



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Ekonomist
Modul: Organizator poslovanja – turizem

TURISTIČNA PONUDBA BUDVE IN NJENA PREPOZNAVANOST V SLOVENIJI

Mentorica: mag. Mateja Tomin Vučkovič
Lektorica: Irena Milivojevič Kotnik, prof.

Kandidatka: Neda Knežević

Kranj, marec 2012

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici Mateji Tomin Vučkovič za vso strokovno pomoč in koristne nasvete pri izdelavi moje diplomske naloge.

Posebna zahvala gre tudi gospe Ireni Milivojevič Kotnik, ki je diplomsko nalogo lektorirala.

Zahvalila pa bi se tudi svoji družini, ki me je ves čas podpirala ter me bodrila pri študiju in izdelavi diplomske naloge.

IZJAVA

»Študentka Neda Knežević izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom mag. Mateje Tomin Vučkovič.«

»Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.«

Dne: _____

Podpis: _____

POVZETEK

Prvi del diplomske naloge je teoretični, v njem smo predstavili turistično ponudbo Budve, podrobneje razložili, kaj turistična ponudba sploh je ter kako jo delimo. Na kratko smo opisali nekaj primarnih turističnih virov in nekaj sekundarnih, saj vemo da je turistična ponudba Budve zelo bogata.

V drugem delu diplomske naloge, smo s pomočjo statističnega urada Črne gore pridobili potrebne informacije o tem, koliko slovenskih turistov je v letih 2010 in 2011 obiskalo oz. prenočilo v Budvi ter podatke med seboj primerjali.

Raziskovalni del naloge temelji na lastni raziskavi, v kateri smo slovenske turiste, ki so že obiskali Budvo, povprašali, kateri je glavni dejavnik, zaradi katerega so se odločili obiskati Budvo, jih povprašali o prednostih in slabostih potovanja v Budvo ter na podlagi anketnega vprašalnika sestavili SWOT-analizo.

KLJUČNE BESEDE

- turizem
- turistična ponudba Budve
- naravne znamenitosti
- kulturne in zgodovinske znamenitosti
- SWOT-analiza

ABSTRACT

In the first part of diploma paper, we present theoretical task, we presented the tourist offer of Budva and explain in detail what is it and how to divide the tourist offer. We briefly describe some of the primary tourism resources and some secondary, because we know that the tourist offer of Budva is very extensive.

Later on, we used the Statistical office of Montenegro, the necessary information about how many Slovenian tourists in 2010 and 2011, visited or spent time in Budva, obtained data were compared.

The research part of diploma paper based on its own research, where we asked Slovenian tourists who have visited Budva, what was the main factor in why they decided to visit Budva. They were asked about advantages and disadvantages of travelling in Budva. On the basis of the questionnaire, we have completed the SWOT-analysis.

KEYWORDS

- tourism
- tourist offer of Budva
- natural heritage
- cultural and historical monuments
- SWOT-analysis

KAZALO

1	UVOD.....	1
1.1	PREDSTAVITEV PROBLEMA	1
1.2	NAMEN IN CILJI	1
1.3	METODE DELA.....	2
2	PREDSTAVITEV BUDVE.....	2
2.1	PRIMARNA TURISTIČNA PONUDBA BUDVE.....	3
2.1.2	Naravni resursi in naravno okolje	3
2.1.3	Antropogene (družbene, kulturne) dobrine	5
2.2	SEKUNDARNA TURISTIČNA PONUDBA.....	8
2.2.1	Osnovna infrastruktura	8
2.2.2	Turistična infrastruktura.....	8
2.2.3	Turistična superstruktura.....	10
3	PREPOZNAVNOST BUDVE V SLOVENIJI	10
3.1	SEGMENTACIJA TURISTOV IN DEJAVNIKI, KI VPLIVAJO NA ODLOČITEV ZA DOPUST	11
4	ANALIZA SLOVENSkih TURISTOV V BUDVI MED LETOMA 2010 IN 2011	14
5	RAZISKOVALNI DEL NALOGE	15
5.1	ANALIZA ANKETNEGA VPRAŠALNIKA.....	15
5.2	SWOT-ANALIZA BUDVE	34
6	PREDSTAVITEV REZULATOV	35
7	ZAKLJUČEK.....	37
	LITERATURA IN VIRI.....	38
	KAZALO GRAFOV	39
	KAZALO TABEL.....	39
	PRILOGA: ANKETNI VPRAŠALNIK	41

1 UVOD

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

Turizem je postal ena od najpomembnejših dejavnosti današnjega časa, nekateri ga imenujejo tudi največja »industrija« za prosti čas. Vključuje paleto aktivnosti, v času, ko ljudje potujejo ali bivajo izven kraja svojega stalnega bivališča ali kraja, kjer so zaposleni.

Turistično ponudbo sta opredelila Hunziker in Krapf (1942, str. 264): »Turistično ponudbo označuje tista količina turističnih dobrin, ki so jo ponudniki pripravljene prodati pri dani ravni cen in pri danem stanju deviznih tečajev.«

Janez Planina (1966, str. 161–166) je elemente turistične ponudbe razdelil na:

- **primarno**, ki obsega tiste dobrine, ki niso proizvod dela ali jih človek ne more več proizvajati v enaki kakovosti in z enako uporabno vrednostjo:
 - naravne dobrine
 - antropogene dobrine
- **sekundarno**, ki zajema tiste turistične dobrine, ki so proizvod dela in jih človek ob drugih nespremenjenih okoliščinah še vedno lahko proizvaja v zahtevani količini in kakovosti:
 - osnovna infrastruktura
 - turistična infrastruktura
 - turistična superstruktura

Področje občine Budva, domačini tamkajšnjem primorju pravijo »Budvanska riviera« zajema priobalni pas v središčnem delu črnogorskega primorja. Občina Budva meri približno 122 km². Njena dolžina je 27 kilometrov, od tega je kar 22 kilometrov morske obale. Budva v svoji turistični ponudbi ponuja veliko doživetij za turiste. V diplomski nalogi predstavljamo njeno turistično ponudbo in anketo, v kateri smo slovenske turiste, ki so že obiskali Budvo, povprašali, zakaj se odločajo preživljati počitnice v Budvi. Na podlagi ankete smo predstavili vse rezultate in SWOT-analizo Budve.

1.2 NAMEN IN CILJI

Namen in cilj diplomske naloge je ugotoviti, kateri so dejavniki, na podlagi katerih se slovenski turisti odločajo za preživljanje počitnic v Budvi, in kateri so glavni segmenti turistov, ki obiskujejo Budvo. Poleg tega pa želimo ugotoviti stopnjo prepoznavnosti Budve kot turistične destinacije v Sloveniji.

1.3 METODE DELA

Slovenski turisti ne poznajo dovolj turistične ponudbe Budve in sicer smo ob pregledu neuradnih forumov (www.ringarja.net) ugotovili, da se slovenski turisti, predvsem družine, najraje odločijo za hrvaška in grška obmorska mesta, zelo malo slovenskih turistov pa se odloči za turistično destinacijo izbrati Budvo (www.avtomobilizem.com/forum/viewtopic).

S statističnimi podatki, ki smo jih pridobili na spletni strani www.monstat.org, smo primerjali število slovenskih turistov, ki so obiskali Budvo v letih 2010 in 2011.

Pri raziskovanju smo uporabili različne metode dela, v prvem delu diplomske naloge deskriptivno metodo dela oz. opisno metodo dela, saj opisujemo dejstva, domačo in tujo literaturo, ki smo jo pridobili, obenem pa povzemamo že znana teoretična izhodišča.

Metodo kompilacije smo uporabili pri povzemanju spoznanj, stališč, sklepov, rezultatov drugih avtorjev. S pomočjo le-te pa smo prišli do novih samostojnih ugotovitev. Za raziskovalni del naloge smo uporabili anketo. Za izpolnitev anketnega vprašalnika smo prosili slovenske turiste, ki so že obiskali turistično destinacijo Budva.

2 PREDSTAVITEV BUDVE

Občina Budva se nahaja v središčnem delu črnogorskega primorja in po svojih naravnih in okoliških lastnostih predstavlja njegovo najrazkošnejšo točko. Občina pokriva površino okoli 122 kvadratnih kilometrov. Ne glede na to, da zajema samo 0,88 % Črne gore je s svojo turistično ponudbo neprecenljiva (Duletić, 2010, str. 21).

Budva je mesto, polno mediteranske romantike in izredno redkih naravnih znamenitosti. Mesto dolge in burne zgodovine, zakladnica neprecenljivih kulturnih dediščin, v sodobnem pomenu metropola turizma. Toda Budva ni znana samo po svojih naravnih znamenitostih, temveč tudi po zgodovinskih. Številne sledi in duhovne kulture pričajo o življenju na tem območju od prazgodovine skozi obdobje ilirskih in grško-rimskih obdobij do srednjega veka ter vse do naših časov (Duletić, 2010, str. 15).

Posebno čar tvorijo harmonična in slikovita obalna mesta stara Budva, Sveti Stefan in Petrovac. Poleg teh starodavnih mest pa sem spada še osem srednjeveških samostanov, številni barviti verski objekti, pomembna arheološka najdišča, mozaiki,

muzeji, ki naredijo starodavno vzdušje in bogato zakladnico romances iz preteklosti, v katerih se vidi kulturni odsev preteklih stoletij in civilizacij (Duletić 2010, str. 16).

Naravne znamenitosti Budve predstavljajo potencialni faktor za kapitalsko intenzivni in vrhunski razvoj turizma v tej regiji, kot najboljše in najatraktivnejše turistično območje na črnogorski obali. Med naravne vire uvrščamo 37 večjih in manjših peščenih plaž, manjše otoke Sveti Nikola, Smokvica, Vatulja, Mravinjak, v ozadju plaž prostrana polja Budvansko polje, Bečići, Buljaričko polje, mediteransko klimo ...

2.1 PRIMARNA TURISTIČNA PONUDBA BUDVE

2.1.2 Naravni resursi in naravno okolje

Naravni resursi se nanašajo na fizično geografijo, to je na oblikovanost površja in naravno okolje, na klimatske razmere ali vremenska stanja skozi letna obdobja, vodovje, plaže, rastlinstvo in živalstvo ter oskrbo s pitno vodo. Zemeljsko površje se je oblikovalo in se spreminja že milijone let, ljudje pa stvaritve narave najprej spoznamo iz učbenikov, knjig in drugih medijev. Mnogim to občudovanje vzbudi željo, da bi ta čuda, ko bodo imeli za to možnost, tudi zares obiskali. Neizmerno naravno rento imajo države, ki ležijo ob toplem Mediteranskem morju (Sitar Matelič 2010, str. 30).

Poseben čar daje Budvi predvsem razvita morska obala z otoki. Kar ena tretjina budvanskih plaž spada med 37 najlepših mediteranskih plaž, nekatere med njimi pa so tudi edinstvene in neponovljive v celem Mediteranu. Leta 1935 je plaža Bečići prejela prestižno nagrado »Grand prix Palme d'or« (Velika nagrada Zlata palma) in sicer za eno najlepših plaž v Evropi. Poleg obale vzdolž Budvanske riviere se nahaja tudi nekaj zanimivih otokov Sveti Nikola, Kršić in Golubinji, Smokvica, Vatulja. Med njimi je najbolj znan otok Sveti Nikola ali budvanski »Havaji«, kot mu pravijo domačini (Duletić, 2010, str. 33, 34, 36).

Med najbolj obiskane in najlepše plaže v Budvi spadajo:

- Mogren,
- Slovenska plaža,
- otok Sveti Nikola,
- Bečići,
- Sveti Stefan.

Plaža Mogren

Ta plaža meri 4.500 m² in je sestavljena iz dveh plaž, dolgih 350 metrov in povezanih s tunelom od rta Mogren do hotela Avala. V Budvi velja zaradi drobnega peska na kopnem in v vodi za eno najprivlačnejših plaž. Plaža Mogren je od junija leta 2004 nosilka »Modre zastavice«, ki je simbol za varno in čisto kopališče. Od Starega gradu je oddaljena okoli 150 m in do nje vodi betonska steza. Plaža je dobila ime po španskem mornarju Mogriniju, ki je tja prispel ob nesrečnem brodolomu.

Slovenska plaža

Meri 24.800 m² in se razteza od mestne luke do hotela Park ter je dolga 1600 m. Tudi ta plaža je peščena, v njenem ozadju se nahaja hotel z istim imenom, poln mediteranskega duha ter veliko število barov. V sklopu te plaže obstaja nekaj športnih terenov za vaterpolo, odbojko, tenis, bungee jumping in mali nogomet.

Otok Sveti Nikola

Meri 2.700 m² in je od Budve oddaljen manj kot 1 km, do njega lahko pridemo z ladjico. Sestavljen je iz treh peščenih plaž skupne dolžine 840 m in je obdan z raznovrstnim mediteranskim rastlinjem. Najlepše plaže na tem otoku so na južnem delu, do koder prav tako lahko pridemo z ladjico.

Plaža Bečići

Meri 99.000 m², od tega v dolžino 1800 m. Plaža je peščena tako v vodi kot na kopnem, v njeni bližini pa se nahaja velik spekter turističnih vsebin. Tukaj je vse podrejeno željam turistov, ki uživajo ob nedotaknjenih lepotah Bečićke plaže. Plaže Budvanske riviere so pod posebnim režimom zaščite, saj večina njih spada med najlepše na Mediteranu.

Sveti Stefan

Meri 14.600 m² in je eno najprivlačnejših mest na jadranski obali predvsem zaradi redkega pojava, imenovanega »tombol«. To je peščena prevleka, ki povezuje obalo s skalami, na katerem je zgrajen Sveti Stefan, ekskluzivni grad-hotel. Na levi in desni strani tombola se nahajata dve rdečkasti peščeni plaži. V ozadju so hotel, restavracije, potapljaški klub ter park, urejen v Mediteranskem stilu. Sveti Stefan je edina »de lux« lokacija na črnogorskem primorju, poznan pa je po celem svetu.

