

Поставка истраживања на  
примеру рада:  
“Утицај изгледа и  
опремљености на избор  
туристичке агенције”

др Александра Вујко

# Увод

## ▶ ПРЕДМЕТ

- ▶ Предмет истраживања су туристичке агенције и утицај изгледа и опремљености на одлуку потенцијалних корисника услуга о избору туристичке агенције.

## ▶ ЦИЉ

- ▶ Циљ је да се на основу анкетирања испитаника закључи колики је утицај изгледа и опремљености на одлуку о избору туристичке агенције.

## ▶ ЗАДАЦИ

- ▶ Задачи овог рада, како би се извршила реализација самог истраживања, били су:
  - Саставити анкетни лист
  - Спровести анкету
  - Статистички обрадити одговоре испитаника
  - Приказати резултате истраживања графичким путем и
  - Анализом утврдити колико је изглед значајан за избор агенције.



# ПРИМЕЊЕНА МЕТОДОЛОГИЈА

- ▶ ТОК И ПОСТУПЦИ ИСТРАЖИВАЊА  
Током прикупљања података коришћена је истраживачка техника – анкетирање.
- ▶ Анкетни лист је садржао \_\_\_\_\_ питања са више понуђених одговора, усмерених на добијање конкретних података (Прилог 1).
- ▶ Прилог се прилаже на крају рада, после литераруре.

# ПРИЛОГ 1. – АНКЕТНИ УПИТНИК

НА ПОЧЕТКУ ТРЕБА ДА ПИШЕ:

- ▶ Упитник који је пред вама, конструисан је с намером да се испитају ставови клијената туристичких агенција о утицају локације за избор туристичких агенција. Прикупљени подаци користиће се искључиво у научне сврхе. Испитивање је анонимно и нема потребе да се потписујете.
- ▶ ХВАЛА НА САРАДЊИ!!!

# ОПШТИ ДЕО– свима је заједнички

HVALA NA SARADNJI!!!

- |                                       |  |   |
|---------------------------------------|--|---|
| 1. POL:                               | a.) MUŠKI  | b.) ŽENSKI  |
| 2. PORODIČNI STATUS:                  | a.) OŽENJEN- UDATA<br>c.) RAZVEDEN- RAZVEDENA  | b.) NEOŽENJEN- NEUDATA<br>d.) UDOVAC- UDOVICA   |
| 3. STAROST:                           | a.) DO 15 god.<br>b.) OD 16- 25 god.<br>c.) OD 26- 35 god.<br>d.) OD 36- 45 god.<br>e.) OD 46- 55 god.<br>f.) PREKO 56god. | 4. ZANIMANJE: a.) ZAPOSLEN/A _____<br>b.) NEZAPOSLEN/A<br>c.) DOMAĆICA<br>d.) UČENIK _____<br>e.) STUDENT _____<br>f.) PENZIONER        |
| 5. NIVO OBRAZOVANJA (stručna sprema): | a.) OSNOVNO OBRAZOVANJE<br>d.) NIŽA STRUČNA SPREMA <small>nss</small><br>f.) VIŠA STRUČNA SPREMA <small>vs</small>         | b.) KVALIFIKOVAN<br>e.) SREDNJA STRUČNA SPREMA <small>sss</small><br>g.) VISOKA STRUČNA SPREMA<br>c.) VISOKO KVALIFIKOVAN<br>h.) MR/ DR |

# СПЕЦИФИЧАН ДЕО – разликује се у зависности од истраживања

- ▶ 6. Наведите туристичке агенције преко које (их) сте до сада путовали:

▶ -----

- ▶ 7. Да ли на Вашу одлуку о избору туристичке агенције утиче изглед и уређеност њеног излога?

да, врло  
можда / нисам размишљао (ла) о томе  
да, али незнатно,  
не

- ▶ Наведите разлог:

-----



- ▶ 8. Да ли на Ваш избор туристичке агенције утиче њена унутрашња уређеност и опремљеност?

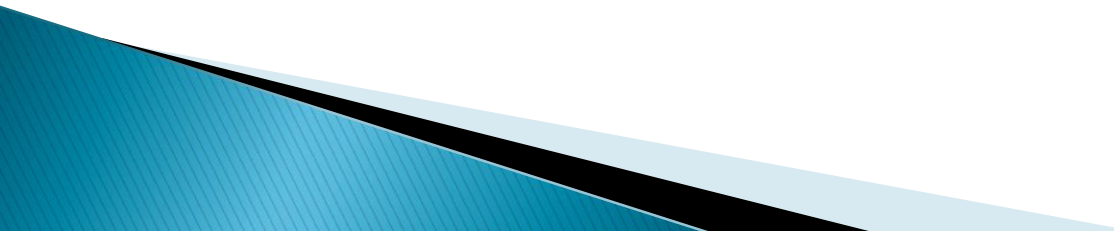
да, врло

можда / нисам размишљао (ла) о томе

да, али незнатно,

не

- ▶ 9. Оцените оценом од 1–5 елементе уређености који се сматрају значајним.
  - а. удобност места за комуницирање
  - б. стил и уређеност простора
  - в. осветљеност
  - г. доступност туристичких аранжмана
  - д. добар избор боја
  - ђ. проветреност, мириси
  - е .естетско уређење (уметничке слике, цвеће)
  - ж. опремљеност савременим уређајима

