

# ТУРИСТИ



## ТУРИСТИЧКО ПОЗИЦИОНИРАЊЕ СРБИЈЕ У СФЕРИ МЕЂУНАРОДНИХ ТУРИСТИЧКИХ КРСТАРЕЊА

- “Стратегија туризма Републике Србије” - позиционирање Србије се креће између три система вредности:
  - туристичка валоризација појма “Балкан”,
  - туристичка валоризација Дунава и
  - интегрална интерпретација српског скупа вредности (српска култура, људи, уметност и литература, гостопримство, страственост и понос, спој традиционалног и модерног...).
- Дунав са својим приобаљем - “Unique selling point” Србије
- Деоница Коридора 7 на територији наше земље - конкурентан туристички производ на светском тржишту.

# Обим и динамика туристичког промета у Србији

Год.	Београд	Нови Сад	Србија
2002.	40	61	101
2003.	141	101	242
2004.	290	205	495
2005.	381	382	763
2006.	349	315	664
2007.	396	519	915
$\Sigma$	1.597	1.583	3.180

- Туристички промет:
  - квантитативни и квалитативни показатељ атрактивности понуде (препознатљивости те атрактивности код тражње)
  - туристички промет - резултат промотивног наступа носиоца понуде.
- Свако пристајање брода - нови статистички податак

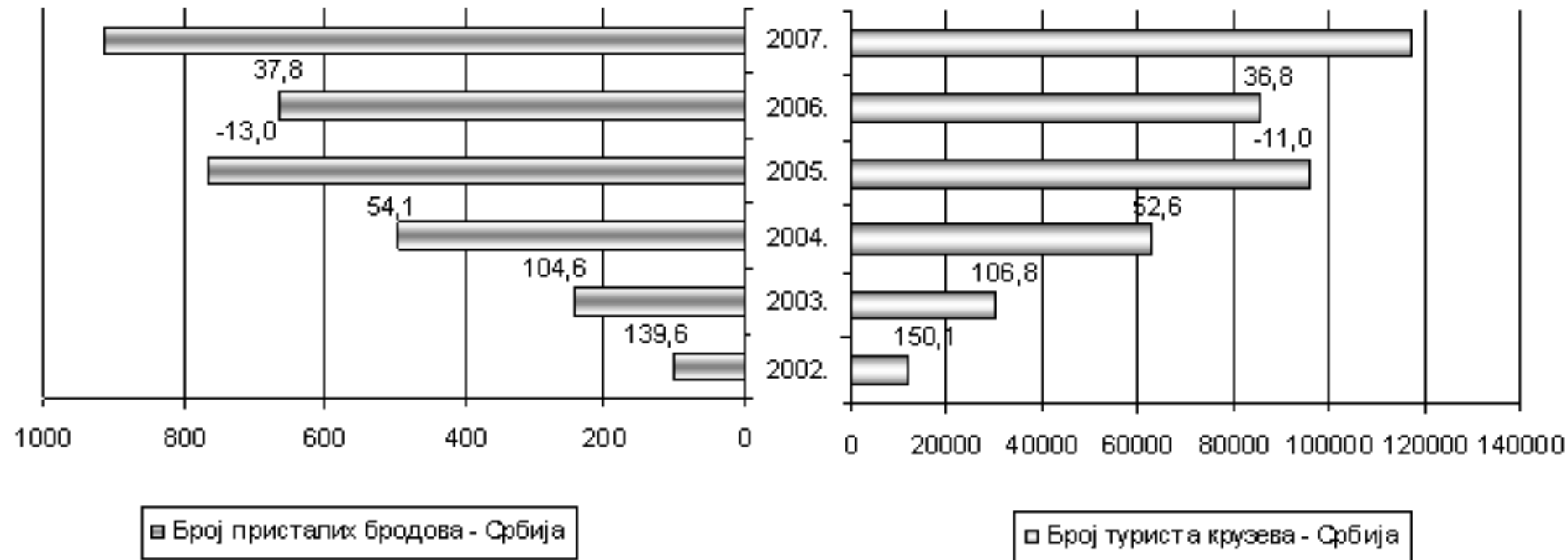
Табела 5. Укупан број присталих туристичких бродова у Србији, на годишњем нивоу

Табела 6. Укупан број туриста у Србији на годишњем нивоу (Коридор 7)

Год.	Београд	Нови Сад	Србија
2002.	4.316	7.869	12.185
2003.	17.441	13.029	30.470
2004.	36.580	26.445	63.025
2005.	46.895	49.278	96.173
2006.	44.952	40.635	85.587
2007.	50.857	66.221	117.078
Тотал	201.041	203.477	404.518

Број присталих бродова у Београду: +0,9% од Новог Сада.

Број туриста (путника тих бродова) у Новом Саду: +1,2% од Београда.

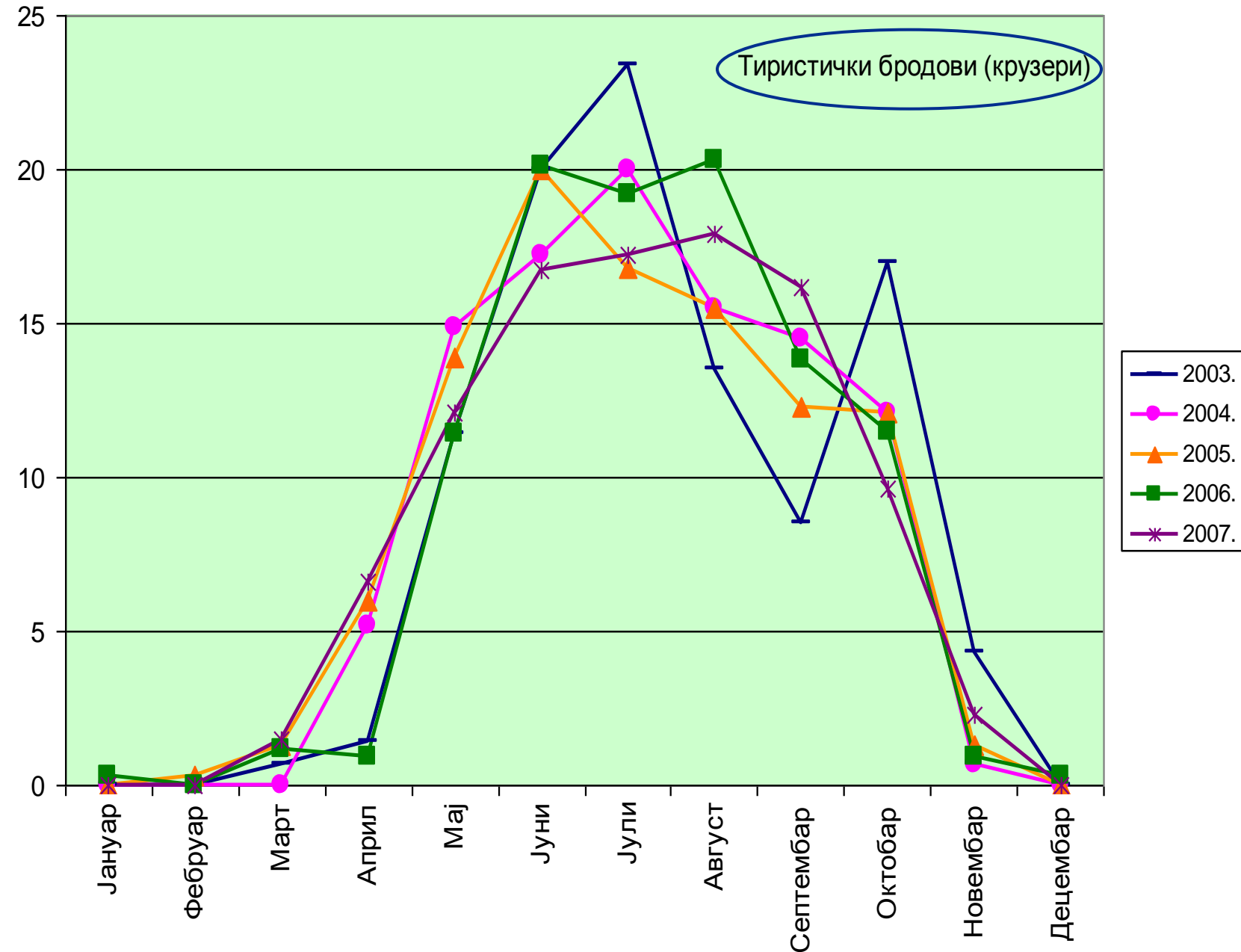


Графикон 5. Годишњи пораст/смањење туристичког промета међународних туристичких крстарења Коридором 7 у Србији изражено у %