2.1.3 Antropogene (družbene, kulturne) dobrine

Mednje se uvrščajo tiste, ki jih je skozi tisočletja ustvarila človeška roka oz. jih ustvarja še danes. Med antropogene oz. družbene uvrščamo kulturo, običaje, šege in navade ljudi, krajevne simbole, tradicionalne prireditve in ljudsko umetnost, zgodovinske in kulturne spomenike, jezik, mentaliteto, gostoljubje. Sem spadajo tudi stara zgodovinska mestna jedra, kjer najdemo sakralne objekte različnih umetnostnih obdobj, zgradbe mestne uprave ali mestne hiše, muzeje, galerije, rojstne hiše pesnikov, pisateljev, slikarjev (Sitar, Matelič 2010, str. 31).

Med antropogene (družbene, kulturne) dobrine Budve spadajo:

- kultura in zgodovina,
- ljudje,
- Stari grad,
- naselje Sveti Stefan,
- zabava in šport,
- veliki mednarodni turistični budvanski karneval.

Kultura in zgodovina

Identiteta neke turistične destinacije se gradi prav na podlagi njene kulturne in zgodovinske preteklosti, vsega kar je človeška roka ustvarila skozi stoletja, da bi si olajšala življenje, ga naredila lepšega. Skozi kulturno-zgodovinske ostanke nekega kraja (kulturni spomeniki, umetniška dela, legende, pesmi, folklor, običaji, šege, navade) vse to prispeva k boljši turistični ponudbi kraja.

Zgodovina Budve je zelo bogata. Skozi njo so potovala različna ljudstva in civilizacije, ki so za seboj puščale velike sledove prav na vsakem koraku namreč lahko »čutimo« duha davnine (številni samostani, cerkve, gradovi, vile itd.). Je ena najstarejših naselij na območju Jadrana, prvič pa se omenja že v 4. stol. v Sofoklejevi tragediji »Oikles«. O njej govorijo tudi številne legende, med katerimi je najbolj poznana tista o Kadmu, sinu feničanskega kralja Agenora, ki je bil s svojo ženo Harmonijo izgnan iz Tebe ter se je prvi naselil na področju Budvanske riviere. Na majhnem polotoku je bil zgrajen prelep grad, opasan z visokimi zidovi.

Vzdolž budvanske plaže se razprostirajo številni samostani, med njimi so najbolj poznani samostan Podlastva, Podostrog, Gradište in najpomembnejši Praskvica, ki se nahaja nedaleč od Svetega Stefana. Tudi številni gradovi, zgrajeni na tem področju, pričajo o tem, da je bila Budva že od nekdaj priljubljen kraj za civilizacije, ki so osvajale tamkajšnja ozemlja. Najbolj znana sta starograjska Citadela, zgrajena leta 840, ter grad Kastio.

Ljudje

V turizmu delajo ljudje z ljudmi in za ljudi. Turistični delavci morajo turistom nuditi kvalitetna doživetja, ki si jih ti zapomniš in si o njih ustvariš pozitivne predstave (Sitar, Matelič 2010, str. 31).

Tako so tudi budvanski domačini gostoljubni, ljubeznivi, prijazni, saj se zavedajo da so ljudje velik dejavnik turistične industrije. Domačini temu delu Jadrana dajejo poseben pečat, saj se ob njih človek počuti res domače. Zanje je značilno da so iskreni in neposredni. Rade volje pa vam bodo tudi predlagali številne znamenitosti budvanske riviere. V teh ljudeh je navzoč pristen šarm, ki vsakemu obiskovalcu predaja pozitivno energijo.

Stari grad

Zgrajen je na majhnem polotoku, arheološke izkopanine potrjujejo, da je bil prvič naseljen že pred grško kolonizacijo Jadrana in da se je takrat imenoval »Budua«. Posebna zanimivost starega gradu so zidovi, ki izhajajo iz srednjega veka. Celoten Stari grad je obdan z zidovi, stenami in srednjeveškimi vrati. Leta 1979 je Budvo prizadel močan potres, v katerem je bil Stari grad zelo poškodovan, a so grad vseeno zgradili na novo in se držali prvotnega srednjeveškega zgleda. Je izložbeni prostor, v katerem se odvijajo številne prireditve. Znotraj gradu so še vedno ohranjene ozke ulice, majhna okenca ... Posebno pozornost pa vzbujajo tudi sakralni objekti: cerkev Santa Marija in Punta, mala cerkev Sv. Save, cerkev Sv. Ivana in cerkev Svete Trojice. Mestni grad Citadela je na vzvišenem mestu, na njem pa mestno gledališče, kjer se odvijajo nepozabne scene in prizori Grada teatra. Leta 1937 so ob kopanju temeljev za hotelski kompleks Avala odkrili grobnice iz rimskega imperija ter druge dragocenosti.

Naselje Sveti Stefan

Sveti Stefan spada med najlepše znamenitosti na Črnogorskem primorju in je znan po celem svetu. Naselje je obdano z visokimi zidovi, spada pa med najlepše gradnje na tem področju. Nekoč ribiško naselje, danes priznan hotel-grad, ima kar 118 vil, ki so zadržale srednjeveško arhitekturo in so med seboj povezane z ozkimi ulicami. Pred približno 50 leti je navadno naselje postalo ogromen hotelski kompleks, eden nenavadnejših na svetu.

Kot vse druge avtentične gradnje v Budvi ima tudi sveti Stefan svojo legendo o nastanku.

Grad naj bi bil zgrajen leta 1442 kot zaklonišče tamkajšnjem domačinom pred vdori Turkov. Po legendi naj bi paštrovsko ljudstvo ob zmagi nad Turki, s pomočjo ukradenega zlata in drugih dragocenosti zgradili grad, nato pa še okoliške hišice. Na njem so letovale tudi številne zvezde Kirk Douglas, Sylvester Stallone, Elizabeth Taylor ... Leta 1972 je Sveti Stefan dobil nagrado »Zlato Jabolko« za eno najbolj ekskluzivnih letovišč na svetu.

Zabava in šport

Budva je prav zaradi zabave in športa, ena izmed najprivlačnejših destinacij na Jadranu. Vsako leto jo obiše tisoče turistov, ki so se pripravljene zabavati. Zabava se tu prične že v zgodnjih jutranjih urah, ko se odprejo lokali na plažah, ki ponujajo turistom različne programske vsebine. Pravzaprav pa nočna zabava privlači večino turistov, tudi iz sosednjih krajev. Lokali, diskoteke, dobra glasba zagotavljajo turistom nepozabna doživetja. Budva ponuja raznovrstne rekreacije, tako da imajo vsi, ki pridejo tja na oddih na razpolago vse vidike športnih aktivnosti. Sem spadajo igrišča za mali nogomet, tenis, košarko, odbojko, mediteranski športni center, mestni bazen ... Ljubitelje vodnih športov čakajo aqua sky, skuterji, gliserji, potapljanje. Medtem ko ljubitelje adrenalina bungee jumping, paragliding. Ponudba zabave in športa je zelo raznolika in primerna za različne vrste turistov.

Veliki mednarodni turistični budvanski karneval

Budvanska riviera je festivalski center, mesto prireditev, karnevalov in ribiških druženj. Skozi vse leto se tu dogaja preko desetine festivalov, manifestacij in koncertov. En najbolj poznanih mednarodnih festivalov je »Poletne noči pod maskami«, ki se tu odvija že sedmo leto zapored. Festivala »Feštadžuni« se udeležijo skupine iz 12 držav s preko 12.000 tekmovalcev.

2.2 SEKUNDARNA TURISTIČNA PONUDBA

2.2.1 Osnovna infrastruktura

Med osnovno infrastrukturo štejemo vse tiste objekte, naprave in komunikacije, ki omogočajo turistično logistiko in udobje v turistični destinaciji. Osnovna infrastruktura omogoča funkcioniranje gospodarskih in družbenih dejavnosti, predvsem lokalne skupnosti. To so ceste, kanalizacija, oskrba s pitno vodo, komunikacijsko omrežje in trgovina. V času turistične sezone ali celo ves čas jo začasno uporabljajo tudi turisti. Praviloma je prispevek turistov za porabo javnih dobrin nekega mesta, turističnega kraja ali regije izražen v plačilu turistične takse, ki je prihodek proračuna lokalne skupnosti. Osnovna infrastruktura je pogoj, da lahko nastanejo in delujejo objekti turistične infrastrukture (Sitar in Matelič, 2010, str. 32).

Kakovost zgrajene prometne infrastrukture, predvsem cest v Budvi ne izpolnjuje potreb sodobnega turizma. Ceste so zelo skromne in omejene, dvopasovnice, veliko vzponov, ovinkov, speljane skozi neposredna mestna središča. Slabo mobilnost glavnih mest so nekje rešili z gradnjo tretjega in četrtega pasu. V neposredni bližini budvanske riviere se nahajata dve večji mednarodni letališči in sicer v Tivatu, ki je od Budve oddaljen približno 22 km, in v glavnem mestu Podgorici, ki je od Budve oddaljena 65 km.

Tudi železniški promet ni zadostno razvit, saj deluje samo na relaciji Beograd–Podgorica–Bar, najbližja železniška postaja pa je od Budve oddaljena kar 36 km. Občina Budva ni ustrezno sledila razvoju komunalnih infrastruktur, kar je povezano predvsem s sektorjem z oskrbo vode in odstranjevanje odpadnih voda, ki jih še dandanes po mehanski obdelavi podmornica spusti v morje na globini 40 m.

2.2.2 Turistična infrastruktura

Turistična infrastruktura je namenjena turistom in njihovem udobju na turistični destinaciji. To so hoteli, moteli, penzioni, prenočišča, apartmaji, kampi, turistične kmetije, restavracije in gostišča, konferenčni centri, »rent a car« podjetja. Lahko pa jih seveda koristijo tudi lokalni prebivalci (Sitar in Matelič, 2010, str. 32).

Kot navaja Duletić (2010, str. 74) naj bi po razpoložljivih podatkih leta 1926 v Budvi delovalo sedem zasebnih restavracij in gostiln, leta 1931 pa naj bi bili na razpolago hotel »Balkan« z 11 ležišči, hotel »Beograd« z 21 ležišči in hotel »Budva« z 8 ležišči. Skozi različna zgodovinska obdobja se je tudi turistična infrastruktura zelo spreminjala. Leta 1979 je Budvo prizadel močan potres, ki je uničil večino mesta. Katastrofalen potres z močjo 9. stopnje po Richterjevi lestvici je imel za posledico veliko človeških žrtev in ogromno materialno škodo. Nepopravljivo škodo pa so

utrpeli predvsem kulturni in zgodovinski spomeniki, še posebej staro mesto Budve. Proces obnove uničenih in poškodovanih turističnih objektov je trajal krajši čas. Že leta 1984 so bili doseženi občudovanja vredni rezultati, kar se tiče obnove gostinskih in turističnih objektov. Stari grad v Budvi je po obnovitvenih postopkih prispeval k večji zaposlenosti in boljšemu bruto domačemu proizvodu.

Hotel Avala – prvi simbol turistične Budve

Zagotovo gre za največji in najpomembnejši projekt, izveden v Budvanski rivieri. Prve goste je hotel sprejel že davnega leta 1939, takoj ob odprtju pa je že postal simbol Budve. Pomembno vlogo je imel pri razvoju drugih hotelskih in gostinskih hotelov na celotnem območju, prispeval pa je tudi k splošnem napredku, kulturi in povečanju prihodkov prebivalstva. Glavni pobudnik in promotor za gradnjo hotela je bil znan beograjski poslovnež Radomir Stojić, ki se je ob prvem obisku Budve leta 1932 zaljubil v številne naravne lepote mesta. Tako se je odločil za nakup zemljišča v bližini Starega gradu in začel z gradnjo sodobnega hotelskega kompleksa. Njegova glavna značilnost je lepa in elegantna kamnita fasada v mediteranskem slogu, hotel pa spada med ene najlepših in najboljših v Evropi. Ima kar 96 sob ter 186 postelj, dobro opremljeno kuhinjo, restavracijo in zelo privlačno teraso s pogledom na morje.

Restavracija Pod Lozom

V centru Budve, neposredno v bližini avtobusne postaje in športnega centra, se nahaja restavracija Pod Lozom v sklopu hotela Loza, ki tu deluje že kar dve desetletji. Hotel ponuja gostom udobno in prijetno bivanje vse leto. Nahaja se le 300 metrov od morja, tako da je idealen kraj za sprostitev vsakega gosta. Hrano v tej restavraciji ponujajo tako gostom hotela kot tudi gostom, ki bivajo v bližini hotela. Vsi gostje lahko uživajo specialitete domače in mednarodne kuhinje.

Apartmenti Vidikovac

Apartmenti Vidikovac se nahajajo na odlični lokaciji v bližini plaže Mogren in Starega gradu, samo 500 m od morja. Zgrajeni so v sodobnem slogu in so popolna mešanica kakovosti, udobja, dobre storitve in konkurenčnih cen. Celoten kompleks ima čudovit razgled na Budvanski zaliv ter otok Svetega Nikole. V svoji strukturi ponujajo dve, tri ali štiri posteljne sobe z majhno kuhinjo, televizijo, klimo, kopalnico in teraso. Dnevno skrbijo za red in čistočo v apartmajih. V ceno je vključeno tudi parkirno mesto za zagotavljanje varnosti in je namenjeno izključno njihovim gostom.

2.2.3 Turistična superstruktura

Tehnologija, ki izboljšuje transportne, prodajne in namestitvene možnosti, ima velik razvojni potencial in pomen zlasti v zadnjih desetletjih (novosti na področju telekomunikacij in računalništva). Informacije o potencialnem turističnem tržišču, stopnji zadovoljstva turistov, konkurenci, odnosu lokalnega prebivalstva. Med turistično superstrukturo pa spadajo tudi Evropska unija, North American Free Trade Agreement, Asia Pacific Economic Cooperation, Association of Southeast Asia Nations (Sitar in Matelič, 2010, str. 32).

