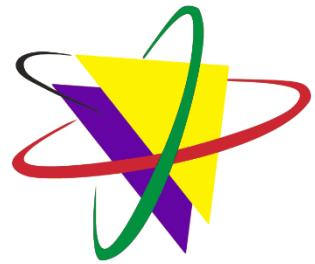


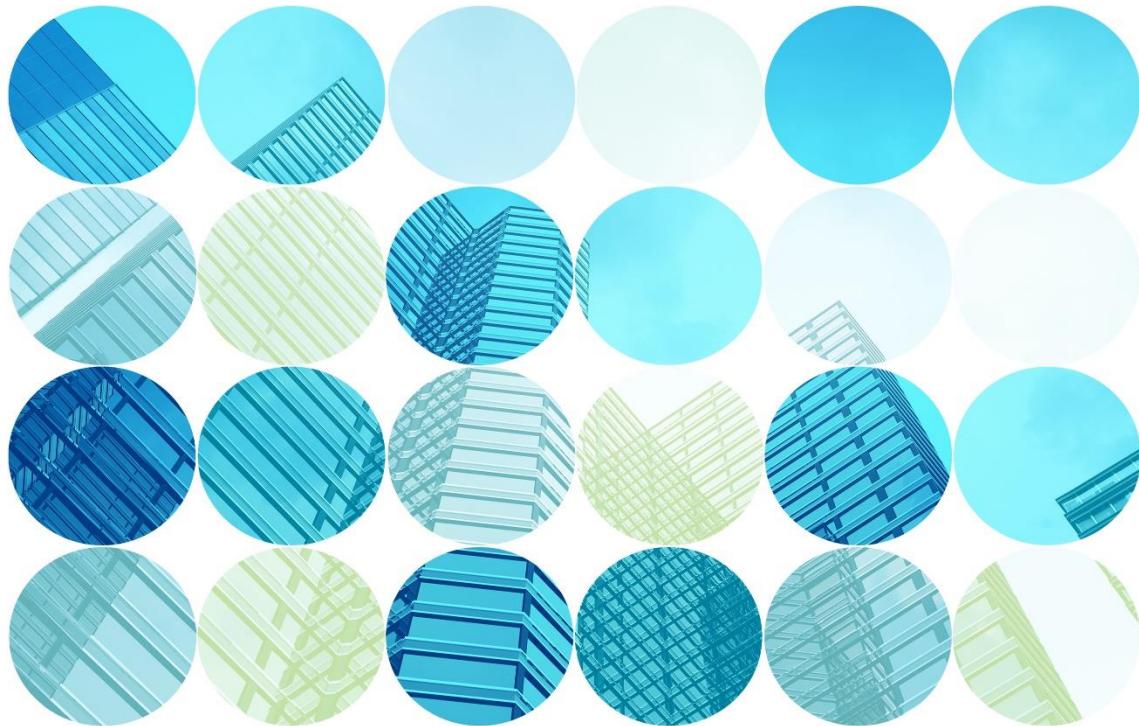
2023



IZRADA PLANA

razvoja upravljanja i operativnih kapaciteta JP Sarajevo

Amel Kosovac
Elma Avdagic-Golub
Belma Memic
Ermin Muharemovic
Muhamed Begovic



Sarajevo, April 2023.

| | |
|--------------|---|
| Autori: | V. prof. dr. Amel Kosovac Doc.dr Elma Avdagić-Golub Doc.dr Belma Memić Doc.dr. Ermin Muharemović Doc.dr Muhamed Begović |
| Izdavač: | Univerzitet u Sarajevu Fakultet za saobraćaj i komunikacije Sarajevo, zmaja od Bosne 8 |
| Za izdavača: | Prof.dr. Amel Kosovac, dekan |
| Štamparija: | |
| Tiraž: | |

Zabranjeno je kopiranje, umnožavanje ili prijenos na bilo koji elektronski medij ove knjige u cjelini ili dijelovima bez pismene dozvole izdavača. Sva autorska prava pridržana.

Sadržaj

| | | |
|------|---|----|
| 1. | Opis istraživanja | 3 |
| 1.1. | Uvod | 3 |
| 1.2 | Priprema/koordinacija | 5 |
| 1.3 | Probno istraživanje | 6 |
| 1.4 | Provodenje istraživanja | 6 |
| 1.5 | Unos, obrada podataka i finalni izvještaj | 8 |
| 2. | Opis centara iz domena istraživanja | 10 |
| 2.1 | Grand Centar | 10 |
| 2.2 | Otoka shopping centar | 10 |
| 2.3 | Capital Tower | 11 |
| 2.4 | Bosmal City Center | 12 |
| 2.5 | Energoinvest | 13 |
| 2.6 | Importanne Centar | 14 |
| 2.7 | United investment | 15 |
| 2.8 | Aria Mall | 16 |
| 2.9 | Sarajevo City Centar | 17 |
| 2.10 | Alta Shopping Centar | 18 |
| 2.6 | Foto izvještaj o izvršenom anketiranju | 19 |
| 3. | Statistički podaci iz istraživanja | 22 |
| 3.1 | Statistički podaci za Alta Sopping Center | 22 |
| 3.2 | Statistički podaci za ARIA Mall | 27 |
| 3.3 | Statistički podaci za Bosmal City Center | 32 |
| 3.4 | Statistički podaci za CAPITAL TOWER | 37 |
| 3.5 | Statistički podaci za ENERGOINVEST | 43 |
| 3.6 | Statistički podaci za GRAND CENTAR | 48 |
| 3.7 | Statistički podaci za IMPORTANNE CENTAR | 53 |
| 3.8 | Statistički podaci za OTOKA SHOPPING CENTAR | 59 |
| 3.9 | Statistički podaci za Sarajevo City Center | 63 |
| 3.10 | Statistički podaci za UNITIC | 69 |

1. Opis istraživanja

1.1. Uvod

Istraživanje obuhvata prikupljanje informacija o količini putovanja koja generišu ili privlače (uzrokuju) veliki objekti poput tržnih centara. Podaci su neophodni kako bi se razumjelo koliko ljudi posjećuje ove objekte, koliko često ih posjećuju i koje vrste putovanja obavljaju kako bi se moglo procijeniti kakav uticaj ovi objekti imaju na saobraćaj u okolnim područjima.

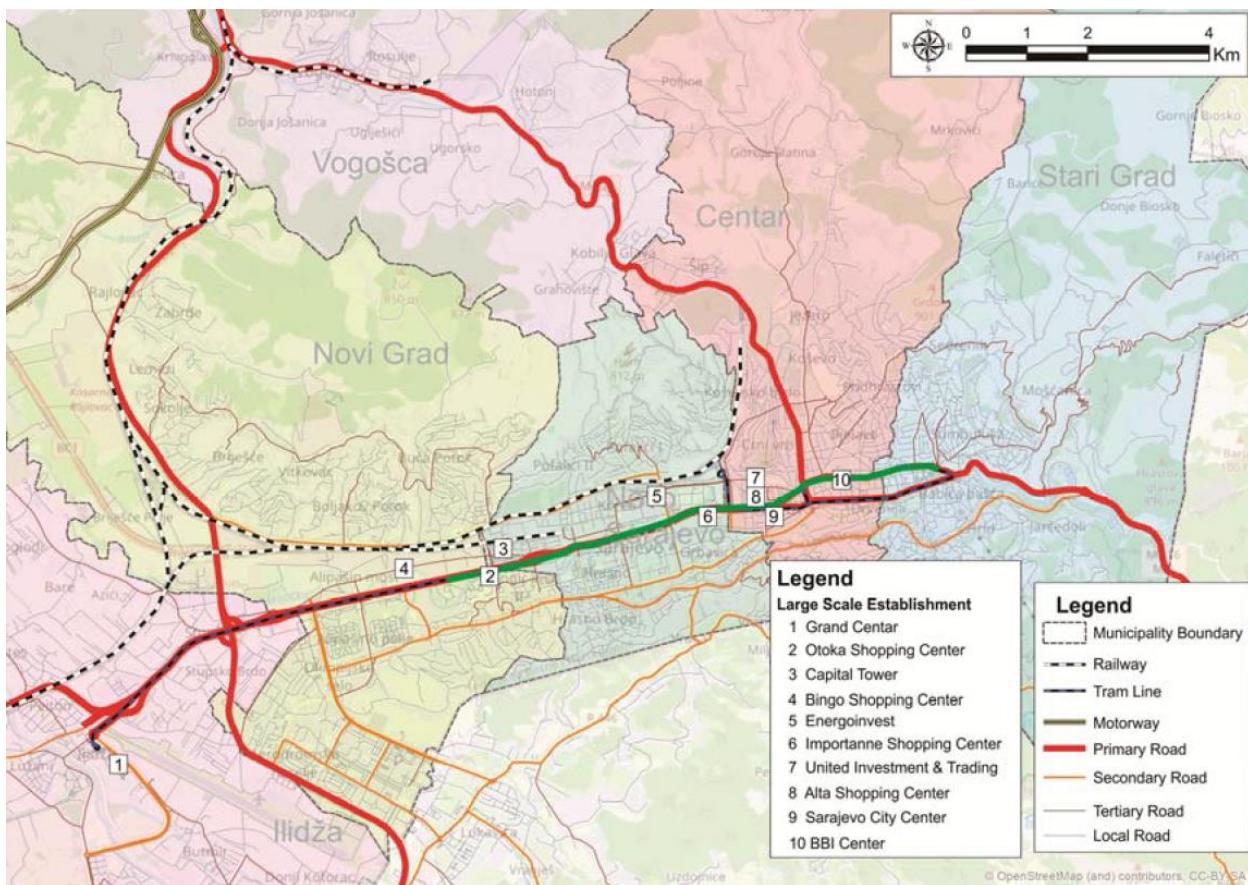
- U procesu prikupljanja podataka, obično se postavljaju pitanja kao što su:
- Koliko ljudi posjećuje ovaj objekat dnevno/mjesečno/godišnje?
- Koji su glavni razlozi posjete ovom objektu?
- Koje vrste transporta koriste posjetioci ovog objekta?
- Koji su sati/periodi najveće aktivnosti u ovom objektu?
- Koliko je vremena prosječni boravak u ovom objektu?

Ovi podaci se koriste u planiranju transportnih mreža, kao i u planiranju kapaciteta i infrastrukture u okolnim područjima kako bi se osiguralo da je saobraćaj uskladen sa potrebama zajednice i sa očuvanjem životne sredine.

Provedeno istraživanje Generisanja/Privlačenja putovanja prema velikim objektima, kao što su poslovne zgrade, tržni centri itd. Glavni cilj ovog istraživanja bio je prikupiti podatke o broju putovanja koja se generišu ili privlače ovim objektima. Istraživanje je provedeno na 12 različitih objekata u studijskom području, uključujući Capital Tower, Bosmal City Center, United Investment and Trading, Avaz Twist Tower, BBI Center, Alta Shopping Center, Sarajevo City Center, Grand Center, Energoinvest, Parliamentary Assembly of BiH, Importanne Shopping Center i Otoka Shopping Center. Međutim, zbog odbijanja dvije velike institucije da dopuste provođenje istraživanja, broj lokacija smanjio se na 10.

Istraživanje je bilo podijeljeno u različite aktivnosti. Prvo, regrutirano je osoblje za provođenje istraživanja, a zatim je provedena promocija istraživanja kako bi se informirali zaposlenici, stanari i posjetitelji o namjeri prikupljanja podataka. Korištenje anketa bilo je glavno sredstvo prikupljanja podataka o broju posjetitelja, vrsti putovanja koja su izvršena i koliko često se posjećuju navedeni objekti. Odabrane su lokacije i vremena za provođenje istraživanja, i određena metodologija koja će se koristiti za prikupljanje podataka. Nakon prikupljanja podataka, isti su uneseni u MS Excel za provjeru grešaka.

Prikupljeni podaci bit će od velike pomoći za donošenje odluka i planiranje infrastrukture koja će zadovoljiti potrebe lokalne zajednice i posjetitelja, te promovisati održivi razvoj.



Slika 1 Obuhvat istraživanja

U istraživanju su se koristile određene metode kako bi se osigurao adekvatan i reprezentativan uzorak velikih poslovnih objekata. Za Capital Tower i United Investment and Trading, broj ispitanika nije bio manji od 14% i 12% ukupnog broja osoba prisutnih na tim lokacijama, rrespektivno. Za ostale lokacije, broj ispitanika nije bio manji od 10% ukupnog broja osoba prisutnih na lokaciji (ili do 500 ispitanika), na bilo kojem od ulaza ili izlaza.

Istraživanje je obavljeno u uobičajenom radnom danu (utorak, srijeda, četvrtak). Trajanje istraživanja bilo je jedan radni dan objekta, s obzirom da su uredi i trgovački centri imali različita radna vremena.

Tokom istraživanja, prikupljeni su sljedeći podaci:

- Informacije o inventaru objekta - Informacije o inventaru objekta (facility inventory information) u ovom slučaju podrazumijevaju detaljne podatke o karakteristikama velikih poslovnih objekata, kao što su površina, broj katova, broj parkirnih mesta, vrste trgovina, broj ureda i sl. Ove informacije pomažu u boljem razumijevanju fizičke strukture objekata i njihovog utjecaja na putovanja i privlačenje posjetitelja. Takve informacije su korisne u planiranju i upravljanju javnim prijevozom, saobraćajem i parkiranju u okolini objekta, a

mogu se koristiti i u analizi socioekonomskih karakteristika posjetitelja i njihovih putnih navika.,

- broj osoba na ulazima i izlazima,
- broj vozila na parkiralištu,
- socioekonomski pokazatelji i putni podaci o posjetiteljima,
- Informacije o polaznim tačkama putovanja i destinacijama (OD podaci).

1.2 Priprema/koordinacija

Planiranje svih aktivnosti i priprema, koordinacija, pribavljanje dozvola, priprema i štampa promotivnog materijala, dostavljanje plana rada.

Planiranje svih aktivnosti je dato kroz ovaj dokument. Koordinacija svih projektnih aktivnosti obavljena je prema ovom dokumentu,. Koordinaciju je izvršio voditelj istraživanja prof.dr. Amel Kosovac.

Za sprovođenje Ankete bilo je potrebno pribaviti dozvole (saglasnost) za sprovođenje istraživanja od centara u kojima je istraživanje sprovedeno: Capital Tower, Bosmal City Center, United Investment and Trading, Avaz Twist Tower, BBI Centar, Alta Shopping Center, Sarajevo City Center, Grand Center, Energoinvest, Parlamentarna skupština BiH, Importanne Shopping Center i Otoka Shopping Center.

Dvije velike ustanove odbile su da daju dozvole za istraživanje, pa je konačno istraživanje sprovedeno na deset lokacija sa izmijenjenim brojem anketa.

Za Anketu su odštampani sljedeći obrasci:

- Spisak objekata, 40 primjeraka
- Obrazac za anketu o prebrojavanju ljudi, 200 primjeraka
- Obrazac za anketu o broju vozila 100 primjeraka
- Obrazac za anketu za intervju, 6000 primjeraka

U sklopu ovog istraživanja provedene su obuke za osoblje koje će provoditi anketiranje i nadzor nad istim. Obuke su uključivale obuku za intervjuere i nadzornike. Obuke su sadržavale informacije o metodologiji istraživanja, načinu prikupljanja podataka, postavljanju pitanja, rješavanju problema i upravljanju podacima. Također, osoblje je vjerojatno prošlo kroz proces testiranja kako bi se osigurala njihova sposobnost provođenja ankete i kako bi se smanjio rizik od pogrešaka i netočnih podataka. Sve ove aktivnosti osiguravaju kvalitetu prikupljenih podataka i povećavaju pouzdanost rezultata istraživanja.

Obuka osoblja je izuzetno važan korak u ovom istraživanju. Kvaliteta prikupljenih podataka ovisi o tome koliko je dobro obučeno osoblje koje provodi ankete. U slučaju da intervjueri ne postavljaju pitanja na pravi način, ne slijede propisane procedure ili ne obraćaju pažnju na detalje, moguće je

da prikupljeni podaci budu netočni ili nepotpuni. Također, obuka za nadzornike je izuzetno važna kako bi se osigurala dosljednost u prikupljanju podataka između svih lokacija i kako bi se omogućilo rješavanje problema koji se mogu pojaviti tijekom ankete. Kvalitetno obučeno osoblje može doprinijeti boljoj kvaliteti podataka, smanjenju mogućnosti pogrešaka i povećanju pouzdanosti rezultata istraživanja. Stoga je obuka osoblja ključni element u osiguravanju uspješnosti ovog istraživanja.

U ovoj fazi projekta realizovana je obuka 24 supervizora i 72 anketara, te 96 brojača po metodologiji, zadatim zadacima i pripremljenoj bazi podataka. Supervizorima i anketarima su u ovoj fazi detaljno predstavljeni projektni zadaci, kao i njihovi osnovni zadaci koje treba izvršiti. Supervizori su bili uključeni u cjelokupan proces implementacije projekta od trenutka edukacije, dok su anketari bili fokusirani na provođenje istraživanja i unos podataka u bazu podataka.

Uloga supervizora bila je da nadgleda i kontroliše proces istraživanja, uključujući raspored rada i odmora istraživača, obezbjeđivanje potrebnih materijala i drugu logističku podršku. Supervizori su bili zaduženi za praćenje istraživača i osiguravanje da svi zadaci budu izvršeni u skladu sa standardima i smjernicama koje su definisane u istraživanju. To je bilo posebno važno u ovom istraživanju, gdje su podaci prikupljeni od velikog broja ljudi i na velikom broju lokacija, a od tačnosti i preciznosti prikupljenih podataka zavisila je validnost i pouzdanost rezultata istraživanja. Stoga, supervizori su imali ključnu ulogu u osiguravanju da istraživanje bude provedeno u skladu sa standardima kvalitete i da se osigura potrebna podrška za istraživače kako bi se sve aktivnosti sprovele na adekvatan način.

1.3 Probno istraživanje

Prije početka glavnog istraživanja, provedeno je probno istraživanje na jednoj lokaciji kako bi se intervjueri upoznali s procesom istraživanja i praktičnim popunjavanjem obrazaca. Probno istraživanje je provedeno u Importanne Centru, a u periodu od 10:00 do 11:00 sati. Za ovo istraživanje osiguran je jedan supervizor i šest brojača. Uloga supervizora u ovom slučaju je bila nadzirati rad intervjeta i osigurati da se proces istraživanja provodi prema dogovorenim standardima i smjernicama. Probno istraživanje omogućilo je da se utvrdi jesu li anketari dobro upoznati s postupkom istraživanja i da se isprave eventualne greške u procesu prije početka glavnog istraživanja.

1.4 Provođenje istraživanja

Istraživanje je provedeno na 10 lokacija. Metodologija ankete podijeljena je u nekoliko kategorija, navedenih u nastavku:

- Inventar objekta: Ova stavka obavljena je traženjem podataka od uprave svake zgrade.
- Prikupljeni podaci uključuju: broj zakupaca po djelatnostima, broj zaposlenih po zakupcu, površinu kata po vrsti upotrebe i površinu parkirališta. Nekoliko objekata

isporučilo je potpune informacije o Inventaru objekta, dok su drugi dostavili samo djelomične informacije.

- Broj osoba na ulazima i izlazima: Anketari su brojali osobu koje ulaze i izlaze iz objekta svakih 15 minuta na svim ulazima i izlazima.
- Broj vozila na parkiralištu: Anketari su brojali vozila po vrsti i broju putnika svakih 15 minuta.
- Anketa za posjetitelje, zakupce i zaposlene: Anketar je predstavio anketu ispitaniku i prošao kroz upitnike. Ovisno o mogućem dopuštenju, anketari su anketu provodili u predvorju, parkiralištu, trgu, unutar zgrade ili drugdje. Broj ispitanika u svakom objektu nije smio biti manji od 500 ispitanika ili 10% broja posjetitelja. Broj prikupljenih intervjeta u Energoinvestu bio je manji od 10%, ali prema dogovoru, taj se broj zamjenjuje većim brojem intervjeta na drugim lokacijama. Anketari nisu intervjuirali istog ispitanika (izbjegavajući redundanciju) i ispitanici nisu bili u istom kućanstvu.

Plan istraživanja za prvi dan (BBI Center, Sarajevo City Center, Parliamentary Assembly of Bosnia and Herzegovina, Alta Shopping Center):

| Time | No of supervisors | No of surveyors | No of counters for parking | No of counters for visitors |
|-------------|-------------------|-----------------|----------------------------|-----------------------------|
| 5,00- 14,00 | 4 | 12 | 8 | 8 |
| 14,00-24,00 | 4 | 12 | 8 | 8 |

Plan istraživanja za drugi dan (United Investment and Trading, Avaz Twist Tower, Energoinvest, Importanne Shopping Center):

| Time | No of supervisors | No of surveyors | No of counters for parking | No of counters for visitors |
|-------------|-------------------|-----------------|----------------------------|-----------------------------|
| 5,00- 14,00 | 4 | 12 | 8 | 8 |
| 14,00-24,00 | 4 | 12 | 8 | 8 |

Plan istraživanja za drugi dan (Capital Tower, Bosmal City Center, Grand Centar, Otoka Shopping Center)

| Time | No of supervisors | No of surveyors | No of counters for parking | No of counters for visitors |
|-------------|-------------------|-----------------|----------------------------|-----------------------------|
| 5,00- 14,00 | 4 | 12 | 8 | 8 |
| 14,00-24,00 | 4 | 12 | 8 | 8 |

Napomena: Nakon problema sa dozvolama za dva mjeseta (Parlamentarna skupština Bosne i Hercegovine i Avaz Twist Tower), plan istraživanja je mijenjan.

- Prvi dan istraživanja obuhvatio je sljedeće lokacije: Capital Tower, Bosmal City Center, Grand Centar, Otoka Shopping Center.
- Drugi dan istraživanja obuhvatio je sljedeće lokacije: United Investment and Trading, Energoinvest, Importanne Shopping Center, Alta Shopping Center.
- Treći dan istraživanja obuhvatio je sljedeće lokacije: BBI Centar, Sarajevo City Center.

Anketari koji su bili planirani za Parlamentarnu skupštinu Bosne i Hercegovine i Avaz Twist Tower preusmjereni su na druge lokacije.