(Извор: Документација Лучке капетаније “Нови Сад” и Лучке капетаније “Београд”)

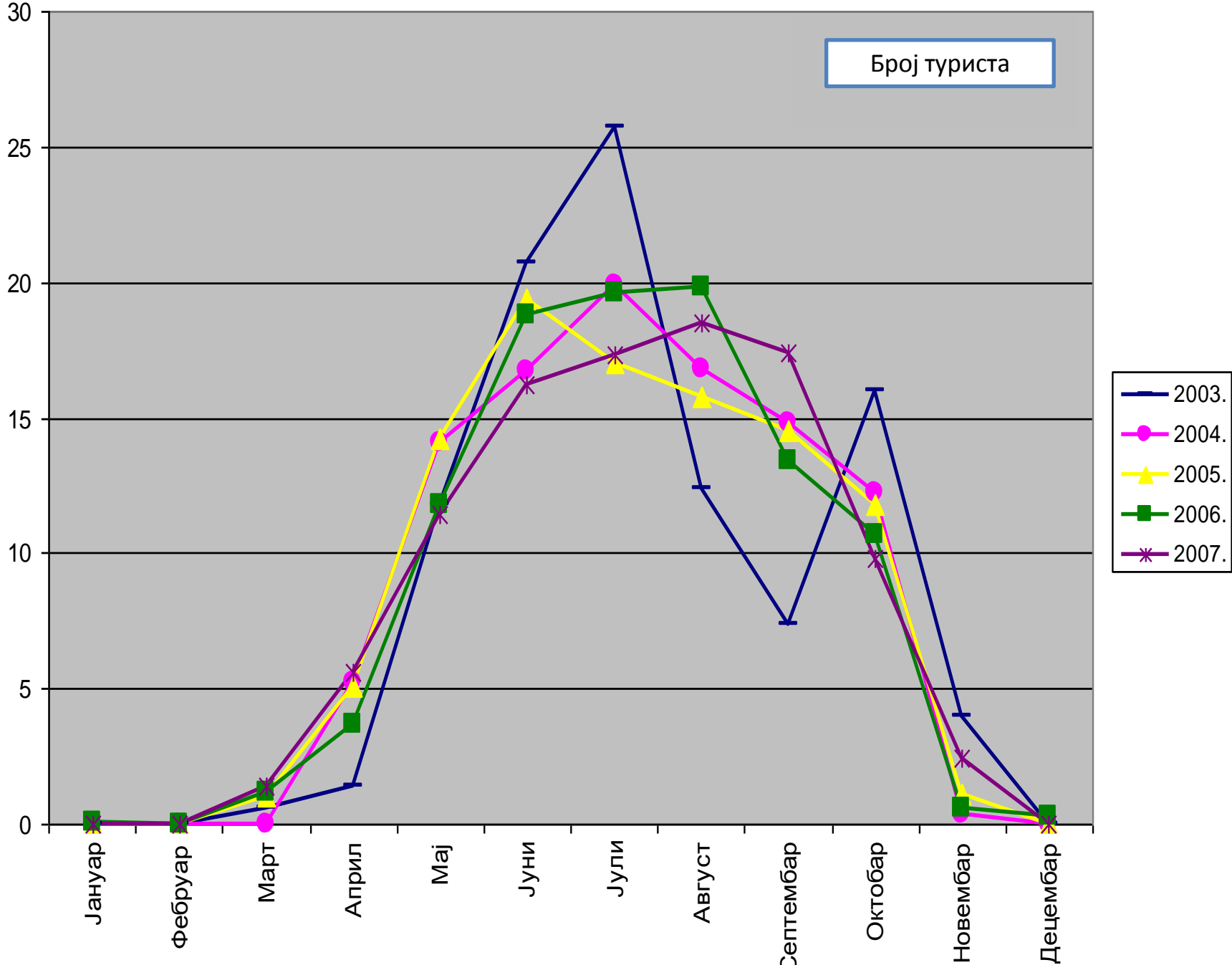
◎ Удео иностраних туриста међународних туристичких крстарења Коридором 7 у укупном иностраном туристичком промету Србије:

- 2002. година: 3,9%,
- 2003. година: 9,0%,
- 2004. година: 16,1%,
- 2005. година: 21,2%.
- 2006. година: 14,6%
- 2007. година: 16,8%



Графикон 6. Динамика месечног туристичког промета бродова у Србији (у %) по годинама - Коридор 7

Број туриста



(Извор: Документација Лучке капетаније “Нови Сад” и Лучке капетаније “Београд”)

## Тренд туристичког промета у свету 2003. године:

- **сукоба у Ираку** → нагли пад туристичког промета у првој четвртини те год.
- **избијање епидемије САРС-а** → у априлу и мају преливање светске туристичке тражње из рецептивних региона Азије и Пацифика ка европском континенту и другим регионима.



### Season 2008

DATA	PORT OF BELGRADE	PORT OF NOVI SAD
VESSEL CALLS	405	265
NUMBER OF VESSELS	62	51
NUMBER OF PASSENGERS	51000	34700
AVERAGE DURATION OF STAY	13.30 hours	5.46 hours

### Previous seasons including 2008

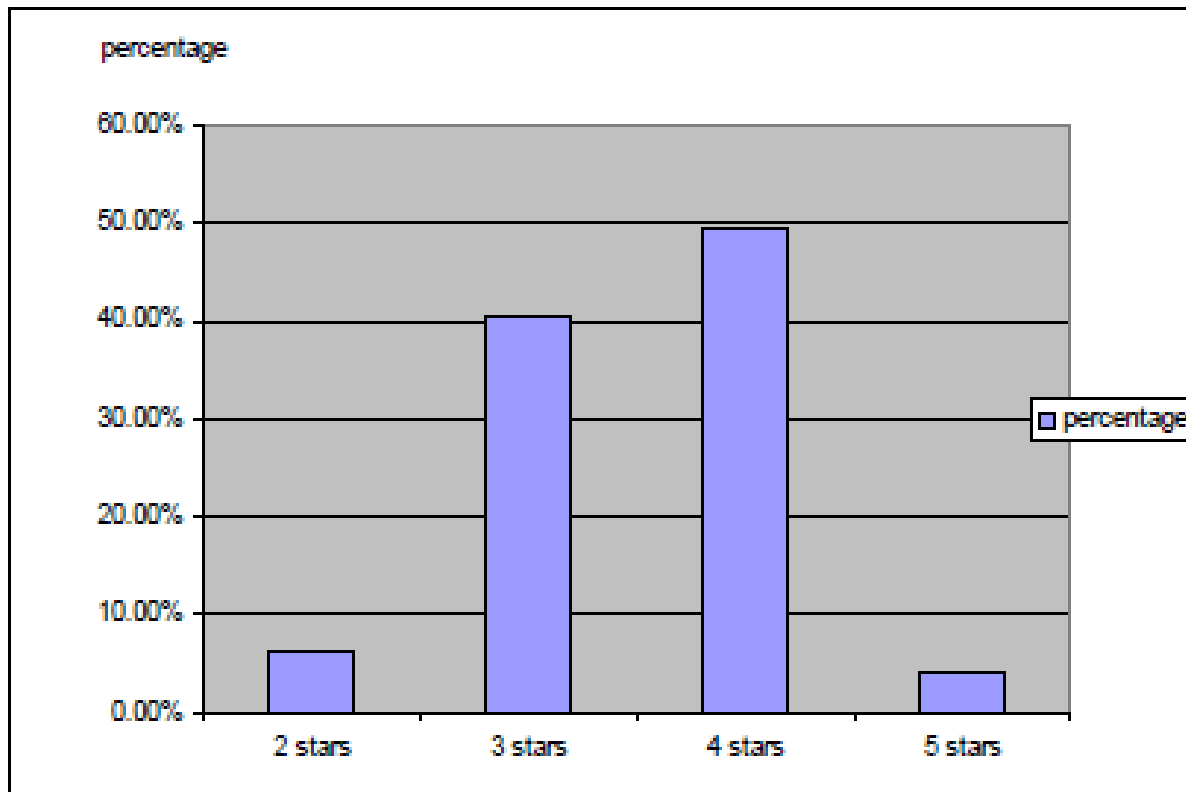
DATA	PORT OF BELGRADE	PORT OF NOVI SAD
VESSEL CALLS 2008	405	265
NUMBER OF PASSENGERS 2008	51000	34700
VESSEL CALLS 2007	396	210
NUMBER OF PASSENGERS 2007	52000	30000
VESSEL CALLS 2006	350	240
NUMBER OF PASSENGERS 2006	52579 *	36700 *
VESSEL CALLS 2005	376	275
NUMBER OF PASSENGERS 2005	56400 *	41250 *
VESSEL CALLS 2004	/	/
NUMBER OF PASSENGERS 2004	/	/

*(\* Data may be compromised due to simultaneous collecting of data of disembarked and embarked passengers - same passenger may be counted twice)*

### Season 2009 (as announced)

DATA	PORT OF BELGRADE	PORT OF NOVI SAD
VESSEL CALLS	430	290
NUMBER OF PASSENGERS	56000	42000

Percentage of Vessels by category



Ko su oni?