3 PREPOZNAVANOST BUDVE V SLOVENIJI

Za merjenje prepoznavnosti neke turistične destinacije potrebujemo predvsem bogato primarno in sekundarno turistično ponudbo. Budva je mesto, staro več kot 2000 let, v njem se nahajajo prelepe naravne in kulturno-zgodovinske znamenitosti. Po svetu, tudi v Sloveniji je znana po svojih lepo ohranjenih peščenih plažah, ki se razprostirajo na kar 21 km, burni zgodovini ter nočnem življenju. Prav zaradi nočnega življenja ji turisti pravijo kar »Montenegrian Miami«. Budva je tudi v Sloveniji prepoznavna predvsem med mladimi in ne toliko med starejšimi, kar prikazujejo tudi rezultati naše ankete.

Zaradi raznovrstnosti njene turistične ponudbe je primerna za vse generacije. V tem starodavnem mestu lahko človek najde miren kotiček za preživljanje prostega časa z družino ali pa se zabava ob ritmih dobre glasbe ter uživa v nočnem življenju. Budvanska mediteranska klima ter lepo naravno okolje že leta privlači turiste z vseh koncev sveta.

Velika večina anketirancev je zatrdila, da turistična destinacija Budva med Slovenci ni dobro prepoznavna, vsaj med starejšimi od 25 let. Budva je znana predvsem po nočnem življenju, gneči ter hrupu, taka prepoznavnost pa starejšim ljudem in družinam z otroki nikakor ne ustreza. Slovenski turisti, predvsem mladi, Budvo obiskujejo večinoma zaradi nočnega življenja in plavanja, medtem ko nekateri obiskujejo kulturne in zgodovinske znamenitosti.

Ena od prepoznavnih znamenitosti Budve kot turistične destinacije je tudi Stari grad, zgrajen na majhnem polotoku v 15. stoletju. Zgrajen je v mediteranskem duhu, sestavljajo ga ozke ulice, visoki zidovi in šest cerkva. Njeno prepoznavnost bi lahko še izboljšali z oglaševanjem ne le nočnega življenja ter lepo ohranjenih peščenih plaž, temveč tudi zgodovinskih in kulturnih objektov ter dogodkov. Več pozornosti bi lahko posvečali ohranjanju naravnega okolja, ki se z gradnjo novih luksuznih hotelov samo zmanjšuje.

3.1 SEGMENTACIJA TURISTOV IN DEJAVNIKI, KI VPLIVAJO NA ODLOČITEV ZA DOPUST

Turizem zasledimo v različnih pojavnih oblikah, zato skušamo to raznolikost združiti v bolj homogene skupine glede na to, od kod, kdaj in zakaj prihajajo turisti, s katerimi prevoznimi sredstvi prihajajo in v katerih prenočitvenih zmogljivostih bivajo, kako finančni tokovi v turizmu vplivajo na plačilno bilanco itd. Največkrat za opredeljevanje vrst turizma uporabljamo naslednje kriterije (Sitar in Matelič, 2010, str. 21–22):

1. Smer gibanja turistov:

- emitivni ali »outbound« turizem (potovanje rezidentov v tuje dežele in odtok potrošnje v druge države);
- receptivni ali »inbound« turizem (sprejemanje turistov drugod v turistični destinaciji in priliv turističnega priliva iz tujine).

2. Država izvorov turistov:

- domači (potovanja rezidentov neke države, kriterij je kraj stalnega bivališča);
- mednarodni (tuji turisti, kriterij za opredelitev je potni list države, od koder prihaja).

3. Glede na število udeležencev:

- posamični (ljudje danes potujejo vedno več neorganizirano in v manj turistično razvite destinacije, turisti kot posamezniki pa so deležni kvalitetnejšega in pristnejšega gostoljubja);
- skupinski (ljudje potujejo v skupinah, praviloma v turistično visoko razvite destinacije z množičnim ali masovnim obiskom gostov).

4. Glede na dolžino bivanja:

- stacionarni turizem (ostanejo dlje časa v počitniški destinaciji, pri tem gre za počitnice, zdravljenje, obisk izobraževanja);
- prehodni ali tranzitni turizem (ostanejo samo preko noči);
- vikend turizem (izkoristijo prosti konec tedna za počitnice in potovanja);
- praznični »most« (praznik z dnevom ali dvema dopusta podaljšajo skupaj z vikendom v 4 do 5 dni kratkega oddiha ali potovanja);
- izletniški turizem (poldnevni ali celodnevni obiski turističnih zanimivosti).

5. Glede na organizacijo turističnega potovanja ali počitnic:

- v lastni organizaciji ali neodvisni turisti (s pomočjo interneta ustvarjajo počitnice in potovanja po sistemu »do it yourself« po meri in času vsakega posameznika ali družine; takšni turisti so danes predvsem med mladimi najhitreje rastoč segment);
- organizirani turizem (potovanja organizirajo organizatorji potovanj, interesna združenja, društva ...).

6. Glede na starost udeležencev potovanja in počitnic:

- otroški in mladostniški turizem (izleti v zabaviščne parke, kot je npr. Gardaland, poletne šole plavanja na morju, taborjenje, tematski tabori);
- mladinski turizem (maturantski in absolventske izleti, obisk jezikovnih šol v tujini, mednarodna študentska izmenjava, »backpacker« potovanja – potovanja z nahrbtnikom in spalno vrečo ter poceni transportom).

7. Glede na motiv potovanja:

- obisk sorodnikov, prijateljev in znancev (VFR – Visiting Friends and Relatives);
- poslovni turizem;
- turizem prostega časa.

8. Glede na učinek na plačilno bilanco:

- aktivni – povečuje aktivo plačilne bilance z večjim prilivom od turizma v receptivnih deželah;
- pasivni – povečuje pasivo plačilne bilance z odlivom turistične potrošnje v druge države.

To so osnovni statistični motivi potovanj, znotraj teh pa imamo še veliko podvrst:

- kulturni turizem temelji na obisku arheoloških nahajališč, kulturnih prireditev, kulturnih ustanov, kot so npr. muzeji, galerije;
- verski turizem predstavljajo romanja v verska središča, ogledi znamenitih sakralnih objektov in umetnosti, verska srečanja;
- športni turizem predstavlja obisk športnih prireditev, turnirjev, olimpijskih iger, svetovnih prvenstev;
- lovni in ribolovni turizem – nekateri potujejo po svetu ter se udeležujejo lova na ptice, divjad, medvede;
- »incentive« turizem – nagradni turizem ali motivacijski turizem (podjetja nagrajujejo zaposlene ali poslovne partnerje za zvestobo, dobro delo, izjemne dosežke);
- futurizem – turizem tretjega tisočletja, gradnja in ustvarjanje novih turističnih atrakcij, ki so presežki v gradbeništvu, naravnem okolju in kvaliteti storitev; primer: nasute palme v Dubaju, umetni otoki, hidropolisi, potovanja v vesolja (Sitar in Matelič, 2010, str. 22–23).

Vsak od nas pojmuje in doživlja turizem drugače, nekatere spomni na toplo morje in peščene plaže, druge na zasneženo smučišče, tretje na adrenalinsko vožnjo z raftom po divji reki. Glavni dejavniki, ki vplivajo na odločitev, kje preživeti počitnice, so predvsem turistične potrebe oz. motivi, razpoložljiva finančna sredstva, prosti čas in informacije.

Vsak turist ima drugačne turistične potrebe, te pa se ločijo na subjektivne in objektivne. Subjektivne izhajajo iz psihofizične kondicije in razpoloženja

posameznika (npr. potreba po počitku, zabavi, zdravljenju). Objektivne potrebe so odvisne od življenjskega okolja, v katerem živimo (hrup, onesnaženost, urbanizacija) (Sitar in Matelič, 2010, str. 29).

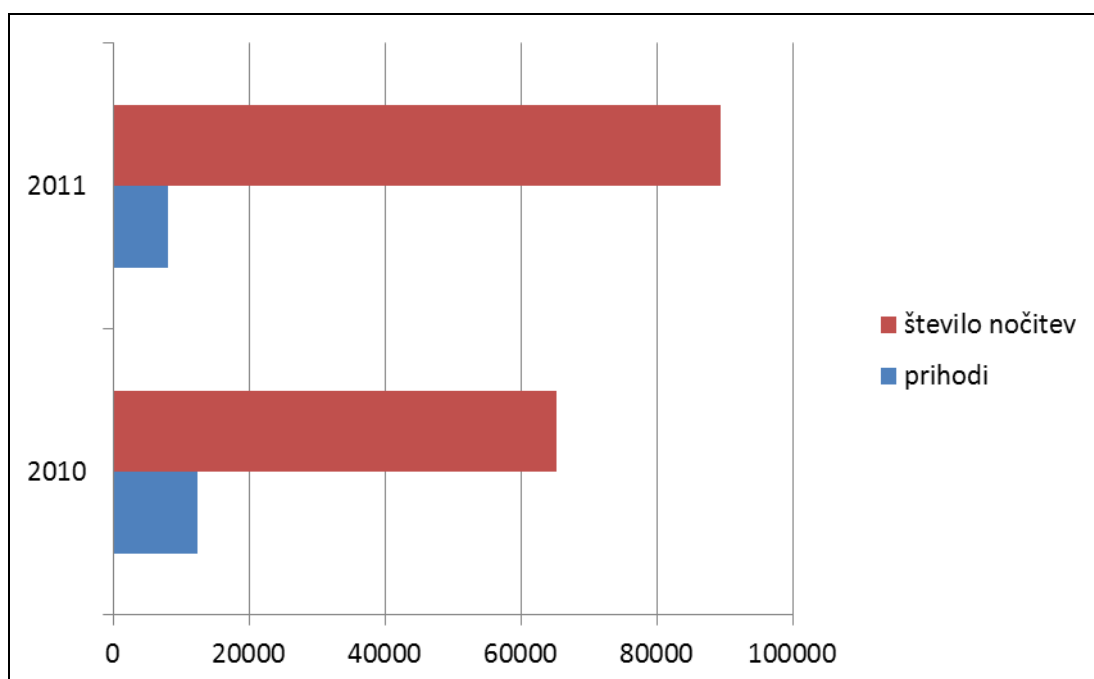
Razpoložljiva finančna sredstva predstavljajo proračun za potencialno turistično potrošnjo. Prihodki potencialnih turistov se seveda razlikujejo, prav tako njihovi osnovni eksistenčni stroški (stanovanje, hrana, obleka, obutev, izobraževanje) glede na to, kje stalno živijo.

Prosti čas je postal relevantna kategorija po industrijski revoluciji, nastanku razredov in izborjenih pravic zaposlenih skozi zgodovino. Če ne bi bilo prostega časa, tudi ljudje ne bi imeli časa potovati.

4 ANALIZA SLOVENSКИH TURISTOV V BUDVI MED LETOMA 2010 IN 2011

Leto	Prihodi	Število nočitev
2010	12.405	65.273
2011	8.137	89.441

Tabela 1: Prihodi in prenočitve slovenskih turistov v Budvi med letoma 2010/2011
(Vir: www.monstat.org/cg/page.php?id=368&pageid=44)



Graf 1: Število prihodov in prenočitev slovenskih turistov v Budvi leta 2010 in 2011
(Vir: www.monstat.org/cg/page.php?id=368&pageid=44)

Primerjava istovrstnih podatkov

Število prihodov slovenskih turistov v Budvi, se je leta 2011 v primerjavi z letom 2010 zmanjšalo za 34 %. Število nočitev slovenskih turistov v Budvi, se je leta 2011 v primerjavi z letom 2010 povečalo za 37 %. Iz grafa je torej razvidno, da je bilo leta 2010 več nočitev v primerjavi z letom 2011. Prihodov slovenskih turistov pa je bilo leta 2011 manj kot leta 2010.

5 RAZISKOVALNI DEL NALOGE

Za metodo raziskovalnega dela smo uporabili anketni vprašalnik. Z anketo smo želeli ugotoviti, kaj je najbolj značilno za slovenske turiste, ki so že obiskali Budvo, in sicer zakaj, kako, za koliko časa so jo obiskali, zanimali so nas tudi glavni dejavniki, zaradi katerih so obiskali Budvo. Na podlagi le te pa bomo predstavili tudi SWOT-analizo Budve. Anketne vprašalnike smo razdelili med 40 anketirancev, ki so že obiskali Budvo. Ankete smo poslali po elektronski pošti, prejeli smo 40 odgovorov.

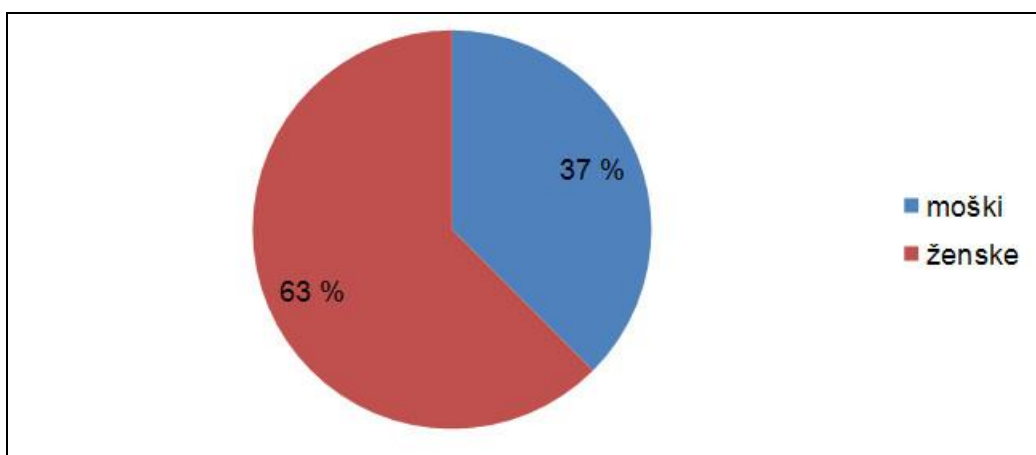
5.1 ANALIZA ANKETNEGA VPRAŠALNIKA

1. vprašanje

SPOL

Spol	Število odgovorov	Delež v odstotkih
Moški	15	37
Ženske	25	63
Skupaj	40	100

Tabela 2: Spol anketiranih
(Vir: Lastni)



Graf 2: Spol anketiranih
(Vir: Lastni)

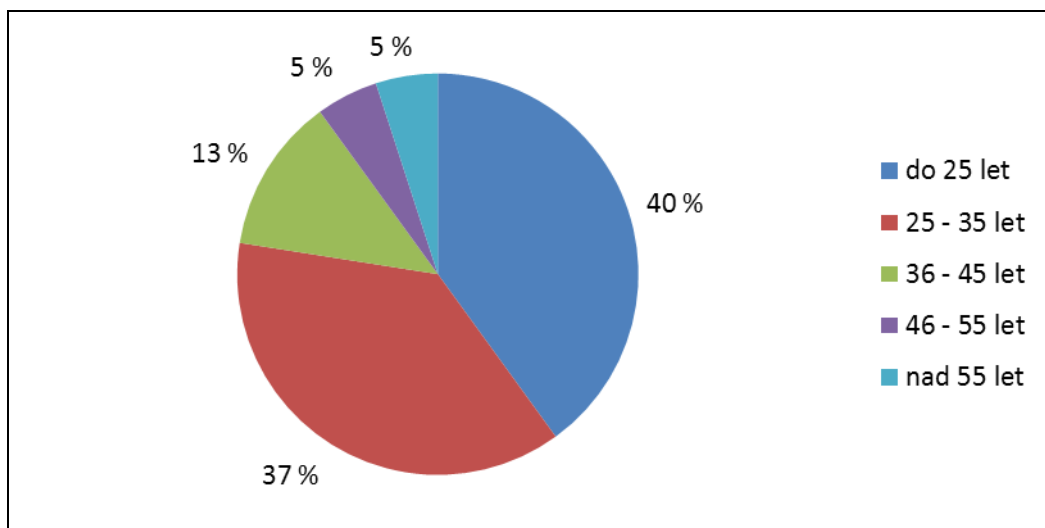
Iz prikazanega grafa je razvidno, da je bilo v anketo vključenih 15 (37 %) moških in 25 (63 %) žensk.

