

МСц. Милена Подовац¹ асистент

Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи

МСц. Мелита Јовановић Тончев²

Универзитет Сингидунум, Београд

Др Снежана Милићевић³, доцент

Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи

ИСТРАЖИВАЊЕ СТАВОВА ИСПИТАНИКА О ПОТЕНЦИЈАЛИМА ВРЊАЧКЕ БАЊЕ ЗА ЊЕН РАЗВОЈ КАО ДЕСТИНАЦИЈЕ КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА

САЖЕТАК: Предмет истраживања у овом раду је анализа културних ресурса Врњачке Бање. Циљ истраживања је да се утврди да ли Врњачка Бања поседује реалне могућности да постане дестинација културног туризма. У сврху провере потенцијалних ресурса за развој културног туризма у Врњачкој Бањи, спроведено је емпиријско истраживање. Прикупљени су и анализирани одговори 130 испитаника о њиховим ставовима о културним ресурсима Бање. Применом Kolmogorov-Smirnov теста утврђено је да подаци немају нормалан распоред, те су примењени непараметријски тестови како би се потврдиле или одбациле постављене хипотезе. Mann-Whitney U-test и Spearmanов коефицијент корелације употребљени су у циљу установљавања односа између дефинисаних варијабли. Утврђено је да култура доприноси имиџу дестинације, да Бања располаже културно-историјским локалитетима и да организује манифестације, које могу допринети развоју културног туризма. Дескриптивном статистичком анализом утврђено је да испитаници сматрају да је за развој културног туризма важна сарадња између институција културе и носилаца туристичке понуде. Са друге стране, применом непараметријских тестова анализирано да је ли постоје статистички значајне разлике између ставова испитаника.

Кључне речи: Врњачка Бања, културни туризам, ресурси, дестинација.

УВОД

Савремене тенденције на туристичком тржишту указују на сталне промене у потребама и захтевима туристичке тражње. У циљу очувања позиције на тржишту и повећања броја туриста, дестинације могу искористити своје културно-историјско наслеђе и креирати јединствену понуду културног туризма. Културни туризам је данас у многим земљама препознат као значајна шанса за економски и укупни друштвени развој (Милошевић, 2014., стр. 263). У литератури, аутори различито дефинишу појам културног туризма и његове појавне облике. Seale (1996., стр. 484) сматра да је културни туризам уско повезан са градитељским наслеђем, од великих религијских споменика до завичајне архитектуре. Са друге стране, Hughes (1996., стр. 707) наводи да је појам културног туризма широко дефинисан, али да ли је туристичко путовање и културно одређује намера туристе и снага уметничке форме или догађаја, а не само активности. Културни туризам се може дефинисати на два начина. Према концептуалној дефиницији, културни туризам представља кретање људи ка културним атракцијама ван места њиховог пребивалишта,

¹ milena.podovac@kg.ac.rs

² mjtoncev@singidunum.ac.rs

³ snezana.milicevic@kg.ac.rs

са намером да прикупе нове информације и искуства и задовоље своје културне потребе. Према техничкој дефиницији, културни туризам подразумева сва кретања људи ка посебним културним атракцијама, као што су места са културним наслеђем, уметничке и културне манифестације, итд. (Reinhard & Andreas, 1999., стр. 199). Једна од најприхваћенијих дефиниција културног туризма је дефиниција, коју је дао Greg Richards (1996., стр. 24), а према којој културни туризам означава *кретање људи, које је узроковано културним атракцијама изван њиховог уобичајеног места становања, са намером сакупљања нових информација и искустава како би задовољили своје потребе.*