# Структура туриста

- **Полна структура:**  
52,7 : 47,3 (жене : мушкарци).
- **Структура туриста према држављанству:**  
37 држављанства.

Немачка, САД, У. Краљевства, Швајцарска и Француска 80,0%

туристи из Немачке: 30,1%

туристи из САД-а: 26,2%

туристи из Уједињеног Краљевства: 10,0%

туристи из Француске: 9,8%

туристи из Швајцарске: 3,9%.

Сви туристи из преостале 32 државе чине укупно  
20,0% туристичког промета

На истом броду туристи:

- различитих држава,
- са различитих континената
- са различитих говорних подручја.

**ГЛОБАЛИЗАЦИЈА** туристичких крстарења и пословања круз-компанија.

Табела 38. Структура туриста међународних туристичких крстарења Коридором 7 према држављанству (2007. година)

Рбр	Држављанство	Број туриста	Рбр	Држављанство	Број туриста
1.	Немци	2.479	20.	Срби	8
2.	Американци	2.155	21.	Словаци	7
3.	Британци	821	22.	Португалци	6
4.	Французи	804	23.	Бугари	5
5.	Швајцарци	319	24.	Мађари	5
6.	Низоземци	309	25.	Јужноафриканци	6
7.	Аустријанци	245	26.	Шпанци	4
8.	Данци	233	27.	Ирци	4
9.	Швеђани	182	28.	Костариканци	3
10.	Белгијанци	166	29.	Мексиканци	3
11.	Канађани	142	30.	Украјинци	2
12.	Аустралијанци	116	31.	Чеси	2
13.	Италијани	50	32.	Хрвати	2
14.	Израелци	40	33.	Словенци	2
15.	Луксембургжани	34	34.	Пољаци	1
16.	Турци	29	35.	Лихтенштајнци	1
17.	Норвежани	16	36.	Еквадорци	1
18.	Новозеланђани	13	37.	Ел Салвадорци	1
19.	Румуни	9	Тотал		8.225

(Извор: Спискови путника са бродова)

## Сезоналност туристичког промета и структура туриста

Истраживања Toh, Rivers & Ling (2005):

- просечна попуњеност смештајних капацитета на светском нивоу у хотелима око 59%,
- на бродовима на глобалном нивоу преко 95%.

Укупан смештајни капацит бродова на Коридору 7  
(узорак – 67 бродова):

90-200 лежајева (просек 146,6)

искоришћеност капацитета у 2007. години у просеку био 84%.

На месечном нивоу искоришћеност смештајних капацитета бродова:  
максимум у октобру, а минимум у априлу месецу  
(није у корелацији са месечним туристичким прометом - број туриста).

Искоришћеност смештајних капацитета у основи зависи  
од способности организатора путовања :

- да усклади број бродова према тражњи,
- одреди адекватне смене,
- и искористи на најбољи начин сва маркетинг средства око промоције и продаје својих туристичких аранжмана.

Табела 40. Попуњеност смештајног капацитета бродова на Коридору 7  
у 2007. години

Период	Попуњеност капацитета (у %)
Април	69
Мај	82
Јун	89
Јул	78
Август	89
Септембар	86
Октобар	93
Новембар	91
<i>Просек</i>	84

(Извор: Спискови путника са бродова)

## Сезонски карактер туристичких кретања (број туриста):

- у пролеће 20%,
- у лето 51% (клима, годишњи одмори) и
- у јесењим месецима 29%.



Табела 41. Туристички промет међународних туристичких крстарења Коридором 7 у 2007. години, удео туриста по месецима (у %) према полу и укупно

Туристи	Тотал	Мушкарци	Жене
Април	5,6	43,0	57,0
Мај	11,4	46,5	53,5
Јун	16,2	44,4	55,6
Јул	17,3	47,1	53,9
Август	18,5	46,2	53,8
Септембар	17,4	45,3	54,7
Октобар	9,8	44,0	56,0
Новембар	2,4	44,8	55,2

(Извор: Спискови путника са бродова)



## Старосна структура туриста

- Учесници крстарења Коридором 7 су туристи свих старосних група:
  - и новорођенчад
  - и старосне групе 90-94 и 95-99 година.
- Средња старост туриста Коридора 7 је 69,4 година:
  - 24,4 године више од светског просека у 2006. години,
  - 4,4 године више од светског просека у 1995.
- Најприсутније су старосне групе у распону 60-84 година (85,6% свих туриста – или шест од седам путника са брода).
- **Изразита доминација старосних група 70-74 и 65-69 (46,3% свих туриста).**
- Учешће млађих кохорти готово неприметно:
  - старосне групе 0-24 година имају удела у укупном броју туриста 0,5%,
  - све старосне групе у распону 0-49 година учествују са 3,6%.
- Просечна старост жена је 68,4, а мушкараца 70,5 година.

Старосна група	Узраст	Туристи (мушкарци)	Туристи (жене)	Туристи (тогал)	Туристи – мушкарци (удео у % код свих туриста у истој старосној групи)	Туристи – жене (удео у % код свих туриста у истој старосној групи)
1912-	95+	3	1	4	75,0	25,0
1917-1913.	90-94	24	13	37	64,9	35,1
1922-1918.	85-89	119	80	199	59,8	40,2
1927-1923.	80-84	418	356	774	54,0	46,0
1932-1928.	75-79	788	661	1.449	54,4	45,6
1937-1933.	70-74	944	1.031	1.975	47,8	52,2
1942-1938.	65-69	846	986	1.832	46,2	53,8
1947-1943.	60-64	378	634	1.012	37,4	62,6
1952-1948.	55-59	167	274	441	37,9	62,1
1957-1953.	50-54	77	127	204	37,8	62,2
1962-1958.	45-49	38	67	105	36,2	63,8
1967-1963.	40-44	25	33	58	43,1	56,9
1972-1968.	35-39	21	17	38	55,3	44,7
1977-1973.	30-34	13	17	30	43,3	56,7
1982-1978.	25-29	9	14	23	39,1	60,9
1987-1983.	20-24	3	5	8	37,5	62,5
1992-1988.	15-19	6	13	19	31,6	68,4
1997-1993.	10-14	4	5	9	44,4	55,6
2002-1998.	5-9	3	0	3	100,0	0,0
2007-2003.	0-4	2	3	5	40,0	60,0
Тотал:		3.888	4.337	8.225	47,3	52,7

Просечна старост учесника међународних туристичких крстарења Коридор 7 најмања у средишњем периоду летње сезоне:  
годишњи одмори - радно способно, млађе становништво због виших температура ваздуха на простору Коридора 7.

Табела 45. Просечна старост туриста који су пристали у Новом Саду и/или Београду, према месецима у 2007. години

Месец	Просечна старост туриста
Април	70,3
Мај	70,6
Јун	69,3
Јул	68,2
Август	64,2
Септембар	69,8
Октобар	70,4
Новембар	67,0
Просек за период април-новембар	68,9

(Извор: Спискови путника са бродова)

- Просечна старост туриста је за 30-так година већа од просечне старости популације исте државе.
- Највећа просечна старост туриста не поклапа се са највећом просечном старошћу популације земље одакле ти туристи долазе (нпр. Низоземска, Уједињено Краљевство, Француска) и обрнуто (Немачка и Аустрија).

