан за место у којем живим, оно представља нешто значајно за мене	4,00	1.055	1<2,3 4<1,2,3
Спреман сам да уложим свој таленат/своје способности и време да место у којем живим учиним бољим местом	3,94	1.201	4<1,2,3

*1 – Регион Београда, 2 – Регион Војводине, 3 – Регион Шумадије и Западне Србије, 4 – Регион Источне и Јужне Србије

Приврженост месту у ком испитаници живе



Ставови према окружењу и култури

	Средња вредност	Стд.	ЛСД пост хок тест*
Разноликост наслеђа места у којем живим мора бити вреднована и очувана	4,53	,854	4<1,2,3
Животна средина места у којем живим мора бити заштићена сада и у будућности	4,68	,712	4<1,2,3
Развој инфраструктуре и јавних услуга као и приватног сектора не би смео нарушити вредност природног наслеђа	4,73	,549	4<1,2,3 1<2,3
Локална и традиционална култура треба да буду сачувани	4,80	,495	4<1,2,3 1<2,3
Животни стил локалног становништва треба да се сачува	4,59	,736	4<1,2,3 1<2,3
Моја култура и традиција су јако важни	4,51	,676	4<1,2,3

*1 – Регион Београда, 2 – Регион Војводине, 3 – Регион Шумадије и Западне Србије, 4 – Регион Источне и Јужне Србије

Ставови према окружењу и култури

Ставови према култури и окружењу



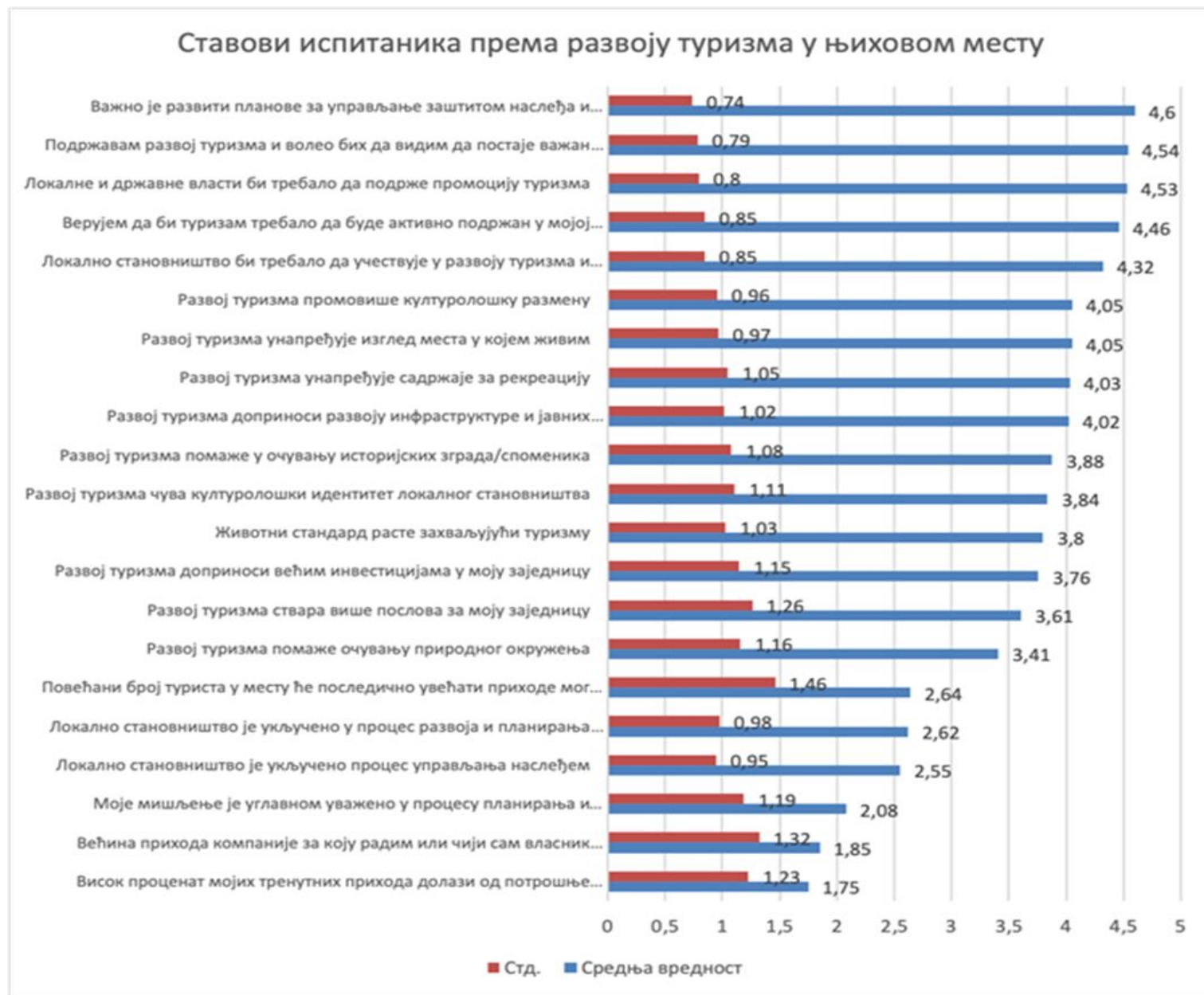
Ставови испитаника према развоју туризма у њиховом месту