Као једно од најпознатијих бањских лечилишта у Републици Србији, Врњачка Бања бележи дугу традицију развоја организованог туризма. Интензивнији прилив туриста условио је потребу креирања понуде, која није првенствено намењена особама, које посећују Бању због лечења и рехабилитације. Културна добра, као интегрисани део бањског производа, могу савременом туристи омогућити нова сазнања, доживљаје и искуства. Адекватно обликовање бањске понуде допринело би смањењу сезонских осцилација, које за последицу имају недовољну попуњеност капацитета (Јовановић Тончев и Подовац, 2014., стр. 55). Атрактивност културног идентитета дестинације у великој мери предодређује квалитет туристичког доживљаја. Развој културног туризма се темељи на аутентичним вредностима дестинације, уз креирање додатних садржаја за туристичку тражњу. Производ културног туризма обједињује ресурсе културног наслеђа, који су интересантни за туристе и као такви могу бити носиоци производа. Поред економске користи, једна од значајнијих улога овог производа је промоција културних вредности одређене локалне заједнице.

1. АНАЛИЗА КУЛТУРНИХ РЕСУРСА ВРЊАЧКЕ БАЊЕ

Врњачка Бања представља најпознатије и најпосећеније лечилиште на просторима Републике Србије. Досадашњи развој туризма, чија је традиција дуга 148 година, заснован је на: повољном географском положају, климатским карактеристикама, лековитим термоминералним изворима, природном и еколошки очуваном окружењу, разноврсној флори и фауни, богатом културно-историјском наслеђу, манифестацијама и пратећим садржајима за провођење слободног времена туриста.

Археолошко наслеђе Врњачке Бање указује на њену дугу историју настанка и развоја. Културно-историјско наслеђе сведочи о постојању насеља на тлу данашње Врњачке Бање много пре него што се она први пут спомиње у писаним доказима. Најстарији трагови насељавања у овој области потичу из млађег каменог доба, из периода од 3800. до 3100. године пре нове ере (Боровић-Димић и Димић, 2003., стр. 9). Најзначајнији археолошки налази потичу из римског периода. Римљани су минералну воду користили 300 година под називом *Aquae Orcinae*. Услед бурних историјских догађаја, ратова и поделе Римског царства, минерални извори су били запуштени пуних 15 векова (Републички завод за развој, 2005., стр. 5-6).

На територији општине нису лоцирани значајнији сакрални објекти изузев Храма рођења Пресвете Богородице и мањих цркви у околним селима. Градитељски развој Врњачке Бање везује се за последњу деценију XIX и прве деценије XX века (Боровић-Димић и Димић, 2003., стр. 11). Градитељство на подручју Врњачке Бање препознатљиво је по старим вилама, које се налазе у непосредном окружењу шеталишта. Изградња вила је започета након 1868. године. На територији општине, посебну заштиту и мере уређења и очувања су на снази за нешто више од 80 вила (Институт за архитектуру и урбанизам Србије, 2005., стр. 61). Старе виле нису укључене у постојећу туристичку понуду иако постоји могућност за њихову комерцијализацију у циљу креирања додатних активности за туристе. Пример градитељског наслеђа је *Замак Белимарковић*, у коме се данас налази Завичајни музеј. Врњачка Бања располаже јединственим фондом градитељског наслеђа са богатством архитектонских форми, типолошких карактеристика и по својој хетерогености и специфичности заузима истакнуто место у културно-историјском и архитектонском наслеђу Србије (Храбовски Томић и Милићевић, 2012., стр. 760). На подручју општине Врњачка Бања, евидентирани су (Институт за архитектуру и урбанизам Србије, 2005., стр. 60):

- Непокретно културно добро од великог значаја – Белимарковића двораци;
- Културно-историјска просторна целина од великог значаја – Црквено брдо са 49 објеката;
- Појединачни објекти, који уживају претходну заштиту са укупно 100 објеката;

- Локалитети са археолошким налазима из периода праисторије, периода римске доминације, средњег века и периода турске доминације.