Sljedeća tabela je prikaz vremenskog toka istraživanja:

| Aktivnosti | Mjesec 1 | Mjesec 2 | Mjesec 3 | Mjesec 4 | Mjesec 5 |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|----------|----------|
| Priprema/koordinacija | | | | | |
| Obuka osoblja | | | | | |
| Probno istraživanje | | | | | |
| Glavno istraživanje | | | | | |
| Kodiranje podataka | | | | | |
| Provjera i ispravljanje grešaka | | | | | |
| Finaliziranje izvještaja | | | | | |

U narednoj tabeli predstavljen je projektni tim prema ulogama u procesu istraživanja:

| Pozicija | Ime i prezime | Oznaka |
|----------------------------|------------------------|--------|
| Voditelj | Dr. Amel Kosovc | AK |
| Ekspert - konsultant | Dr. Belma Memić | BM |
| Ekspert - konsultant | Dr. Elma Avdagić-Golub | EA |
| Ekspert - konsultant | Dr. Ermin Muharemović | EM |
| Ekspert - konsultant | Dr. Muhammed Begović | MB |
| Supervizori | Studenti | BE |
| Operatori za unos podataka | Studenti | BE |

1.5 Unos, obrada podataka i finalni izvještaj

Aktivnosti šifriranja podataka uključivale su sljedeće: konačni unos kodiranih podataka ankete, unos podataka o popunjenošti vozila i nadzor. Podaci su uneseni u pripremljenu bazu podataka. Voditelj projekta je upravljao procesom unosa podataka, nadgledajući i kontrolirajući osoblje

putem nadzornika, raspoređujući rad i pauze, osiguravajući potrebnii materijal i drugu logističku podršku. Nakon procesa unosa podataka, provjere i uklanjanja mogućih grešaka, stvorena baza podataka isporučena je u skladu sa zahtjevima. Radni plan je izmijenjen i dopunjen u skladu s pitanjima koja su se pojavila tokom realizacije aktivnosti projekta. Posljednja aktivnost projekta bilo je pisanje konačnog izvještaja koji je realiziran implementacijom ostalih pojedinačnih aktivnosti projekta. Svaki član radnog tima imao je obvezu napisati pojedinačni izvještaj tokom izvršavanja pojedinačnih zadataka. Nakon završetka svih aktivnosti projekta, pojedinačni izvještaji su konsolidirani i usklađeni jedan s drugim kako bi se stvorio konačni izvještaj.

2. Opis centara iz domena istraživanja

2. 1 Grand Centar



Slika 2 Grand Centar

Grand Centar je mjesto na kome se može obaviti kupovina za cijelu porodicu, ali i opustiti se i provesti ugodne trenutke u restoranu ili caffe-u unutar centra. Grand Centar se nalazi na adresi Butmirska cesta 14, opština Iličići. Prostire se na ukupnoj površini (uključujući parking) 20.000,00 m². Površina parkinga iznosi 8.000,00 m². Grand Centar pruža dvije vrste djelatnosti trgovina i usluge. Centar ima veliki broj trgovina poznatih brendova, od kojih izdvajamo Planika Flex d.o.o., Lindex (Tiffany d.o.o.), Sport Vision d.o.o., Office Shoes BH d.o.o., Modiana d.o.o., Deichmann d.o.o. i drugi. Centar sadrži frizerske salone, fitness centar, stomatološku ordinaciju, igraonicu za djecu i brojne druge kompanije koje nude svoje usluge u cilju poboljšanja kvaliteta života.

2.2 Otoka shopping centar

Otoka shopping centar se nalazi na najatraktivnijoj lokaciji u Sarajevu. Nalazi se na adresi Gradačačka 1, Novo Sarajevo. Prostire se na površini od 11.750,00 m², od čega parking zauzima 420,00 m². Otoka shopping centar je posebno mjesto u gradu, gdje korisnik može naći za sebe sve na jednom mjestu. Posebnost centra se ogleda u mljično-mesnoj i zelenoj tržnici, gdje kupci mogu naći proizvode iz domaće radinosti. Pored toga centar nudi usluge supermarketa, trgovina

raznih brendova. Neke od trgovina koje nude svoje usluge su: Lutrija BiH d.o.o., Planika Flex d.o.o., Bingo market, Domod d.o.o., Kapriol Point d.o.o. i drugi.



Slika 3 Otoka shopping centar

2.3 Capital Tower



Slika 4 Capital Tower centar

Capital Tower se nalazi u prepoznatljivom poslovnom dijelu Sarajeva „Otoka“, sa tačnom adresom Džemala Bijedića bb. To je prostor bitnih raskrižja glavnih cesta, autobusnih i tramvajskih linija.

Fokus Capital Tower centra je na pružanju vrhunskog i sigurnog poslovnog okruženja kao i drugih sadržaja, u skladu sa visokim standardima, kako bi klijentima pružili najveći nivo uslova za rad. Domaće i međunarodne kompanije unajmile su prostor u Capital Tower-u što ih čini poslovnim centrom s najvećom koncentracijom poslovnih subjekata u Sarajevu. Capital Tower ponosi se pružanjem cjelovitog paketa vrijednosti izgrađenog prema jedinstvenim potrebama klijenata.

Odmah na glavnom ulazu nalazi se recepcija, a ljubazno osoblje stoji na raspolaganju za sve potrebne informacije. Poslovni centar Capital Tower ima više od 10.000 m² uredskog prostora koji uključuje urede različitih veličina na 16 spratova.

Kako bi osigurali ugodno okruženje, njihovi uredski i drugi prostori opremljeni su prema svjetskim standardima visoke tehnologije.

2.4 Bosmal City Center



Slika 5 Bosmal City Centar

Bosmal gradski centar (Bosmal City Centar, BCC) je stambeni objekat mješovite namjene u sarajevskom naselju Hrasno, sa adresom Milana Preloga 12A. Najveći dio objekta je tipa kondominija tj. luksuznih privatnih stanova sa saunama, bazenima i kontrolisanim ulazom. Ostali

sadržaji objekta uključuju: obdanište, dva restorana, meeting bar, supermarket, frizerske i kozmetičke salone, stomatološku ordinaciju, ambulantu, oftamološku ordinaciju i optičarski atelje, krznarski salon, zlataru, trgovinu umjetnina, te butike sa ekskluzivnom robom.

Objekat se u principu sadrži od dva nebodera izgrađena u savremenom arhitekonskom stilu uz korištenje, navodno, najsavremenije tehnologije i građevinskih materijala dostupnih na svjetskom tržištu. Centar nudi 306 stambenih jedinica - osam penthausa i 298 stanova, organiziranih u četrnaest tipova, veličine od 80 do 220 kvadratnih metara, koje devet brzih liftova povezuje sa garažno-poslovnim dijelom objekta sa 400 parking mjestima. Sa svojih 118 metara visine, Bosmal City Center je trenutno najviši stambeni objekat, a druga po visini građevina na Balkanu (poslije Avaz Twist Towera).

Izgradnja kondominija Bosmal City Centra, sarajevskog "grada u gradu" je počela 2001. godine i predstavlja početak novog načina investiranja, savremenog građenja i koncepta življjenja u Bosni i Hercegovini.

Osim stanova neboder ima komercijalni dio otvoren za sve građane Sarajeva, u kojem se nalaze restorani, supermarketi, saloni i butici. Na najvišoj tački objekta nalazi se i panoramski restoran, sa kojeg se pruža izvanredan pogled na historijsko jezgro Sarajeva, novi dio grada i njegovu okolinu.

2.5 Energoinvest



Slika 6 Energoivenst

Energoinvest d.d. Sarajevo je multidisciplinarna inžinjering kompanija sa dominantnom izvoznom orijentacijom. Oni su vodeća inženjering kompanija u Bosni i Hercegovini čije aktivnosti obuhvataju projektovanje i realizaciju kompleksnih objekata u zemlji i inostranstvu u oblastima elektroenergetike, hidrogradnje i građevinarstva, automatike, termoenergetskih i procesnih postrojenja i komunikacionih tehnologija. Zgrada na adresi Hamdije Ćemerlića 2, Sarajevo predstavlja sjedište kompanije. Jedan dio ovog poslovnog centra, ukupne površine 24.599,65 m² na 21 etažnoj jedinici je kupila Vlada Federacije Bosne i Hercegovine.

2.6 Importanne Centar



Slika 7 Importanne Centar

Importanne Centar je prvi centar u Sarajevu koji konceptualno spaja poslovni, stambeni i shopping ambijent u jednu jedinstvenu cjelinu. Smješten je u komercijalnom i kulurološkom jezgru grada, sa adresom Zmaja od Bosne 7. Importanne na svojevrstan način kreira novu sliku Sarajeva. Svojom arhitekturom i sadržajima, Importanne Centar komunicira pozitivnu energiju i nudi urbani ambijent u skladu sa najnovijim svjetskim standardima.

Shopping centar se proteže na tri etaže i na preko 8.000,00 m² prostora, gdje se mogu posjetiti ekskluzivni shopping sadržaji kao i već dobro poznati brendovi. U prizemlju i mezaninu su brojni modni brendovi, prodavnice modnih dodataka i kozmetike, tobacco shop, poput Linedex d.o.o., Blukids, Tiffany d.o.o., Inoma, Carprisa, Kare, Upim i brojni drugi.

Importanne nudi usluge frizerskog salona, gastro sadržaja kao i poslovnicu Sparkasse banke, dok u suterenu se mogu potražiti samoposlužu, prodavnicu tehnike, igračaka, dječiju igraonu i cafe sadržaje.

Posjetiteljima je na raspolaganju i Importanne parking sa 425 parking mjesta na etažama -2, -3 i -4, što u potpunosti pokriva sve potrebe korisnika.

Na trgu ispred Importanne Centra nalazi se čitav niz “tematskih krugova” u vidu travnjaka kao i prostori koji su predviđeni za otvorene bašte. Uz njih je i fontana koja svojim granitnim kubusima simulira siluetu grada i djeluje kao prepoznatljivi element Importanne Centra i ovog dijela Grada uopšte.

2.7 United investment



Slika 8 United investment

Ujedinjena investiciona i trgovačka kompanija d.o.o (United Investment and Trading Company) je kompanija skraćenog naziva UNITIC d.o.o. Formirana je 1998. godine sa zajedničkim ulaganjem Holding preduzeća “UNIS” Sarajevo i “Kuwait Investment Authority (KIA)”. Nalazi se na adresi Fra Andjela Zvizdovića 1.

Djelovanje kompanije je usmjereni ka nastojanju obezbjeđenja vrhunski opremljenog i sigurnog poslovnog ambijenta kao i ostalih sadržaja, u skladu sa visokim standardima, kako bi njihovi klijenti imali najviši nivo radnih uslova.

UNITIC Poslovni centar nudi optimalno i fleksibilno rješenje za male, srednje, i velike kancelarije u srcu Sarajeva. U UNITIC-u su smještene mnogobrojne nacionalne i internacionalne kompanije što ih čini poslovnim centrom sa najvećom koncentracijom poslovnih subjekata u Sarajevu. UNITIC Poslovni centar raspolaže sa cca $18.280,00\text{ m}^2$ kancelarijskog prostora, koji obuhvaća kancelarije različitih veličina. Nalazi se u dva tornja (Toranj A i Toranj B), a svaki od tornjeva ima 21 sprat.

UNITIC Poslovni centar uređuje prostor i snosi troškove uređenja prema svojim standardima opremanja kancelarijskog prostora. Dodatne usluge za korisnike kancelarijskog prostora su izdavanje konferencijskih sadržaja (amfiteatar, sale za sastanke), catering, garaža, vanjski parking i skladište. Njihovi klijenti plaćaju samo prostor koji koriste, dakle, zajednički prostor na spratu, što obuhvata toalete, tehnički blok i hodnik ispred liftova ne ulazi u cijenu zakupa. Klijentu se mogu omogućiti i telekomunikacijske usluge, koje su predmet posebnog ugovora sa klijentima, a u skladu su sa cjenovnikom. Kongresni sadržaj u UNITIC-u se izdvaja od svojih konkurenata reprezentativnim prostorom različitog kapaciteta, vrhunskom opremom, pristupačnom cijenom i profesionalnim odnosom našeg osoblja. Pored poslovnih prostora centar nudi ugostiteljske usluge. U UNITIC-u su smješteni razni restorani sa raličitim kuhinjama.

2.8 Aria Mall



Slika 9 Aria Mall

Aria Mall je poslovno-komercijalni objekat koji ima površinu od 43,000 m². U ARIA mall-u nalaze se prodajne prostorije poznatih robnih marki. Dio ARIA mall-a su i moderne i sofisticirane uredske prostorije - ARIA Business - koje se protežu do 10 sprata. U okviru jedinstvenog prostora u samom središtu grada nalazi se supermarket, salon ljepote, frizerski salon, dječja igraonica, prodajne prostorije poznatih robnih marki, restorani, i kafei. ARIA mall, posjeduje 479 parking mjesta sa video nadzorom, smještenih na tri podzemne etaže.

Trg ispred ARIA mall-a površine oko 5.500 m², je u potpunosti opremljen urbanim mobilijarom (klupe za sjedenje, žardinjere sa cvijećem, osvjetljenje, fontana). Trg je mjesto susreta građana Sarajeva gdje se u organizaciji ARIA mall-a, ali i drugih organizacija, održavaju umjetnički performansi, dječije igraonice i radionice, koncerti, promocije, sportska natjecanja itd.

Osnovni koncept objekta ARIA mall-a je galerija – otvoreni prostor, prostor za izložbu sa kvalitetnim dnevnim svjetлом, u kojem su izložene razne robe i brandovi, umjetnine ili pak usluge i servisi interesantni posjetiteljima. Prozračni prostor vidljiv je s vana iz perspektive pješaka prolaznika. Cilj je bio funkcionalno i vizuelno povezivanje vanjskog i unutarnjeg prostora.

ARIA mall opremljen je savremenim Sistemom za centralni nadzor i upravljanje. Pokretne trake i pokretne stepenice kao i tri brza panoramska lifta namijenjena su posjetiteljima shopping zone, a tri bočna brza lifta korisnicima uredskog dijela ARIA mall-a.

2.9 Sarajevo City Centar

Sarajevo City Center je poslovni kompleks i trgovački centar u centru Sarajeva, koji se sastoji od četiri zasebna ali u isto vrijeme komplementarna dijela: modernog hotela s pet zvjezdica, komercijalnog i uredskog dijela, trgovačkog centra sa zabavnim kompleksom i podzemne garaže dovoljnih lapaciteta za cijeli Centar.

Partnerska grupa Al Shiddi Trading Establishment iz Rijada, Kraljevina Saudijska Arabija i Al Shiddi International iz Sarajeva, kupila je Magros i počela izgradnju Sarajevo City Centra – novog simbola grada. Zbog neizmjernog poštovanje prema ovoj zemlji i njenom glavnom gradu, Al Shiddi Group je odlučila uključiti riječ 'Sarajevo' u ime Centra.

Shopping Mall prostire se na više od 49 000 kvadrata. 180 trgovina nudi širom svijeta poznate brendove visoke mode, sportskoj i dječijoj odjeći, tehnologiji, pružajući jedinstveno iskustvo kupovine. Savršena lokacija omogućila je Centru lociranje u srce poslovne zone, okružene bankama, zgradom Vlade, i više desetaka međunarodnih i lokalnih kompanija. To je bio razlog za izgradnju Poslovnog tornja kao dijela SCC-a. Ova jedinstvena poslovna zgrada prostire se na više od 6 000 kvadratnih metara uredskog prostora opremljenih u skladu sa najnovijim standardima,

zajedno sa konferencijskim dvoranama za kojima je potražnja velika i koje će biti dostupne iz svih dijelova Centra. SCC nudi široku paletu modernih prostora opremljenih najsavremenijom tehnologijom. Odmah pored poslovnog, nalazi se i hotelski toranj. Luksuzni Hotel, koji se prostire na više od 13.900 kvadratnih metara, ima kapacitet od više od 220 soba i predsjedničkih apartmana isključivo dizajniranih u skladu s najvišim standardima.



Slika 10 Sarajevo City Centar

2.10 Alta Shopping Centar

Tržni centar Alta se prostire na blizu 24.000 kvadratnih metara. Smješten je na Marijin-Dvoru, atraktivnom dijelu centra Sarajeva, koji je doživio procvat u posljednjih nekoliko godina, a zahvaljujući između ostalog i izgradnji Alta Shopping Centra. Kupcima je na raspolaganju garaža na dvije etaže s više od 200 natkrivenih parkirnih mjesta. S ciljem lakše dostupnosti gotovinskom plaćanju u trgovinama i ugostiteljskim objektima, omogućeno je korištenje i pristup bankomatima.

Preko četrdeset trgovina trgovina nudi širom svijeta poznate brendove visoke mode, sportskoj i dječjoj odjeći, tehnologiji, pružajući jedinstveno iskustvo kupovine.



Slika 11 Alta Shopping Centar

2.6 Foto izvještaj o izvršenom anketiranju



Tokom drugog dana anketiranja u tržnom centru Importanne obavljeno je anketiranje više od 500 posjetilaca centra. Prilikom anketiranja bili su angažovani i studenti u realizaciji aktivnosti. Osim anketiranja, vršilo se i brojanje ulazaka u centar na dva glavna ulaza, kao i brojanje vozila na ulazu/izlazu iz centra.



Kompleks Bosmal City Centra kao kompleks koji se sastoji od poslovnih i stambenih jedinica je mjesto na kojem tranzitira veći broj ljudi. Anketiranje je vršeno u periodu od 08.00 sato do 18:00h. Najveći broj ispitanika priprada grupi koja živi ili radi u kompleksu Bosmal centra.



Poslovni centar Capital Tower ima više od 10.000 m² uredskog prostora koji uključuje urede različitih veličina na 16 spratova. Anketiranje u ovom centru se vršilo u periodu od 08:00 do 20.00 sati na dva ulaza/izlaza iz centra, uz prisutne brojače i na ulazu na parking.

S obzirom da se u okviru centra nalaze uredski i drugi poslovni prostori, najveći broj ispitanika bile su upravo osobe koje su zaposlene u kompanijama koje iznajmju prostor ili su to bili klijenti kompanija.



Sarajevo City Center je poslovni kompleks i trgovački centar koji se prostire se na više od 49 000 metara kvadratnih. S obzirom na veliki broj ulaza/izlaza u centar, najveći broj anketara je bio angažovan upravo u ovom centru. Bitno je istaći podatak da je u toku jednog radnog dana u centar ušlo više od 16000 posjetilaca. Anketirano je više od 500 prolaznika, čiji je razlog dolaska u centar bio uglavnom kupovne prirode.

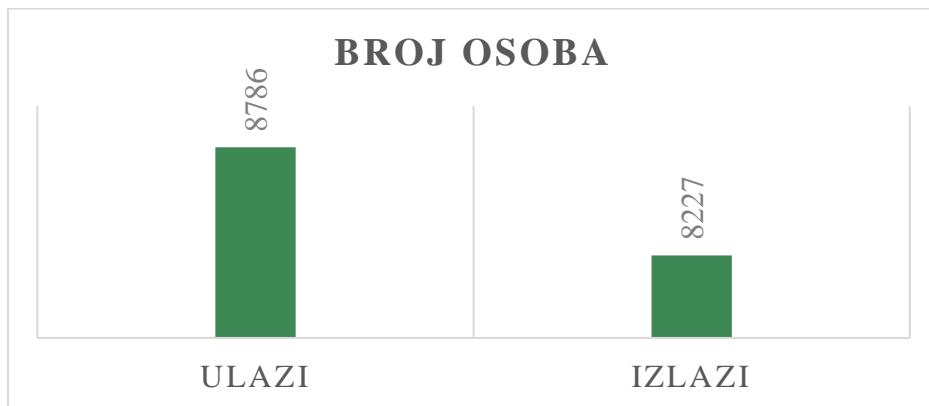


3. Statistički podaci iz istraživanja

3.1 Statistički podaci za Alta Sopping Center

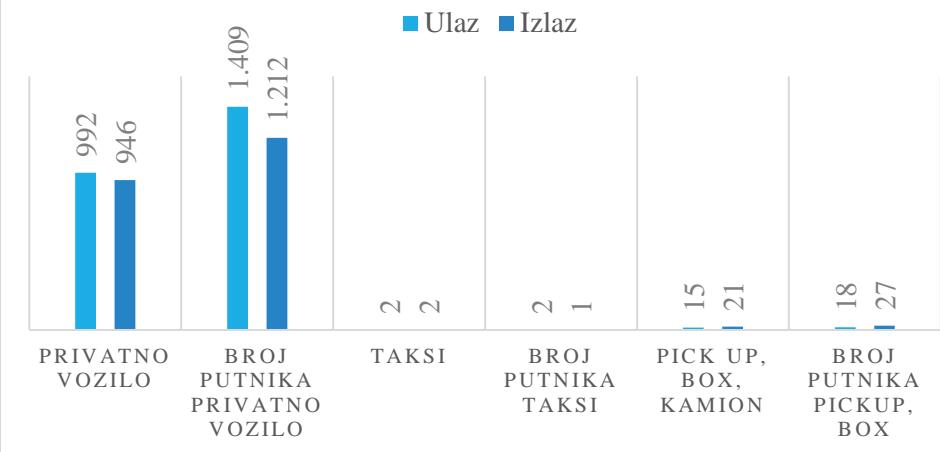
U okviru tržnog centra Alta izvršeno je brojanje ulaza i izlaza iz centra na tri glavna ulaza, kao i na ulazu u parking prostor. Rezultati istraživanja prikazani su u tabelama i grafikonima koji slijede.

| | Ulazi | Izlazi |
|------------|-------|--------|
| Broj osoba | 8786 | 8227 |