2. vprašanje

STAROST

Starost	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
DO 25 LET	16	40
25–35 LET	15	37
36–45 LET	5	13
46–55 LET	2	5
NAD 55 LET	2	5
SKUPAJ	40	100

*Tabela 3: Spol anketiranih
(Vir: Lastni)*



*Graf 3: Starost anketiranih
(Vir: Lastni)*

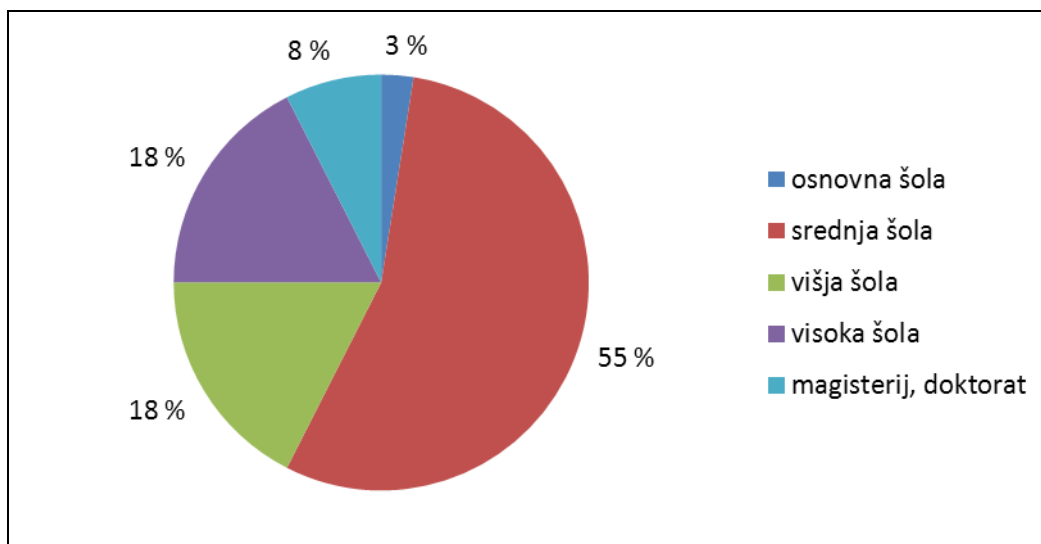
Iz grafa je razvidna starostna struktura anketiranih, ki je sledeča: 16 (40 %) anketiranih je starih do 25 let, 15 (37 %) anketiranih je starih 25–35 let, 5 (13 %) anketiranih je starih 36–45 let, 2 (5 %) anketiranih je starih 46–55 let in 2 (5 %) anketiranih je starih nad 55 let.

3. vprašanje

STOPNJA IZOBRAZBE

Stopnja izobrazbe	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Osnovna šola	1	2
Srednja šola	22	55
Višja šola	7	17
Visoka šola	8	18
Magisterij, doktorat	3	8
Skupaj	40	100

*Tabela 4: Stopnja izobrazbe anketiranih
(Vir: Lastni)*



*Graf 4: Stopnja izobrazbe anketiranih
(Vir: Lastni)*

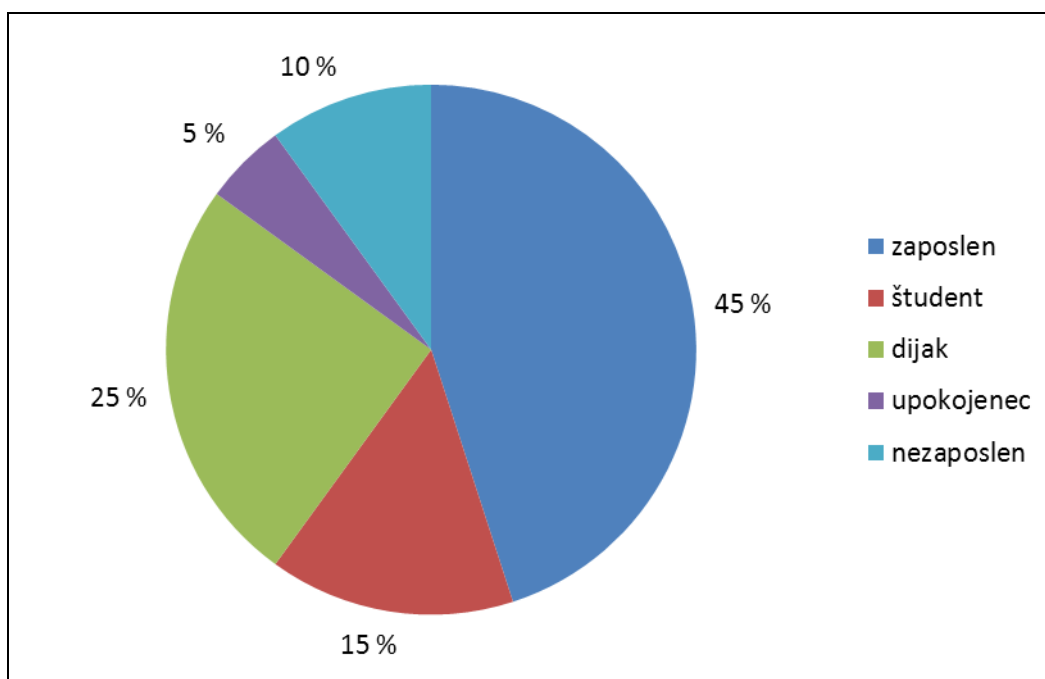
22 anketirancev (55 %) ima končano srednjo šolo, 7 anketirancev (17 %) višjo šolo, 8 anketirancev (18 %) visoko šolo, en anketirani (2 %) ima končano osnovno šolo, trije anketirani (8 %) pa magisterij ali doktorat.

4. vprašanje

STATUS

Status	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Zaposlen	18	45
Študent	6	15
Dijak	10	25
Upokojenec	2	5
Nezaposlen	4	10
Skupaj	40	100

*Tabela 5: Status anketiranih
(Vir: Lastni)*



*Graf 5: Status anketiranih
(Vir: Lastni)*

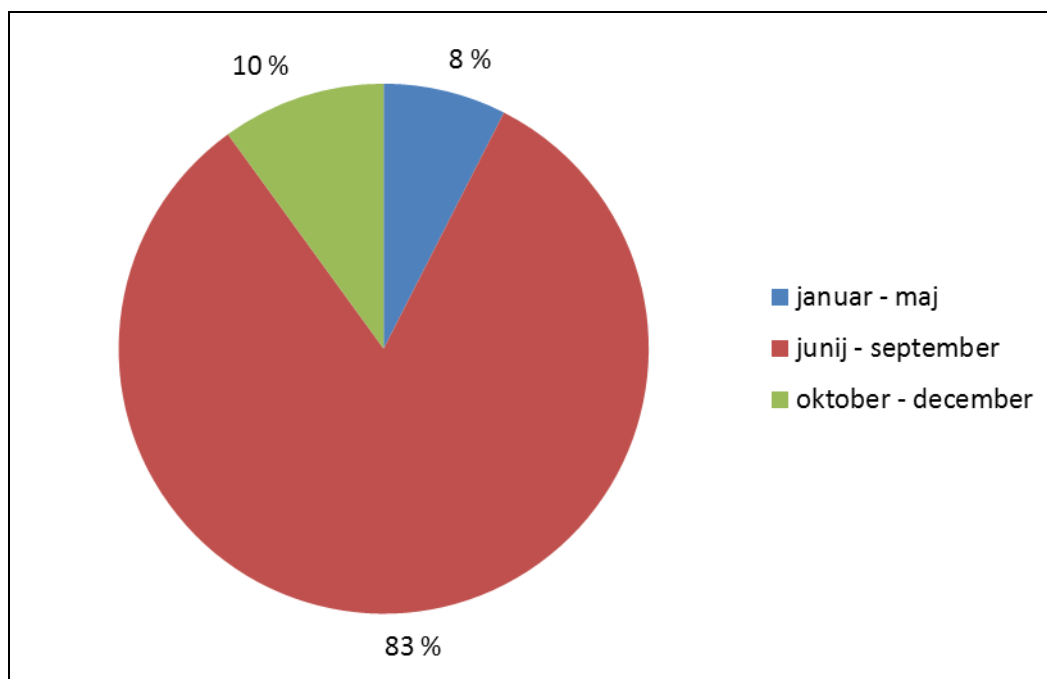
Med anketiranci prevladujejo zaposleni, teh je 18 (45 %), sledijo jim dijaki, teh je 10 (25 %). Študentov je 6 (15 %), nezaposleni so 4 (10 %), upokojenca pa sta dva (5 %).

5. vprašanje

V katerem obdobju ste obiskali Budvo?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Januar–maj	3	7
Junij–september	33	83
Oktober–december	4	10
Skupaj	40	100

*Tabela 6: V katerem obdobju ste obiskali Budvo?
(Vir: Lastni)*



*Graf 6: V katerem obdobju ste obiskali Budvo?
(Vir: Lastni)*

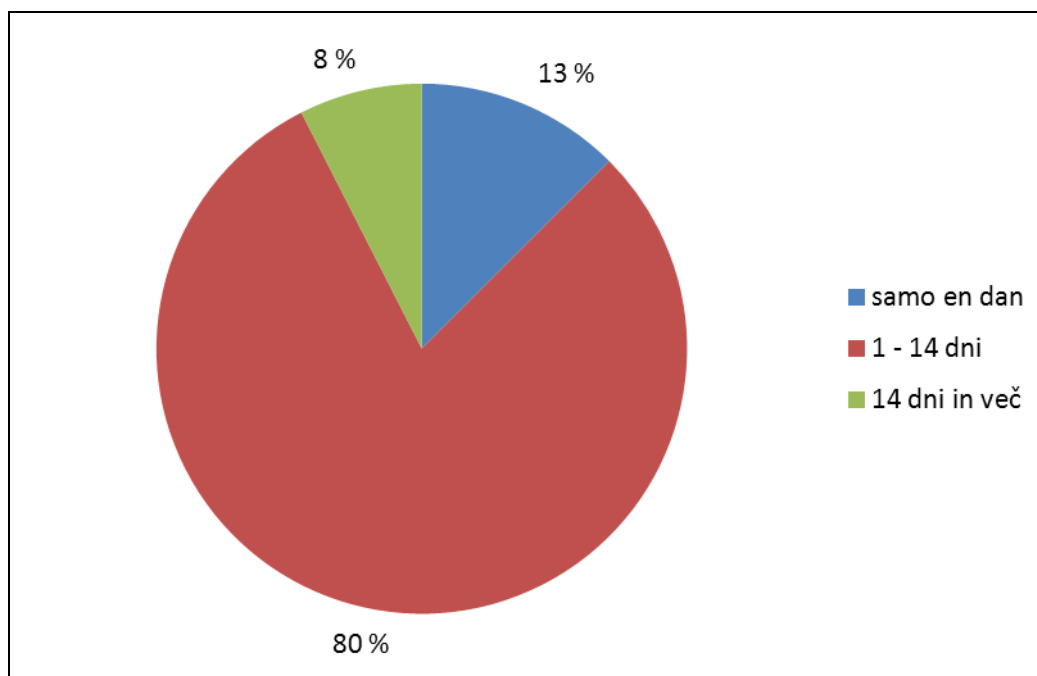
Budvo je v obdobju od junija do septembra obiskalo največ, in sicer kar 83 % anketiranih. V obdobju od oktobra do decembra jo je obiskalo 10 % anketiranih. Najmanj, 7 % anketiranih, pa jo je obiskalo v obdobju od januarja do maja.