Најзначајнија институција, која негује, унапређује и промовише културу, историју и традицију Врњачке Бање је *Културни центар*. Институција је јавна установа у области културе и поседује биоскопско-позоришну дворану, *Замак културе* са галеријским и музејским простором и Амфитеатар са 1500 седишта. Сталну поставку чине три изложбе: *Ладаришите - праисторија Врњаца*, *Етнографско наслеђе Врњачке Бање* и *Спомен соба генерала Белимарковића*, док се у вансезони поставља *Уметничка збирка Замка културе* (<http://www.vrnjackabanja.co.rs>).

У Врњачкој Бањи организује се велики број манифестација. Првобитно су манифестације биле скромних размера и посећености. Озбиљнијим развојем туризма, манифестације су добиле масовни карактер и постале један од примарних мотива доласка туриста. Културни центар Врњачке Бање је организатор једне од најзначајнијих културних манифестација у Србији под називом Врњачке културне свечаности, која траје 100 летњих дана а чине је програми из области књижевности, позоришног, филмског, телевизијског и музичког стваралаштва, ликовне делатности, издаваштва и музеологије. Као најпознатије и са најдужом традицијом издвајају се: Међународни фестивал класичне музике, Књижевно лето, Позоришни дани српског театра, Фестивал ликовног стваралаштва Србије и Фестивал филмског сценарија (Подовац и Јовановић-Тончев, 2014., стр. 58).

У непосредној близини Врњачке Бање налазе се локалитети културно-историјског наслеђа, који су значајни за историју и традицију српског народа. Културно-историјско наслеђе Рашког и Расинског округа привлачи велики број посетилаца, који желе да се упознају са богатом културом и традицијом овог краја. Доминантна су два правца: први, који се пружа од Бање преко Краљева и Новог Пазара и представља Ибарску краљевску долину, и други који се пружа преко Гоча, Жупе и Крушевца и представља поткосовску Србију. У најрепрезентативније примере споменика културе Ибарске краљевске долине, сврстани су: манастири Жича, Студеница, Градац, Петрова црква, Сопоћани, остаци Ђурђевих ступова, затим остаци средњовековних градова Рас и Маглич. Најзначајнији споменици културе поткосовске Србије су: средњовековни град Козник, манастири Наупара, Лазарица, Велуће, Руденица, Каленић, Љубостиња, као и остаци средњовековних градова кнеза Лазара Хребелановића и Јеринин град (Руђинчанин и Топаловић, 2008., стр. 334-345).

На основу наведеног, можемо закључити да Врњачка Бања поседује ресурсе за развој културног туризма и да културна добра могу бити обликована у интегрисани бањски производ који би привукао савременог туристу у потрази за новим сазнањима и тежњи да упозна локалну културу, традицију и обичаје. Врњачка Бања не представља само водећу дестинацију здравственог туризма Србије, већ своју туристичку понуду може обогатити и прилагодити захтевима софистицираних туриста жељних аутентичних искустава и јединствених доживљаја. Наведено археолошко наслеђе, грађевине које сведоче о прошлим временима, манифестације на којима се негује локални фолклор, песма и игра представљају ресурсну основу за развој културног туризма Врњачке Бање.

2. МЕТОДОЛОГИЈА, СТРУКТУРА ИСТРАЖИВАЊА И ИСТРАЖИВАЧКА ПИТАЊА

Емпиријско истраживање ставова испитаника о културним ресурсима Врњачке Бање спроведено је у временском периоду од 02.07.2014. до 08.10.2015. године. Од 250 испитаника, на чије адресе је послата анкета, 130 је попунило и послало исправан анкетни листић. На основу увида у прикупљене податке, утврђено је да је 52 % анкетних листића валидно. Упитник је састављен од три целине. Први део упитника обухвата питања о основним подацима испитаника (пол, године старости, ниво образовања) као и питања о конкретним ставовима у погледу имица Бање као дестинације културног туризма и постојању ресурса за развој овог облика туризма. У другом делу упитника дефинисана су питања, која се односе на најзначајније ресурсе Врњачке Бање за развој културног туризма. Испитаници су се изјашњавали о томе за које културне ресурсе, манифестације и институције сматрају да су најзначајнији за развој понуде културног туризма. У овом делу упитника, примењена је петостепена Ликертова скала за испитивање степена слагања испитаника са понуђеним тврдњама о културним ресурсима и манифестацијама. У трећем делу упитника, испитаницима су понуђене констатације у виду смерница за унапређење понуде културног туризма.