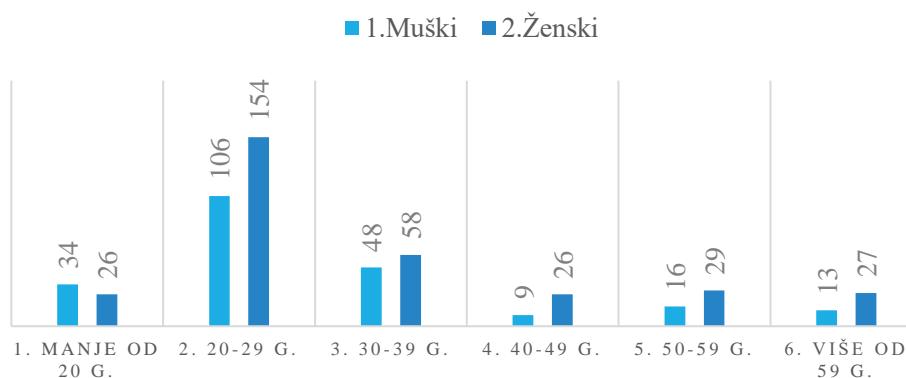
| | Privatno vozilo | Broj putnika privatno vozilo | Taksi | Broj putnika taksi | Pick Up, Box, Kamion | Broj putnika pickup, box |
|-------|-----------------|------------------------------|-------|--------------------|----------------------|--------------------------|
| Ulaz | 992 | 1.409 | 2 | 2 | 15 | 18 |
| Izlaz | 946 | 1.212 | 2 | 1 | 21 | 27 |

VRSTE VOZILA I BROJ PUTNIKA KOJI ULAZE U CENTAR KROZ PARKING

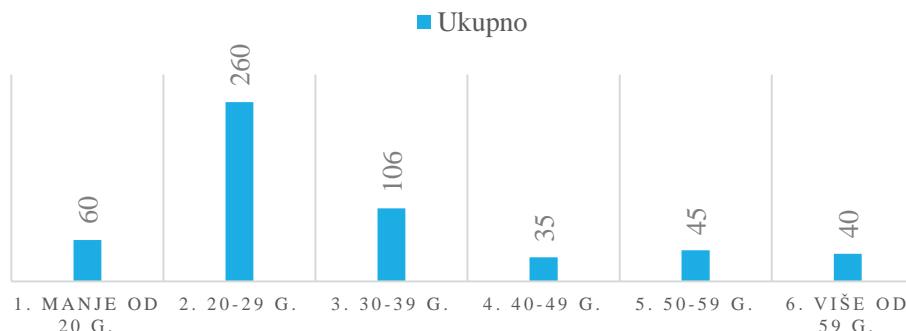


| | 1.Muški | 2.Ženski | Ukupno | % |
|-------------------|---------|----------|--------|------|
| 1. Manje od 20 g. | 34 | 26 | 60 | 11% |
| 2. 20-29 g. | 106 | 154 | 260 | 48% |
| 3. 30-39 g. | 48 | 58 | 106 | 19% |
| 4. 40-49 g. | 9 | 26 | 35 | 6% |
| 5. 50-59 g. | 16 | 29 | 45 | 8% |
| 6. Više od 59 g. | 13 | 27 | 40 | 7% |
| Ukupno | 226 | 320 | 546 | 100% |

STAROSNA DOB ISPITANIKA

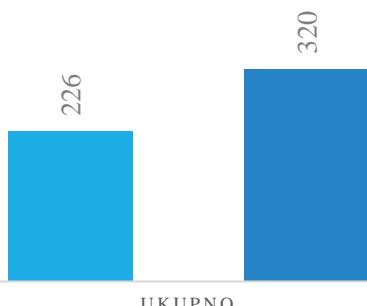


UKUPNO ISPITANIKA PO STAROSNOJ DOBI



UKUPNO ISPITANIKA PO SPOLU

■ 1.Muški ■ 2.Ženski



| Broj vozila u domaćinstvu | Ukupno vozila | % |
|---------------------------|---------------|-----|
| 1 | 329 | 54% |
| 2 | 172 | 28% |

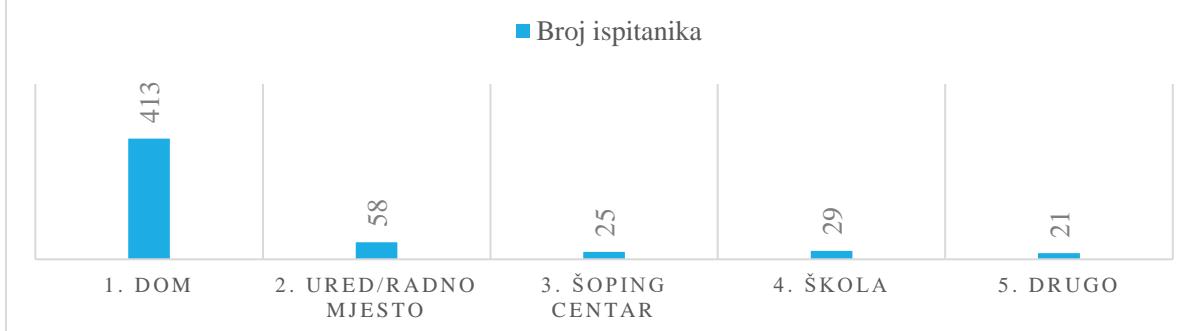
| | | |
|---------------|------------|-------------|
| 3 | 69 | 11% |
| 4 | 16 | 3% |
| 5 | 20 | 3% |
| 7 | 7 | 1% |
| Ukupno | 613 | 100% |

PREGLED UKUPNOG BROJA VOZILA PO DOMAČINSTVU

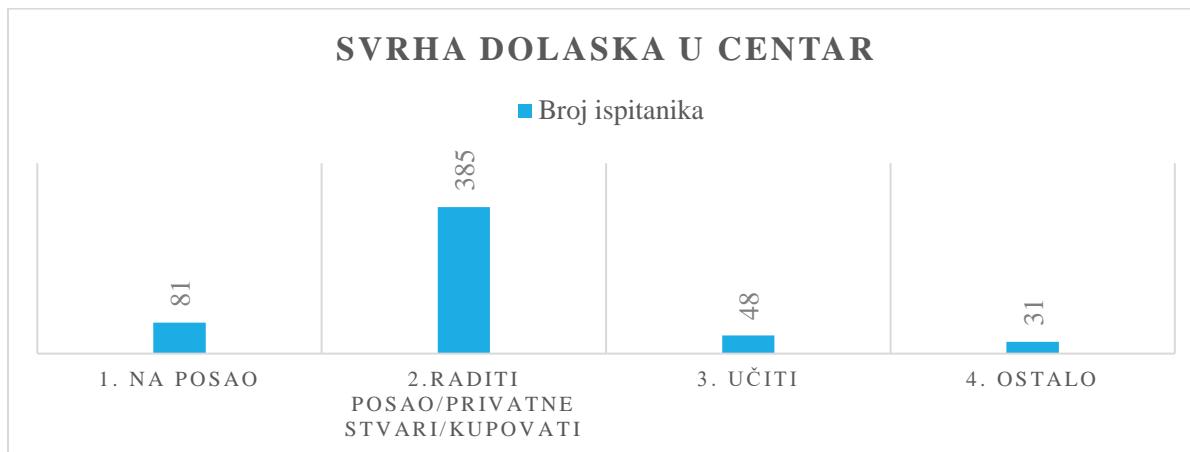


| Mjesto polaska prema centru | Broj ispitanika | % |
|-----------------------------|-----------------|-------------|
| 1. Dom | 413 | 76% |
| 2. Ured/radno mjesto | 58 | 11% |
| 3. Šoping centar | 25 | 5% |
| 4. Škola | 29 | 5% |
| 5. Drugo | 21 | 4% |
| Ukupno | 546 | 100% |

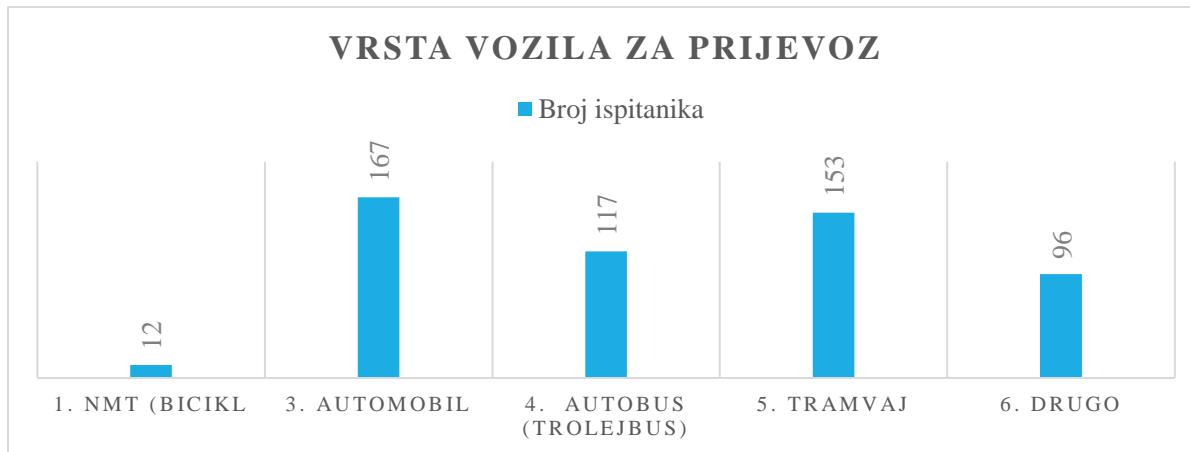
MJESTO POLASKA



| Svrha dolaska u centar | Broj ispitanika | % |
|--|-----------------|-----|
| 1. na posao | 81 | 15% |
| 2. raditi posao/privatne stvari/kupovati | 385 | 71% |
| 3. učiti | 48 | 9% |
| 4. Ostalo | 31 | 6% |



| Vrsta vozila za prijevoz | Broj ispitanika | % |
|--------------------------|-----------------|-----|
| 1. NMT (Bicikl) | 12 | 2% |
| 3. Automobil | 167 | 31% |
| 4. Autobus (Trolejbus) | 117 | 21% |
| 5. Tramvaj | 153 | 28% |
| 6. Drugo | 96 | 18% |



Prema podacima dobivenim iz istraživanja može se uvidjeti da je ukupan broj osoba koje posjeti Alta Shopping Centar u toku jednog radnog dana 8786. Od navedenog broja, 1409 kupaca je stiglo u centar privatnim vozilom, a ostali su stigli nekim od vidova javnog prevoza.

Prilikom ulaza u centar, vršeno je anketiranje posjetilaca, I to ukupno 546 osoba. Prema spolnoj strukturi 320 žena, i 226 muškaraca. Centar najviše posjećuju osobe starosne dobi od 20-40 godina.

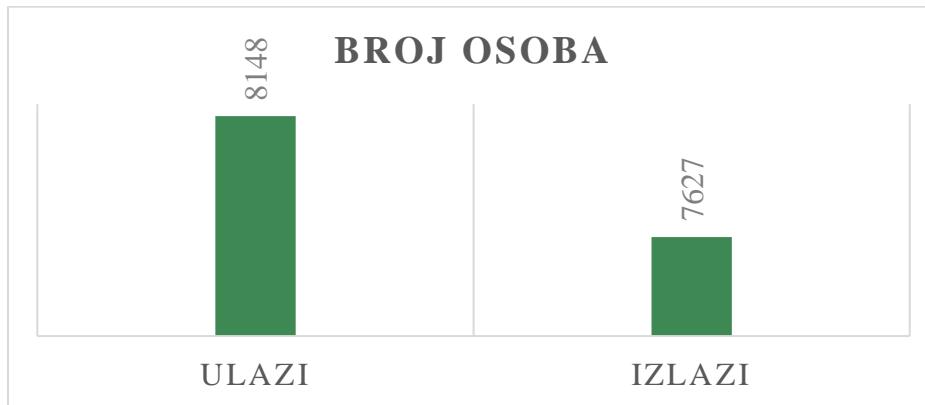
Većina posjetilaca u centar dolazi iz vlastitih domova, njih 76%, a ostalih 24% pristižu sa radnih mesta, škola i sl. Svrha dolaska u centar najvećeg broja posjetilaca jeste kupovina, posao ili privatna obaveza.

Anketirani posjetioci su stigli u centar podjednako koristeći vlastiti automobile i javni gradski prevoz.

3.2 Statistički podaci za ARIA Mall

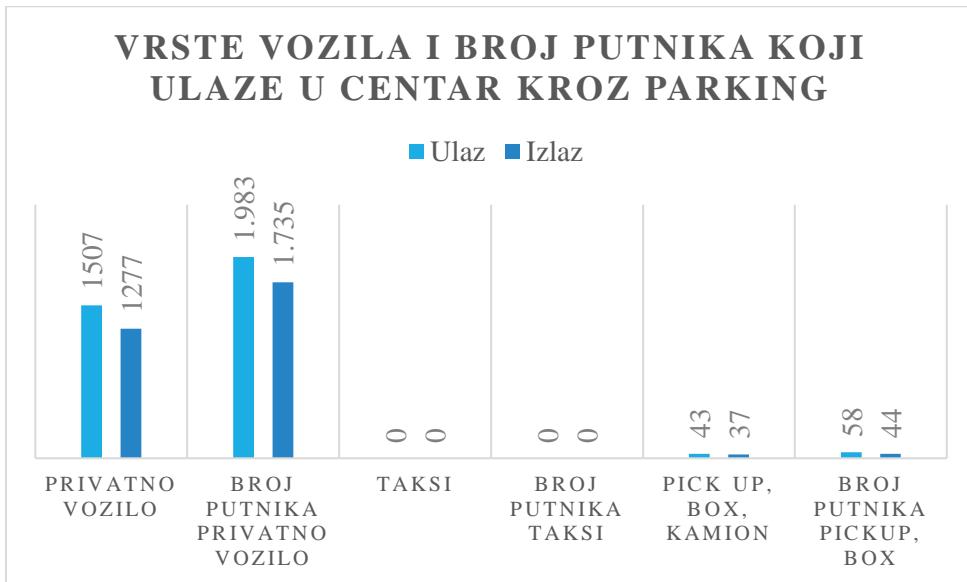
U okviru tržnog centra Aria Mall izvršeno je brojanje ulaza i izlaza iz centra na šest glavnih ulaza, kao i na ulazu u parking prostor. Rezultati istraživanja prikazani su u tabelama i grafikonima koji slijede.

| | Ulazi | Izlazi |
|------------|-------|--------|
| Broj osoba | 8148 | 7627 |



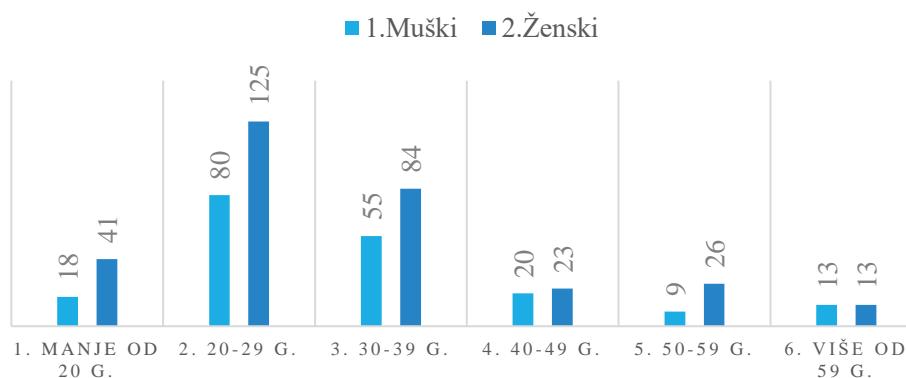
| | | | | | | |
|--|-----------------|----------------------|-------|--------------------|---------------|--------------|
| | Privatno vozilo | Broj putnika privatn | Taksi | Broj putnika taksi | Pick Up, Box, | Broj putnika |
|--|-----------------|----------------------|-------|--------------------|---------------|--------------|

| | | o vozilo | | | Kamio n | pickup, box |
|-------|------|-------------|---|---|------------|----------------|
| Ulaz | 1507 | 1.983 | 0 | 0 | 43 | 58 |
| Izlaz | 1277 | 1.735 | 0 | 0 | 37 | 44 |

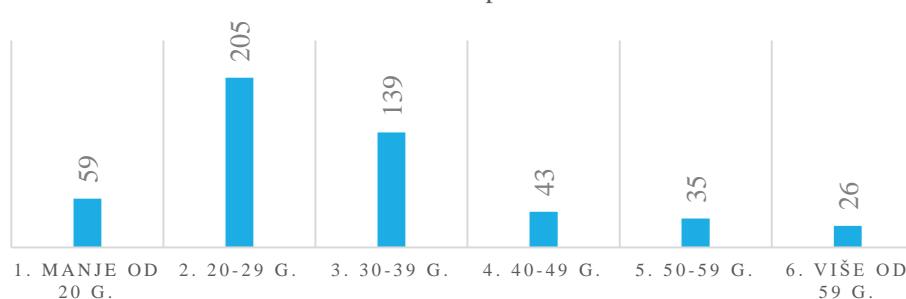


| | 1.Muški | 2.Ženski | Ukupno | % |
|-------------------|---------|----------|--------|------|
| 1. Manje od 20 g. | 18 | 41 | 59 | 12% |
| 2. 20-29 g. | 80 | 125 | 205 | 40% |
| 3. 30-39 g. | 55 | 84 | 139 | 27% |
| 4. 40-49 g. | 20 | 23 | 43 | 8% |
| 5. 50-59 g. | 9 | 26 | 35 | 7% |
| 6. Više od 59 g. | 13 | 13 | 26 | 5% |
| Ukupno | 195 | 312 | 507 | 100% |

STAROSNA DOB ISPITANIKA

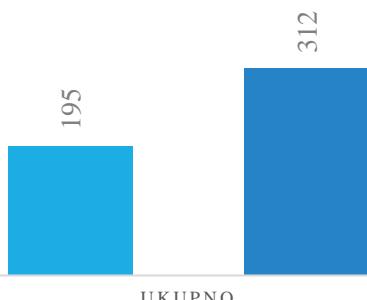


UKUPNO ISPITANIKA PO STAROSNOJ DOBI



UKUPNO ISPITANIKA PO SPOLU

■ 1.Muški ■ 2.Ženski



| Broj vozila u domaćinstvu | Ukupno vozila | % |
|---------------------------|---------------|-----|
| 1 | 289 | 45% |
| 2 | 294 | 46% |

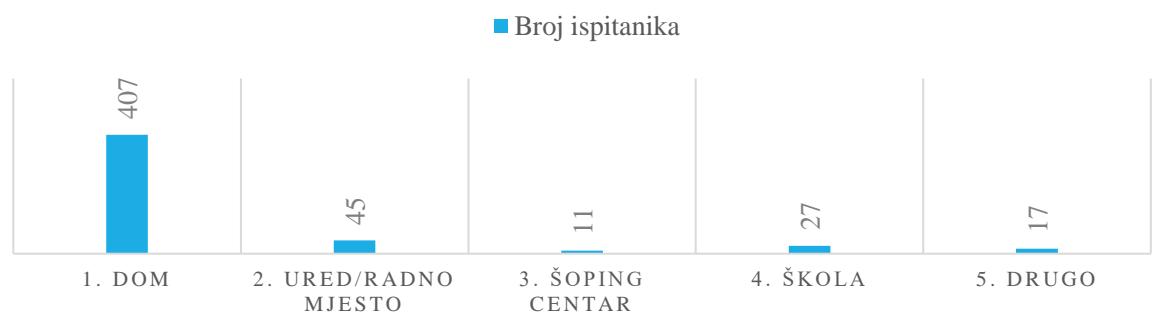
| | | |
|---------------|------------|-------------|
| 3 | 51 | 8% |
| 4 | 8 | 1% |
| 5 | 0 | 0% |
| 7 | 0 | 0% |
| Ukupno | 642 | 100% |

PREGLED UKUPNOG BROJA VOZILA PO DOMAČINSTVU



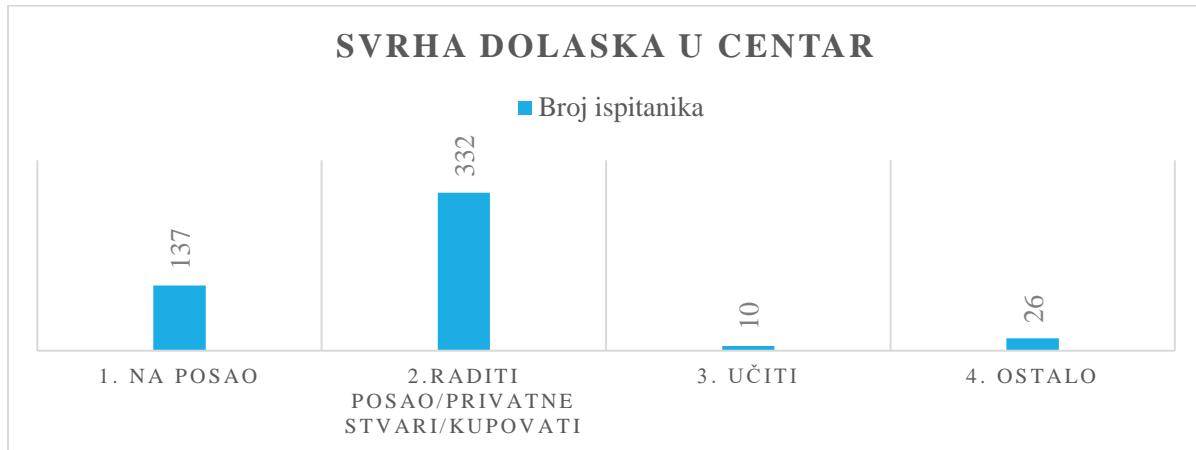
| Mjesto polaska prema centru | Broj ispitanika | % |
|-----------------------------|-----------------|-------------|
| 1. Dom | 407 | 80% |
| 2. Ured/radno mjesto | 45 | 9% |
| 3. Šoping centar | 11 | 2% |
| 4. Škola | 27 | 5% |
| 5. Drugo | 17 | 3% |
| Ukupno | 546 | 108% |

MJESTO POLASKA

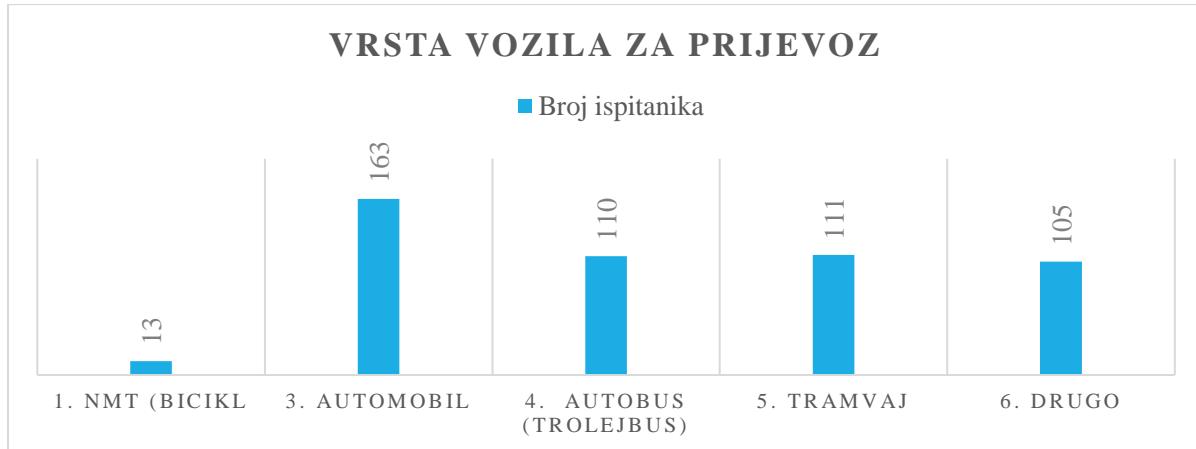


| Svrha dolaska u centar | Broj ispitanika | % |
|--|-----------------|-----|
| 1. na posao | 137 | 27% |
| 2. raditi posao/privatne stvari/kupovati | 332 | 66% |

| | | |
|-----------|----|----|
| 3. učiti | 10 | 2% |
| 4. Ostalo | 26 | 5% |



| Vrsta vozila za prijevoz | Broj ispitanika | % |
|--------------------------|-----------------|-----|
| 1. NMT (Bicikl) | 13 | 3% |
| 3. Automobil | 163 | 32% |
| 4. Autobus (Trolejbus) | 110 | 22% |
| 5. Tramvaj | 111 | 22% |
| 6. Drugo | 105 | 21% |



| Posjedovanje vozačke dozvole | Broj ispitanika | % |
|------------------------------|-----------------|-----|
| 1. Posjeduje | 363 | 72% |
| 2. Ne posjeduje | 144 | 28% |

POSJEDOVANJE VOZAČKE DOZVOLE ISPITANIKA



Prema podacima dobivenim iz istraživanja može se uvidjeti da je ukupan broj osoba koje posjeti Aria Mall u toku jednog radnog dana 8148. Od navedenog broja, 1983 kupaca je stiglo u centar privatnim vozilom, a ostali su stigli nekim od vidova javnog prevoza.