6. vprašanje

Koliko časa ste ostali v Budvi?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Samo en dan	5	12
1–14 dni	32	80
14 dni in več	3	8
Skupaj	40	100

*Tabela 7: Koliko časa ste ostali v Budvi?
(Vir: Lastni)*



*Graf 7: Koliko časa ste ostali v Budvi?
(Vir: Lastni)*

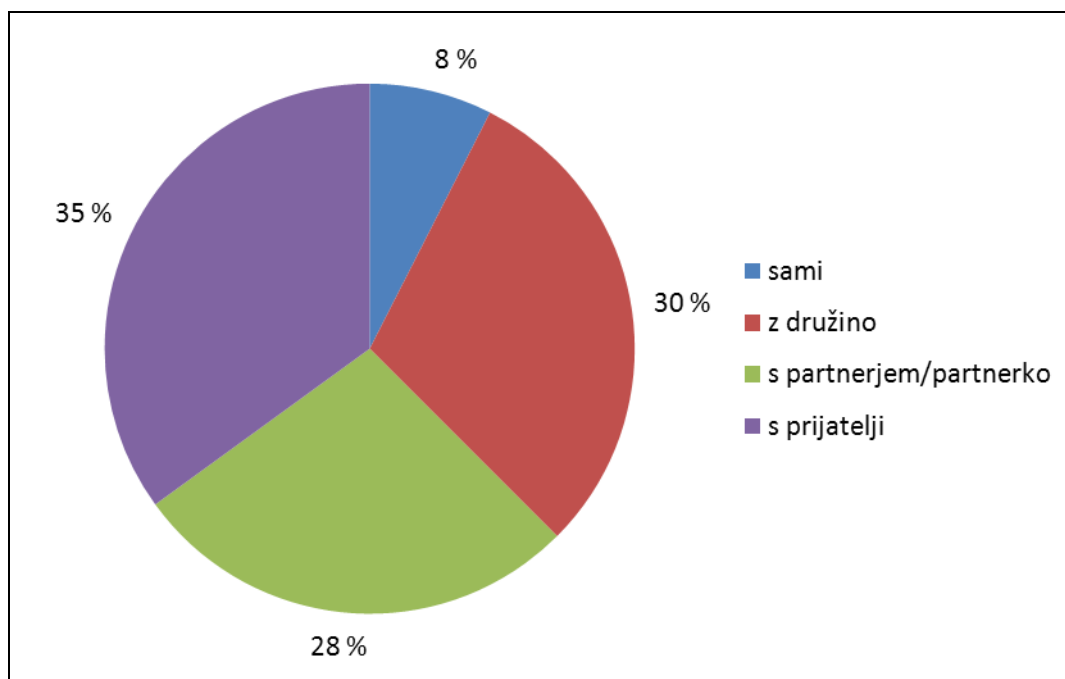
32 anketiranih (80 %) je v Budvi dopustovalo 1–14 dni. 5 anketiranih (12 %) je v Budvi ostalo samo en dan, trije anketirani (8 %) pa je v Budvi ostalo 14 dni ali več.

7. vprašanje

Ali ste potovali sami ali v družbi?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Sami	3	7
Z družino	12	30
S partnerjem/partnerko	11	28
S prijatelji	14	35
Skupaj	40	100

*Tabela 8: Ali ste potovali sami ali v družbi?
(Vir: Lastni)*



*Graf 8: Ali ste potovali sami ali v družbi?
(Vir: Lastni)*

Anketirance smo povprašali, kako so potovali – sami, z družino, s partnerjem ali s prijatelji. Podatki pa so sledeči: 7 % anketiranih je v Budvo potovalo samih, 30 % z družino, 28 % s partnerjem/partnerko, 35 % anketiranih pa je v Budvo potovalo s prijatelji.

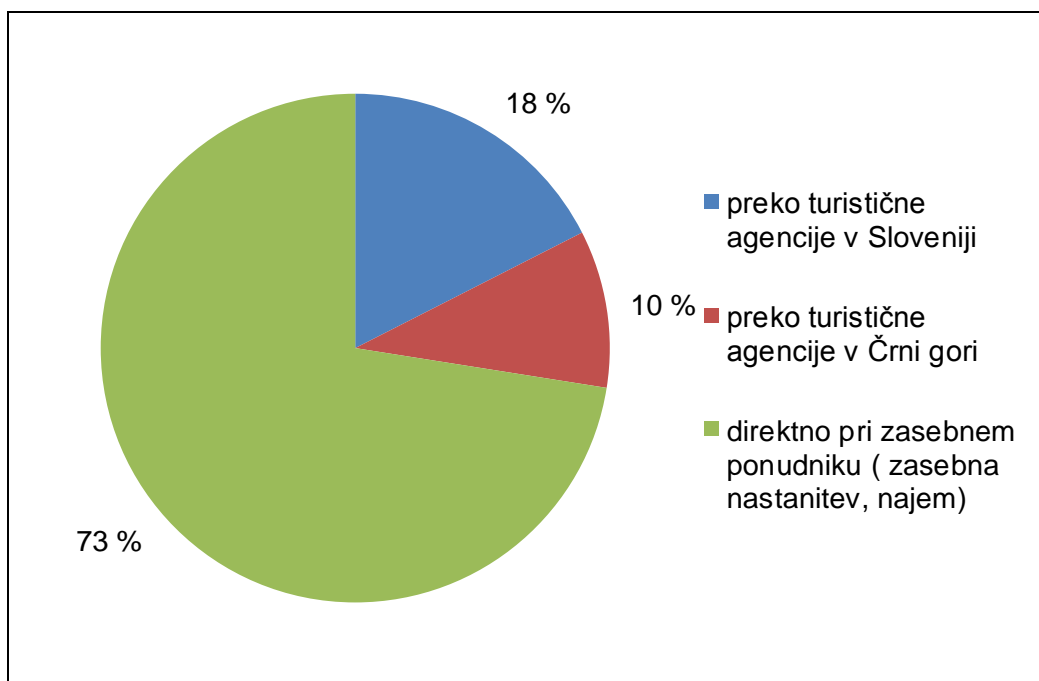
8. vprašanje

Na kakšen način ste rezervirali svoje potovanje?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Preko turistične agencije v Sloveniji	7	17
Preko turistične agencije v Črni gori	4	10
Direktno pri zasebnem ponudniku (zasebna nastanitev, najem)	29	73
Skupaj	40	100

Tabela 9: Na kakšen način ste rezervirali svoje potovanje?

(Vir: Lastni)



Graf 9: Na kakšen način ste rezervirali svoje potovanje?

(Vir: Lastni)

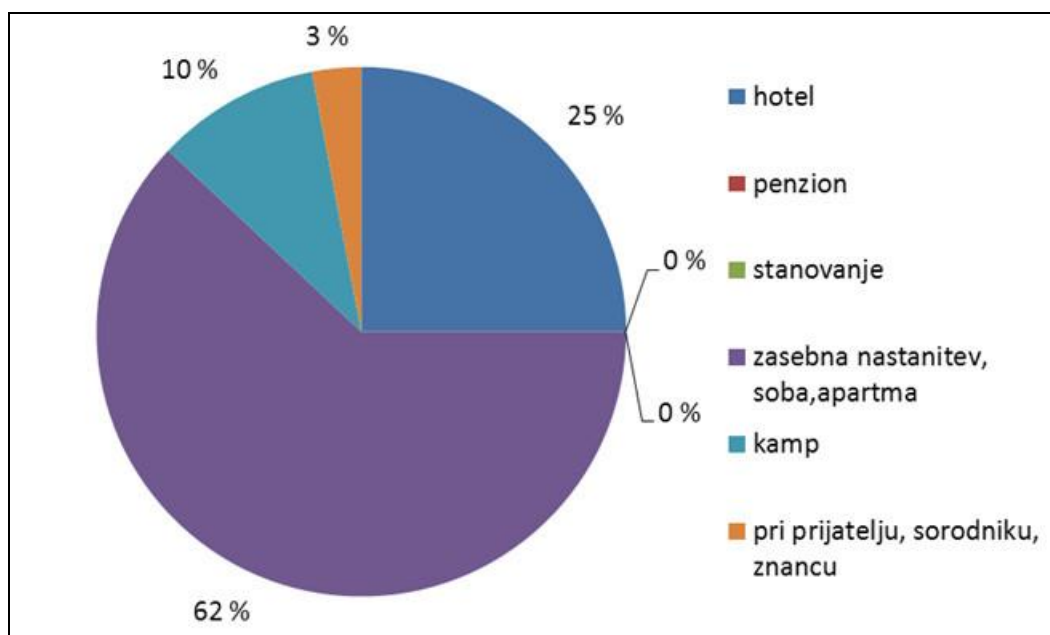
Iz grafa lahko razberemo, da se je največji delež anketiranih (73 %) odločil rezervirati svoje potovanje direktno pri zasebnem ponudniku. Preko turistične agencije v Črni gori so si potovanje rezervirali 4 anketiranci (10 %), v Sloveniji pa si je potovanje rezerviralo 17 % anketiranih oseb.

9. vprašanje

V kateri vrsti nastanitve ste bivali?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Hotel	10	25
Penzion	0	0
Stanovanje	0	0
Zasebna nastanitev, soba, apartma	25	62
Kamp	4	10
Pri prijatelju, sorodniku, znancu,	1	3
Skupaj	40	100

Tabela 10: V kateri vrste nastanitve ste bivali?
(Vir: Lastni)



Graf 10: V kateri vrsti nastanitve ste bivali?
(Vir: Lastni)

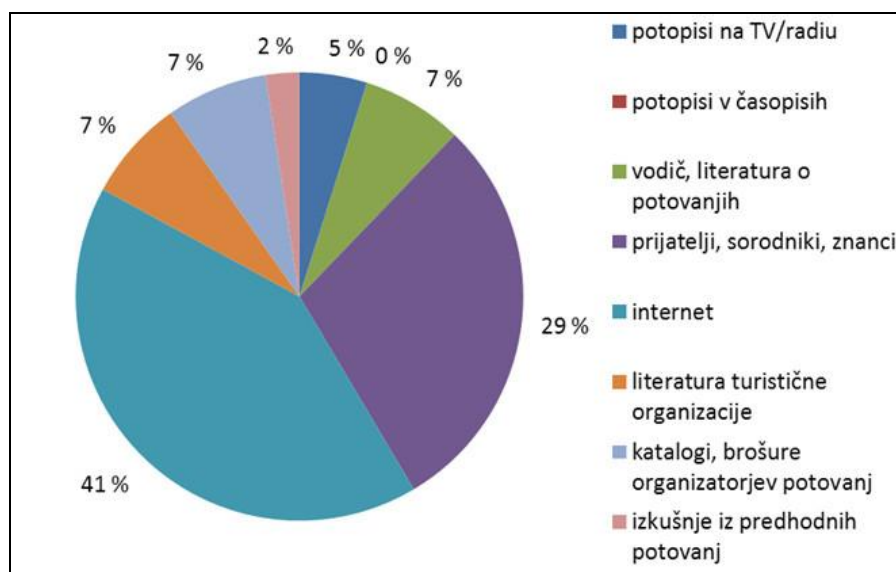
Največ anketiranih (62 %) je bilo nastanjenih pri zasebnikih. 25 % anketiranih je bivalo v hotelu, 10 % jih je kampiralo, 3 % anketiranih oseb pa je počitnice preživel pri prijatelju, sorodniku ali znancu. Nihče od anketirancev se ni nastanil v penzionu ali v lastnem stanovanju.

10. vprašanje

Katere vire informacij ste uporabili pri pripravi za potovanje v Budvo?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Potopisi na televiziji/radiu	2	5
Potopisi v časopisih	0	0
Vodič, literatura o potovanjih	3	7
Prijatelji, sorodniki, znanci	12	29
Internet	17	42
Literatura turistične organizacije	3	7
Katalogi, brošure organizatorjev potovanj	3	7
Izkušnje iz predhodnih potovanj	1	3
Skupaj	40	100

Tabela 11: Katere vire informacij ste uporabili pri pripravi za potovanje v Budvo?
(Vir: Lastni)



Graf 11: Katere vire informacij ste uporabili pri pripravi za potovanje v Budvo?
(Vir: Lastni)

Iz grafa je razvidno, da je 42 % anketirancev pridobilo največ informacij o Budvi na internetu. 29 % anketiranih oseb je informacije pridobilo od svojih prijateljev, sorodnikov ali znancev. 7 % anketirancev se je na potovanje pripravilo s pomočjo vodičev, literature o potovanjih, literature turističnih organizacij, katalogov in brošur

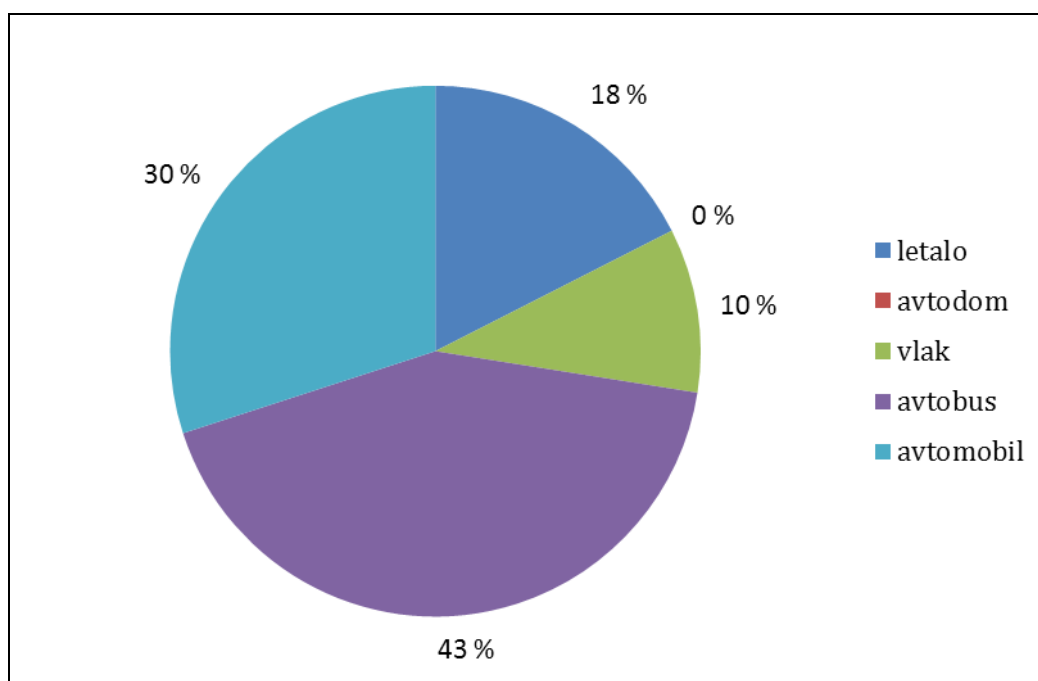
organizatorjev potovanj. 5 % anketiranih oseb si je ogledalo potopise na televiziji ali pa so jih poslušali na radiu. 3 % anketiranih pa so že imeli izkušnje iz predhodnih potovanj.