Испитаници су се изјашњавали о томе за које констатације сматрају да би у највећој мери допринели унапређењу понуде културног туризма Врњачке Бање.

Подаци су анализирани употребом IBM SPSS софтверског пакета верзије 20 прилагођеног анализи статистичких података у друштвеним наукама. Наведени софтвер нам је омогућио сагледавање односа између демографских карактеристика и ставова испитаника. У ту сврху, дефинисали смо варијабле и применили дескриптивну статистичку анализу како бисмо израчунали аритметичку средину и стандардну девијацију узорка. Добијени подаци су коришћени за утврђивање хомогености одговора испитаника. Од статистичких процедура коришћени су непараметријски тестови (Mann-Whineyjev U-тест и Kruskal-Wallis тест) и корелациона анализа.

Прикупљањем и анализом података спроведеног истраживања, емпиријски су тестиране наведене теоријске поставке о постојању предуслова за развој понуде културног туризма Врњачке Бање. Водећи рачуна о опредељеном предмету истраживања, у раду је постављена основна хипотеза, која гласи: *Полазећи од постојеће структуре културних ресурса и степена развијености културног туризма, Врњачка Бања поседује ресурсе, које би могла да искористи за развој као дестинација културног туризма.*

Из основне хипотезе, изведене су помоћне:

X1: *Култура значајно утиче на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације.*

X2: *Врњачка Бања располаже културно-историјским локалитетима и организује културне манифестације који могу допринети развоју културног туризма Врњачке Бање.*

X3: *Интензивна сарадња између институција културе и носилаца туристичке понуде Врњачке Бање представља важан фактор развоја и унапређења производа културног туризма.*

X4: *Постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника различитих демографских обележја.*

Из ове помоћне хипотезе, изведене су појединачне:

X4 (а): *Не постоји статистички значајна разлика у ставовима мушкараца и жена о утицају културе на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације.*

X4 (б): *Постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника различитих старосних група о утицају културе на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације.*

X4 (в): *Постоји статистички значајна повезаност између нивоа образовања испитаника и ставова о најзначајнијим елементима за понуду културног туризма Врњачке Бање.*

3. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

У истраживању је учествовало 130 испитаника, који су попунили упитник. Када је реч о структури узорка, изражена је заступљеност женске популације у узорку. Од укупног броја испитаника, 73,8 % представљају особе женског пола. Према старосној структури, највећи број испитаника, односно 43,8 %, припада старосној групи од 26 до 35 година. Према степену образовања, у узорку су најзаступљенији испитаници, који имају завршен факултет, односно 43,1 % од укупног броја испитаника. На питање *Да ли култура утиче на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације?*, 87,7 % од укупног броја испитаника је одговорило потврдно. Незнатно је и учешће испитаника, који су одговорили одрично (6,9 %) и испитаника (5,4%) који немају дефинисан став. Од укупног броја, 97 испитаника, који представљају 74,6 % на питање *Да ли Врњачка Бања поседује адекватан потенцијал за развој културног туризма?* одговорили су потврдно. 14 (10,8 %) испитаника сматра да Врњачка Бања не поседује адекватан потенцијал за развој културног туризма, док 19 (14,6 %) испитаника нема јасно дефинисан став (Табела 1). На основу тога, можемо констатовати да се највећи број испитаника слаже са чињеницом да је култура важан елемент понуде Врњачке Бање и да ова дестинација поседује адекватне културне ресурсе, који могу бити атрактивни туристички производ.