Prilikom ulaza u centar, vršeno je anketiranje posjetilaca, i to ukupno 507 osoba. Prema spolnoj strukturi 312 žena, i 195 muškaraca. Centar najviše posjećuju osobe starosne dobi od 20-40 godina.

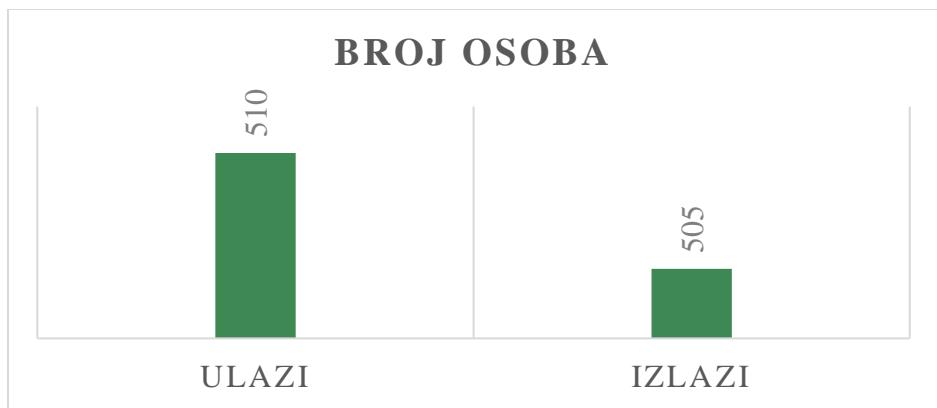
Većina posjetilaca u centar dolazi iz vlastitih domova, njih 80%, a ostalih 20% pristižu sa radnih mjesta, škola i sl. Svrha dolaska u centar najvećeg broja posjetilaca jeste kupovina, posao ili privatna obaveza i ot više od 60%.

Anketirani posjetioci su stigli u centar koristeći vlastiti automobile u postotku od 32%, i javni gradski prevoz 44%. Ostali posjetioci stigli su u centar koristeći taxi vozila ili neki drugi vid prevoza.

3.3 Statistički podaci za Bosmal City Center

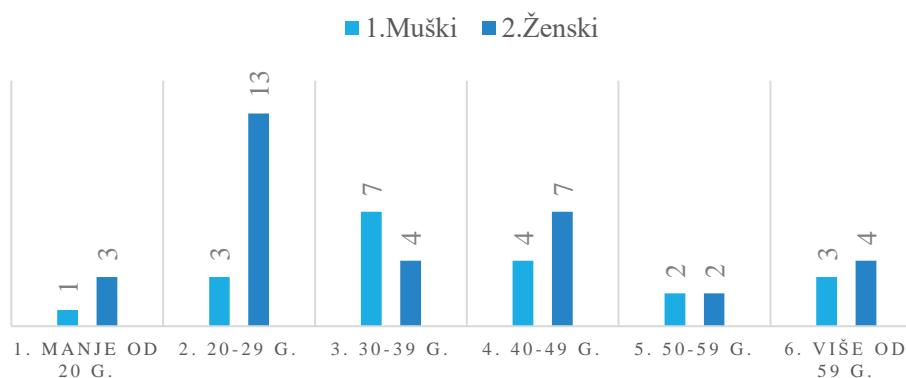
U okviru tržnog centra Bosmal City Center izvršeno je brojanje ulaza i izlaza iz centra na dva glavna ulaza. Rezultati istraživanja prikazani su u tabelama i grafikonima koji slijede

| | Ulazi | Izlazi |
|------------|-------|--------|
| Broj osoba | 510 | 505 |

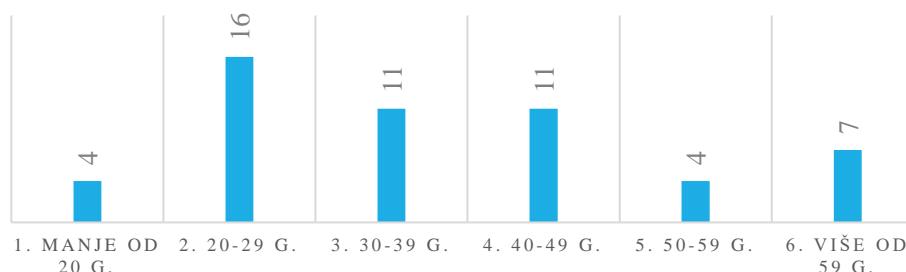


| Bosmal City Center | | | | |
|--------------------|---------|----------|--------|------|
| | 1.Muški | 2.Ženski | Ukupno | % |
| 1. Manje od 20 g. | 1 | 3 | 4 | 8% |
| 2. 20-29 g. | 3 | 13 | 16 | 30% |
| 3. 30-39 g. | 7 | 4 | 11 | 21% |
| 4. 40-49 g. | 4 | 7 | 11 | 21% |
| 5. 50-59 g. | 2 | 2 | 4 | 8% |
| 6. Više od 59 g. | 3 | 4 | 7 | 13% |
| Ukupno | 20 | 33 | 53 | 100% |

STAROSNA DOB ISPITANIKA

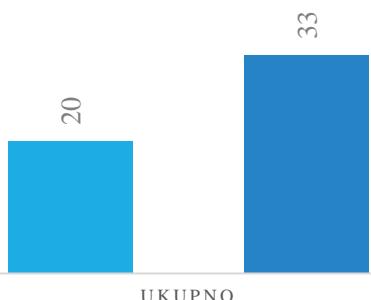


UKUPNO ISPITANIKA PO STAROSNOJ DOBI



UKUPNO ISPITANIKA PO SPOLU

■ 1.Muški ■ 2.Ženski



| Broj vozila u domaćinstvu | Ukupno vozila | % |
|---------------------------|---------------|-----|
| 1 | 33 | 58% |
| 2 | 18 | 32% |

| | | | |
|--------|---|----|------|
| | 3 | 6 | 11% |
| | 4 | 0 | 0% |
| | 5 | 0 | 0% |
| | 7 | 0 | 0% |
| Ukupno | | 57 | 100% |

PREGLED UKUPNOG BROJA VOZILA PO DOMAČINSTVU

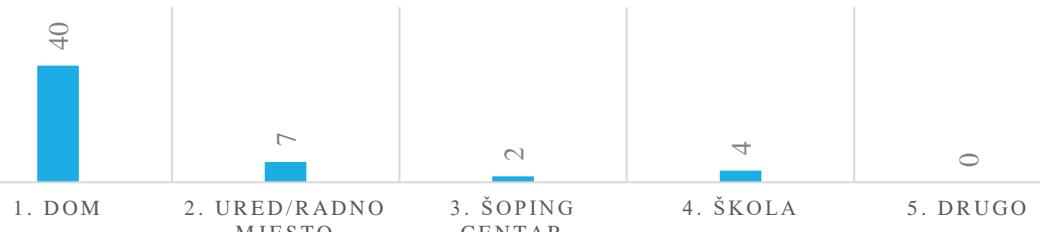
■ Ukupno vozila



| Mjesto polaska prema centru | Broj ispitanika | % |
|-----------------------------|-----------------|-------|
| 1. Dom | 40 | 75% |
| 2. Ured/radno mjesto | 7 | 13% |
| 3. Šoping centar | 2 | 4% |
| 4. Škola | 4 | 8% |
| 5. Drugo | 0 | 0% |
| Ukupno | 546 | 1030% |

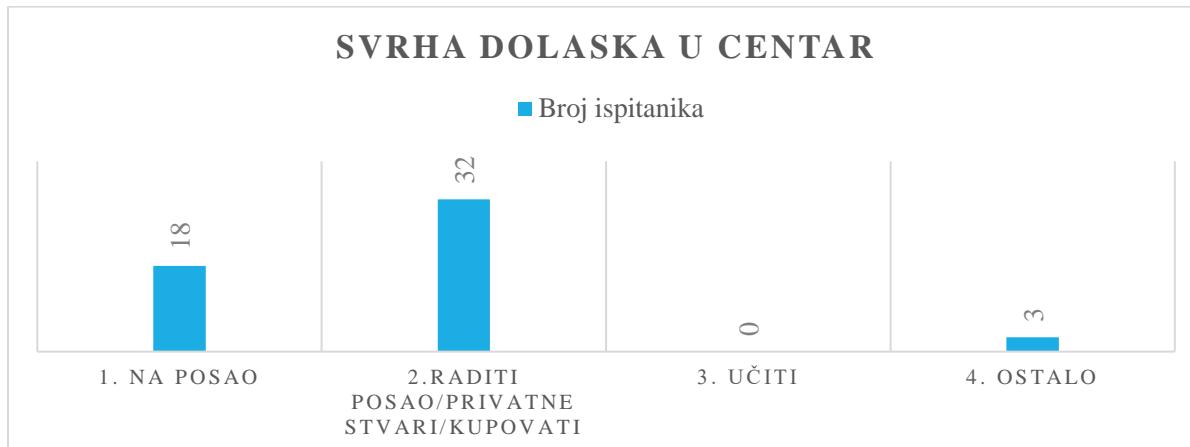
MJESTO POLASKA

■ Broj ispitanika

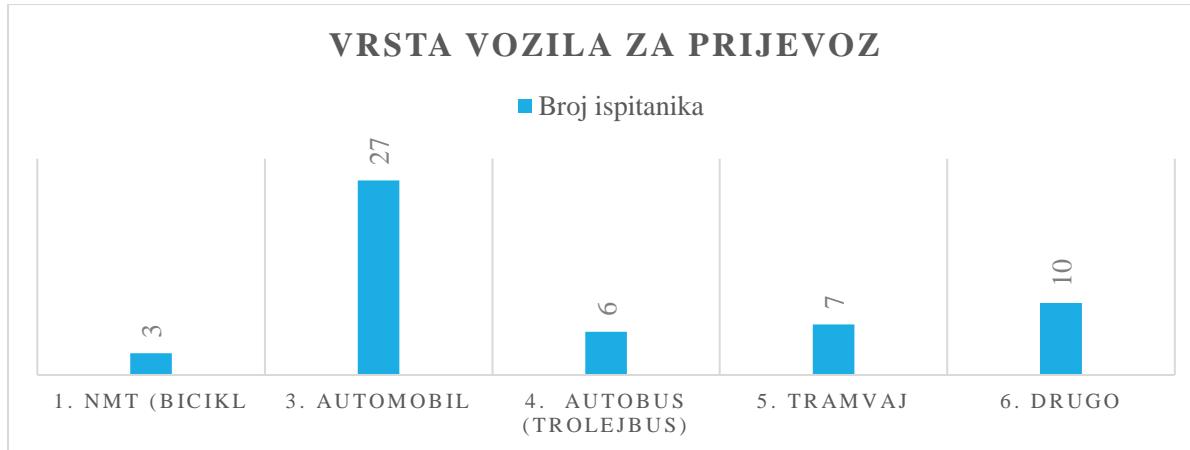


| Svrha dolaska u centar | Broj ispitanika | % |
|------------------------|-----------------|-----|
| 1. na posao | 18 | 34% |

| | | |
|--|----|-----|
| 2. raditi posao/privatne stvari/kupovati | 32 | 60% |
| 3. učiti | 0 | 0% |
| 4. Ostalo | 3 | 6% |



| Vrsta vozila za prijevoz | Broj ispitanika | % |
|--------------------------|-----------------|-----|
| 1. NMT (Bicikl) | 3 | 6% |
| 3. Automobil | 27 | 51% |
| 4. Autobus (Trolejbus) | 6 | 11% |
| 5. Tramvaj | 7 | 13% |
| 6. Drugo | 10 | 19% |

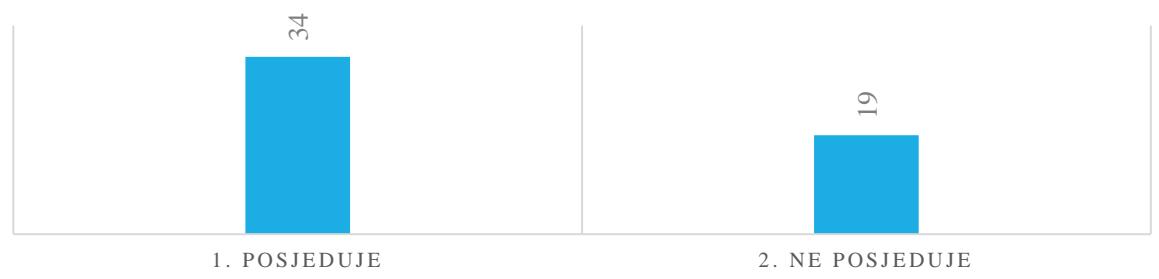


| Posjedovanje vozačke dozvole | Broj ispitanika | % |
|------------------------------|-----------------|-----|
| 1. Posjeduje | 34 | 64% |

| | | |
|-----------------|----|-----|
| 2. Ne posjeduje | 19 | 36% |
|-----------------|----|-----|

POSJEDOVANJE VOZAČKE DOZVOLE ISPITANIKA

■ Broj ispitanika



Prema podacima dobivenim iz istraživanja može se uvidjeti da je ukupan broj osoba koje posjete Bosmal City Centar u toku jednog radnog dana 510.

Prilikom ulaza u centar, vršeno je anketiranje posjetilaca, i to ukupno 53 osobe. Prema spolnoj strukturi 33 žena, i 20 muškaraca. Centar najviše posjećuju osobe starosne dobi od 20-50 godina.

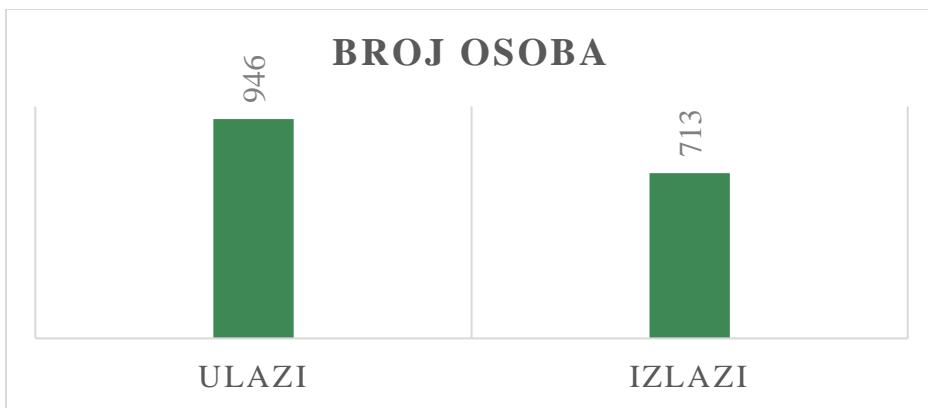
Većina posjetilaca u centar dolazi iz vlastitih domova, njih 75%, a ostalih 25% pristižu sa radnih mesta, škola i sl. Svrha dolaska u centar najvećeg broja posjetilaca jeste kupovina, posao ili privatna obaveza i to više od 60%.

Anketirani posjetioci su stigli u centar koristeći vlastiti automobile u postotku od 51%, i javni gradski prevoz 24%. Ostali posjetioci stigli su u centar koristeći biciklo ili neki drugi vid prevoza.

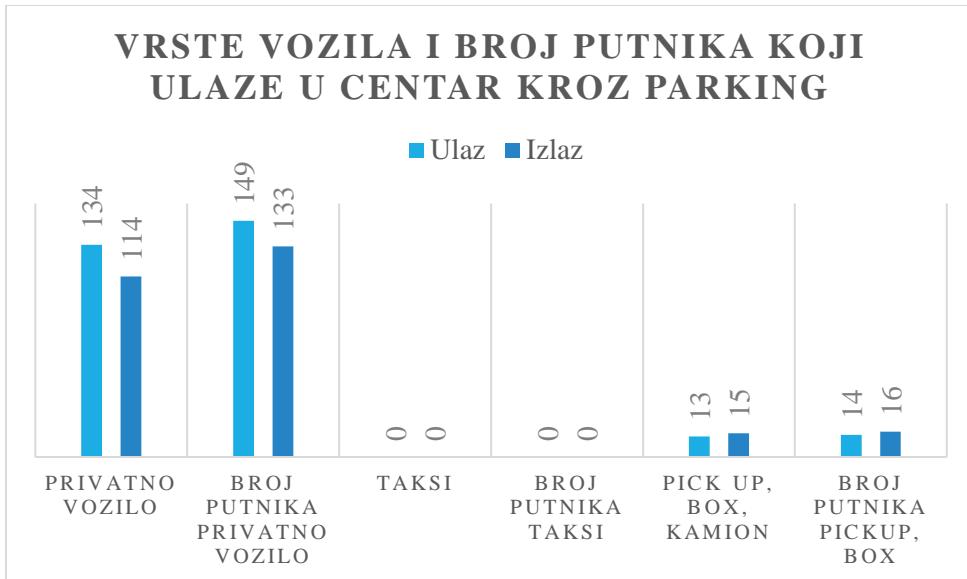
3.4 Statistički podaci za CAPITAL TOWER

U okviru tržnog centra Capital Tower izvršeno je brojanje ulaza i izlaza iz centra na dva glavnih ulaza, kao i na ulazu u parking prostor. Rezultati istraživanja prikazani su u tabelama i grafikonima koji slijede.

| | Ulazi | Izlazi |
|------------|-------|--------|
| Broj osoba | 946 | 713 |



| Capital Tower | | | | | | |
|---------------|-----------------|------------------------------|-------|--------------------|----------------------|--------------------------|
| | Privatno vozilo | Broj putnika privatno vozilo | Taksi | Broj putnika taksi | Pick Up, Box, Kamion | Broj putnika pickup, box |
| Ulaz | 134 | 149 | 0 | 0 | 13 | 14 |
| Izlaz | 114 | 133 | 0 | 0 | 15 | 16 |

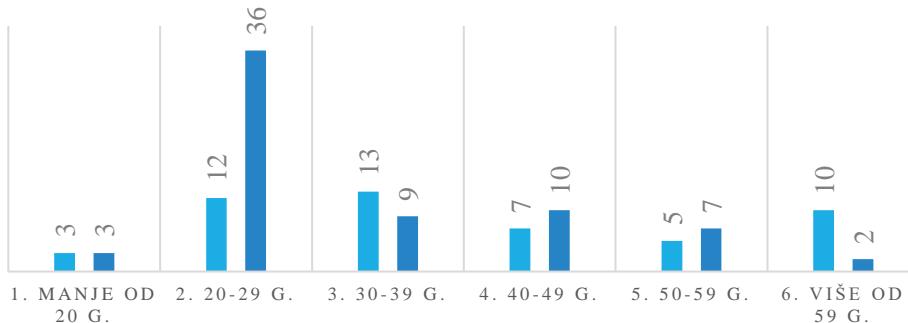


| | 1.Muški | 2.Ženski | Ukupno | % |
|--|---------|----------|--------|---|
| | | | | |

| | | | | |
|-------------------|----|----|-----|------|
| 1. Manje od 20 g. | 3 | 3 | 6 | 5% |
| 2. 20-29 g. | 12 | 36 | 48 | 41% |
| 3. 30-39 g. | 13 | 9 | 22 | 19% |
| 4. 40-49 g. | 7 | 10 | 17 | 15% |
| 5. 50-59 g. | 5 | 7 | 12 | 10% |
| 6. Više od 59 g. | 10 | 2 | 12 | 10% |
| Ukupno | 50 | 67 | 117 | 100% |