Табела 46. Компарација просечне старости туриста и укупне популације држава, првих десет емитивних подручја међународних туристичких крстарења Коридором 7 (2007. година)

Земље	Укупно		Мушкарци		Жене	
	Туристи	Популација	Туристи	Популација	Туристи	Популација
Немачка	68,3	43,0	69,0	41,8	67,6	44,3
САД	69,7	36,6	71,5	35,3	68,4	37,9
Француска	71,9	39,0	72,8	37,5	67,8	40,4
Уједињено Краљевство	72,7	39,6	73,7	38,5	71,8	40,7
Швајцарска	67,8	39,0	69,7	37,5	66,2	40,4
Низоземска	74,0	39,7	74,3	38,9	71,8	40,5
Данска	68,9	40,1	69,9	39,2	68,1	40,9
Аустрија	68,1	41,3	69,4	40,2	66,8	42,4
Белгија	71,3	41,1	71,9	39,9	70,7	42,4
Шведска	69,7	41,1	70,7	40,0	68,9	42,2

(Извор: <https://www.cia.gov> (за популацију) и спискови путника са бродова)

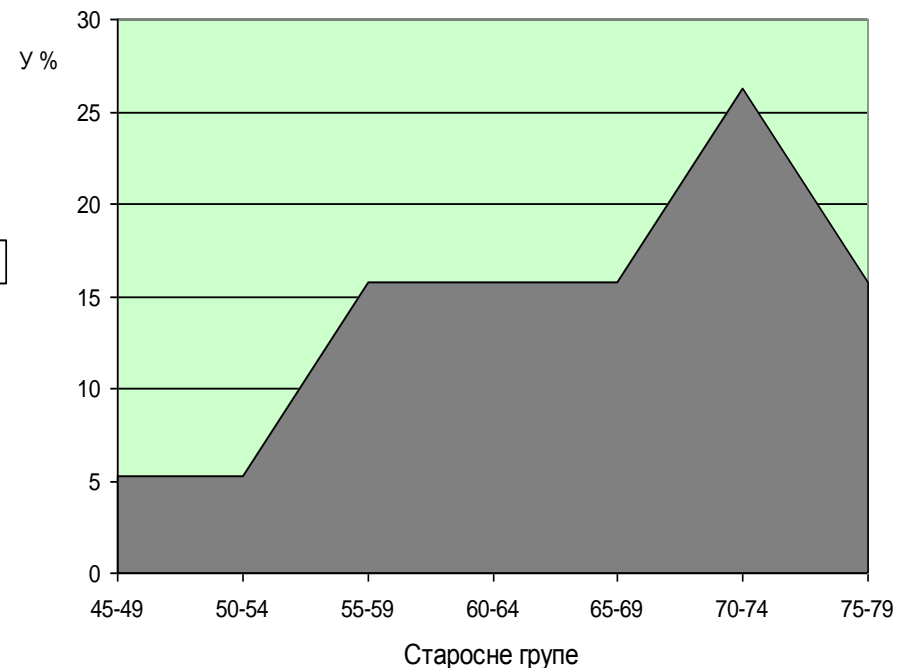
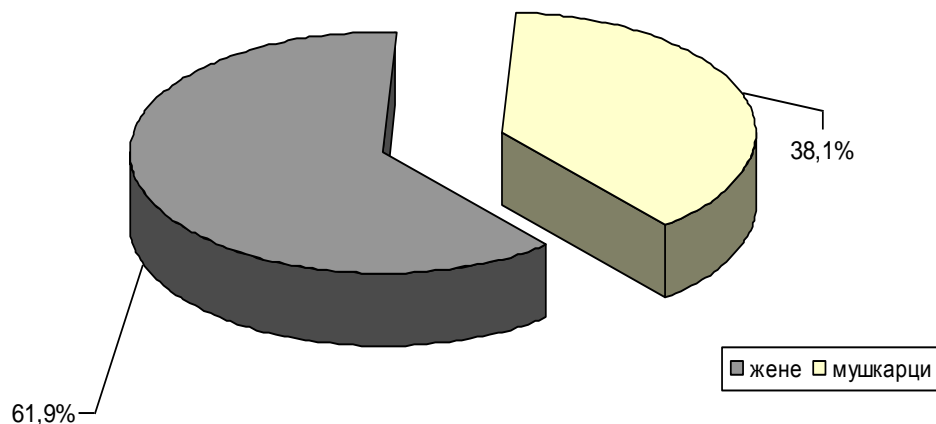
## АНАЛИЗА ОЦЕНЕ КОНКУРЕНТНОСТИ СРБИЈЕ У СФЕРИ МЕЂУНАРОДНИХ ТУРИСТИЧКИХ КРСТАРЕЊА ОД СТРАНЕ ПОТРОШАЧА, УЧЕСНИКА КРСТАРЕЊА КОРИДОРОМ 7

- Спроведена анализа потрошача кроз директан контакт са туристима који су пристали у Србији, у Новом Саду, у периоду март-новембар 2007. године:
  - интервјуи,
  - попуњавање специјализованих структурисаних упитника.
- Истраживањем су прикупљене следеће информације:
  - основни подаци испитаника,
  - досадашња туристичка искуства испитаника у погледу међународних туристичких крстарења и
  - подаци који се односе на тренутно туристичко крстарење на ком су испитаници (Коридор 7).

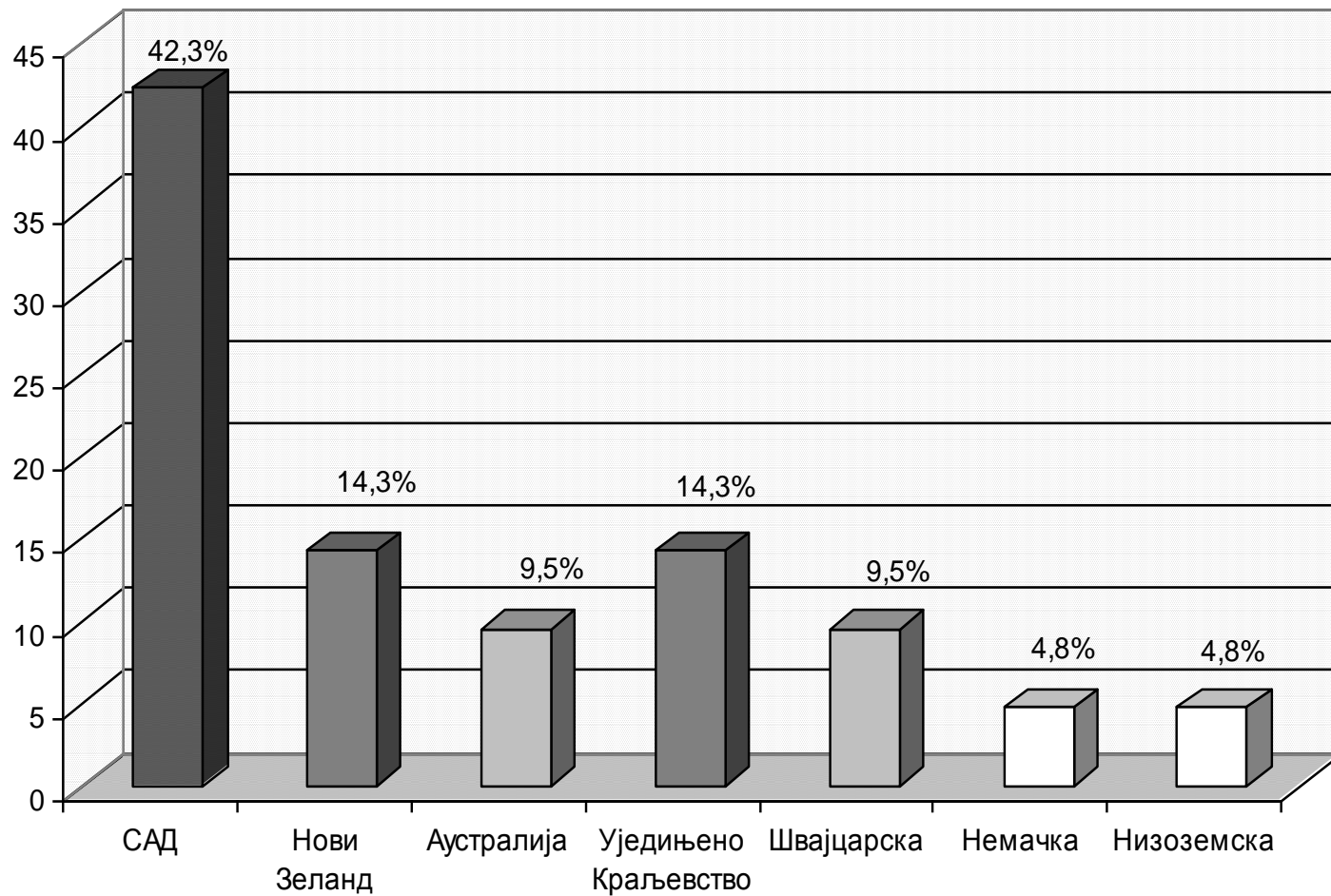
Са различитих бродова, различитих круз-компанија, туристи различитих емитивних подручја