Табела 1. - Анализа демографских карактеристика испитаника (n=130)

Демографски подаци	Број испитаника (n)	Процентуано учешће испитаника
Пол		
Мушки	34	26,2
Женски	96	73,8
Године старости		
До 25 година	52	40,0
26-35	57	43,8
36-44	13	10,0
45-54	5	3,8
55 и више година	3	2,3
Ниво образовања		
Средња школа	30	23,1
Виша школа	6	4,6
Факултет	56	43,1
Мастер	34	26,2
Магистар	4	3,1
Да ли култура утиче на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације?		
Да	114	87,7
Не	9	6,9
Не знам	7	5,4
Да ли Врњачка Бања поседује адекватан потенцијал за развој културног туризма?		
Да	97	74,6
Не	14	10,8
Не знам	19	14,6

Извор: Резултати спроведеног истраживања

Табела 2. - Анализа ставова испитаника о културном ресурсима Врњачке Бање (n=130)

Културни ресурси	Одговори испитаника	Процентуално учешће испитаника
Сакрални објекти	15	4,5
Замак Белимарковић	69	20,8
Црквине, стара гробља и записи	8	2,4
Спомен обележја	34	10,3
Поставке Завичајног музеја	17	5,1
Спомен парк Попина	13	3,9
Парк скулптура	24	7,3
Традиција, фолклор и гастрономија	64	19,3
Споменици природе	38	11,5
Старе виле	49	14,8
Укупан број одговора	331	100

Извор: Резултати спроведеног истраживања

На питање *За које од наведених елемената сматрате да су значајни за понуду културног туризма Врњачке Бање?*, испитаници су давали одговор тако што су имали могућност да се одреде за максимално три констатације. Према томе, статистички пакет SPSS 20 препознао је недостајуће податке због чињенице да су испитаници наводили и мање од три констатације. Ако посматрамо сумирано одговоре испитаника, запажамо да највећи испитаника сматра да су: *Замак Белимарковић (69 испитаника), Традиција фолклор и гастрономија (64 испитаника) и Старе виле (49 испитаника)* најзначајнији ресурси за развој понуде културног туризма Врњачке Бање.

Табела 3. - Анализа степена слагања испитаника са појединим тврдњама о културним ресурсима Врњачке Бање

Констатације	Број испитаника (n)	Процентуално учешће испитаника
Локалитети културно-историјског наслеђа су приступачни за посете и обиласке.		
У потпуности се не слажем	11	8,5
Не слажем се	12	9,2
Нити се слажем, нити се не слажем	28	21,5
Делимично се слажем	56	43,1
У потпуности се слажем	23	17,7
Локалитети културно-историјског наслеђа су у довољној мери укључени у постојећу туристичку понуду.		
У потпуности се не слажем	7	5,4
Не слажем се	50	38,5
Нити се слажем, нити се не слажем	23	17,7
Делимично се слажем	43	33,1
У потпуности се слажем	7	5,4
Локалитети културно-историјског наслеђа су промовисани као део постојеће туристичке понуде.		
У потпуности се не слажем	7	5,4
Не слажем се	32	24,6
Нити се слажем, нити се не слажем	36	27,7
Делимично се слажем	46	35,4
У потпуности се слажем	9	6,9
Локалитети културно-историјског наслеђа су посећени од стране туриста.		
У потпуности се не слажем	9	6,9
Не слажем се	22	16,9
Нити се слажем, нити се не слажем	36	27,7
Делимично се слажем	51	39,2
У потпуности се слажем	12	9,2
Организоване посете локалитетима културно-историјског наслеђа су пропраћене услуга туристичких водича.		
У потпуности се не слажем	17	13,1
Не слажем се	40	30,8
Нити се слажем, нити се не слажем	38	29,2
Делимично се слажем	26	20,0
У потпуности се слажем	9	6,9

Извор: Резултати спроведеног истраживања

Ликертова скала је коришћена за утврђивање степена слагања испитаника са дефинисаним тврдњама о културним ресурсима. На скали од 1- У потпуности се не слажем до 5 – У потпуности се слажем, испитаници су се изјашњавали у којој мери се слажу да са одређеним констатацијама, као што је приказано у табели 3.