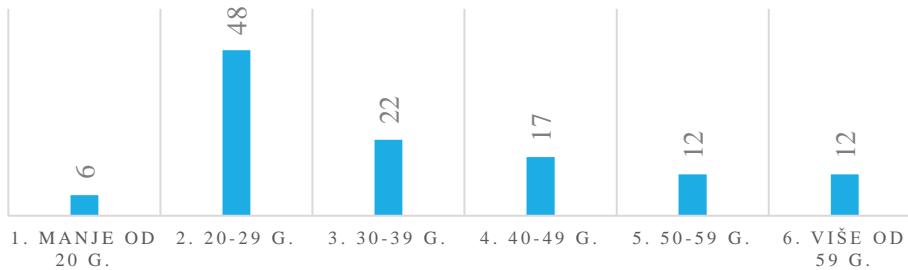
STAROSNA DOB ISPITANIKA

■ 1.Muški ■ 2.Ženski



UKUPNO ISPITANIKA PO STAROSNOJ DOBI

■ Ukupno



UKUPNO ISPITANIKA PO SPOLU

■ 1.Muški ■ 2.Ženski



| Broj vozila u domaćinstvu | Ukupno vozila | % |
|---------------------------|---------------|------|
| 1 | 80 | 62% |
| 2 | 42 | 33% |
| 3 | 3 | 2% |
| 4 | 4 | 3% |
| 5 | 0 | 0% |
| 7 | 0 | 0% |
| Ukupno | 129 | 100% |

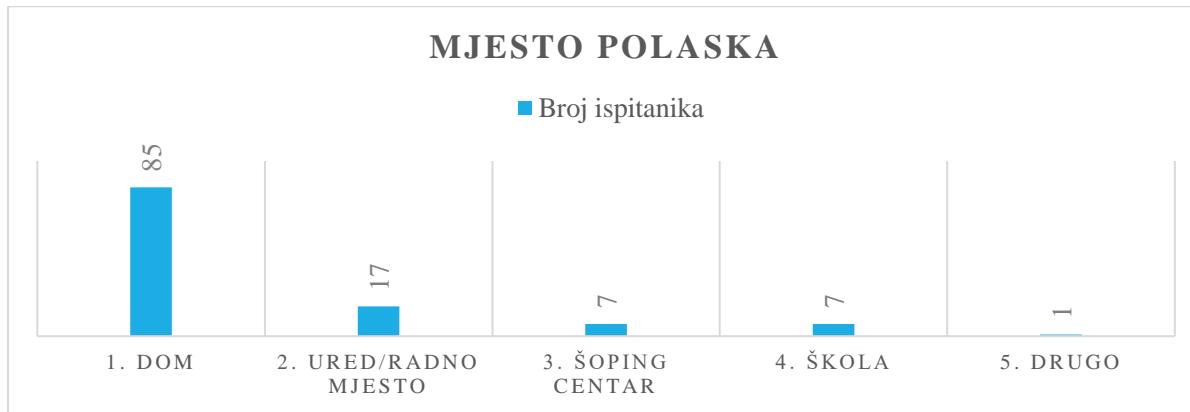
PREGLED UKUPNOG BROJA VOZILA PO DOMAČINSTVU

■ Ukupno vozila

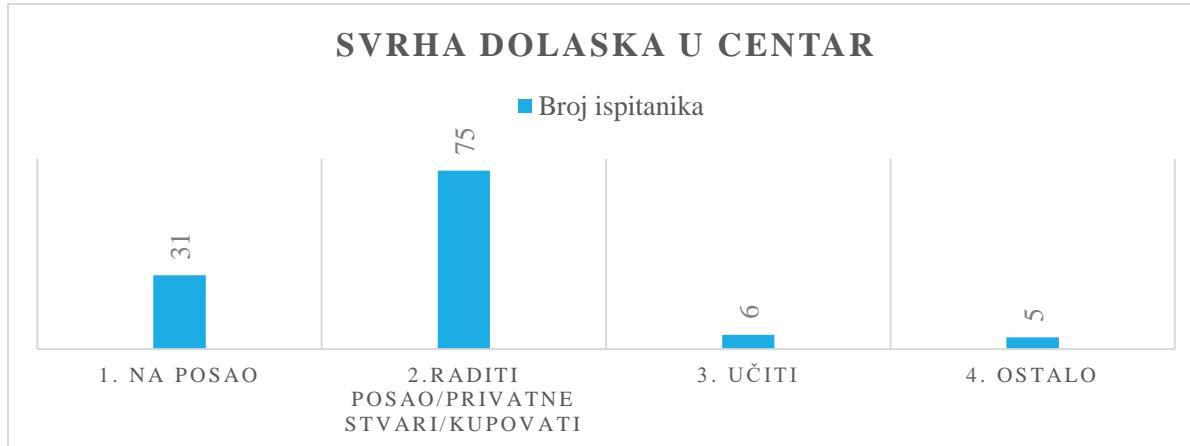


| Mjesto polaska prema centru | Broj ispitanika | % |
|-----------------------------|-----------------|-----|
| 1. Dom | 85 | 73% |
| 2. Ured/radno mjesto | 17 | 15% |

| | | |
|------------------|-----|------|
| 3. Šoping centar | 7 | 6% |
| 4. Škola | 7 | 6% |
| 5. Drugo | 1 | 1% |
| Ukupno | 546 | 467% |

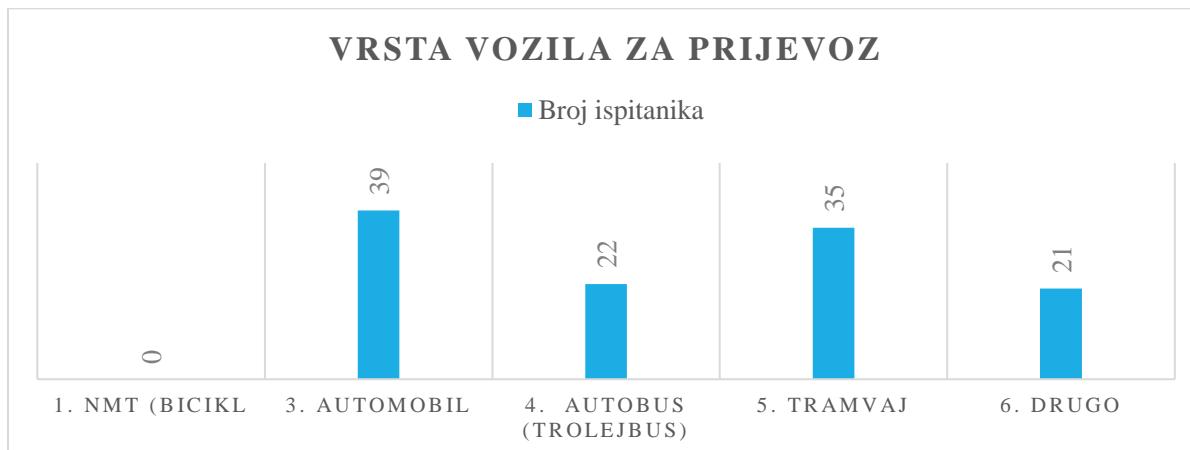


| Svrha dolaska u centar | Broj ispitanika | % |
|--|-----------------|-----|
| 1. na posao | 31 | 26% |
| 2. raditi posao/privatne stvari/kupovati | 75 | 64% |
| 3. učiti | 6 | 5% |
| 4. Ostalo | 5 | 4% |

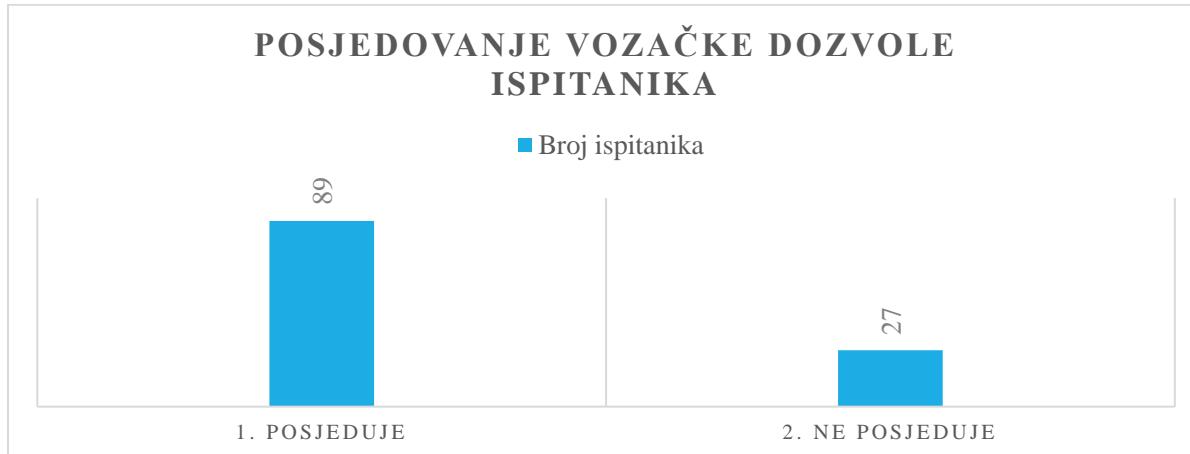


| Vrsta vozila za prijevoz | Broj ispitanika | % |
|--------------------------|-----------------|----|
| 1. NMT (Bicikl) | 0 | 0% |

| | | |
|------------------------|----|-----|
| 3. Automobil | 39 | 33% |
| 4. Autobus (Trolejbus) | 22 | 19% |
| 5. Tramvaj | 35 | 30% |
| 6. Drugo | 21 | 18% |



| Posjedovanje vozačke dozvole | Broj ispitanika | % |
|------------------------------|-----------------|-----|
| 1. Posjeduje | 89 | 77% |
| 2. Ne posjeduje | 27 | 23% |



Prema podacima dobivenim iz istraživanja može se uvidjeti da je ukupan broj osoba koje posjete Capital Tower u toku jednog radnog dana 946.

Prilikom ulaza u centar, vršeno je anketiranje posjetilaca, i to ukupno 117 osoba. Prema spolnoj strukturi 67 žena, i 50 muškaraca. Centar najviše posjećuju osobe starosne dobi od 20-29 godina, njih 41%, kao i osobe urasta od 30-39 godina, njih 19%.

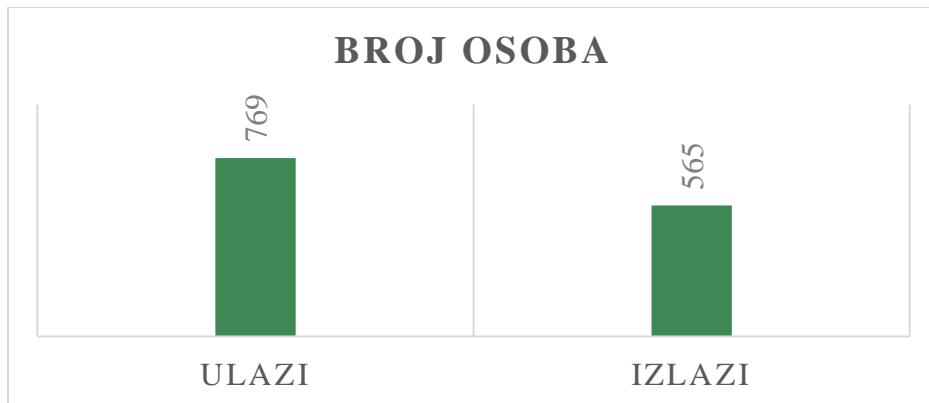
Većina posjetilaca u centar dolazi iz vlastitih domova, njih 73%, a ostalih 27% pristižu sa radnih mjesti, škola i sl. Svrha dolaska u centar najvećeg broja posjetilaca jeste kupovina, posao ili privatna obaveza i to više od 91%.

Anketirani posjetioci su stigli u centar koristeći vlastiti automobile u postotku od 33%, i javni gradski prevoz 49%. Ostali posjetioci stigli su u centar koristeći biciklo ili neki drugi vid prevoza.

3.5 Statistički podaci za ENERGOINVEST

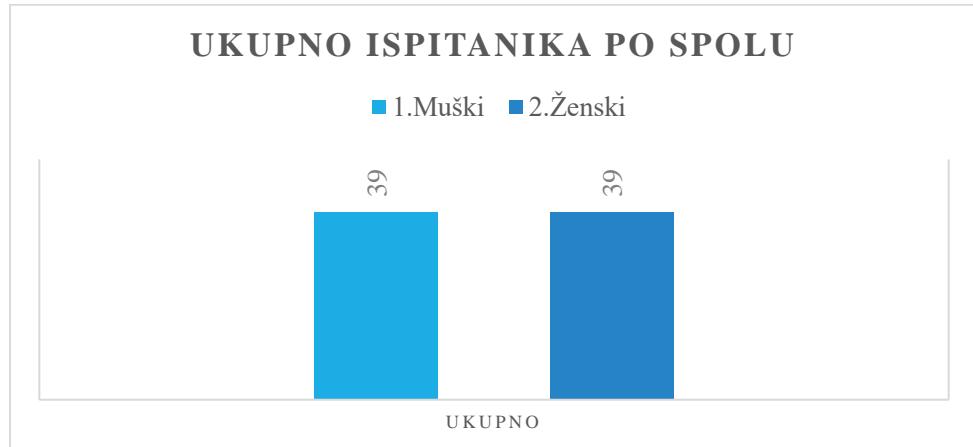
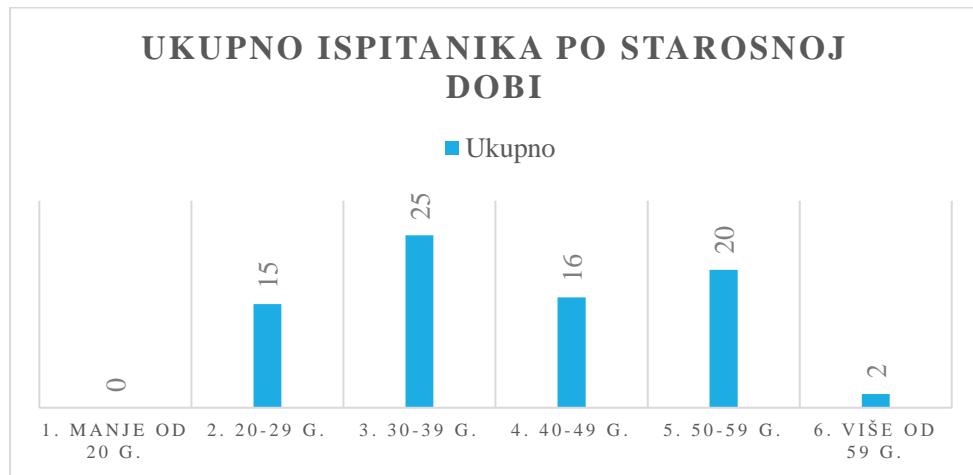
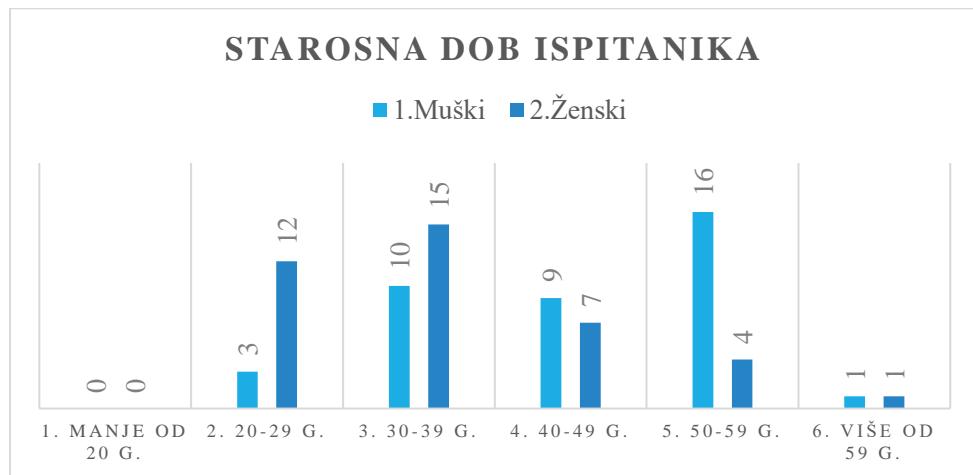
U okviru tržnog centra Energoinvest izvršeno je brojanje ulaza i izlaza iz centra na glavnom ulazu/izlazu. Rezultati istraživanja prikazani su u tabelama i grafikonima koji slijede

| | Ulazi | Izlazi |
|------------|-------|--------|
| Broj osoba | 769 | 565 |



| | 1.Muški | 2.Ženski | Ukupno | % |
|-------------------|---------|----------|--------|-----|
| 1. Manje od 20 g. | 0 | 0 | 0 | 0% |
| 2. 20-29 g. | 3 | 12 | 15 | 19% |
| 3. 30-39 g. | 10 | 15 | 25 | 32% |
| 4. 40-49 g. | 9 | 7 | 16 | 21% |
| 5. 50-59 g. | 16 | 4 | 20 | 26% |
| 6. Više od 59 g. | 1 | 1 | 2 | 3% |

| | | | | |
|--------|----|----|----|------|
| Ukupno | 39 | 39 | 78 | 100% |
|--------|----|----|----|------|



| Broj vozila u domaćinstvu | Ukupno vozila | % |
|---------------------------|---------------|-------------|
| 1 | 46 | 48% |
| 2 | 40 | 42% |
| 3 | 9 | 9% |
| 4 | 0 | 0% |
| 5 | 0 | 0% |
| 7 | 0 | 0% |
| Ukupno | 95 | 100% |

PREGLED UKUPNOG BROJA VOZILA PO DOMAČINSTVU

■ Ukupno vozila



| Mjesto polaska prema centru | Broj ispitanika | % |
|-----------------------------|-----------------|-------------|
| 1. Dom | 62 | 79% |
| 2. Ured/radno mjesto | 13 | 17% |
| 3. Šoping centar | 2 | 3% |
| 4. Škola | 0 | 0% |
| 5. Drugo | 1 | 1% |
| Ukupno | 546 | 700% |

MJESTO POLASKA

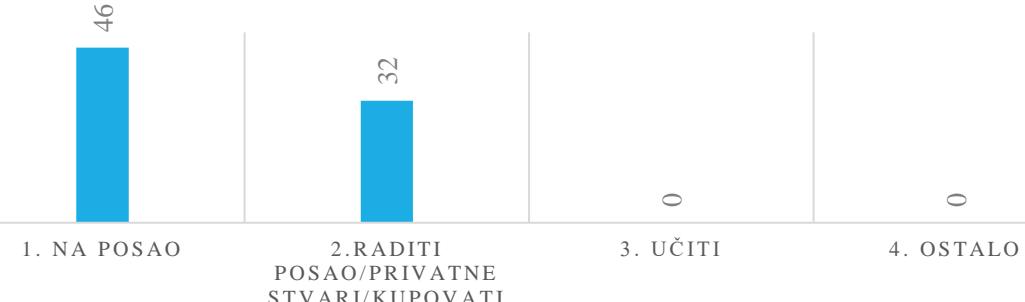
■ Broj ispitanika



| Svrha dolaska u centar | Broj ispitanika | % |
|---|-----------------|-----|
| 1. na posao | 46 | 59% |
| 2.raditi posao/privatne stvari/kupovati | 32 | 41% |
| 3. učiti | 0 | 0% |
| 4. Ostalo | 0 | 0% |

SVRHA DOLASKA U CENTAR

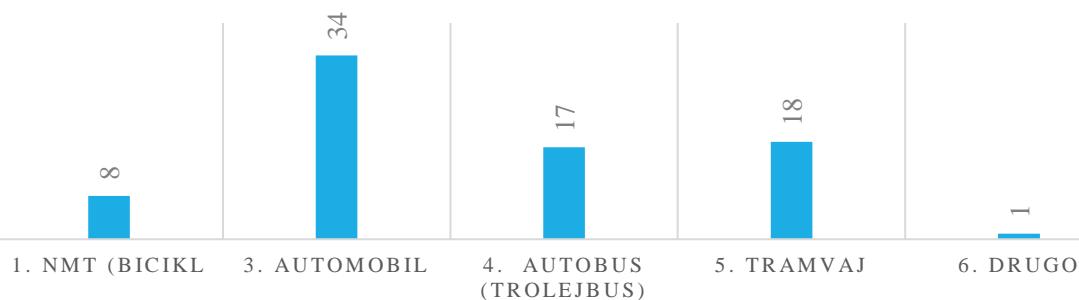
■ Broj ispitanika



| Vrsta vozila za prijevoz | Broj ispitanika | % |
|--------------------------|-----------------|-----|
| 1. NMT (Bicikl) | 8 | 10% |
| 3. Automobil | 34 | 44% |
| 4. Autobus (Trolejbus) | 17 | 22% |
| 5. Tramvaj | 18 | 23% |
| 6. Drugo | 1 | 1% |

VRSTA VOZILA ZA PRIJEVOZ

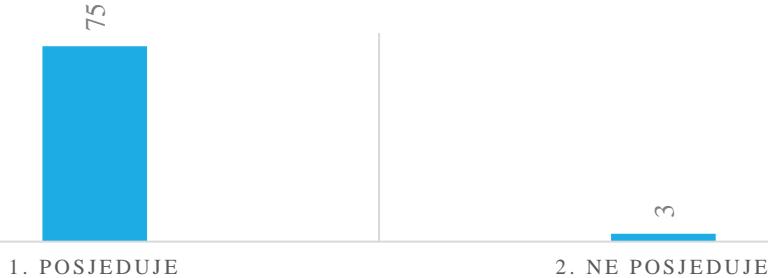
■ Broj ispitanika



| Posjedovanje vozačke dozvole | Broj ispitanika | % |
|------------------------------|-----------------|-----|
| 1. Posjeduje | 75 | 96% |
| 2. Ne posjeduje | 3 | 4% |

POSJEDOVANJE VOZAČKE DOZVOLE ISPITANIKA

■ Broj ispitanika



Prema podacima dobivenim iz istraživanja može se uvidjeti da je ukupan broj osoba koje posjetile Energoinvest u toku jednog radnog dana 769.

Prilikom ulaza u centar, vršeno je anketiranje posjetilaca, i to ukupno 78 osoba. Prema spolnoj strukturi 39 žena, i 39 muškaraca. Centar najviše posjećuju osobe starosne dobi od 30-39 godina, kao i osobe starosne dobi od 40-60 godina, i to 47%.

