



VIŠEKRITERIJUMSKA OCENA INTERNET PREZENTACIJE BEOGRADA ZA STRANE TURISTE

Mališa R. Žižović¹, Verka Jovanović¹, Miodrag M. Žižović², Nada Damljanović²

¹Univerzitet Singidunum, Srbija

²Tehnički fakultet u Čačku, Srbija

Abstract:

U ovom radu su razmatrane internet prezentacije grada Beograda koje su namenjene stranim turistima. Dat je prikaz nekih celina i njihovih sajtova. Posebna pažnja usmerena je na muzeje u Beogradu, pa je za muzeje ovde i dato uputstvo za prezentovanje Beograda i naše zemlje. Dalje, izvršena je višekriterijumska analiza internet prezentacija turističke ponude Beograda sa dva glavna stanovišta- sa stanovišta interesovanja turista i sa druge strane sa stanovišta organizatora prezentacije.

Key words:

prezentacija,
websajt,
strani turista,
muzej,
višekriterijumska analiza.

UVOD

Ako se posmatra poseta turista turističkim destinacijama u Srbiji, uključujući pri tom i ljude koji dolaze poslovno, Beograd je najatraktivnija turistička destinacija.

Tabela 1. daje prikaz broja poseta turista od 2009. do 2013. godine u Beogradu.

Tabela 1. Turisti u Beogradu

Posetioci			
Godina	Domaći	Strani	Ukupno
2009	125076	343776	468852
2010	124681	378194	502875
2011	119218	420004	539222
2012	116249	450685	566934
2013	120778	517401	638179
Noćenja			
Godina	Domaći	Strani	Ukupno
2009	432731	802929	1235660
2010	411442	792608	1204050
2011	406668	850629	1257297
2012	420405	917239	1337644
2013	392298	1016739	1409037

Izvor: Zavod za informatiku i statistiku, Beograd, 2014

Iz date tabele se lako vidi da svaki strani turista ima prosečno oko dva noćenja u Beogradu. Dakle, njegovo vreme boravka u Beogradu nije veliko i ako pretpostavimo da ima višestruka interesovanja, onda on nema mnogo vremena za zadovoljenje svih potreba.

Ovde će biti napravljena analiza internet prezentacija turističke ponude Beograda sa dva glavna stanovišta- sa stanovišta interesovanja turista (kroz odgovarajuću povećanu preferenciju za određenu vrstu turističke ponude) i sa druge strane sa stanovišta organizatora prezentacije, kroz hipotetičko rangiranje prema uspešnosti prikaza Beograda i naše zemlje.

KRATAK PRIKAZ POJEDINIH CELINA I NJIHOVIH SAJTOVA

Muzeji u Beogradu

Muzeji u Beogradu, kao deo šire kulturne baštine gotovo da su izgubili značaj u savremenoj turističkoj ponudi grada. Najveći (glavni) muzej u Srbiji i Beogradu je Narodni muzej koji u zadnjih desetak godina uglavnom ne prima posetioce.

Muzej savremene umetnosti se takođe nalaze u stanju rekonstrukcije. Postoji nekoliko manjih muzeja koji uspešno rade, ali je pitanje koliko je interesovanje i broj posetilaca tih muzeja. Najčešće, za te specijalizovane muzeje se interesuje uži krug ljudi. Od muzeja koji su zanimljivi i strancima, ističe se Muzej Nikole Tesle i muzejsko-memo-



rijalni prostor Kuća cveća. Muzej nauke i tehnike koji se nalazi u Skender Begovoj ulici u prostoru bivše termoelektrane (koja je kao zgrada te namene i sama muzejski prostor) ima mali deo iskorišćenosti. Bilo bi korisno da se u ovom prostoru objedini prezentacija muzeja i muzejskog rada u Beogradu uz predstavljanje izuzetno vrednog materijalnog i kulturnog nasleđa grada i znamenitih stvaralaca.

Napomenućemo neke od važnijih činjenica koje bi tu mogle da budu prezentovane (nalazile bi se i na odgovarajućem sajtu koji bi bio pozivnica da se to ovde i vidi):

- ♦ Lazar Hilandarac i njegov časovnik (u Kremlju);
- ♦ Rekonstrukcija Tesline laboratorije iz Kolorada;
- ♦ Pupinova otkrića, knjige i dr. , njegova uloga u stvaranju Jugoslavije 1918. i 1919. godine;
- ♦ Računar za rešavanje diferencijalnih jednačina, rad Mihaila Petrovića-zlatna medalja na svetskoj izložbi 1900. godine u Parizu. Potom nagrada Londonskog matematičkog društva (postoji i napravljen prototip koji je bio izložen u Parizu);
- ♦ Biografije i zasluge 100 najznačajnijih Srba (akademija SANU);
- ♦ Stvaranje Srpske države-srednji vek;
- ♦ Obnavljanje Srpske države- XIX vek, uloga kneza Miloša u tome, uloga Karađorđevića u tome;
- ♦ Sretenjski ustav iz 1835. godine;
- ♦ Ukidanje feudalizma u Srbiji;
- ♦ Izjednačavanje svih veroispovesti po tom ustavu;
- ♦ Kulturna dobra - Nobelova nagrada Ivi Andriću;
- ♦ Sportski uspesi-vaterpolisti-reprezentacija, Partizan, Zvezda, košarkaši- reprezentacija, Partizan, teniseri- N. Đoković, A. Ivanović, J. Janković, reprezentacija, fudbaleri - Crvena Zvezda, odbojkaši i dr.