На питање *За које од наведених културних манифестација сматрате да су значајне за понуду културног туризма Врњачке Бање?*, испитаници су се у највећем броју определили за следеће манифестације: *Фестивал филмског сценарија (59 испитаника), Дани Данила Бате Стојковића (51 испитаник) и Изложбе, концерте и књижевне вечери (42 испитаника)*. Испитаници су имали могућност да се одреде за максимално три констатације. Статистички пакет SPSS 20 препознао је недостајуће податке због чињенице да су испитаници наводили и мање од три констатације. Испитаници су под категоријом *Остало* наводили манифестације као што су *Love fest, Карневал* и сл., за које аутори рада сматрају да не поседују културни карактер.

Табела 4. - Анализа ставова испитаника о културним манифестацијама, које се организују у Врњачкој Бањи

Културне манифестације	Одговори испитаника	Процентулао учешће
Међународни фестивал класичне музике	30	9,3
Књижевно лето	29	9,0
Позоришни дани српског театра	36	11,2
Фестивал ликовног стваралаштва	12	3,7
Фестивал филмског сценарија	59	18,4
На Десанкин дан	21	6,5
Дани Данила Бате Стојковића	51	15,9
Програм Замка културе	35	10,9
Изложбе, концерти и књижевне вечери	42	13,1
Остало	6	1,9
Укупан број одговора	321	100

Извор: Резултати спроведеног истраживања

На скали од 1- У потпуности се не слажем до 5– У потпуности се слажем, испитаници су се изјашњавали у којој мери се слажу са одређеним констатацијама, које се односе на културне манифестације у Врњачкој Бањи (Табела 5.).

Табела 5. - Анализа степена слагања испитаника са појединим тврдњама о културним манифестацијама Врњачке Бање

Тврдње	Број испитаника (n)	Процентуално учешће испитаника
Манифестације презентују културу, традицију и историју Врњачке Бање		
У потпуности се не слажем	14	10,8
Не слажем се	27	20,8
Нити се слажем, нити се не слажем	31	23,8
<i>Делимично се слажем</i>	41	31,5
У потпуности се слажем	17	13,1
Манифестације су посећене од стране туриста и локалног становништва.		
У потпуности се не слажем	10	7,7
Не слажем се	10	7,7
Нити се слажем, нити се не слажем	31	23,8
<i>Делимично се слажем</i>	53	40,8
У потпуности се слажем	26	20,0
Манифестације прате додатни садржаји за провођење слободног времена.		
У потпуности се не слажем	13	10,0
Не слажем се	23	17,7
<i>Нити се слажем, нити се не слажем</i>	47	36,2
Делимично се слажем	33	25,4
У потпуности се слажем	14	10,8
Информације о манифестацијама су доступне у промотивним материјалима.		
У потпуности се не слажем	14	10,8
Не слажем се	17	13,1
<i>Нити се слажем, нити се не слажем</i>	43	33,1
Делимично се слажем	41	31,5
У потпуности се слажем	15	11,5
Манифестације су заступљене у туристичкој понуди током целе године.		
У потпуности се не слажем	22	16,9
<i>Не слажем се</i>	44	33,8
Нити се слажем, нити се не слажем	34	26,2
Делимично се слажем	17	13,1
У потпуности се слажем	13	10,0

Извор: Резултати спроведеног истраживања

Табела 6. - Анализа ставова испитаника о значајним институцијама за развој културног туризма Врњачке Бање

Институције	Одговори испитаника	Процентувано учешће
Културни центар	46	19,7
Библиотека "Др Душан Радић"	19	8,1
Биоскоп	6	2,6
Музеји и галерије	24	10,3
Разни видови удружења уметника на локалном нивоу	9	3,8
Туристичка организација	70	29,9
Локална самоуправа општине Врњачка Бања	28	12,0
Хотелијери, приватне туристичке агенције и други носиоци туристичке понуде	32	13,7
Укупан број одговора	234	100