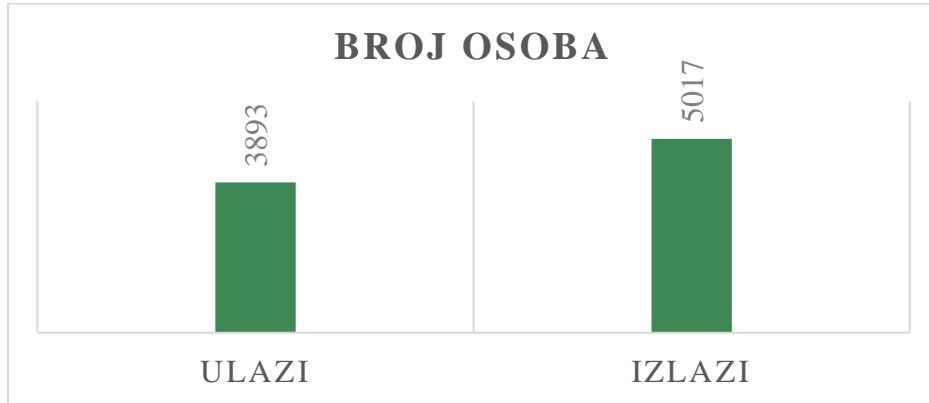
Većina posjetilaca u centar dolazi iz vlastitih domova, njih 79%, sa drugog radnog mjesta u iznosu od 17%. Svrha dolaska u centar najvećeg broja posjetilaca jeste posao.

Anketirani posjetioci su stigli u centar koristeći vlastiti automobile u postotku od 44%, i javni gradski prevoz 45%. Ostali posjetioci stigli su u centar koristeći biciklo (10%) ili neki drugi vid prevoza.

3.6 Statistički podaci za GRAND CENTAR

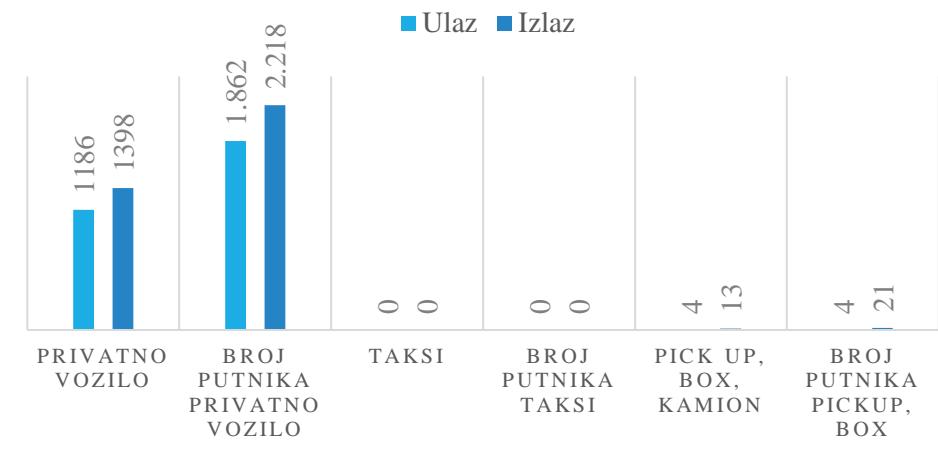
U okviru tržnog centra Grand izvršeno je brojanje ulaza i izlaza iz centra na dva glavnih ulaza, kao i na ulazu u parking prostor. Rezultati istraživanja prikazani su u tabelama i grafikonima koji slijede:

| | Ulazi | Izlazi |
|------------|-------|--------|
| Broj osoba | 3893 | 5017 |



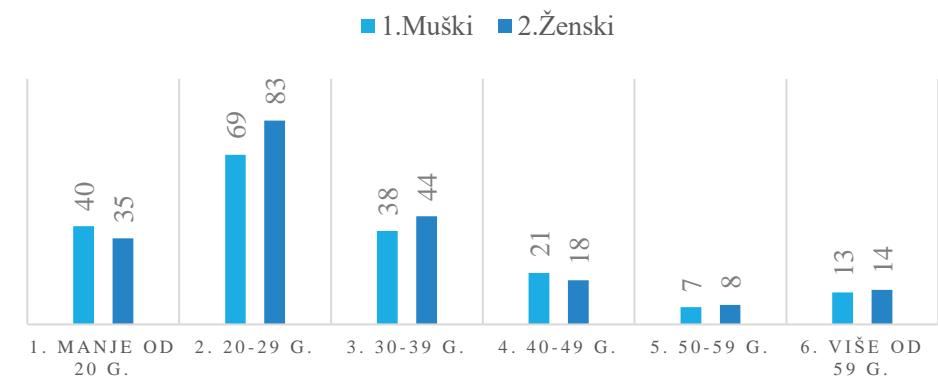
| | Privatno vozilo | Broj putnika privatno vozilo | Taksi | Broj putnika taksi | Pick Up, Box, Kamion | Broj putnika pickup, box |
|-------|-----------------|------------------------------|-------|--------------------|----------------------|--------------------------|
| Ulaz | 1186 | 1.862 | 0 | 0 | 4 | 4 |
| Izlaz | 1398 | 2.218 | 0 | 0 | 13 | 21 |

VRSTE VOZILA I BROJ PUTNIKA KOJI ULAZE U CENTAR KROZ PARKING

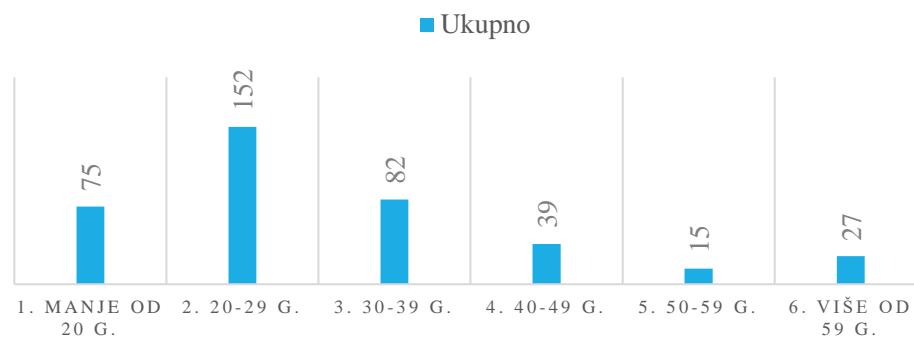


| | 1.Muški | 2.Ženski | Ukupno | % |
|-------------------|---------|----------|--------|------|
| 1. Manje od 20 g. | 40 | 35 | 75 | 19% |
| 2. 20-29 g. | 69 | 83 | 152 | 39% |
| 3. 30-39 g. | 38 | 44 | 82 | 21% |
| 4. 40-49 g. | 21 | 18 | 39 | 10% |
| 5. 50-59 g. | 7 | 8 | 15 | 4% |
| 6. Više od 59 g. | 13 | 14 | 27 | 7% |
| Ukupno | 188 | 202 | 390 | 100% |

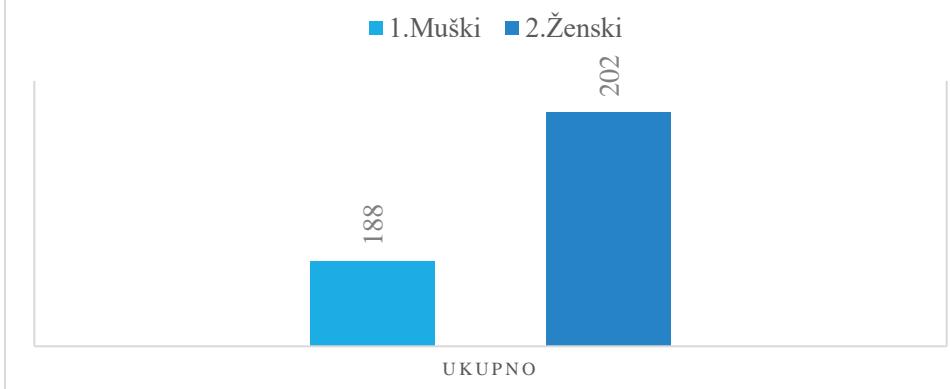
STAROSNA DOB ISPITANIKA



UKUPNO ISPITANIKA PO STAROSNOJ DOBI

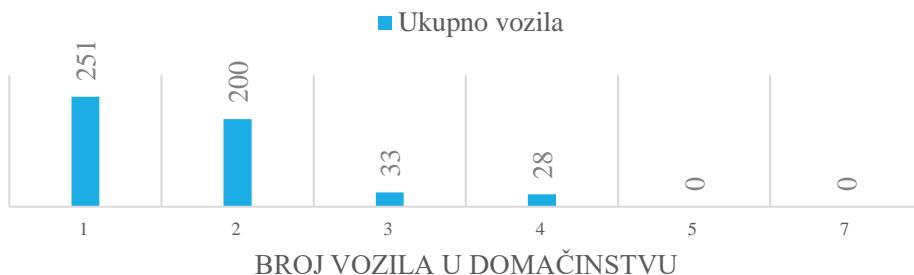


UKUPNO ISPITANIKA PO SPOLU



| Broj vozila u domaćinstvu | Ukupno vozila | % |
|---------------------------|---------------|------|
| 1 | 251 | 49% |
| 2 | 200 | 39% |
| 3 | 33 | 6% |
| 4 | 28 | 5% |
| 5 | 0 | 0% |
| 7 | 0 | 0% |
| Ukupno | 512 | 100% |

PREGLED UKUPNOG BROJA VOZILA PO DOMAČINSTVU



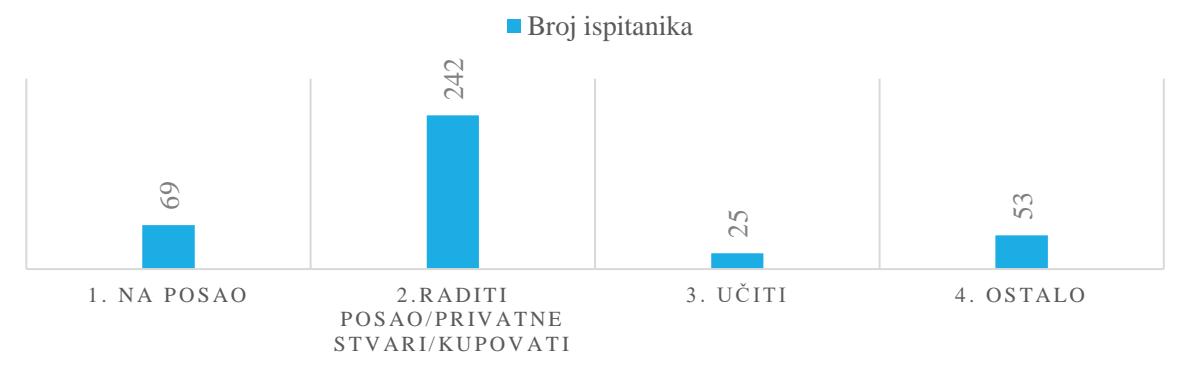
| Mjesto polaska prema centru | Broj ispitanika | % |
|-----------------------------|-----------------|-------------|
| 1. Dom | 306 | 79% |
| 2. Ured/radno mjesto | 33 | 9% |
| 3. Šoping centar | 13 | 3% |
| 4. Škola | 12 | 3% |
| 5. Drugo | 22 | 6% |
| Ukupno | 386 | 100% |

MJESTO POLASKA



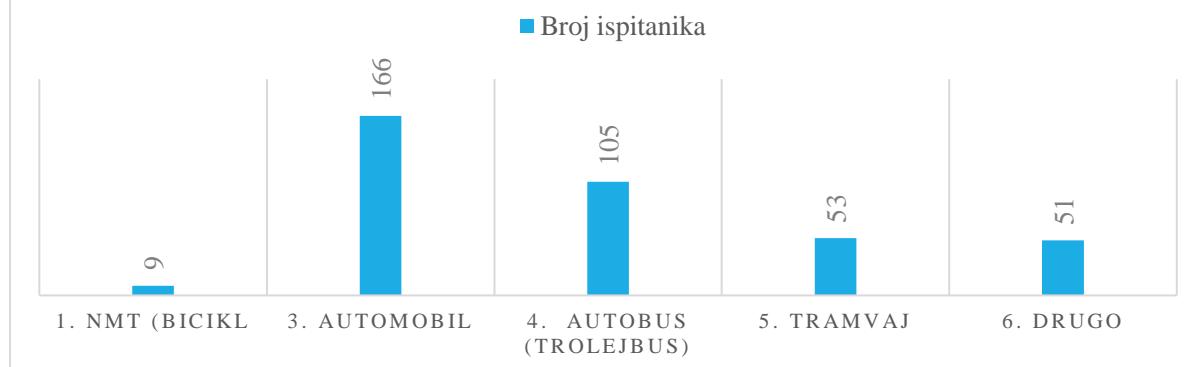
| Svrha dolaska u centar | Broj ispitanika | % |
|--|-----------------|-----|
| 1. na posao | 69 | 18% |
| 2. raditi posao/privatne stvari/kupovati | 242 | 62% |
| 3. učiti | 25 | 6% |
| 4. Ostalo | 53 | 14% |

SVRHA DOLASKA U CENTAR



| Vrsta vozila za prijevoz | Broj ispitanika | % |
|--------------------------|-----------------|-----|
| 1. NMT (Bicikl) | 9 | 2% |
| 3. Automobil | 166 | 43% |
| 4. Autobus (Trolejbus) | 105 | 27% |
| 5. Tramvaj | 53 | 14% |
| 6. Drugo | 51 | 13% |

VRSTA VOZILA ZA PRIJEVOZ



| Posjedovanje vozačke dozvole | Broj ispitanika | % |
|------------------------------|-----------------|-----|
| 1. Posjeduje | 280 | 72% |
| 2. Ne posjeduje | 110 | 28% |

POSJEDOVANJE VOZAČKE DOZVOLE ISPITANIKA



Prema podacima dobivenim iz istraživanja može se uvidjeti da je ukupan broj osoba koje posjeti Grand Centar u toku jednog radnog dana 3893. Od navedenog broja, 1862 posjetilaca je stiglo u centar privatnim vozilom, a ostali su stigli nekim od vidova javnog prevoza.

Prilikom ulaza u centar, vršeno je anketiranje posjetilaca, i to ukupno 390 osoba. Prema spolnoj strukturi 202 žena, i 188 muškaraca. Centar najviše posjećuju osobe starosne dobi od 20-29 godina (39%), osobe starosne dobi od 30-50 godina (31%).

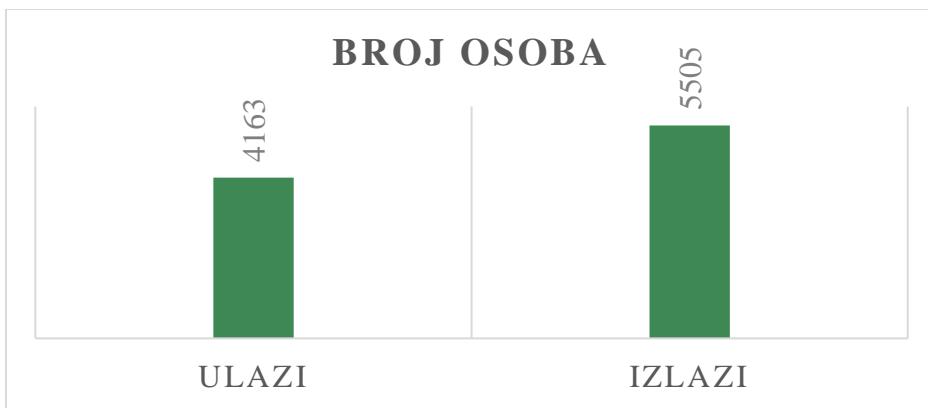
Većina posjetilaca u centar dolazi iz vlastitih domova, njih 79%, a ostali podjednako pristižu sa radnih mjeseta, škola i sl. Svrha dolaska u centar najvećeg broja posjetilaca jeste kupovina, posao ili privatna obaveza i to više od 62%.

Anketirani posjetioci su stigli u centar koristeći vlastiti automobile u postotku od 43%, i javni gradski prevoz 41%. Ostali posjetioci stigli su u centar koristeći taxi vozila ili neki drugi vid prevoza.

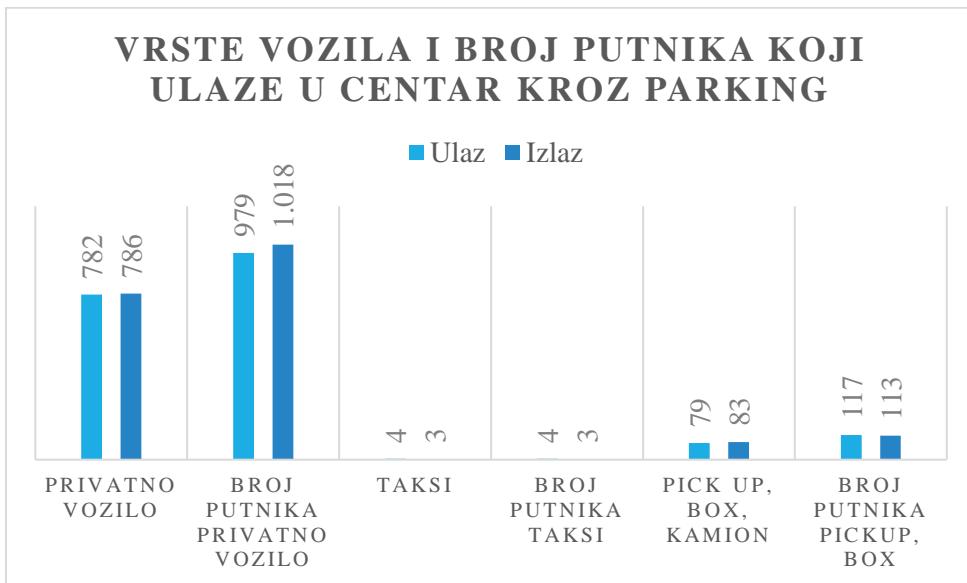
3.7 Statistički podaci za IMPORTANNE CENTAR

U okviru tržnog centra Importanne Centar izvršeno je brojanje ulaza i izlaza iz centra na dva glavnih ulaza, kao i na ulazu u parking prostor. Rezultati istraživanja prikazani su u tabelama i grafikonima koji slijede

| | Ulazi | Izlazi |
|------------|-------|--------|
| Broj osoba | 4163 | 5505 |

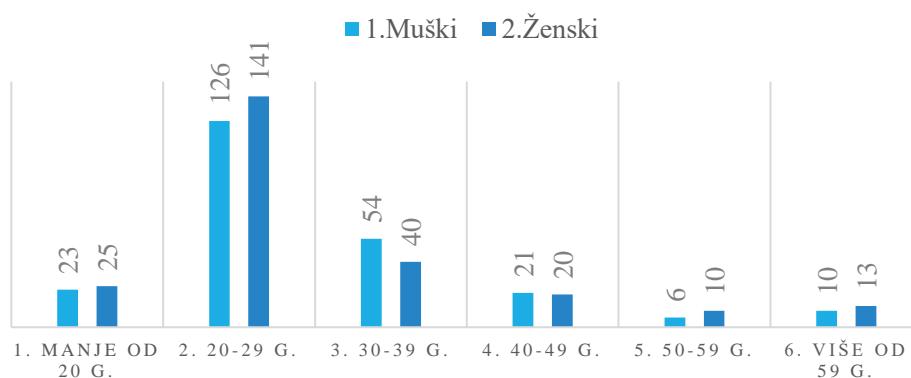


| | Privatno vozilo | Broj putnika privatno vozilo | Taksi | Broj putnika taksi | Pick Up, Box, Kamion | Broj putnika pickup, box |
|-------|-----------------|------------------------------|-------|--------------------|----------------------|--------------------------|
| Ulaz | 782 | 979 | 4 | 4 | 79 | 117 |
| Izlaz | 786 | 1.018 | 3 | 3 | 83 | 113 |

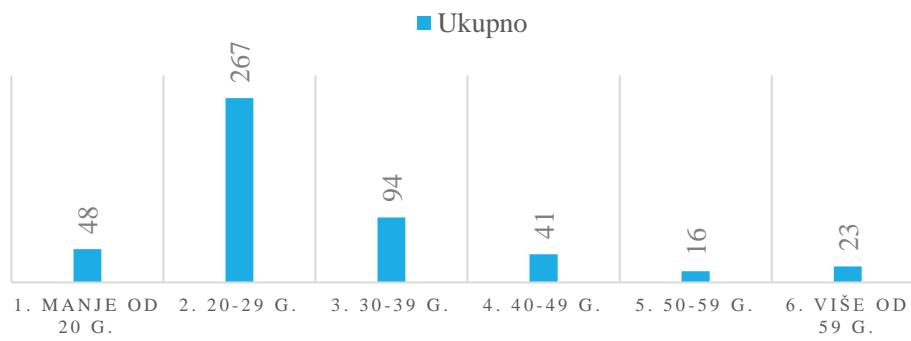


| | 1.Muški | 2.Ženski | Ukupno | % |
|-------------------|---------|----------|--------|------|
| 1. Manje od 20 g. | 23 | 25 | 48 | 10% |
| 2. 20-29 g. | 126 | 141 | 267 | 55% |
| 3. 30-39 g. | 54 | 40 | 94 | 19% |
| 4. 40-49 g. | 21 | 20 | 41 | 8% |
| 5. 50-59 g. | 6 | 10 | 16 | 3% |
| 6. Više od 59 g. | 10 | 13 | 23 | 5% |
| Ukupno | 240 | 249 | 489 | 100% |

STAROSNA DOB ISPITANIKA

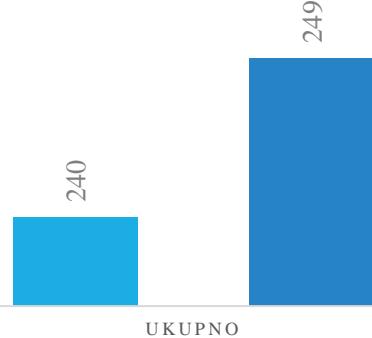


UKUPNO ISPITANIKA PO STAROSNOJ DOBI



UKUPNO ISPITANIKA PO SPOLU

■ 1.Muški ■ 2.Ženski



| Broj vozila u domaćinstvu | Ukupno vozila | % |
|---------------------------|---------------|-------------|
| 1 | 273 | 44% |
| 2 | 248 | 40% |
| 3 | 81 | 13% |
| 4 | 20 | 3% |
| 5 | 5 | 1% |
| 7 | 0 | 0% |
| Ukupno | 627 | 100% |