- ▶ 10. молим Вас да изнесете Ваше мишљење о значају изгледа агенције за Вашу одлуку о избору агенције:
  - ▶ а) уопше није важно
  - ▶ б) веома је важно
  - ▶ с) не знам
- 

- ▶ Поред емпиријског, као основног метода, у фази израде теоријског оквира коришћен је библиографско – спекулативни метод, док је приликом обраде и интерпретације резултата употребљен статистички програм СПСС.

Добијени резултати су приказани табеларно и графички уз текстуални коментар.

## ▶ УЗОРАК ИСПИТАНИКА

- ▶ Испитивање је обухватило \_\_\_\_\_ испитаника при чему је посебна пажња била усмерена ка томе да узорком буду обухваћене различите категорије људи са различитим степеном образовања и различите старосне доби, пола, социјалног стања који су били изабрани по принципу случајног узорка.

Оно је било спроведено у \_\_\_\_\_ на територији \_\_\_\_\_ са корисницима услуга агенција– туристима.

# РЕЗУЛТАТИ И ДИСКУСИЈА

- ▶ АНАЛИЗА НЕЗАВИСНИХ ВАРИЈАБЛИ
- ▶ У првом делу резултата врши се обрада и анализа независних варијабли анкете: старости, пола, стручне спреме, занимања...

# ПИТАЊЕ1: СТАРОСТ ИСПИТАНИКА

- ▶ Испитивањем је обухваћено 119 испитаника различите старосне доби.

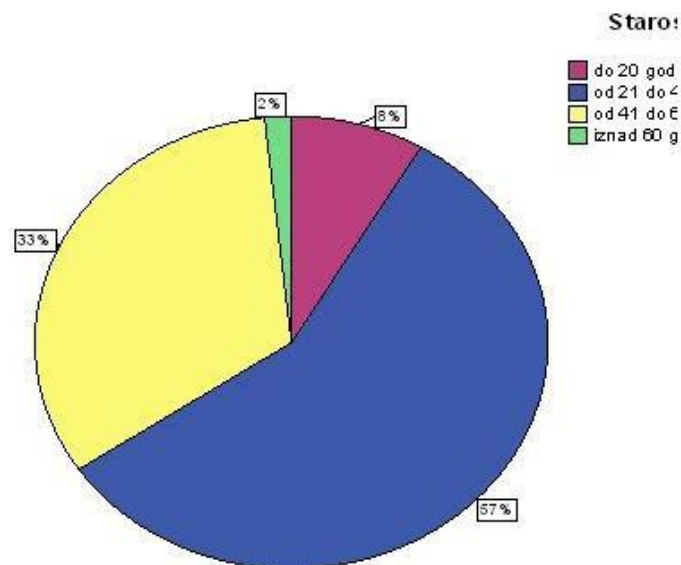
Као што се из табеле 1 и графикана 1 може и уочити најзаступљенија категорија били су испитаници 21–40 година и то са више од 50% (57,1%).

Tabela 1. Godine starosti ispitanika

Starost		Frequency	Valid Percent
Valid	do 20 godina	10	8,4
	od 21 do 40 godina	68	57,1
	od 41 do 60 godina	39	32,8
	iznad 60 godina	2	1,7
	Total	119	100,0

(Izvor: rezultati istraživanja autora)

Grafik 1. Godine starosti ispitanika



(Izvor: rezultati istraživanja autora)



## ▶ АНАЛИЗА ЗАВИСНИХ ВАРИЈАБЛИ

- ▶ Да би се добио одговор на задату тему у овом поглављу су приказани резултати добијени обрадом података из зависних варијабли.

Подаци добијени из зависних варијабли обрађивани су унакрсно са једном независном променљивом, тј. полом како би се уочила разлика у ставовима оба пола о утицају изгледа путничке агенције.