Извор: Резултати спроведеног истраживања

Када је реч о питању, које гласи *Које су институције најзначајније за афирмацију и укључивање културне баштине и стваралаштва у понуду културног туризма Врњачке Бање?*, испитаници су се определили за следеће: *Туристичка организација (70 испитаника), Културни центар (46 испитаника) и Хотелијери, приватне туристичке агенције и други носиоци туристичке понуде (32 испитаника)*. У највећем броју случајева испитаници су се определили за институције, које су значајне за очување и промоцију културних добара и оне организације, које су укључене у процес пружања услуга туристима (Табела 6.). Испитаници су давали одговор тако што су имали могућност да се определе за максимално две констатације. Према томе, статистички пакет SPSS 20 препознао је недостајуће податке због чињенице да су испитаници наводили и мање од две констатације.

Табела 7. - Анализа ставова испитаника у погледу смерница за унапређење понуде културног туризма Врњачке Бање

Смернице за унапређење понуде културног туризма	Одговори испитаника	Процентувано учешће
Креирање културних радионица за употпуњавања активности за туристе	32	9,5
Организација гастрономских манифестација	37	10,9
Креирање културних рута	50	14,8
Повезивање понуде културног туризма Бање са понудом околних градова, који имају богато културно-историјско наслеђе	61	18,0
Организација већег броја манифестација током целе године	51	15,1
Већи број музеја и галерија	15	4,4
Сарадња носилаца туристичке понуде и институција културе на иновирању постојеће понуде културног туризма	20	5,9
Правна регулатива о очувању, заштити и коришћењу локалитета културно-историјског наслеђа	16	4,7
Употпуњавање понуде културног туризма додатним садржајима	35	10,4
Манастирске туре	21	6,2
Укупан број одговора	338	100,0

Извор: Резултати спроведеног истраживања

У трећем делу упитника, испитаници су имали могућност да се одреде за максимално три констатације, за које сматрају да могу унапредити понуду културног туризма Врњачке Бање. Према томе, у највећем броју случајева, испитаници су се одредили за следеће констатације:

- Повезивање понуде културног туризма Бање са понудом околних градова, који имају богато културно-историјско наслеђе (61 испитаник);
- Организација већег броја манифестација током целе године (51 испитаник);
- Креирање културних рута (50 испитаника);
- Организација гастрономских манифестација (37 испитаника);
- Употпуњавање понуде културног туризма додатним садржајима (35 испитаника).

На основу ставова испитаника, можемо закључити да постоји простор за унапређење понуде културног туризма како увођењем нових садржаја у виду иновација, повезивањем са другим туристичким дестинацијама, али исто тако и комбиновањем са понудом здравственог, спортско-рекреативног, spa&wellness и других облика туризма.

Да би се на адекватан начин утврдила повезаност између независних и зависних варијабли, у раду су примењени одређени статистички поступци. Главни циљеви примене тестова, у овом случају, је да се утврди да ли постоји веза између анализираних варијабли и да се донесу одлуке о прихватању и/или одбијању постављених хипотеза истраживања. На основу Kolmogorov Smirnov теста, који се користи за утврђивање нормалности распоределе за узорке веће од 50 испитаника, утврђено је да дистрибуција не прати нормалну распореду. С обзиром да дистрибуција нема карактеристике нормалне расподеле и да нису задовољени услови за примену t-теста независних узорака, примењен је Mann-Whineyjev U-тест и Kruskal-Wallis тест. Mann-Whineyjev U-тест се користи у статистици за испитивање разлике између две независне групе на непрекидној скали. Овај тест је непараметријска алтернатива t-тесту независних узорака. За разлику од поменутог теста, који пореди средње вредности двеју група, U-тест тест пореди њихове медијане (Миленовић, 2011., стр. 73).