PREGLED UKUPNOG BROJA VOZILA PO DOMAČINSTVU

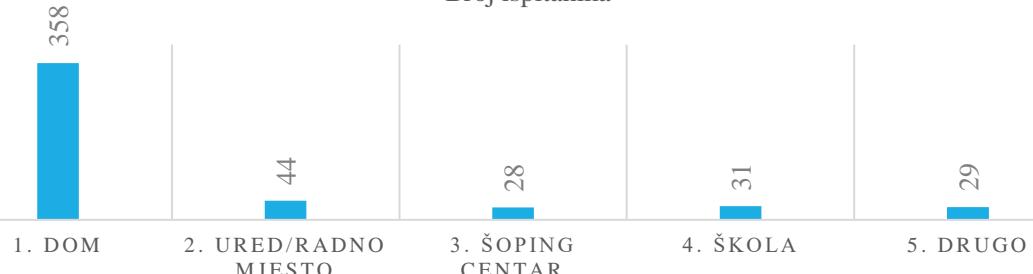
■ Ukupno vozila



| | | |
|----------------------|------------|-------------|
| 1. Dom | 358 | 73% |
| 2. Ured/radno mjesto | 44 | 9% |
| 3. Šoping centar | 28 | 6% |
| 4. Škola | 31 | 6% |
| 5. Drugo | 29 | 6% |
| Ukupno | 490 | 100% |

MJESTO POLASKA

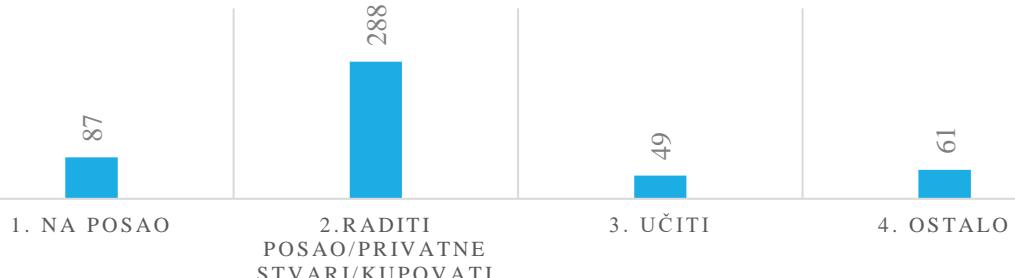
■ Broj ispitanika



| Svrha dolaska u centar | Broj ispitanika | % |
|--|-----------------|-----|
| 1. na posao | 87 | 18% |
| 2. raditi posao/privatne stvari/kupovati | 288 | 59% |
| 3. učiti | 49 | 10% |
| 4. Ostalo | 61 | 13% |

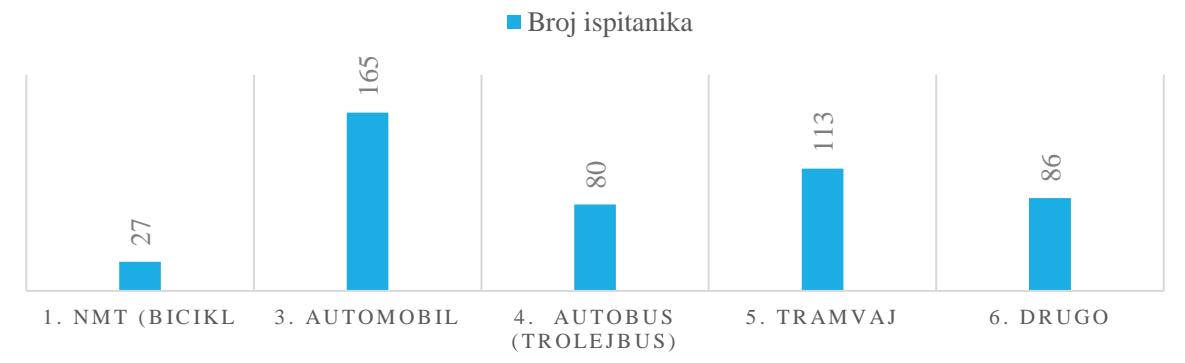
SVRHA DOLASKA U CENTAR

■ Broj ispitanika



| Vrsta vozila za prijevoz | Broj ispitanika | % |
|--------------------------|-----------------|-----|
| 1. NMT (Bicikl) | 27 | 6% |
| 3. Automobil | 165 | 35% |
| 4. Autobus (Trolejbus) | 80 | 17% |
| 5. Tramvaj | 113 | 24% |
| 6. Drugo | 86 | 18% |

VRSTA VOZILA ZA PRIJEVOZ



| Posjedovanje vozačke dozvole | Broj ispitanika | % |
|------------------------------|-----------------|-----|
| 1. Posjeduje | 361 | 74% |
| 2. Ne posjeduje | 129 | 26% |

POSJEDOVANJE VOZAČKE DOZVOLE ISPITANIKA



Prema podacima dobivenim iz istraživanja može se uvidjeti da je ukupan broj osoba koje posjete Importanne Centar u toku jednog radnog dana 4160. Od navedenog broja, 979 kupaca je stiglo u centar privatnim vozilom, a ostali su stigli nekim od vidova javnog prevoza.

Prilikom ulaza u centar, vršeno je anketiranje posjetilaca, i to ukupno 489 osoba. Prema spolnoj strukturi 249 žena, i 240 muškaraca. Centar najviše posjećuju osobe starosne dobi od 20-29 godina (55%), i osobe starosne dobi od 30-39 godina (19%).

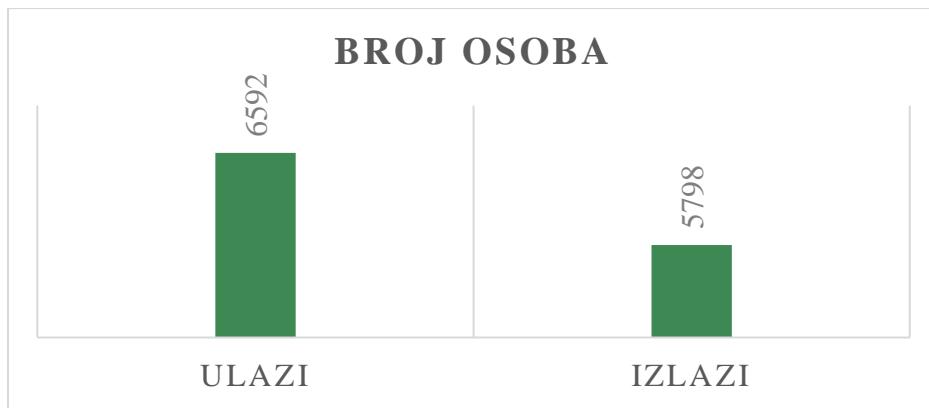
Većina posjetilaca u centar dolazi iz vlastitih domova, njih 73%, a ostali podsјednako pristižu sa radnih mjeseta, škola i sl. Svrha dolaska u centar najvećeg broja posjetilaca jeste kupovina, posao ili privatna obaveza i ot više od 59%.

Anketirani posjetioci su stigli u centar koristeći vlastiti automobile u postotku od 35%, i javni gradski prevoz 41%. Ostali posjetioci stigli su u centar koristeći biciklo (6%) ili neki drugi vid prevoza.

3.8 Statistički podaci za OTOKA SHOPPING CENTAR

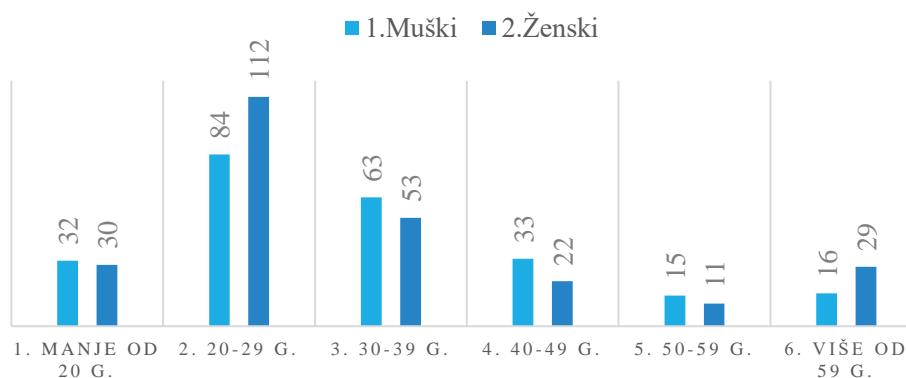
U okviru tržnog centra Otoka Shopping Centar izvršeno je brojanje ulaza i izlaza iz centra na tri glavna ulaza. Rezultati istraživanja prikazani su u tabelama i grafikonima koji slijede:

| | Ulazi | Izlazi |
|------------|-------|--------|
| Broj osoba | 6592 | 5798 |

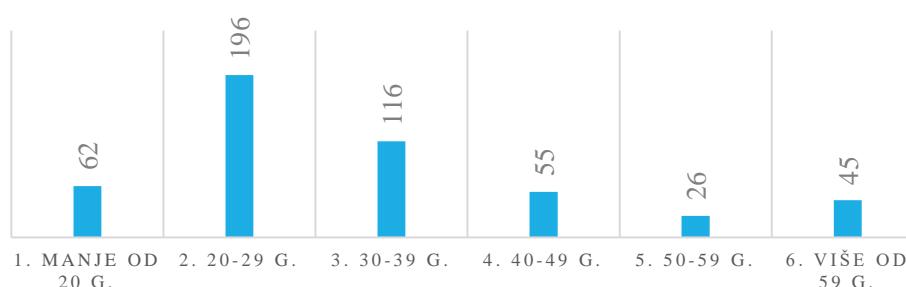


| | 1.Muški | 2.Ženski | Ukupno | % |
|-------------------|---------|----------|--------|------|
| 1. Manje od 20 g. | 32 | 30 | 62 | 12% |
| 2. 20-29 g. | 84 | 112 | 196 | 39% |
| 3. 30-39 g. | 63 | 53 | 116 | 23% |
| 4. 40-49 g. | 33 | 22 | 55 | 11% |
| 5. 50-59 g. | 15 | 11 | 26 | 5% |
| 6. Više od 59 g. | 16 | 29 | 45 | 9% |
| Ukupno | 243 | 257 | 500 | 100% |

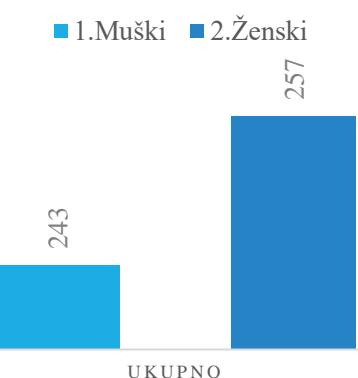
STAROSNA DOB ISPITANIKA



UKUPNO ISPITANIKA PO STAROSNOJ DOBI



UKUPNO ISPITANIKA PO SPOLU



| Broj vozila u domaćinstvu | Ukupno vozila | % |
|---------------------------|---------------|-----|
| 1 | 256 | 41% |
| 2 | 282 | 45% |
| 3 | 69 | 11% |

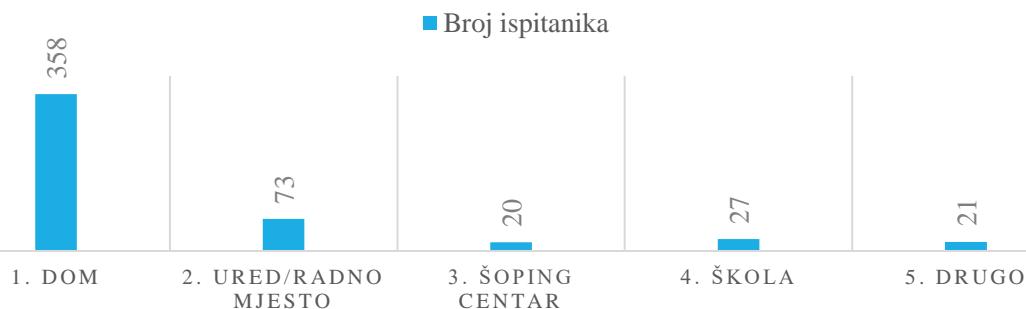
| | | | |
|--------|---|-----|------|
| | 4 | 8 | 1% |
| | 5 | 5 | 1% |
| | 7 | 0 | 0% |
| Ukupno | | 620 | 100% |

PREGLED UKUPNOG BROJA VOZILA PO DOMAČINSTVU



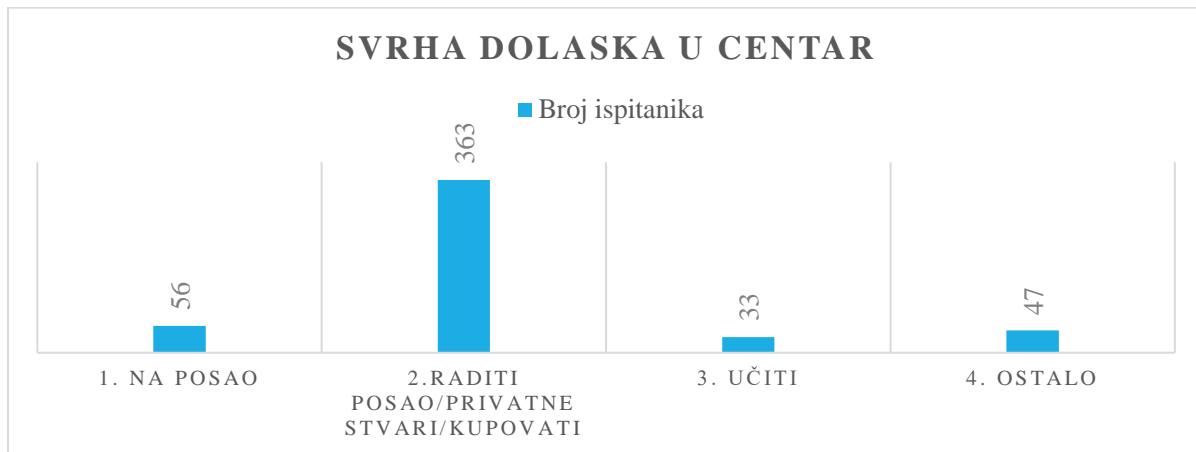
| Mjesto polaska prema centru | Broj ispitanika | % |
|-----------------------------|-----------------|------|
| 1. Dom | 358 | 72% |
| 2. Ured/radno mjesto | 73 | 15% |
| 3. Šoping centar | 20 | 4% |
| 4. Škola | 27 | 5% |
| 5. Drugo | 21 | 4% |
| Ukupno | 499 | 100% |

MJESTO POLASKA

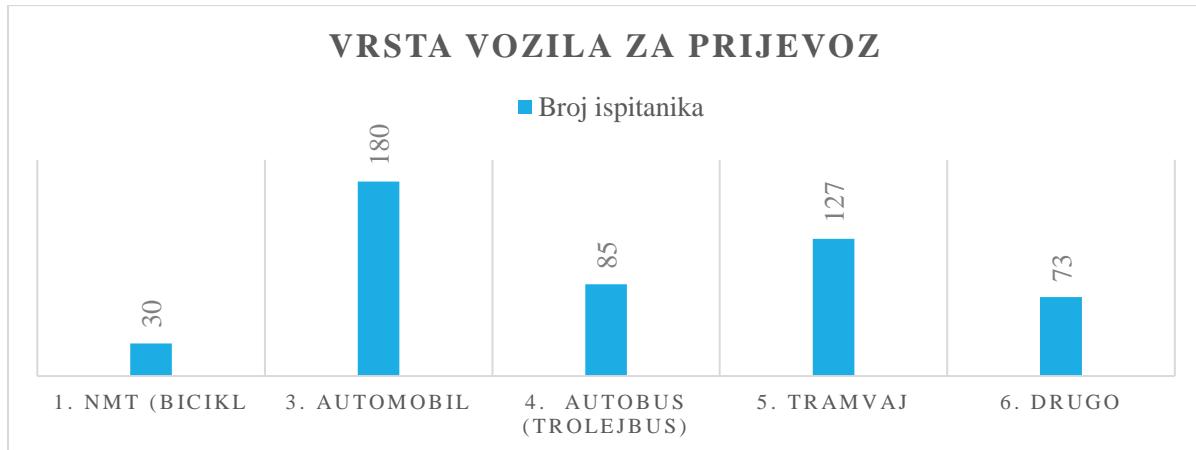


| Svrha dolaska u centar | Broj ispitanika | % |
|--|-----------------|-----|
| 1. na posao | 56 | 11% |
| 2. raditi posao/privatne stvari/kupovati | 363 | 73% |

| | | |
|-----------|----|----|
| 3. učiti | 33 | 7% |
| 4. Ostalo | 47 | 9% |



| Vrsta vozila za prijevoz | Broj ispitanika | % |
|--------------------------|-----------------|-----|
| 1. NMT (Bicikl) | 30 | 6% |
| 3. Automobil | 180 | 36% |
| 4. Autobus (Trolejbus) | 85 | 17% |
| 5. Tramvaj | 127 | 26% |
| 6. Drugo | 73 | 15% |



| Posjedovanje vozačke dozvole | Broj ispitanika | % |
|------------------------------|-----------------|-----|
| 1. Posjeduje | 354 | 71% |
| 2. Ne posjeduje | 146 | 29% |

POSJEDOVANJE VOZAČKE DOZVOLE ISPITANIKA



Prema podacima dobivenim iz istraživanja može se uvidjeti da je ukupan broj osoba koje posjete Otoka Shopping Centar u toku jednog radnog dana 6592.

Prilikom ulaza u centar, vršeno je anketiranje posjetilaca, i to ukupno 500 osoba. Prema spolnoj strukturi 257 žena, i 243 muškaraca. Centar najviše posjećuju osobe starosne dobi od 20-40 godina, njih 62%.

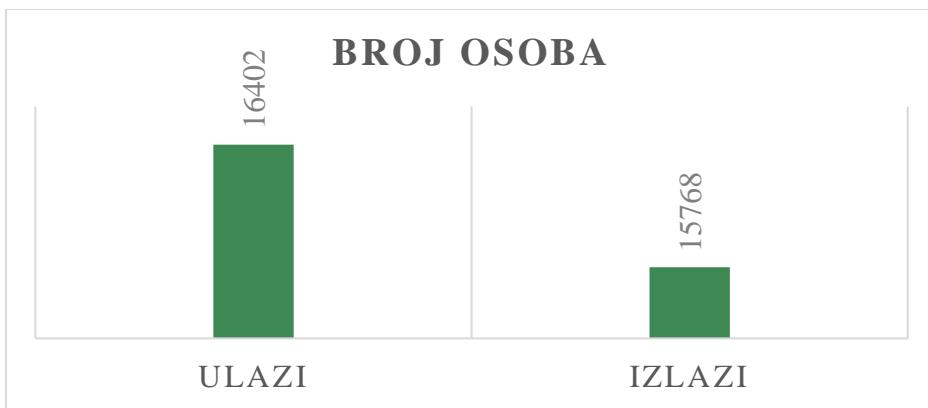
Većina posjetilaca u centar dolazi iz vlastitih domova, njih 72%, a ostalih 28% pristižu sa radnih mjesta, škola i sl. Svrha dolaska u centar najvećeg broja posjetilaca jeste kupovina, posao ili privatna obaveza i to više od 73%.