# I Анализа основних показатеља (преглед структуре испитаника)

Графикон 12. Полна структура испитаника у % (туристи крстарења Коридором 7)  
(Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник)

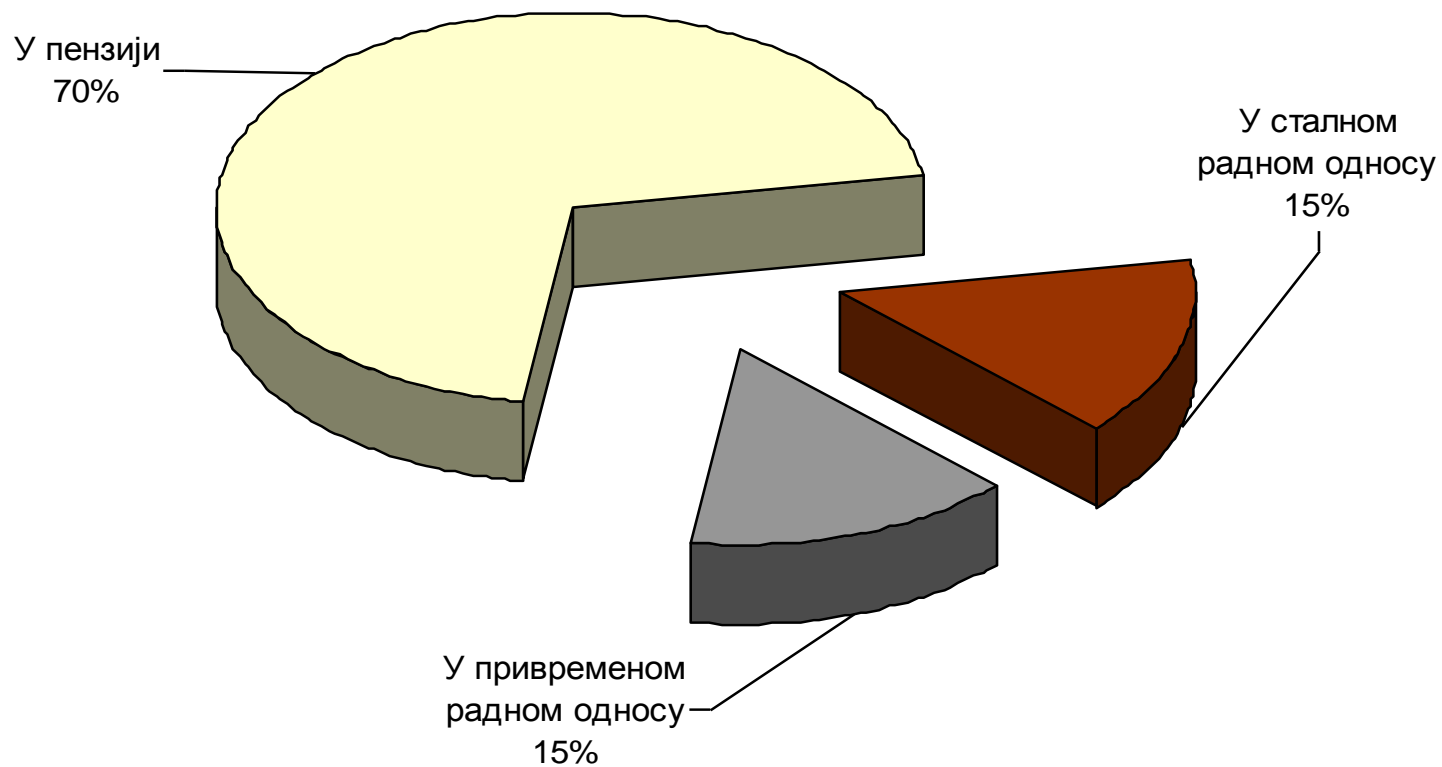


Графикон 13. Старосна структура испитаника у % (туристи крстарења Коридором 7)  
(Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник)



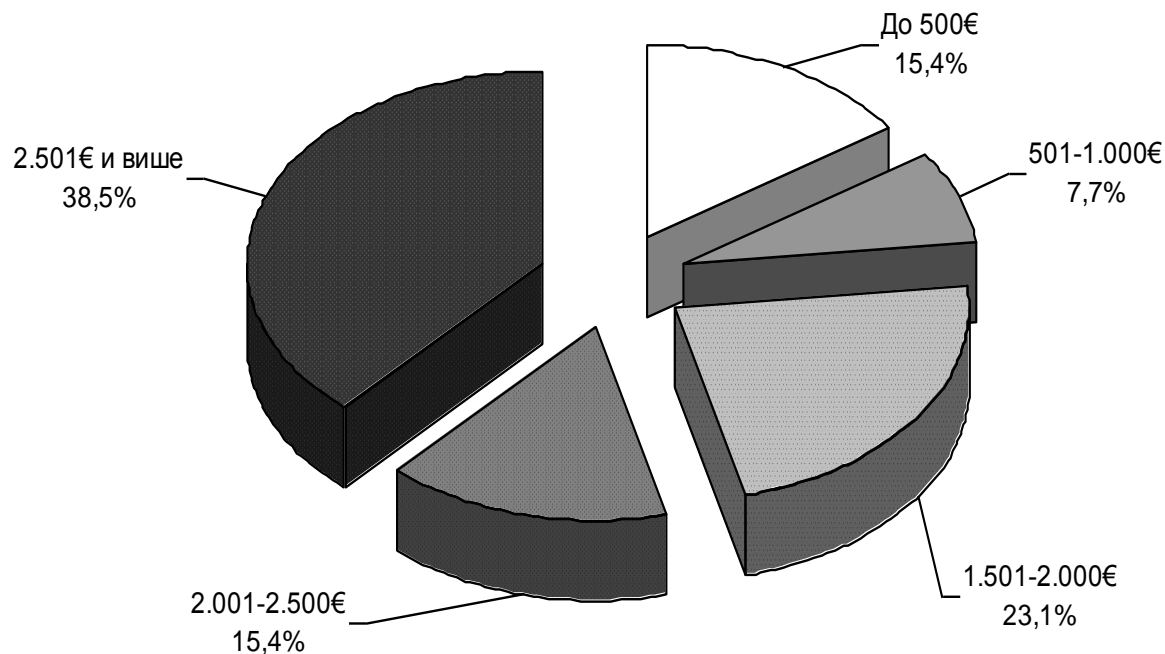
Графикон 14. Емитивна структура испитаника у % (туристи крстарења Коридором 7)  
 (Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник)

Графикон 15. Структура запослености испитаника (у %)  
(Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник)





Графикон 16. Структура изјашњених испитаника према висини месечних примања (плата/пензија) у %  
(Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник )



Туристи слабије платежне могућности (службеници, пензионери) могу да учествују у међународним туристичким крстарењима Коридором 7\*:

→ добра социјална и здравствена политика држава.

---

\*Према њиховим одговорима платили су аранжман у распону \$3.000-10.480.

## II Анализа инпута при процесу одлучивања за крстарење Коридором 7 (мотивација – понашање потрошача)

- Анализа психолошког профила потрошача:
  - Шта је све утицало на њихову одлуку да се укључе у међународна крстарења Коридором 7, који подразумева и долазак у Србију?
    - Потребе о путовањима,
    - Потрага за информацијама,
    - Процена алтернатива,
    - Куповина туристичког продукта.
- Спољни и унутрашњим стимуланси (канални):
  - породица,
  - пријатељи,
  - колеге и друге референтне групе,
  - медији итд.