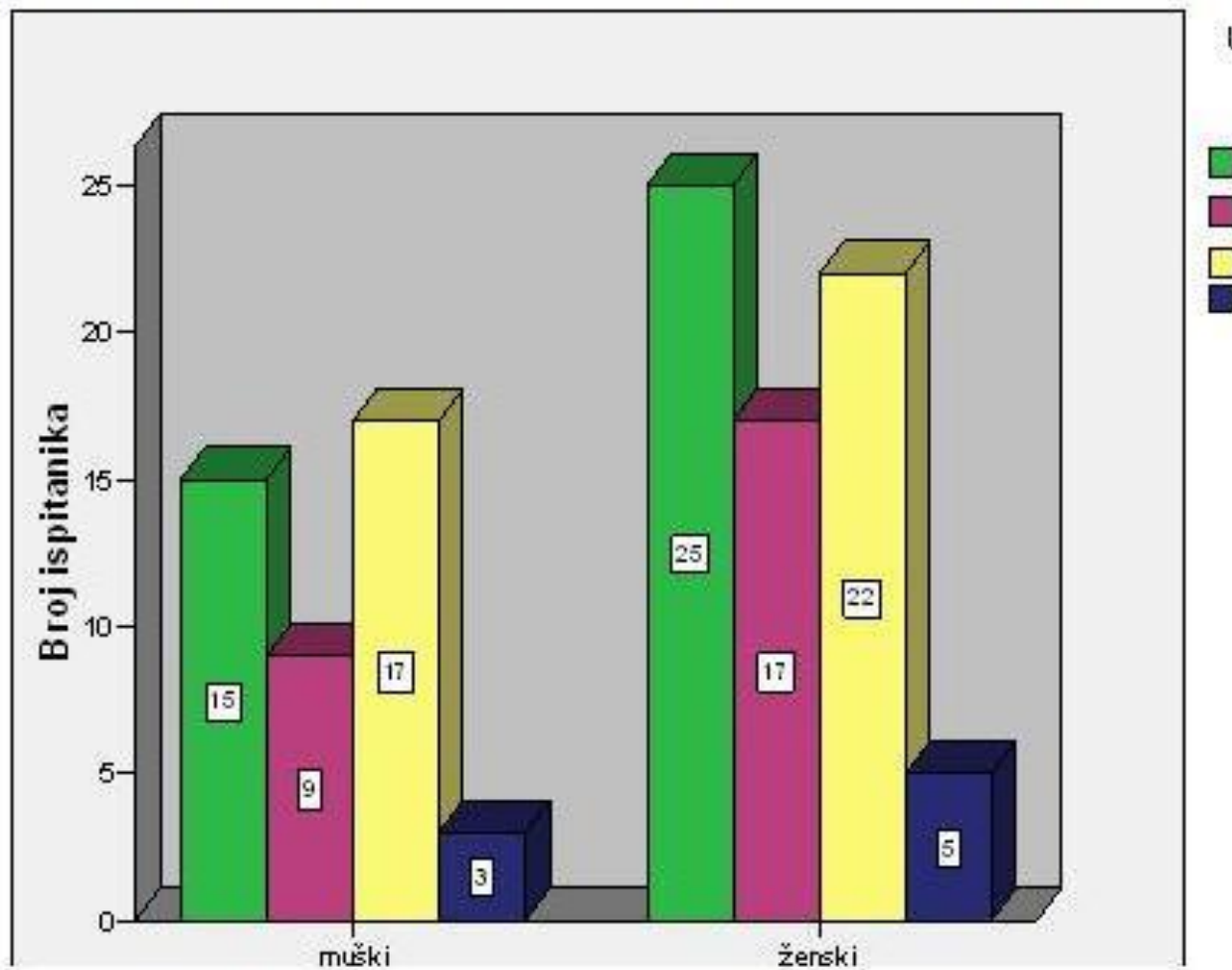
## ПИТАЊЕ 7. Утицај изгледа и уређености излога путничке агенције на избор

- ▶ Питање "Да ли на вашу одлуку о избору туристичке агенције утиче изглед и уређеност њеног излога?" састојало се од четири понуђена одговора: да, врло; можда / нисам размишљао (ла) о томе; да, али не знатно; не.

Увидом у табелу и графикон 7. може се уочити да су највише заступљени испитаници који су на питање важности спољашњег изгледа агенције одговорили са: (35.4%) и са "да, али не знатно" (34.5%), док је само њих 7,1% одговорило са "не". Женских испитаника је одговор "да, врло" дало 36,2%, а мушких 34,1%.

			Uticaj izgleda putničke agencije i uređenosti njenog izloga				Total
			da, vrlo	možda/nisam razmišljao(la) o tome	da, ali ne znatno	ne	
Pol	muški	Count	15	9	17	3	44
		% within Pol	34,1%	20,5%	38,6%	6,8%	100,0%
	ženski	Count	25	17	22	5	69
		% within Pol	36,2%	24,6%	31,9%	7,2%	100,0%
Total		Count	40	26	39	8	113
		% within Pol	35,4%	23,0%	34,5%	7,1%	100,0%

**Grafikon 7.** Stavovi ispitanika o uticaju izgleda i uređenosti izloga putničke agencije na izbor agencije



(Izvor: rezultati istraživanja autora)

# ZAKLJUČAK

- ▶ Na osnovu rezultata istraživanja moglo se zaključiti da:
- ▶ IZGLED putničke agencije, i u smislu eksterijera i enterijera, je procenjen kao značajan faktor pri izboru agencije.

# ЛИТЕРАТУРА