Тврдње	Сред. вред.	Стд.	ЛСД пост хок тест*
Висок проценат мојих тренутних прихода долази од потрошње туриста	1,75	1,23	4<1,2,3 3>1,2,4
Већина прихода компаније за коју радим или чији сам власник долази од потрошње туриста	1,85	1,32	3>1,2,4
Моје мишљење је углавном уважено у процесу планирања и развоја туризма	2,08	1,19	3<1,2,4
Локално становништво је укључено процес управљања наслеђем	2,55	0,95	3<1,2,4
Локално становништво је укључено у процес развоја и планирања туризма	2,62	0,98	3<1,2,4
Повећани број туриста у месту ће последично увећати приходе мог домаћинства	2,64	1,46	4>1,2,3 1<2,3
Развој туризма помаже очувању природног окружења	3,41	1,16	4>1,2,3
Развој туризма ствара више послова за моју заједницу	3,61	1,26	3<1,2,4 4<3,2,1
Развој туризма доприноси већим инвестицијама у моју заједницу	3,76	1,15	3<1,2,4 4<3,2,1
Животни стандард расте захваљујући туризму	3,80	1,03	3<1,2,4 4<3,2,1
Развој туризма чува културолошки идентитет локалног становништва	3,84	1,11	4<3,2,1 1<2,3,4

Развој туризма помаже у очувању историјских зграда/споменика	3,88	1,08	4<3,2,1
Развој туризма доприноси развоју инфраструктуре и јавних садржаја (путева, паркова итд.)	4,02	1,02	4>3
Развој туризма унапређује садржаје за рекреацију	4,03	1,05	4<3,2,1 1<2,3,4
Развој туризма унапређује изглед места у којем живим	4,05	0,97	4<3,2,1 1<2,3,4
Развој туризма промовише културолошку размену	4,05	0,96	4<3,2,1 1<2,3,4
Локално становништво би требало да учествује у развоју туризма и очувању наслеђа	4,32	0,85	4<3,2,1 2<1
Верујем да би туризам требало да буде активно подржан у мојој заједници	4,46	0,85	4<3,2,1
Локалне и државне власти би требало да подрже промоцију туризма	4,53	0,80	1<2,3,4
Подржавам развој туризма и волео бих да видим да постаје важан део моје заједнице	4,54	0,79	1<2,3,4
Важно је развити планове за управљање заштитом наслеђа и развојем туризма	4,60	0,74	1<2,3,4

*1 – Регион Београда, 2 – Регион Војводине, 3 – Регион Шумадије и Западне Србије, 4 – Регион Источне и Јужне Србије

Ставови испитаника према развоју туризма у њиховом месту

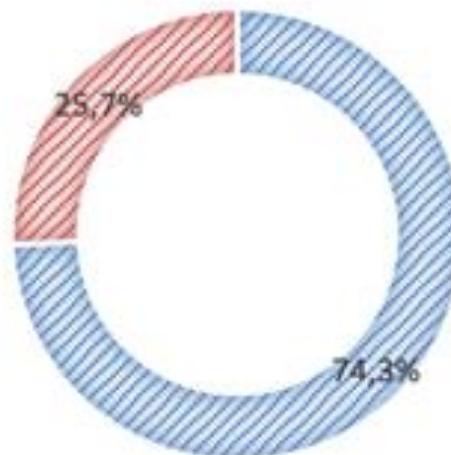


Ставови о Туристичкој Организацији Србије (ТОС-у)

Упознатост са идентитетом ТОС-а

**ДА ЛИ СТЕ УПОЗНАТИ СА НОВИМ
ИДЕНТИТЕТОМ ТОС-А?**

■ Да ■ Не



Ставови испитаника о Туристичкој Организацији Србије

	Сред. вред.	Стд.	ЛСД пост хок тест*
	3,45	1,11	4<1,2,3
Промотивни штампани материјали Туристичке организације Србије су информативни	3,60	1,07	4<1,2,3
Промотивни штампани материјали Туристичке организације Србије су атрактивни и адекватни	3,48	1,15	4<1,2,3
Промотивни спотови Туристичке организације Србије су инспиративни и адекватни	3,55	1,35	4<1,2,3
Садржаји на друштвеним мрежама Туристичке организације Србије су интересантни и адекватни	3,38	1,26	1>2,3,4 4<1,2,3
Повећан број долазака туриста у Србију је у вези са промотивним напорима и кампањама Туристичке организације Србије	3,34	1,08	4<1,2,3
Туристичка организација Србије на професионалан и адекватан пружа информације међународним и домаћим туристима о туристичким садржајима у Србији	3,59	1,17	4<1,2,3

*1 – Регион Београда, 2 – Регион Војводине, 3 – Регион Шумадије и Западне Србије, 4 – Регион Источне и Јужне Србије

Ставови испитаника о Туристичкој Организацији Србије



ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

- Истраживање локалног становништва указало је на битне чињенице које се односе на њихову приврженост месту, ставове према окружењу, култури и развоју туризма, као и њихово мишљење о активностима и раду ТОС-а.
- Резултати су показали значај и жељу локалног становништва за партиципативним приступом планирања у ком би они активно били укључени.
- Истраживање је показало високу приврженост испитаника месту у ком живе, а нешто мању спремност да уложи свој таленат, способности и време да место у ком живе учине бољим местом. Испитаници су показали висок степен вредновања окружења и културе.
- Локално становништво се не осећа довољно укљученим у сам процес планирања и развоја туризма, а сматрају да је то веома значајно.
- Мали број људи је упознат са идентитетом, слоганом и активностима ТОС-а.
- Предлози испитаника за побољшање рада ТОС-а и увођење неких нових активности се односе на:
 - појачану промоцију мање познатих туристичких дестинација у Србији;
 - интензивније промовисање селективних облика туризма;
 - израду адекватног промо материјала који се на њих односи;
 - боља повезаност и сарадња са ЛТО и субјектима.

ХВАЛА НА ПАЖЊИ !

СРБИЈА
Доживи!

ТУРИСТИЧКА
ОРГАНИЗАЦИЈА
СРБИЈЕ