11. vprašanje

Katero vrsto prevoza ste uporabili za potovanje v Budvo?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Letalo	7	17
Avtodom	0	0
Vlak	4	10
Avtobus	17	43
Avtomobil	12	30
Skupaj	40	100

Tabela 12: Katero vrsto prevoza ste uporabili za potovanje v Budvo?
(Vir: Lastni)



Graf 12: Katero vrsto prevoza ste uporabili za potovanje v Budvo?
(Vir: Lastni)

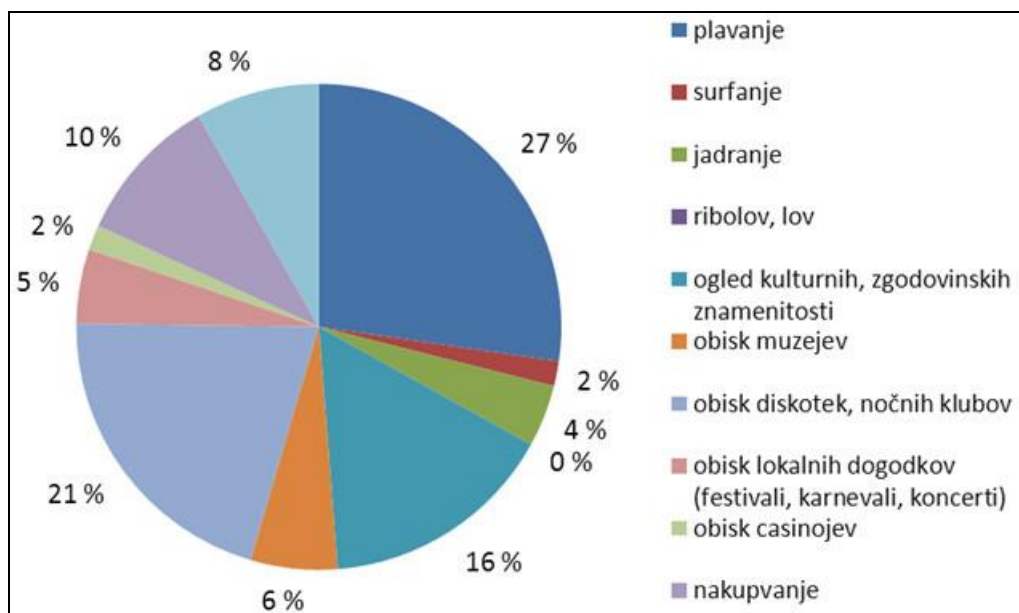
Za potovanje v Budvo so anketiranci največkrat (43 %) uporabili avtobus, z osebnim avtomobilom se je v Budvo odpravilo 30 % anketiranih, 17 % anketiranih oseb pa se je na potovanje v Budvo odpravilo z letalom. Za vlak se je odločilo 10 % anketirancev, nihče pa ni potoval z avtodomom.

12. vprašanje

Katere so glavne dejavnosti, ki so Vas pritegnile k obisku Budve? (Izberi do 5 dejavnosti)

Odgovor	Skupaj število	Delež v odstotkih
Plavanje	33	27
Surfanje	1	1
Jadranje	5	4
Ribolov, lov	0	0
Ogled kulturnih, zgodovinskih znamenitosti	19	16
Obisk muzejev	7	6
Obisk diskotek, nočnih klubov	25	21
Obisk lokalnih dogodkov (festivali, karnevali, koncerti)	6	5
Obisk casinojev	2	2
Nakupovanje	12	10
Kulinarika	10	8
Skupaj	121	100

*Tabela 13: Katere so glavne dejavnosti, ki so Vas pritegnile k obisku Budve?
(Vir: Lastni)*



*Graf 13: Katere so glavne dejavnosti, ki so Vas pritegnile k obisku Budve?
(Vir: Lastni)*

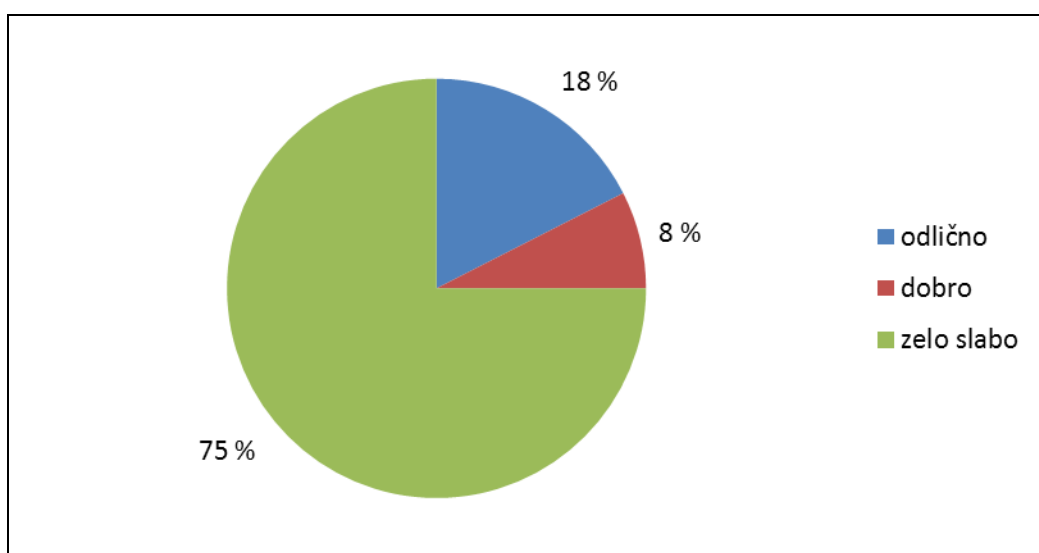
Anketirance smo povprašali po glavnih dejavnikih, ki so pripomogli k odločitvi za dopustovanje v Budvi. Največ anketiranih (27 %), je kot glavni dejavnik navedlo plavanje, temu pa sledi obisk diskotek in nočnih klubov (21 %). 16 % anketiranih se je odločilo za ogled kulturnih in zgodovinskih znamenitosti. 10 % anketiranih je kot glavni dejavnik navedlo nakupovanje, prav tako 10 % anketiranih pa je kot glavni dejavnik izbralo kulinariko. 6 % anketiranih je izbralo ogled muzejev, obisk lokalnih dogodkov je izbralo 5 % anketiranih, za jadrnanje pa so se odločili 4 % anketiranih. Zgolj 1 % anketiranih je kot glavni dejavnik navedel surfanje, 2 % anketiranih pa obisk casinojev. Za glavni dejavnik ni nihče izbral ribolova in lova, kar potrjuje, da ta dejavnik ni eden pomembnejših pri odločitvi za obisk Budve.

13. vprašanje

Kako bi ocenili osnovno infrastrukturo Budve (oskrba s pitno vodo, ceste, trgovina, kanalizacija)?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Odlično	7	17
Dobro	3	8
Zelo slabo	30	75
Skupaj	40	100

Tabela 14: Kako bi ocenili osnovno infrastrukturo Budve (oskrba s pitno vodo, ceste, trgovina, kanalizacija)?
(Vir: Lastni)



Graf 14: Kako bi ocenili osnovno infrastrukturo Budve (oskrba s pitno vodo, ceste, trgovina, kanalizacija)?
(Vir: Lastni)

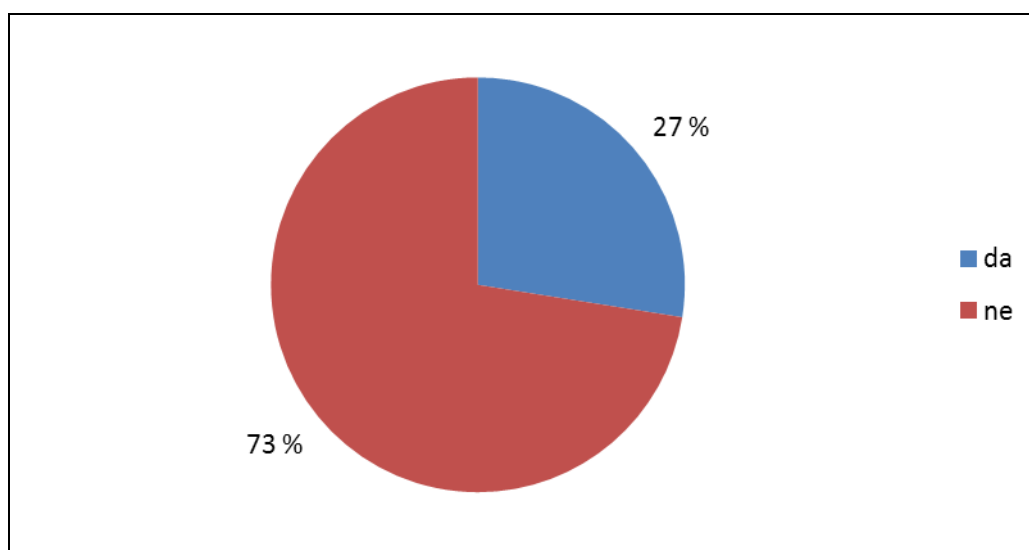
Kot je razbrati iz grafa, je 75 % anketirancev nezadovoljnih z osnovno infrastrukturo, 17 % pa jih meni, da je le-ta odlična. 8 % anketirancev osnovno infrastrukturo ocenjuje kot dokaj dobro.

14. vprašanje

Ali mislite, da je Budva kot turistična destinacija dobro prepoznavna tudi v Sloveniji?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Da	11	27
Ne	29	73
Skupaj	40	100

*Tabela 15: Ali mislite, da je Budva kot turistična destinacija dobro prepoznavna tudi v Sloveniji?
(Vir: Lastni)*



*Graf 15: Ali mislite, da je Budva kot turistična destinacija dobro prepoznavna tudi v Sloveniji?
(Vir: Lastni)*

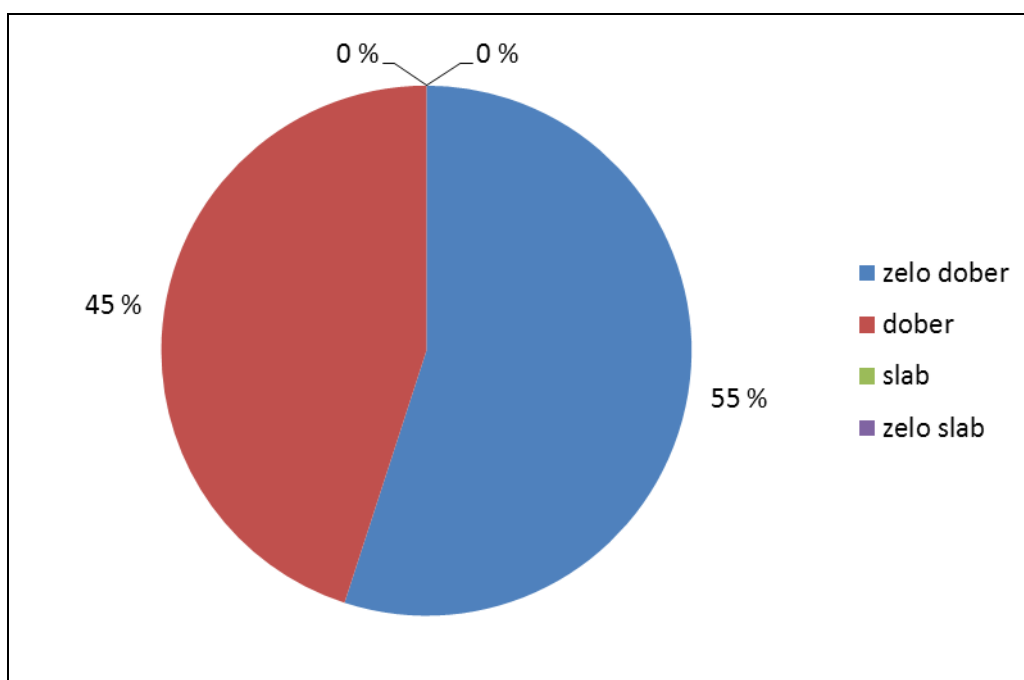
Večina anketirancev (73 %) meni, da Budva ni dobro prepoznavna. Drugih 27 % meni, da je Budva dobro prepoznavna v Sloveniji.

15. vprašanje

Kako bi ocenili Vaš splošni vtis obiska Budve?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Zelo dober	22	55
Dober	18	45
Slab	0	0
Zelo slab	0	0
Skupaj	40	100

*Tabela 16: Kako bi ocenili Vaš splošni vtis obiska Budve?
(Vir: Lastni)*



*Graf 16: Kako bi ocenili Vaš splošni vtis obiska Budve?
(Vir: Lastni)*

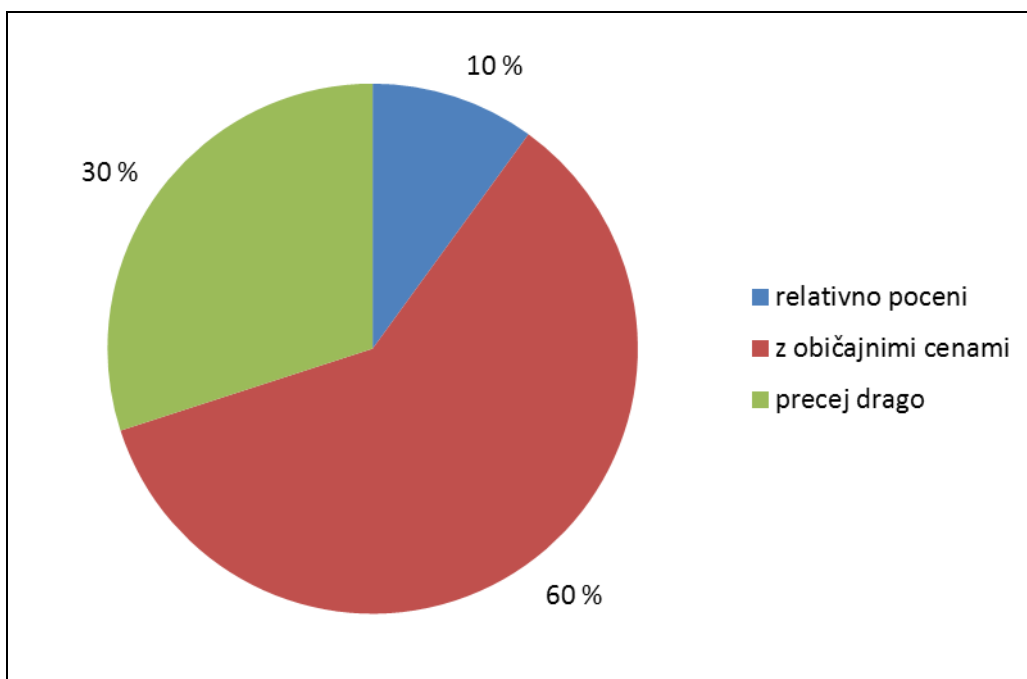
Iz grafa lahko razberemo, da je na kar 55 % anketirancev Budva pustila zelo dober na 45 % anketiranih oseb pa dober vtis. Na nikogar pa Budva ni pustila slab ali zelo slab vtis.