Mnoge druge činjenice koje nisu navedene mogu da budu deo savremene, sveobuhvatne prezentacije grada Beograda u jedinstvenom prostoru na Dorćolu, tom autentičnom delu grada.

Sa ovakvim pristupom, koji može biti lako ostvaren i svakodnevnim radom muzeja, predstavljanje grada i njegove ponude bi bilo veoma dobro ocenjeno, bez obzira što "glavni" muzeji praktično ne rade.

Sakralni objekti

Sakralni objekti Beograda su relativno dobro prikazani na nekim sajtovima u Beogradu, mada bi strožiji kritičari imali nekih zamerki.

Galerije

Galerije i uopšte kulturna dešavanja su uglavnom dobro prikazani.

Arhitektura

Arhitektura Beograda nije prikazana u najboljem svetlu. Mada je arhitektura nosilac identita grada i njegovih stanovnika i događaja kroz istoriju (Beograd često rušen i uništavan) njeno predstavljanje nije ni dovoljno ni dobro osmišljeno.

Restorani

Restorani, klubovi i splavovi su relativno dobro prikazani (mada pojedini samo na srpskom jeziku).

Gradski saobraćaj

Gradski saobraćaj ima relativno dobar sajt, mada nije pogodan za one koji ne znaju kako da se u Beogradu stigne od tačke A do tačke B.

Atraksije

Pojedine gradske celine (Kalemegdan, dvorovi, Skadarlija i dr.) su prikazani uglavnom dobro kao atrakcije, mada mogu da čine celinu D.- arhitektura.

VIŠEKTERIJUMSKA ANALIZA WEB PREZENTACIJA BEOGRADA

U radu će biti izvršena višekriterijumska analiza internet prezentacija turističke ponude Beograda.

Metode višekriterijumske analize se svakodnevno koriste pri donošenju odluka veće ili manje važnosti. Problem višekriterijumskog odlučivanja se svodi na zadatak poređenja alternativa ocenjenih prema većem broju različitih kriterijuma (najčešće različitog relevantnog značaja) primenom odgovarajućeg računa. Za dati skup alternativa i dati skup kriterijuma, prirodno se nameće pitanje koja alternativa je najbolja?

Tokom poslednjih decenija razvijen je veliki broj metoda i tehnika višekriterijumskog odlučivanja. Za pregled dostupnih metoda upućujemo na monografiju M. Radojčić, M. Žižović (1998). Potraga za optimalnim rešenjem dovela je do velikog broja različitih tehnika i metoda u okviru naučnih disciplina kao što su operaciona istraživanja, menadžment, računarske nauke, statistika i dr. U kombinaciji sa upotrebom modernih računara, mnoge od ovih metoda imaju dobro razvijenu softversku podršku. Metode višekriterijumskog odlučivanja mogu se primeniti u raznim konkretnim situacijama, na primer neke od metodologija mogu se videti u radovima M. M. Žižović i dr. (2010-2013), i M. Žižović (2013).

U ovom radu izvršićemo višekriterijumsku analizu web prezentacija Beograda. Za ocenjivanje i rangiranje alternativnih izbora koristićemo Mrežni metod koji je uveo M. Žižović i dr. (2011).

U Tabeli 2. navedene su alternative koje ćemo razmatrati u ovom primeru. Naime, imajući u vidu da prosečan turista u Beogradu ne boravi dugo (u proseku dva noćenja) i da nema mnogo vremena za zadovoljenje svih potreba, odnosno obilazak svih turističkih ponuda grada Beograda, ovde ćemo razmotriti neke najčešće alternativne izbore. Napomenimo da se sledeća višekriterijumska metodologija može primeniti na analogan način i ako uzmemo u obzir veći polazni skup alternativa.

Tabela 2

Alternative	
A ₁	Muzeji, arhitektura, zabava, restorani, šoping.
A ₂	Galerije, sakralni objekti, šoping.
A ₃	Događaji, restorani, šoping.
A ₄	Atraksije, restorani, muzeji, šoping.



Ovaj skup alternativa oceniceemo prema kriterijumima prikazanim u Tabeli 3.

Tabela 3

Kriterijumi	
C_1	Karakteristike sajtova (brzina otvaranja, višezjezičnost, lako nalaženje informacija,...).
C_2	Dizajn sajta.
C_3	Informativnost sa stanovišta korisnika.
C_4	Informativnost sa stanovišta prikaza naših vrednosti.