- Сегментација туристичког тржишта међународних туристичких крстарења

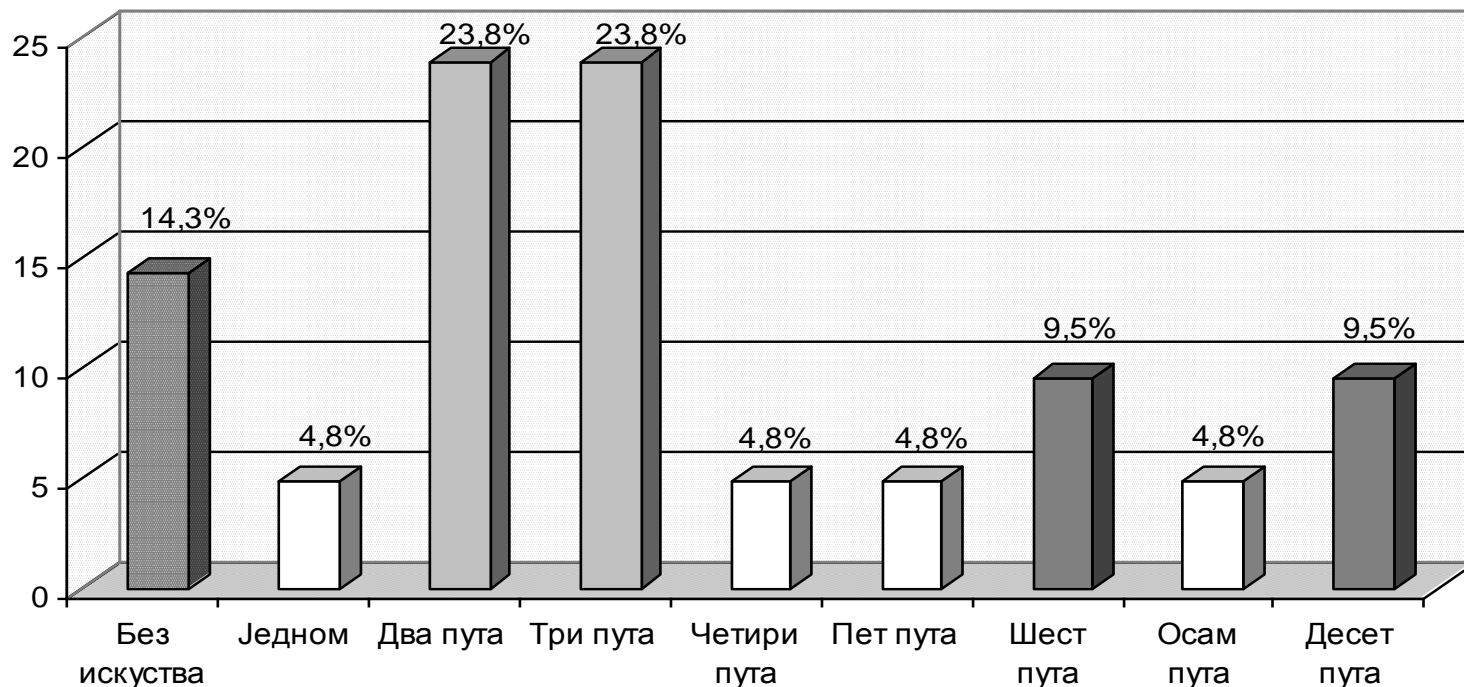
(у погледу мотивације) према *CLIA* асоцијацији (1995-2001.):

- **Немирни “baby boomers”** – жељни проширивања искуства; обухватају 33% тржишта међународних туристичких крстарења (тражње); сваки шести туриста овог сегмента је само једном крстарио.
- **Ентузијастични “baby boomers”** – упознати су са крстарењима као начином туристичких путовања; одлучују се за међународна туристичка крстарења како би прекинули свакодневницу; обухватају око 20% тржишта (тражње); скоро 50% њих је само једном крстарило.
- **Захтевна тражња** – преферирају што оптималнији однос цена – квалитет; потражују попусте и друге специјалне понуде сличног типа; обухватају 16% тржишта међународних туристичких крстарења (тражње); чак око 80% њих су били више пута учесници таквих путовања.

- **Љубитељи луксуза** – одабирају услуге високе цене и високог квалитета, обично специјализованих крстарења; обухватају 14% тржишта.
  - **Истраживачи** – особе богато туристичког искуства, због чега су највише заинтересовани за дестинације и тинерера међународних туристичких крстарења; обухватају око 11% тржишта (тражње).
  - **Љубитељи бродова** – изузетно важан сегмент међународних туристичких крстарења, јер преферира такав начин туристичких кретања (имају богато искуство крстарења); око 90% њих је неколико пута крстарило; обухватају само 6% тржишта (Duval, 2007).
- **Крстарења – мотивација:**
    - сигурност,
    - социјализација, блиски однос са путницима (туристима и посадом),
    - услужност (Cartwright and Baird, 1999),
    - мобилност, конзистентност и лак приступ одредишту (Gibson, 2003).

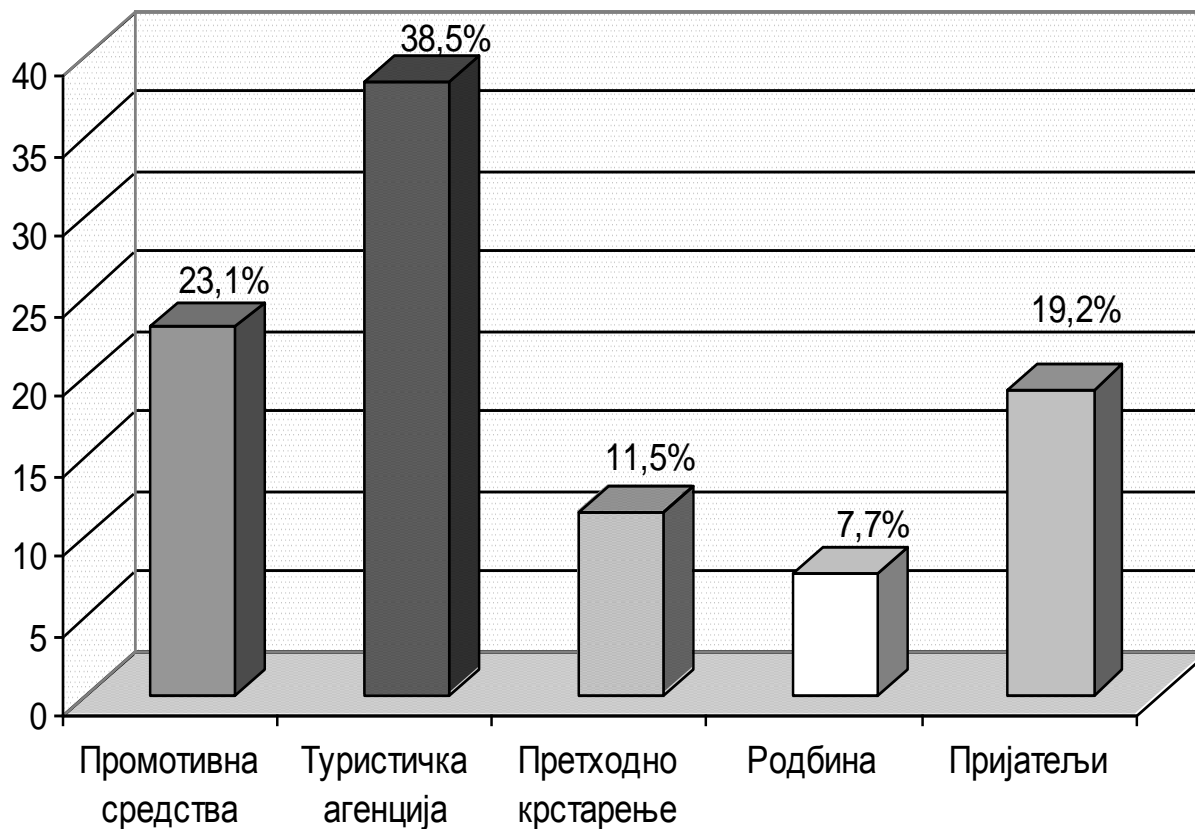
## Досадашње туристичко искуство о крстарењима

85,7% испитаних туриста са пређашњим искуством о крстарењима везана за различите континенте и типове акваторија - едуковани



Графикон 17. Структура испитаника у % о прошлим искуствима о крстарењима (број крстарења која су до сада имали, не укључујући Коридором 7 на ком су тренутно)

- 90,5% испитаника је први пут у Србији - на основу крстарења ће изградити одређену слику (имиџ) о нашој земљи.



Графикон 18. Извори информисања о међународним туристичким крстарењима Коридором 7 (у %) (Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник)

Слабо информисани о садржају понуде држава.  
Око 14,3% је рекло да не зна шта ће видети у Србији, пошто је први пут ту.