16. vprašanje

Na splošno bi lahko rekli, da je obisk Budve?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Relativno poceni	4	10
Z običajnimi cenami	24	60
Precej drago	12	30
Skupaj	40	100

*Tabela 17: Na splošno bi lahko rekli, da je obisk Budve?
(Vir: Lastni)*



*Graf 17: Na splošno bi lahko rekli, da je obisk Budve?
(Vir: Lastni)*

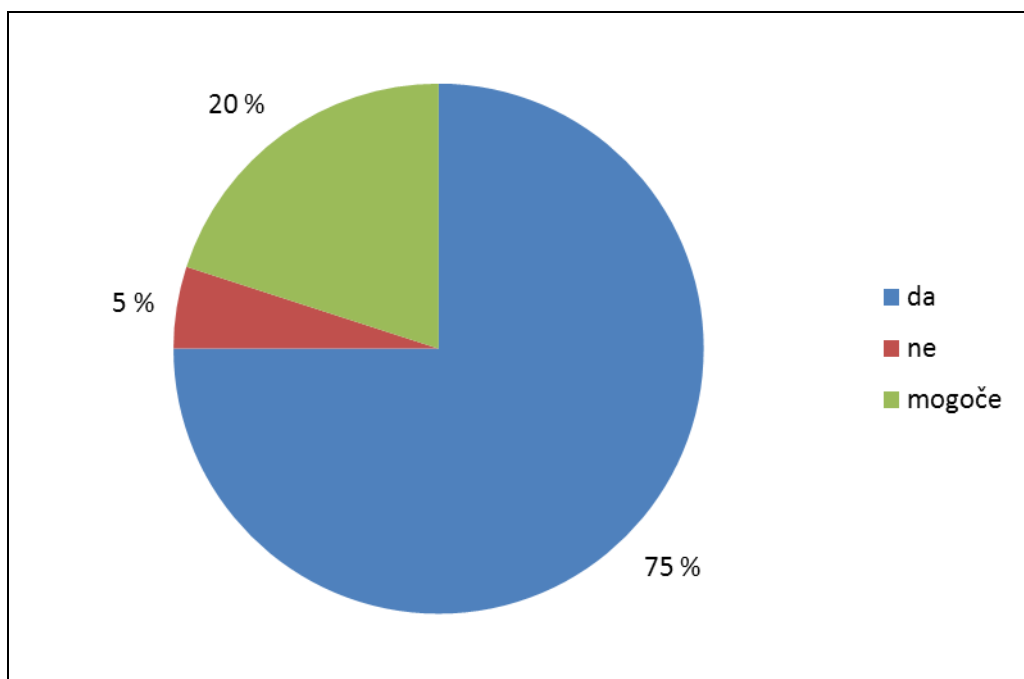
Večini anketirancev (60 %) se zdi Budva mesto z običajnimi cenami, 10 % vprašanih pa se zdi Budva relativno poceni. 30 % anketiranih je Budvo označilo za precej drago turistično destinacijo.

17. vprašanje

Ali boste ponovno obiskali Budvo?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Da	30	75
Ne	2	5
Mogoče	8	20
Skupaj	40	100

*Tabela 18: Ali boste ponovno obiskali Budvo?
(Vir: Lastni)*



*Graf 18: Ali boste ponovno obiskali Budvo?
(Vir: Lastni)*

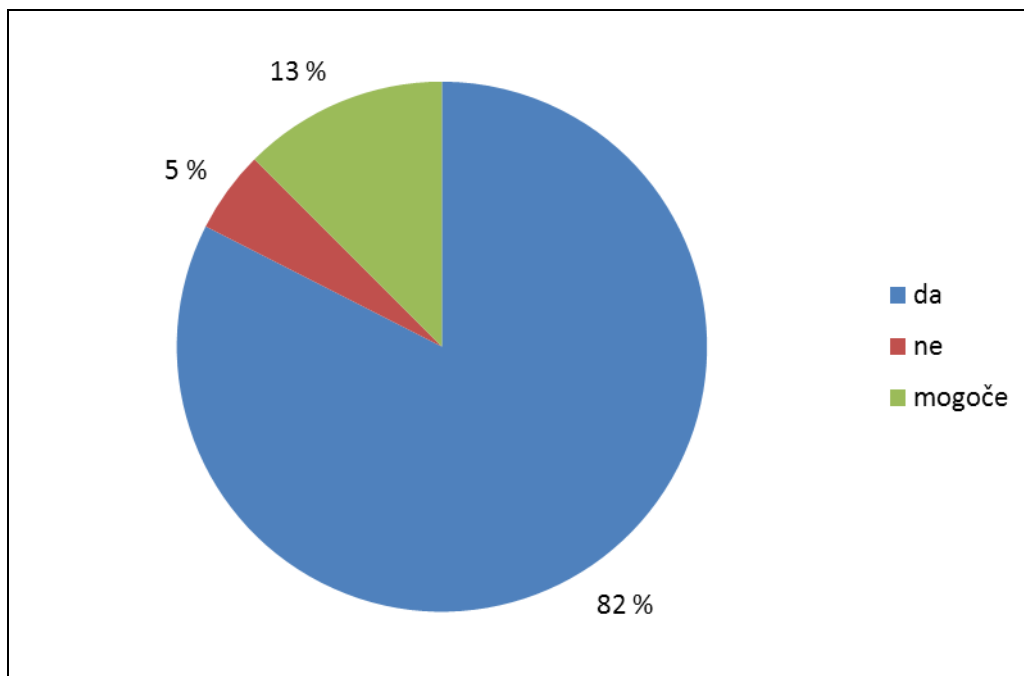
Iz odgovorov je razvidno, da bo 75 % anketirancev ponovno obiskalo Budvo, 5 % anketirancev je ne bo več obiskalo. 20 % anketirancev pa se bo mogoče še kdaj vrnilo v Budvo.

18. vprašanje

Ali bi znancem, prijateljem, sorodnikom priporočili obisk Budve?

Odgovor	Število anketiranih oseb	Delež v odstotkih
Da	33	82
Ne	2	5
Mogoče	5	13
Skupaj	40	100

*Tabela 19: Ali bi znancem, prijateljem, sorodnikom priporočili obisk Budve?
(Vir: Lastni)*



*Graf 19: Ali bi znancem, prijateljem, sorodnikom priporočili obisk Budve?
(Vir: Lastni)*

Odgovori na to vprašanje so bili sledeči, 82 % anketirancev bo svojim znancem, prijateljem, sorodnikom priporočilo obisk Budve, 13 % anketiranih bo mogoče priporočilo obisk Budve, medtem ko 5 % anketiranih obiska Budve ne bo priporočilo.

19. vprašanje

Navedite prednosti in slabosti vašega obiska Budve.

Prednosti	Slabosti
naravne in kulturne znamenitosti	hrup
zabava	gneča
gostoljubni domačini	slabe prometne poti
lepo ohranjene plaže	težave s parkirnimi mesti
raznovrstnost turistične ponudbe	slaba oskrba s pitno vodo

*Tabela 20: Navedite prednosti in slabosti vašega obiska Budve
(Vir: Lastni)*

Na to vprašanje je odgovorilo le 55 % oz. 22 anketiranih oseb. 68 % (15) anketiranih je napisalo, da jih je med dopustom v Budvi motil predvsem hrup, 59 % (13) anketiranih pa je kot slabost navedlo gnečo. 50 % (11) anketiranih ni bilo zadovoljnih s prometnimi potmi. 36 % (8) anketiranih je imelo težave s parkirnimi prostori, ne nazadnje pa je 45 % (10) anketiranih navedlo kot slabost slabo oskrbo s pitno vodo.

Kot prednost je 81 % (18) anketiranih navedlo zabavo, 72 % (16) anketiranih jih je bilo zadovoljnih z naravnimi in kulturnimi znamenitostmi. 36 % (8) jih je kot prednost navedlo gostoljubnost domačinov. 45 % (10) anketiranih je bilo zadovoljnih z lepo ohranjenimi plažami. Raznovrstnost turistične ponudbe pa je kot prednost označilo 59 % (13) anketiranih. Pri tem zadnjem, odprtem tipu vprašanja so vsi anketiranci napisali enega ali več možnih odgovorov, zato so s tem skladni tudi rezultati.

5.2 SWOT-ANALIZA BUDVE

Na podlagi analize anket, predvsem zadnjega vprašanja v katerem so morali anketiranci odgovoriti, oz. samostojno napisati prednosti in slabosti obiska v turistično destinacijo Budva ter samostojnega raziskovanja, smo izdelali analizo turistične ponudbe Budva, rezultate le te pa bomo prikazali v obliki SWOT-analize.

PREDNOSTI	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • neokrnjena narava • kulturne in zgodovinske znamenitosti • raznovrstnost turistične destinacije • zabava • aktivne počitnice • odlično podnebje 	<ul style="list-style-type: none"> • slaba osnovna infrastruktura • težave s parkirnimi mesti • hrup • gneča • degradacija naravnega okolja in onesnaževanje • visoka inflacija
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • gradnja novih luksuznih hotelov • povečati obisk turistov tudi izven sezone • z gradnjo obvoznic razbremeniti cestni promet • izboljšati ponudbo na plažah • gradnja umetnih plaž 	<ul style="list-style-type: none"> • prevelika obremenitev okolja zaradi masovnega turizma • vedno večja pričakovanja turistov • izguba kakovosti pokrajine

*Tabela 21: SWOT-analiza na podlagi ankete in lastnega raziskovanja
(Vir: Lastni)*

6 PREDSTAVITEV REZULTATOV

Anketo je izpolnilo 40 anketirancev, v pretežno ženski populaciji. Največ anketirancev je bilo starih do 25 let, sledijo jim anketiranci stari od 25–45, medtem ko je bilo starejših od 45 let zelo malo. Glede na stopnjo izobrazbe je bilo največ tistih, ki imajo dokončano srednjo šolo, sledijo jim anketiranci z višjo in visoko šolo. Magisterij ali doktorat imajo 3 anketiranci, eden izmed anketirancev pa ima dokončano samo osnovno šolo. Anketa je bila izvedena večinoma med zaposlenimi osebami, kar nekaj je bilo tudi dijakov in študentov. Nezaposleni anketiranci so bili 4 upokojenca pa sta bila samo 2.

Na vprašanje, v katerem obdobju naj bi obiskali Budvo, jih je večina odgovorila v obdobju meseca junija–septembra. Izven sezone jo je obiskalo sedem anketirancev. Sledilo je vprašanje, koliko časa so ostali v Budvi, rezultati pa so bili sledeči: pet anketiranih je v Budvi ostalo samo en dan, velika večina jih je v Budvi ostala do 14 dni. Odgovori na vprašanja, ali so potovali sami ali v družbi, so bila naslednja: največ jih je potovalo z družino, s prijatelji ali partnerjem/partnerko, samo trije pa so tja potovali sami.

Pri osmem vprašanju smo jih povprašali kako oz. na kakšen način so rezervirali svoje potovanje, jih je večina odgovorila, da so si potovanje rezervirali pri zasebnem ponudniku (zasebna nastanitve, najem), kar je bilo tudi pričakovano. Ostali anketiranci so si potovanje rezervirali preko turistične agencije v Sloveniji ali pa preko turistične agencije v Črni gori.

Sledilo je vprašanje v kateri nastanitvi so bivali med počitnikovanjem v Budvi, ker si je večina potovanje rezervirala pri zasebnem ponudniku, je tudi pri tem vprašanju največ anketirancev odgovorilo, da so bivali v zasebni nastanitvi, sobi ali apartmaju. Nekaj jih je bivalo v hotelu, nekateri so kampirali, samo eden pa je bival/a pri prijatelju, sorodniku ali znancu. Medtem ko se za bivanje v lastnem stanovanju in penzionu, ni odločil nihče od anketirancev.

Pri naslednjem vprašanju nas je zanimalo, katere vire informacij so uporabili pri pripravi za potovanje v Budvo. Največ jih je uporabilo internet, sledijo pogovori s prijatelji, sorodniki in znanci, nekaj anketirancev je prebralo vodiče, literature o potovanjih ter literature turističnih organizacijah, kataloge, brošure organizatorjev potovanj. Dva sta si potopise ogledala oz. poslušala po radiu, nekateri od njih pa imajo izkušnje iz predhodnih potovanj v Budvo, medtem ko se za potopise v časopisih ni odločil nihče.

Na potovanje v Budvo se je velika večina odpravila z osebnim avtomobilom, ostali so tja prišli z avtobusom, sledi jim letalo ter nenazadnje vlak, za katerega so se odločili štirje anketiranci. Nihče pa za prevozno sredstvo ni izbral avtodom.

Predvsem nas je zanimalo, katere so glavne dejavnosti, ki so slovenske turiste pritegnile za obisk Budve. Kot glavno dejavnost navajajo plavanje, obisk diskotek in nočnih klubov, sledijo jim kulturne in zgodovinske znamenitosti ter nakupovanje. Kot glavni dejavnik pri odločanju za obisk Budve so nekateri označili tudi kulinariko, obisk muzejev, lokalnih dogodkov, casinojev ter jadranje in surfanja v manjšem odstotku.