Višekriterijumsko rangiranje predloženih alternativa po datim kriterijumima, biće izvršeno na osnovu Mrežnog metoda za višekriterijumsko ocenjivanje. Ovaj metod se bazira na računanju rastojanja date alternative A_i od hipotetički idealne- najbolje alternative A^* i hipotetički najgore alternative A_* . U račun se uključuje čitav niz parametara, počev od onih uobičajenih kojima se uzima u obzir značaj važnosti kriterijuma, do onih koji su za ovaj metod specifični kao što su funkcije kojima se opisuje značaj razlike između alternativa. Za jednu alternativu kažemo da je bolja od druge ako je bliža hipotetički najboljoj alternativni A^* i udaljenija od hipotetički najgore alternative A_* .

Ekspertske ocene datih alternativa prema predloženim kriterijumima prikazane su u Tabeli 4.

Tabela 4

	C_1	C_2	C_3	C_4
A_1	4	5	5	6
A_2	6	5	6	5
A_3	7	6	6	4
A_4	5	4	7	8

Primenom Mrežnog metoda dobijen je sledeći rang alternativa

$$A_4 \rightarrow A_3 \rightarrow A_2 \rightarrow A_1,$$

čime je istaknuta prednost alternative A_4 u odnosu na ostale upoređivane.

ZAKLJUČAK

Svaka turistička organizacija prezentuje svoje turističke destinacije na razne načine. Jedan od najefikasnijih, a

pri tom i najjeftinijih načina prezentovanja jeste prezentovanje putem Interneta, odnosno preko web sajtova. Zbog toga se ovi sajtovi moraju dobro i pažljivo pripremiti, oni moraju biti sadržajni, u potpunosti korektni, tačni i informativni, ali isto tako i jasni i laki za korišćenje. Njihova važnost može da se sagleda i sa stanovišta onoga ko putuje i onoga ko se prezentuje. U oba slučaja, Internet prezentacija se ocenjuje na osnovu više različitih kriterijuma.

U ovom radu izvršena je višekriterijumska analiza Internet prezentacija grada Beograda za strane turiste odnosno turističke tražnje. Pored osnovnih karakteristika sajta, neki od bitnih faktora pri ocenjivanju su i višezjezičnost sajta, odnosno mogućnost prikazivanja sajta na više različitih jezika, zatim atraktivnost-dizajn sajta, kao i informativnost sajta sa stanovišta korisnika i sa stanovišta prikaza vrednosti grada Beograda.

U radu je dato uputstvo za prezentaciju muzeja, a u prikazima na sajtovima ostalih celina se na sličan način lako može napraviti uputstvo za prezentaciju Beograda i naše zemlje. U tom slučaju bi se i odgovarajuće ocene premenile i generalno bi bile veće.

LITERATURA

- [1] M. Radojičić, M. Žižović, Applications of methods of multi criteria analysis in buissnis decision making, Technical faculty in Čačak, Serbia 1998 (Monograph in Serbian).
- [2] M. Žižović, N. Damljanović, V. Lazarević, N. Deretić, New method for multicriteria analysis, U.P.B. Sci. Bull. Series A 73 (2) (2011) 13-22.
- [3] M. M. Žižović, V. Jovanović, Proposal evaluation methodology for computer applications in Tourist-hotel facilities, Unitech'10, Gabrovo (2010) III-171-III-174.
- [4] M. M. Žižović, V. Jovanović, Evaluation of medical spa resorts, Unitech'11, Gabrovo (2011) III-159-III-162.
- [5] M. M. Žižović 2011. Application of computer technology in tourism industry of Moravica district, Master thesis University Singidunum, Belgrade, Serbia, 2011.
- [6] M. Žižović, N. Damljanović, O. Nikolić, N. Deretić, New MCD-method, UNITECH'13, Gabrovo, Bulgaria, 2013, III-109-III-112 (ISSN 1313-230X).
- [7] M. M. Žižović, N. Damljanović, D. Turanjanin, M. Žižović, Multicriteria analysis of use alternative sources of energy from biomass, UNITECH'13, Gabrovo, Bulgaria, 2013, III-161-III-164 (ISSN 1313-230X).

MULTI-CRITERIA EVALUATION OF WEBSITE OF BELGRADE FOR FOREIGN TOURISTS

Abstract:

In this paper, we consider the websites of Belgrade intended for foreign tourists. An overview of some units and their websites is given. Special attention is focused to the museums in Belgrade, and for museums here are given instructions how and were to present Belgrade and our country.

Furthermore, here is given a multi-criteria analysis of web sites of tourist offer of Belgrade with two main standpoint-from the standpoint of interest of tourists and on the other hand from the standpoint of the organizers of the presentation.

Key words:

presentation, website, foreign tourists, museum, multi-criteria analysis.