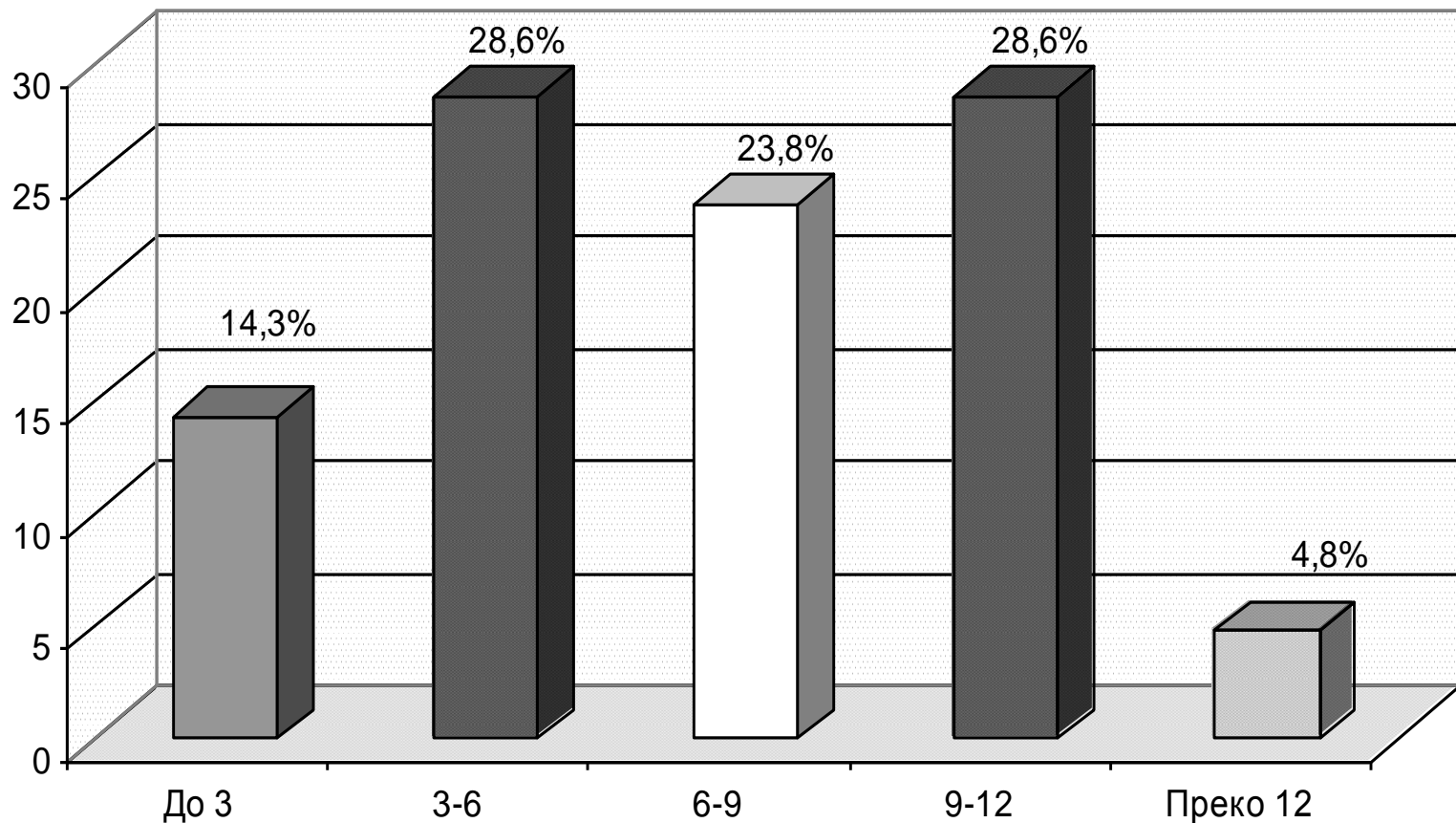
- Транспорт само асистира промоцији дестинација – нико од испитаника није навео облик туристичког кретања (крстарење) и средство кретања (брод) као мотив да се определи за туристички аранжман.

Мотиви путовања (крстарење Коридором 7) - остало:

- Дунав,
- обилазак салаша,
- традиционални ручак у домовима локалног становништва,
- крајолик Балкана,
- нешто ново (ново искуство),
- стицање нових знања (образовање),
- дегустација вина.

Вишеструка мотивација

Графикон 19. Структура туриста према мотивима поласка на крстарење Коридором 7  
(Извор: Подаци добијени применом анкетне методе: интервју и упитник)



Графикон 20. Структура испитаника према времену извршења резервације аранжмана заснованог на крстарењу Коридором 7 (пре колико месеци је резервација извршена) у %



### III Анализа оцене потрошача о добијеном туристичком производу и услугама током крстарења Коридором 7 и боравка у Србији

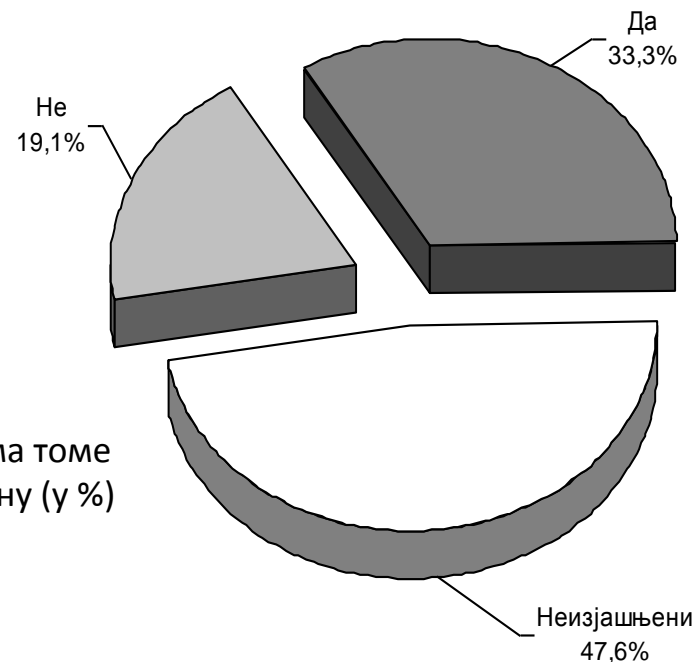
- Оцена потрошача о “куповини” и “конзумирању” добијеног туристичког продукта - перцепција вредности.



Графикон 22. Структура испитаника према ставу да ли би другима препоручили свој аранжман (крстарење Коридором 7, које укључује посету Србији) – у %

- **Разлози зашто би препоручили тај пакет-аранжман (вредновање – критеријуми):**

- мноштво тога за видети,
- веома задовољавајуће,
- одлична услуга,
- ново искуство,
- добро путовање,
- уживање и др.



Графикон 23. Структура испитаника према томе да ли би нешто мењали у свом аранжману (у %)