Pri vprašanju, kako bi ocenili osnovno infrastrukturo Budve (oskrba z pitno vodo, ceste, trgovina, kanalizacija), se jih je veliko odločilo za odgovor zelo slabo, medtem ko je nekaj anketirancev ocenilo, da je osnovna infrastruktura odlična oz. dobra.

Odgovori na vprašanje, ali mislijo, da je Budva kot turistična destinacija dobro prepoznavna tudi v Sloveniji, jih je kar nekaj odgovorilo, da ni dovolj prepoznavna. Majhen procent anketiranih pa pravi, da je Budva dobro prepoznavna v Sloveniji.

Odločili smo se povprašati, kakšen je bil splošni vtis obiska Budve. Zelo dober vtis je Budva pustila na več kot polovico vprašanih. Sledijo anketiranci, na katere je Budva pustila dober vtis, ampak nič kaj posebnega. Slab vtis oz. zelo slab vtis pa ni pustila na nikogar. Anketirance smo povprašali tudi o tem, ali mislijo, da je Budva kot turistična destinacija precej draga, z običajnimi cenami ali pa relativno poceni. Več kot polovica je mnenja, da ima Budva običajne cene sledijo jim tisti, ki mislijo da je tu precej drago mali odstotek pa jih je mnenja da je relativno poceni.

Na vprašanje ali bodo ponovno obiskali Budvo, jih je velika večina odgovorila pritrdilno, razen dveh anketirancev, ki je ne bosta več obiskala. 8 anketirancev jo bo morda ponovno obiskalo. Pri tem vprašanju smo želeli izvedeti, ali bi glede na svoje izkušnje s potovanjem v Budvo priporočili obisk le te tudi svojim znancem, prijateljem in sorodnikom. Velik odstotek anketirancev bo priporočil obisk, nekaj jih bo mogoče predlagalo obisk svojim znancem, prijateljem in sorodnikom, medtem ko se le dva s tem ne strinjata in Budve ne bosta predlagala kot turistično destinacijo nikomur.

Pri zadnjem, odprtem tipu vprašanja, pa smo anketirance povprašali, kakšne so bile prednosti in slabosti obiska Budve. Oskrba z pitno vodo je zelo slaba, hrup, gneča, slabe prometne poti in pa težave s parkirnimi mesti so glavne slabosti obiska te turistične destinacije. Na drugi strani pa so kot prednosti navedli naravne in kulturne znamenitosti, zabavo, gostoljubne domačine, lepo ohranjene plaže in pa raznovrstnost turistične ponudbe.

7 ZAKLJUČEK

Nekoč so ljudje menjavali svoj življenjski prostor v upanju, da bi našli hrano, sredstva in boljše pogoje za preživetje. Skozi zgodovino pa se je vse začelo spreminjati. Človek je začel potovati tudi zaradi radovednosti, zanimalo ga je, kaj se skriva onstran reke, za hribom ... V prvi polovici 20. stoletja se je razvil množični turizem. Ljudje so veliko delali, zato so se odločali potovati v različne kraje, kjer bi se sprostili, videli kaj novega, spoznali različne kulture, jezike in običaje.

Primarna turistična ponudba se je razvila s pomočjo narave, sekundarna turistična ponudba pa s pomočjo človeka. Ena brez druge ne moreta obstati, primarna turistična ponudba je zelo odvisna od sekundarne in to vidimo prav na primeru Budve ter njene turistične ponudbe. Če Budva ne bi imela dobro razvite osnovne ter turistične infrastrukture, bi bilo število turistov bistveno manjše.

V diplomski nalogi smo raziskali, zakaj ljudje potujejo v Budvo in katere dejavnosti jih tam najbolj privlačijo. Ugotovili smo, da ljudje v Budvo potujejo predvsem zaradi zabave, plavanja, ogleda kulturnih in zgodovinskih znamenitosti ter nakupovanja. To kaže tudi podatek, da v Budvo potujejo predvsem mladi turisti do 25 let, medtem ko je starejših zelo malo. S pomočjo ankete smo ugotovili nekatere prednosti in slabosti turistične destinacije ter na podlagi lastnega raziskovanja sestavili SWOT-analizo.

Turistično ponudbo Budve bi lahko izboljšali z gradnjo novih luksuznih hotelov, z gradnjo obvoznic, s katerimi bi razbremenili cestni promet, z gradnjo novih umetnih plaž pa bi lahko razbremenili gnečo na plažah. Lahko bi povečali tudi obisk turistov izven sezone.

Primerjali smo tudi obisk slovenskih turistov Budve v letu 2010 in 2011 ter poskušali ugotoviti v katerem letu so le-ti največkrat obiskali Budvo. Rezultate pridobljene s pomočjo spletne strani statističnega urada Črne gore smo primerjali in ugotovili, da je bilo prihodov leta 2010 več kot v letu 2011. Število nočitev pa je bilo leta 2010 manj kot v letu 2011.

LITERATURA IN VIRI

Avtomobilizem. Pridobljeno 12. 3. 2012 z naslova <http://www.avtomobilizem.com/forum/viewtopic.php?t=70544&postdays=0&postorder=asc&start=20>.

Avtomobilizem. Pridobljeno 12. 3. 2012z naslova <http://www.avtomobilizem.com/forum/viewtopic>.

Budva travel. Pridobljeno 12. 3. 2012 z naslova <http://www.budva.travel/mne/budva/plaze>.

Budva travel. Pridobljeno 12. 3. 2012 z naslova <http://www.budva.travel/mne/sta-vidjeti-i-raditi/top-10/istorija-i-kultura-avantura-minulih-vremena>.

Budva travel. Pridobljeno 12. 3. 2012 z naslova <http://www.budva.travel/mne/sta-vidjeti-i-raditi/budva-top-10>.

Duletić, Đ. V. (2010). *Budva od mita do stvarnosti*. Cetinje: IVPE.

Matelič, S. M. (2010). *Zapiski predavanj: Osnove študija turizma*. Celje: FKPV.

Monstat. Pridobljeno 12. 3. 2012 z naslova <http://www.monstat.org>.

Monstat. Pridobljeno 12. 3. 2012 z naslova <http://www.monstat.org/userfiles/file/turizam/dolasci%20i%20nocenja%202011/din%20kum%20dec11.pdf>.

Prodnik, J. in David, K. (2009). *Zapiski predavanj: Poslovanje v turizmu*. Ljubljana: MŠŠ.

Rivijera. Pridobljeno 12. 3. 2012 z naslova <http://www.rivijera.net/>.

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Število prihodov in prenočitev slovenskih turistov v Budvi leta 2010 in 2011	14
Graf 2: Spol anketiranih	15
Graf 3: Starost anketiranih	16
Graf 4: Stopnja izobrazbe anketiranih	17
Graf 5: Status anketiranih	18
Graf 6: V katerem obdobju ste obiskali Budvo?	19
Graf 7: Koliko časa ste ostali v Budvi?	20
Graf 8: Ali ste potovali sami ali v družbi?	21
Graf 9: Na kakšen način ste rezervirali svoje potovanje?	22
Graf 10: V kateri vrsti nastanitve ste bivali?	23
Graf 11: Katere vire informacij ste uporabili pri pripravi za potovanje v Budvo?	24
Graf 12: Katero vrsto prevoza ste uporabili za potovanje v Budvo?	25
Graf 13: Katere so glavne dejavnosti, ki so Vas pritegnile k obisku Budve?	26
Graf 14: Kako bi ocenili osnovno infrastrukturo Budve (oskrba s pitno vodo, ceste, trgovina, kanalizacija)?	27
Graf 15: Ali mislite, da je Budva kot turistična destinacija dobro prepoznavna tudi v Sloveniji?	28
Graf 16: Kako bi ocenili Vaš splošni vtis obiska Budve?	29
Graf 17: Na splošno bi lahko rekli, da je obisk Budve?	30
Graf 18: Ali boste ponovno obiskali Budvo?	31
Graf 19: Ali bi znancem, prijateljem, sorodnikom priporočili obisk Budve?	32

KAZALO TABEL

Tabela 1: Prihodi in prenočitve slovenskih turistov v Budvi med letoma 2010/2011	14
Tabela 2: Spol anketiranih	15
Tabela 3: Spol anketiranih	16
Tabela 4: Stopnja izobrazbe anketiranih	17
Tabela 5: Status anketiranih	18
Tabela 6: V katerem obdobju ste obiskali Budvo?	19
Tabela 7: Koliko časa ste ostali v Budvi?	20
Tabela 8: Ali ste potovali sami ali v družbi?	21
Tabela 9: Na kakšen način ste rezervirali svoje potovanje?	22
Tabela 10: V kateri vrste nastanitve ste bivali?	23
Tabela 11: Katere vire informacij ste uporabili pri pripravi za potovanje v Budvo?	24
Tabela 12: Katero vrsto prevoza ste uporabili za potovanje v Budvo?	25
Tabela 13: Katere so glavne dejavnosti, ki so Vas pritegnile k obisku Budve? (Izberi do 5 dejavnosti)	26
Tabela 14: Kako bi ocenili osnovno infrastrukturo Budve (oskrba s pitno vodo, ceste, trgovina, kanalizacija)?	27
Tabela 15: Ali mislite, da je Budva kot turistična destinacija dobro prepoznavna tudi v Sloveniji?	28
Tabela 16: Kako bi ocenili Vaš splošni vtis obiska Budve?	29
Tabela 17: Na splošno bi lahko rekli, da je obisk Budve?	30

Tabela 18: Ali boste ponovno obiskali Budvo?	31
Tabela 19: Ali bi znancem, prijateljem, sorodnikom priporočili obisk Budve?	32
Tabela 20: Navedite prednosti in slabosti vašega obiska Budve	33
Tabela 21: SWOT-analiza na podlagi ankete in lastnega raziskovanja	34

PRILOGA: ANKETNI VPRAŠALNIK

Pozdravljeni,

sem Neda Knežević, študentka Višje strokovne šole B&B. Z diplomsko nalogo »*Turistična ponudba Budve in njena prepoznavnost v Sloveniji*« želim zaključiti študij, zato potrebujem tudi vašo pomoč oz. vaše odgovore. Podatki se bodo uporabljali izključno v namen moje diplomske naloge in bodo anonimni. Pri vsakem vprašanju obkrožite le en odgovor.

Prosim, da izpolnjeni vprašalnik vrnete po elektronski pošti na naslov:

nedica33@hotmail.de

Lep pozdrav in hvala že vnaprej.

1. **Spol:** M Ž

2. **Starost:**

- a) Do 25 let
- b) 25–35 let
- c) 36–45 let
- d) 46–55 let
- e) Nad 55 let

3. **Stopnja izobrazbe:**

- a) Osnovna šola
- b) Srednja šola
- c) Višja šola
- d) Visoka šola
- e) Magisterij, doktorat

4. **Status:**

- a) Zaposlen
- b) Študent
- c) Dijak
- d) Upokojenec
- e) Nezaposlen

-
- 5. V katerem obdobju ste obiskali Budvo?**
- a) Januar–maj
 - b) Junij–september
 - c) Oktober–december
- 6. Koliko časa ste ostali v Budvi?**
- a) Samo en dan
 - b) 1–14 dni
 - c) 14 dni in več
- 7. Ali ste potovali sami ali v družbi?**
- a) Sami
 - b) Z družino
 - c) S partnerjem/partnerko
 - d) S prijatelji
- 8. Na kakšen način ste rezervirali svoje potovanje?**
- a) preko turistične agencije v Sloveniji
 - b) preko turistične agencije v Črni gori
 - c) direktno pri zasebnem ponudniku (zasebna nastanitev, najem)
- 9. V kateri vrsti nastanitve ste bivali?**
- a) Hotel
 - b) Penzion
 - c) Stanovanje
 - d) Zasebna nastanitev, soba, apartma
 - e) Kamp
 - f) Pri prijatelju, sorodniku, znancu
- 10. Katere vire informacij ste uporabili pri pripravi za potovanje v Budvo?**
- a) Potopisi na televiziji/radiu
 - b) Potopisi v časopisih
 - c) Vodič, literatura o potovanjih
 - d) Prijatelji, sorodniki, znanci
 - e) Internet
 - f) Literatura turistične organizacije
 - g) Katalogi, brošure organizatorjev potovanj
 - h) Izkušnje iz predhodnih obiskov

11. Katero vrsto prevoza ste uporabili za potovanje v Budvo?

- a) Letalo
- b) Avtodom
- c) Vlak
- d) Avtobus
- e) Avtomobil

12. Katere so glavne dejavnosti, ki so Vas pritegnile k obisku Budve? (Izberite do 5 dejavnosti)

- Plavanje
- Surfanje
- Jadranje
- Ribolov, lov
- Ogled kulturnih, zgodovinskih znamenitosti
- Obisk muzejev
- Obisk diskotek, nočnih klubov
- Obisk lokalnih dogodkov (festivali, karnevali, koncerti ...)
- Obisk Casinojev
- Nakupovanje
- Kulinarika

13. Kako bi ocenili osnovno infrastrukturo Budve (oskrba s pitno vodo, ceste, trgovina, kanalizacija)?

- a) Odlično
- b) Dobro
- c) Zelo slabo

14. Ali mislite, da je Budva kot turistična destinacija dovolj prepoznavna tudi v Sloveniji?

- a) Da
- b) Ne

15. Kako bi ocenili Vaš splošni vtis obiska Budve?

- a) Zelo dober
- b) Dober
- c) Slab
- d) Zelo slab

16. Na splošno bi lahko rekli, da je obisk Budve:

- a) Relativno poceni
- b) Z običajnimi cenami
- c) Precej drago

17. Ali boste ponovno obiskali Budvo?

- a) Da
- b) Ne
- c) Mogoče

18. Ali bi znancem, prijateljem, sorodnikom priporočili obisk Budve?

- a) Da
- b) Ne
- c) Mogoče

19. Navedite prednosti in slabosti vašega obiska Budve.