Anketirani posjetioci su stigli u centar koristeći vlastiti automobile u postotku od 36%, i javni gradski prevoz 43%. Ostali posjetioci stigli su u centar koristeći biciklo (6%) ili neki drugi vid prevoza

3.9 Statistički podaci za Sarajevo City Center

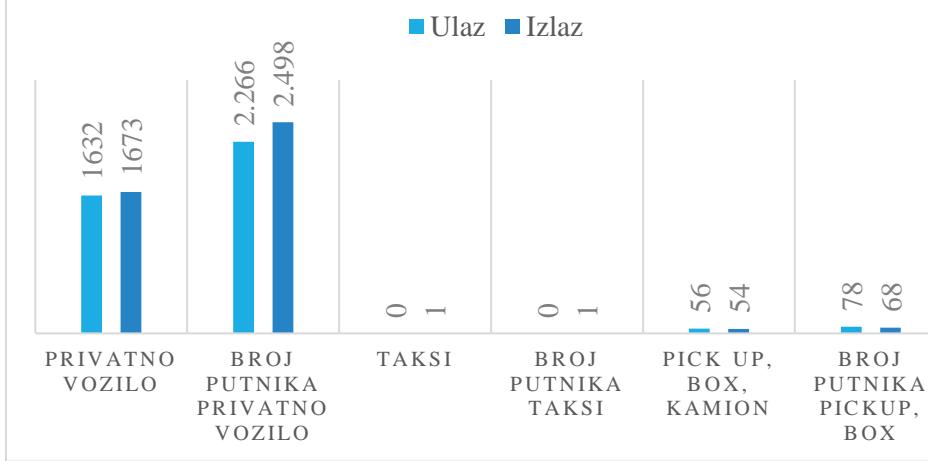
U okviru tržnog centra Sarajevo City Center izvršeno je brojanje ulaza i izlaza iz centra na tri glavna ulaza, kao i na ulazima u parking prostor. Rezultati istraživanja prikazani su u tabelama i grafikonima koji slijede:

| | Ulazi | Izlazi |
|------------|-------|--------|
| Broj osoba | 16402 | 15768 |



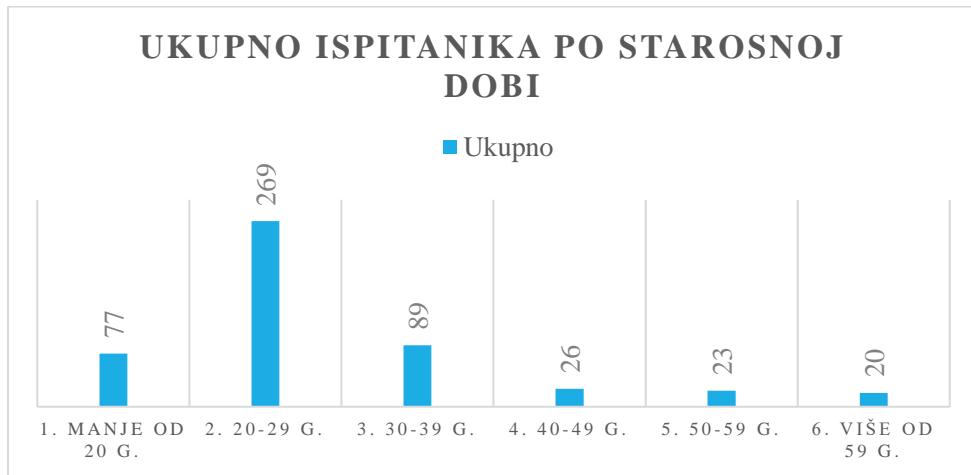
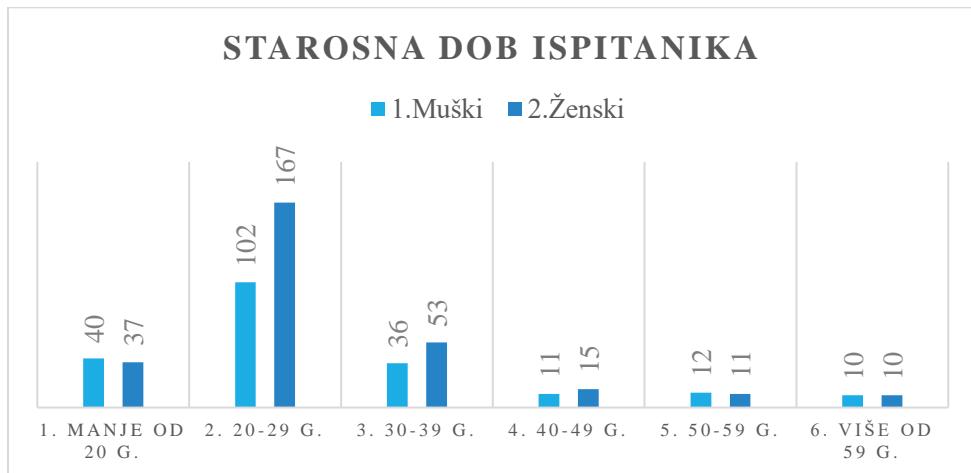
| | Privatno vozilo | Broj putnika privatno vozilo | Taksi | Broj putnika taksi | Pick Up, Box, Kamion | Broj putnika pickup, box |
|--------|-----------------|------------------------------|-------|--------------------|----------------------|--------------------------|
| Ulez | 1632 | 2.266 | 0 | 0 | 56 | 78 |
| Izelaz | 1673 | 2.498 | 1 | 1 | 54 | 68 |

VRSTE VOZILA I BROJ PUTNIKA KOJI ULAZE U CENTAR KROZ PARKING



| | 1.Muški | 2.Ženski | Ukupno | % |
|-------------------|---------|----------|--------|-----|
| 1. Manje od 20 g. | 40 | 37 | 77 | 15% |
| 2. 20-29 g. | 102 | 167 | 269 | 53% |
| 3. 30-39 g. | 36 | 53 | 89 | 18% |

| | | | | |
|------------------|-----|-----|-----|------|
| 4. 40-49 g. | 11 | 15 | 26 | 5% |
| 5. 50-59 g. | 12 | 11 | 23 | 5% |
| 6. Više od 59 g. | 10 | 10 | 20 | 4% |
| Ukupno | 211 | 293 | 504 | 100% |



UKUPNO ISPITANIKA PO SPOLU

■ 1.Muški ■ 2.Ženski



| Broj vozila u domaćinstvu | Ukupno vozila | % |
|---------------------------|---------------|------|
| 1 | 301 | 47% |
| 2 | 232 | 36% |
| 3 | 93 | 15% |
| 4 | 8 | 1% |
| 5 | 5 | 1% |
| 7 | 0 | 0% |
| Ukupno | 639 | 100% |

PREGLED UKUPNOG BROJA VOZILA PO DOMAČINSTVU

■ Ukupno vozila



| Mjesto polaska prema centru | Broj ispitanika | % |
|-----------------------------|-----------------|------|
| 1. Dom | 432 | 86% |
| 2. Ured/radno mjesto | 30 | 6% |
| 3. Šoping centar | 11 | 2% |
| 4. Škola | 13 | 3% |
| 5. Drugo | 17 | 3% |
| Ukupno | 503 | 100% |

MJESTO POLASKA

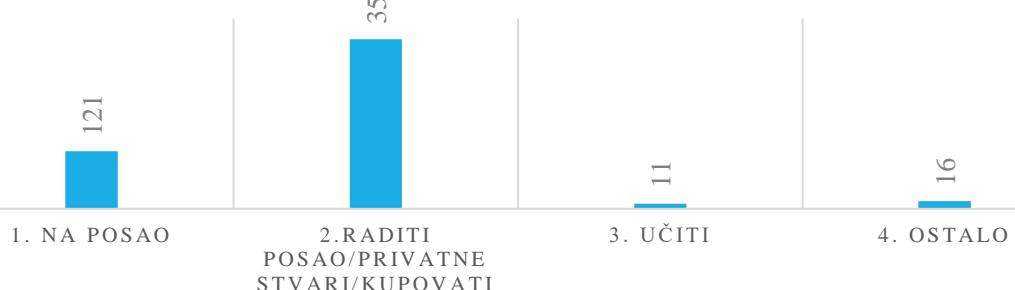
■ Broj ispitanika



| Svrha dolaska u centar | Broj ispitanika | % |
|--|-----------------|-----|
| 1. na posao | 121 | 24% |
| 2. raditi posao/privatne stvari/kupovati | 356 | 71% |
| 3. učiti | 11 | 2% |
| 4. Ostalo | 16 | 3% |

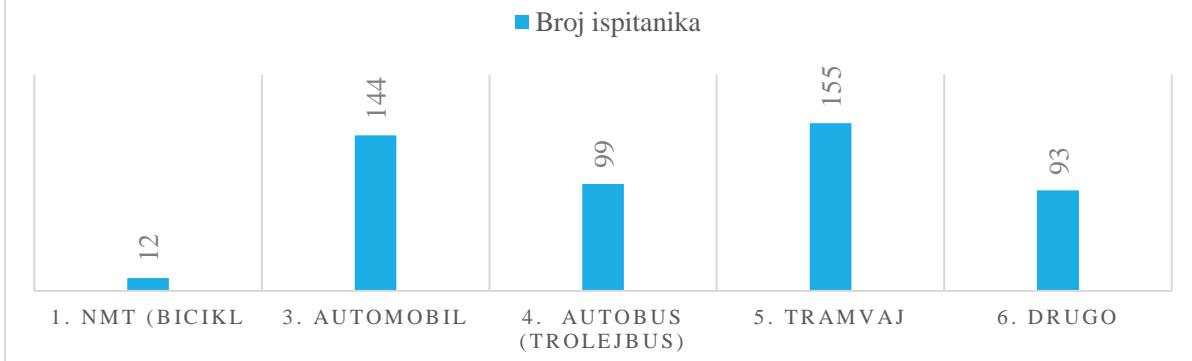
SVRHA DOLASKA U CENTAR

■ Broj ispitanika



| Vrsta vozila za prijevoz | Broj ispitanika | % |
|--------------------------|-----------------|-----|
| 1. NMT (Bicikl) | 12 | 2% |
| 3. Automobil | 144 | 29% |
| 4. Autobus (Trolejbus) | 99 | 20% |
| 5. Tramvaj | 155 | 31% |
| 6. Drugo | 93 | 18% |

VRSTA VOZILA ZA PRIJEVOZ



| Posjedovanje vozačke dozvole | Broj ispitanika | % |
|------------------------------|-----------------|-----|
| 1. Posjeduje | 363 | 72% |
| 2. Ne posjeduje | 141 | 28% |

POSJEDOVANJE VOZAČKE DOZVOLE ISPITANIKA



Prema podacima dobivenim iz istraživanja može se uvidjeti da je ukupan broj osoba koje posjete SCC u toku jednog radnog dana 16402. Od navedenog broja, 2266 kupaca je stiglo u centar privatnim vozilom, a ostali su stigli nekim od vidova javnog prevoza.

Prilikom ulaza u centar, vršeno je anketiranje posjetilaca, i to ukupno 504 osoba. Prema spolnoj strukturi 293 žena, i 211 muškaraca. Centar najviše posjećuju osobe starosne dobi od 20-29 godina, njih 53%.

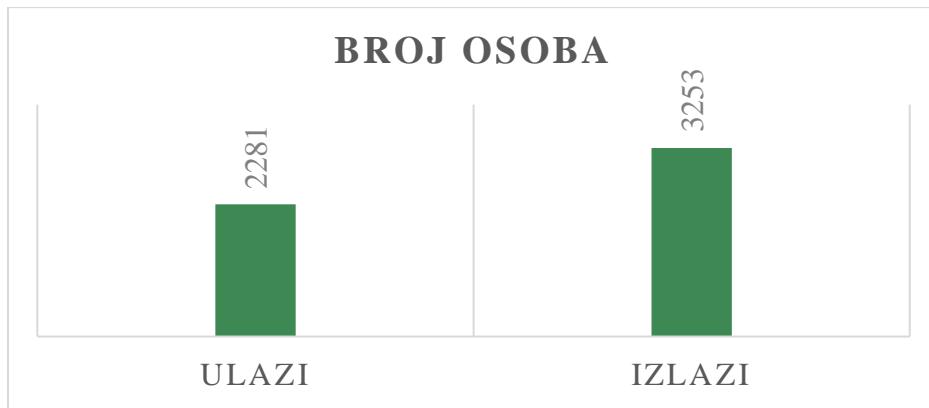
Većina posjetilaca u centar dolazi iz vlastitih domova, njih 86%, a ostalih 14% pristižu sa radnih mjesta, škola i sl. Svrha dolaska u centar najvećeg broja posjetilaca jeste kupovina, posao ili privatna obaveza i to više od 71%.

Anketirani posjetioci su stigli u centar koristeći vlastiti automobile u postotku od 29%, i javni gradski prevoz 51%. Ostali posjetioci stigli su u centar koristeći biciklo (2%) ili neki drugi vid prevoza.

3.10 Statistički podaci za UNITIC

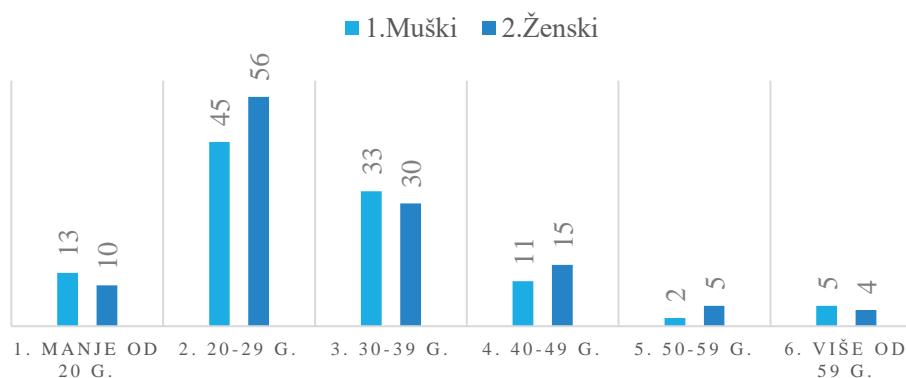
U okviru tržnog centra Unitic izvršeno je brojanje ulaza i izlaza iz centra na tri glavna ulaza. Rezultati istraživanja prikazani su u tabelama i grafikonima koji slijede:

| | Ulazi | Izlazi |
|------------|-------|--------|
| Broj osoba | 2281 | 3253 |

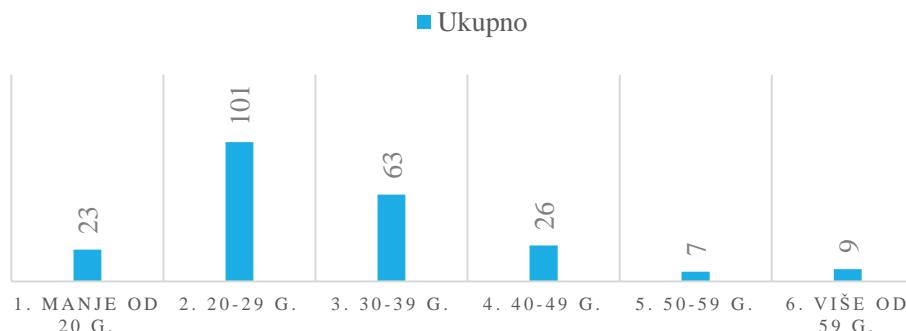


| | 1.Muški | 2.Ženski | Ukupno | % |
|-------------------|---------|----------|--------|------|
| 1. Manje od 20 g. | 13 | 10 | 23 | 10% |
| 2. 20-29 g. | 45 | 56 | 101 | 44% |
| 3. 30-39 g. | 33 | 30 | 63 | 28% |
| 4. 40-49 g. | 11 | 15 | 26 | 11% |
| 5. 50-59 g. | 2 | 5 | 7 | 3% |
| 6. Više od 59 g. | 5 | 4 | 9 | 4% |
| Ukupno | 109 | 120 | 229 | 100% |

STAROSNA DOB ISPITANIKA

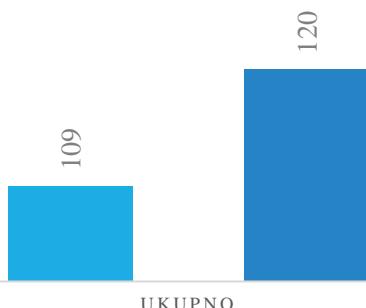


UKUPNO ISPITANIKA PO STAROSNOJ DOBI



UKUPNO ISPITANIKA PO SPOLU

■ 1.Muški ■ 2.Ženski



| Broj vozila u domaćinstvu | Ukupno vozila | % |
|---------------------------|---------------|-----|
| 1 | 131 | 42% |
| 2 | 140 | 45% |
| 3 | 30 | 10% |

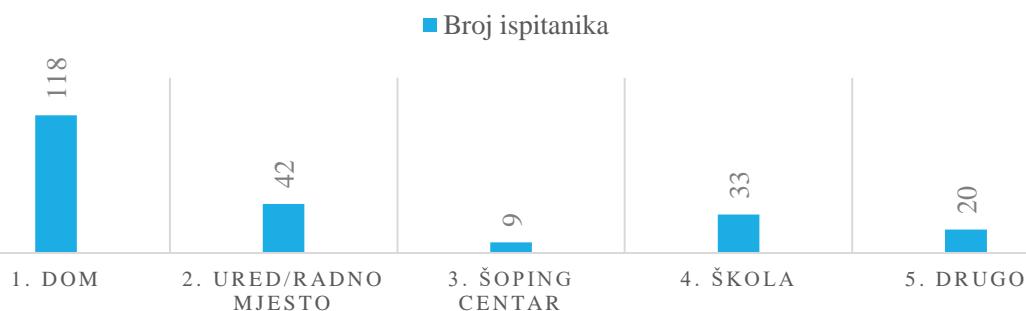
| | | | |
|--------|---|-----|------|
| | 4 | 8 | 3% |
| | 5 | 0 | 0% |
| | 7 | 0 | 0% |
| Ukupno | | 309 | 100% |

PREGLED UKUPNOG BROJA VOZILA PO DOMAČINSTVU



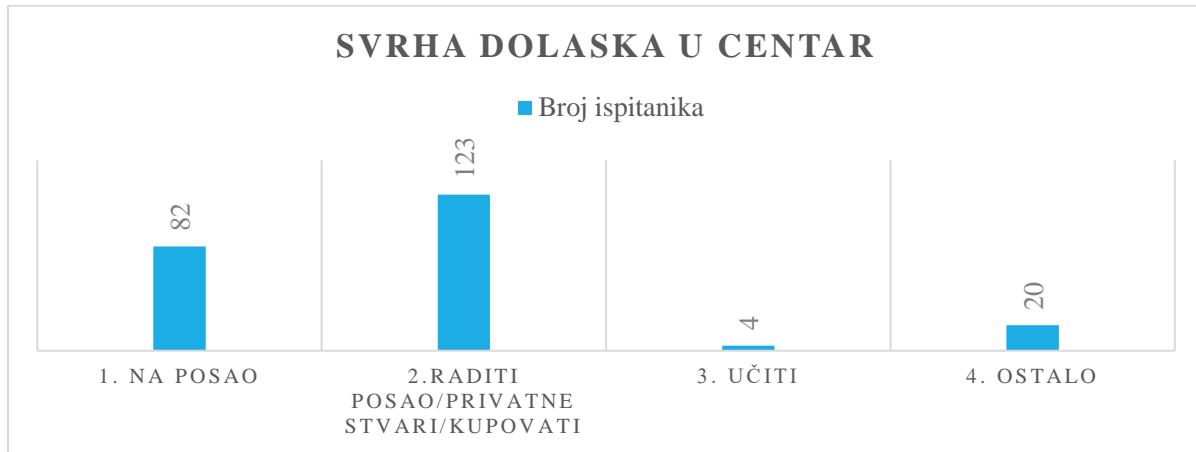
| Mjesto polaska prema centru | Broj ispitanika | % |
|-----------------------------|-----------------|------|
| 1. Dom | 118 | 53% |
| 2. Ured/radno mjesto | 42 | 19% |
| 3. Šoping centar | 9 | 4% |
| 4. Škola | 33 | 15% |
| 5. Drugo | 20 | 9% |
| Ukupno | 222 | 100% |

MJESTO POLASKA

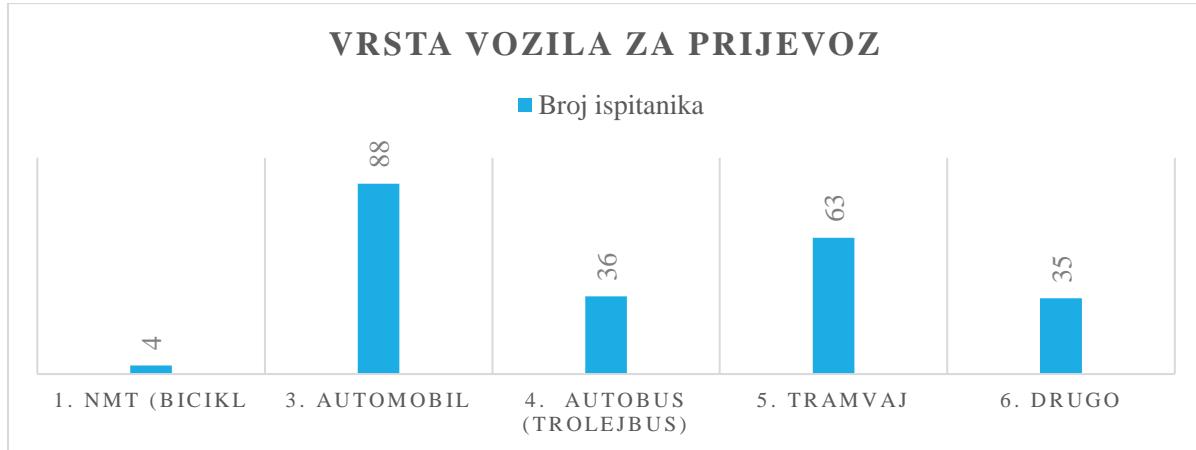


| Svrha dolaska u centar | Broj ispitanika | % |
|--|-----------------|-----|
| 1. na posao | 82 | 36% |
| 2. raditi posao/privatne stvari/kupovati | 123 | 54% |

| | | |
|-----------|----|----|
| 3. učiti | 4 | 2% |
| 4. Ostalo | 20 | 9% |

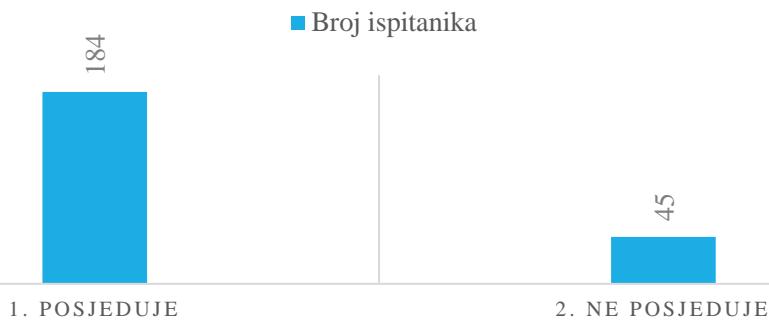


| Vrsta vozila za prijevoz | Broj ispitanika | % |
|--------------------------|-----------------|-----|
| 1. NMT (Bicikl) | 4 | 2% |
| 3. Automobil | 88 | 39% |
| 4. Autobus (Trolejbus) | 36 | 16% |
| 5. Tramvaj | 63 | 28% |
| 6. Drugo | 35 | 15% |



| Posjedovanje vozačke dozvole | Broj ispitanika | % |
|------------------------------|-----------------|-----|
| 1. Posjeduje | 184 | 80% |
| 2. Ne posjeduje | 45 | 20% |

POSJEDOVANJE VOZAČKE DOZVOLE ISPITANIKA



Prema podacima dobivenim iz istraživanja može se uvidjeti da je ukupan broj osoba koje posjete Unitic u toku jednog radnog dana 2281.

Prilikom ulaza u centar, vršeno je anketiranje posjetilaca, i to ukupno 229 osoba. Prema spolnoj strukturi 120 žena, i 109 muškaraca. Centar najviše posjećuju osobe starosne dobi od 20-29 godina, njih 44%.

Većina posjetilaca u centar dolazi iz vlastitih domova, njih 53%, a ostalih 19% pristižu sa radnih mjesta, a ostali (28%) iz škola i sl. Svrha dolaska u centar najvećeg broja posjetilaca jeste dolazak na posao.

Anketirani posjetioci su stigli u centar koristeći vlastiti automobile u postotku od 39%, i javni gradski prevoz 44%. Ostali posjetioci stigli su u centar koristeći biciklo (2%) ili neki drugi vid prevoza