- **Да ли би нешто променили у свом аранжману?**

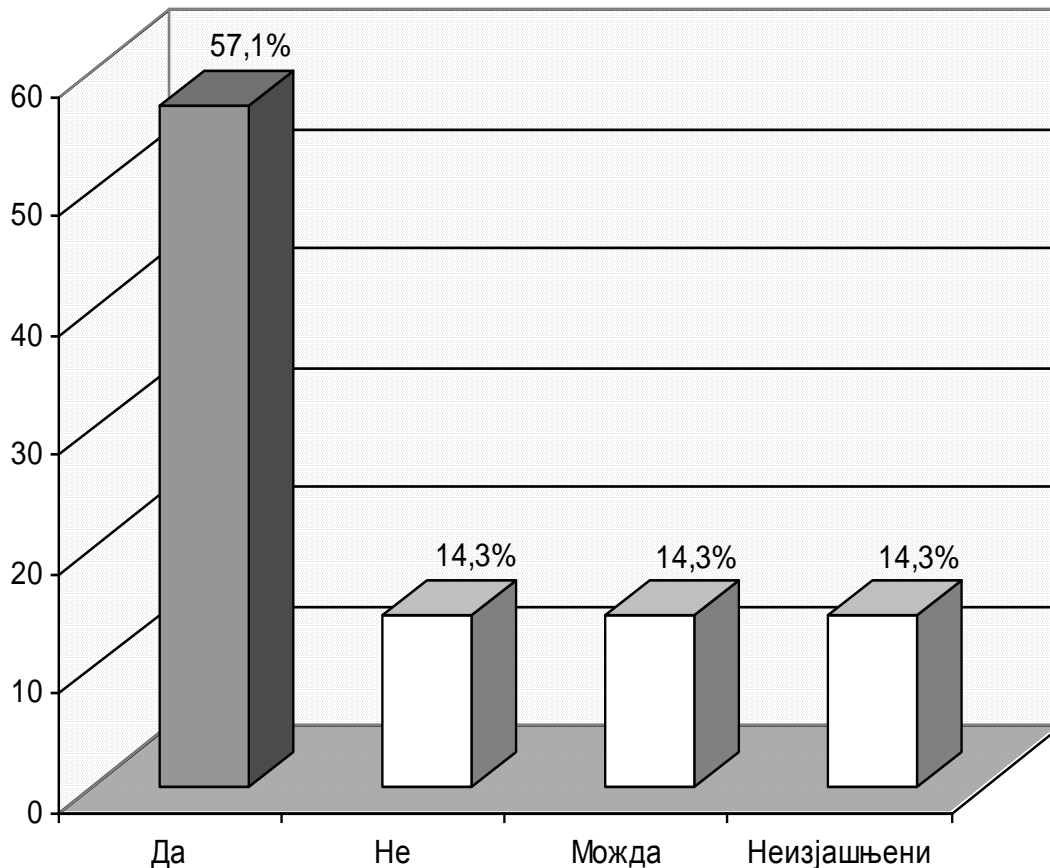
- више доступних информација на почетку путовања о просторима који ће се обилазити (пре сваког искрцавања са брода) – 19,0% испитаника,
- више података о историји, археологији, природи,
- више активности на копну,
- унети више обилазака заснованих на упознавању руралних простора, салаша;
- у понуди је недостајало више музеја, фолклора и других елемената културног садржаја,
- недостаје више сусрета са локалним заједницама,
- повећати број искрцавања и дуже задржавање на копну.

- **Да ли би поново посетили Србију?**

- НЕ: 14,3% - разлог:

- удаљеност тог рецептивног подручја од њиховог дома (Нови Зеланд/Аустралија),
- не понављају путовања (не посећује исту дестинацију два пута).

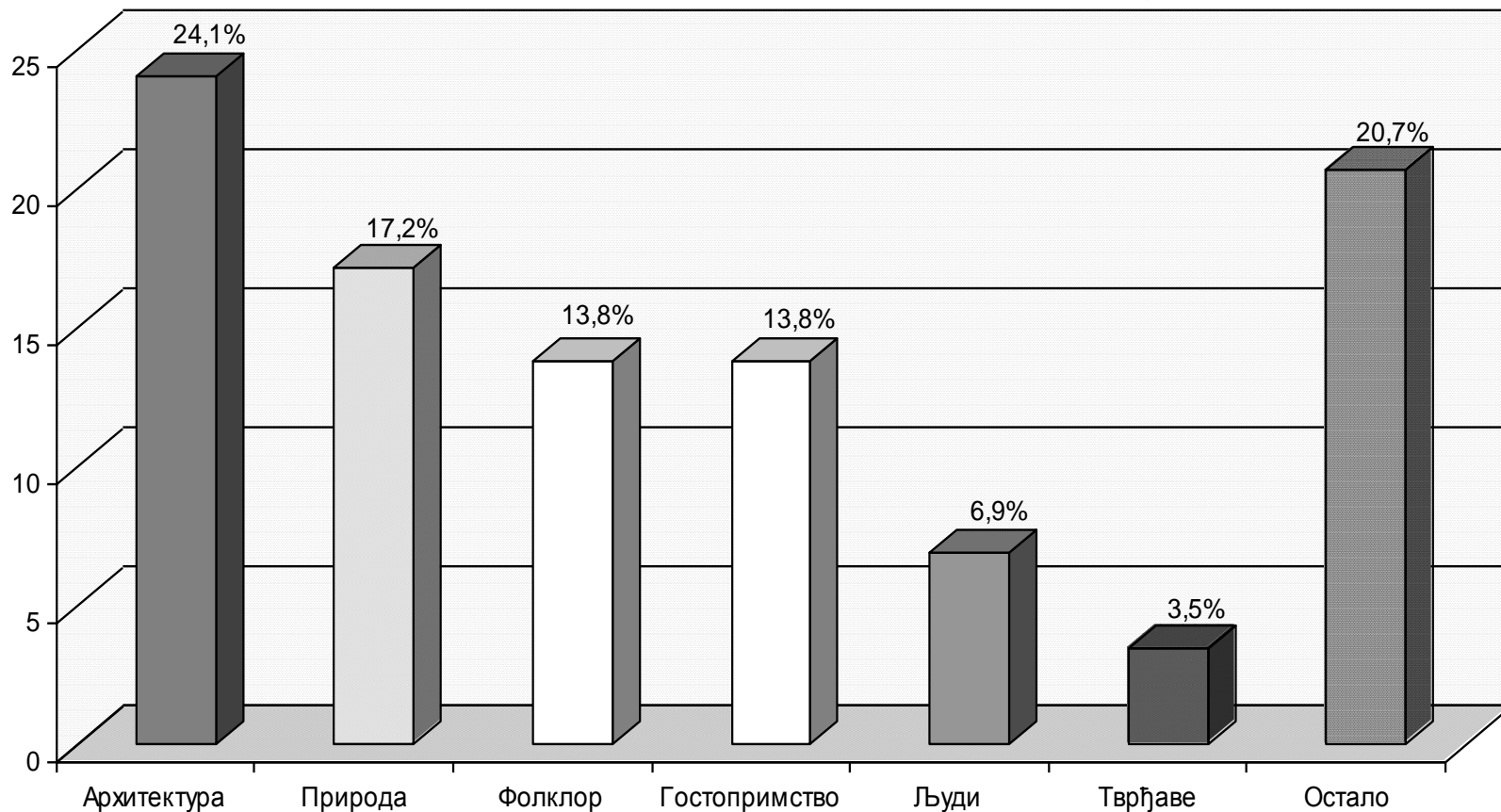
- Поменути одговори не одражавају негативан став ка вредновању добијених услуга, односно имиџа Србије који су стекли.



- **ДА: 57,1% - разлог:**

- допадају ми се локалитети,
- жели да упозна Србију детаљније,
- жели да следећи пут дође у Србију како би обишао православне манастире,
- жели да следећи пут дође у Србију како би обишао руралне просторе и др.

Графикон 25. Структура испитаника према одговорима шта им се **највише свидело** у Србији (у %)



■ Нико се међу понуђеним одговорима није определио за гастрономију или сувенире - недовољно осмишљена понуда Србије у погледу традиционалних вредности.

■ Под категорију остало испитаници су дали следеће одговоре:

- историја,
- култура,
- пријатељски наклоњени људи,
- обале Дунава,
- панорама Новог Сада и др.

- Да ли са нечим нису били задовољни у погледу туристичке понуде Србије током крстарења Коридором 7?
  - кратка посета Новом Саду/Београду,
  - остало.
- 71,4% нису имали замерку.
- На гостопримство и локалитете свих 100% испитаних није имало примедби.
- У оквиру категорије остало, замерке су се односиле на следеће:
  - мало сувенира,
  - туристички каталог,
  - загађен Дунав (смеће дуж обала и на води),
  - осећа се туга код пролазника,
  - осмишљена тура обиласка копном – дуго на ногама,
  - Србија је лепа земља, али нажалост немамо више времена да је обиђемо, да видимо природу (биљни свет и планине),
  - боље знање енглеског језика би помогло у комуникацији приликом куповине у Србији.

## Колико је Ваша посета Србији утицала на Вашу представу о тој земљи (какву сте представу имали пре, а какву после посете)?

- 64,3% позитивни одговори:
  - лепа држава,
  - жели поново да посети Србију,
  - добијен утисак да људи у Србији пролазе кроз период просперитета,
  - остављен утисак да људи делују срећно,
  - уживао у посети Србије,
  - одушевљен старом архитектуром,
  - људи су предусетљиви,
  - историја Србије је веома интересантна,
  - привредно јача држава од очекиваног.
- 23,1% од изјашњених испитаника рекло да је крстарење Коридором 7 утицало да промене мишљење о Србији:
  - негативни став → позитивно мишљење
  - (углавном привредна и економска развијеност Србије).