Табела 8. - Резултати Mann-Whineyjev-ог теста

	Да ли култура утиче на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације?
Mann-Whitney U	1483,000
Wilcoxon W	2078,000
Z	-1,384
Asymp. Sig. (2-tailed)	,166

Извор: Резултати спроведеног истраживања

Циљ примене Mann-Whineyjev U-теста је утврђивање разлике у ставовима испитаника мушког и женског пола о утицају културе на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације. Вредност Asymp. Sig. (2-tailed) износи 0,166, што не указује на постојање статистички значајне разлике у ставовима мушкараца и жена о утицају културе на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације. Према томе, можемо констатовати да је појединачна хипотеза *Не постоји статистички значајна разлика у ставовима мушкараца и жена о утицају културе на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације*, на основу резултата теста, потврђена.

Kruskal-Wallis тест се примењује за утврђивање значајности разлика између две или више мерених особина у оним случајевима када подаци не задовољавају услове за примену анализе варијансе. Услов за примену овог теста јесу постојање једне категоричке варијабле са два или више модалитета и другу варијаблу бар ординалног типа (Турјачанин и Чекрлија, 2006., стр. 107). Циљ примене Kruskal-Wallis-ог теста је да се утврди да ли постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника различитих старосних група о томе да ли Врњачка Бања поседује потенцијал за развој понуде културног туризма.

Табела 9. - Резултати Kruskal-Wallis теста (Први део)

	Ниво образовања	N	Mean Rank
Да ли култура утиче на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације?	Средња школа	30	70,60
	Виша школа	6	57,50
	Факултет	56	66,71
	Мастер	34	61,35
	Магистар	4	57,50
	Тотал	130	

Извор: Резултати спроведеног истраживања

Вредност *Asymp. Sig.* од 0,340 показује да не постоји статистички значајна разлика у ставовима испитанике различитих старосних група. У складу са тим, појединачна хипотеза, која гласи, *Постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника различитих старосних група о утицају културе на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације*, на основу резултата теста, није потврђена.

Табела 10. - Резултати Kruskal-Wallis теста (Други део)

	Да ли култура утиче на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације?
Chi-Square	4,524
df	4
Asymp. Sig.	,340

Извор: Резултати спроведеног истраживања

Табела 11. - Резултати корелационе анализе

		Ниво образовања	За које од наведених елемената сматрате да су значајни за понуду културног туризма Врњачке Бање
Spearman's rho	Nиво образовања	1,000	,052
	Correlation Coefficient		,560
	Sig. (2-tailed)		
	За које од наведених елемената сматрате да су значајни за понуду културног туризма Врњачке Бање	,052	1,000
	Correlation Coefficient		
	Sig. (2-tailed)	,560	

Извор: Резултати спроведеног истраживања

За потребе детаљније анализе, коришћен је Spearmanov коефицијент корелације, како би утврдили да ли постоји веза између нивоа образовања и ставова испитаника о томе који су најзначајнији елементи за развој понуде културног туризма. На основу вредности Sig, можемо закључити да не постоји статистички значајна разлика између нивоа образовања и ставова испитаника о томе који су елементи најзначајнији за развој понуде културног туризма. Према томе, појединачна хипотеза, која гласи, *Постоји статистички значајна повезаност између нивоа образовања испитаника и ставова о најзначајнијим елементима за понуду културног туризма Врњачке Бање*, није потврђена.

ЗАКЉУЧАК

Захваљујући развоју културног туризма, бање могу привући туристе, чији примарни мотив путовања није здравственог карактера. Са растом броја људи, који желе да доживе дестинацију кроз њене традиционалне и аутентичне вредности, културни туризам је добијао на значају. С обзиром да се састоји од различитих врста као што су религиозни, манифестациони и других видова, културни туризам заокружује читаву палету активности за туристе. Поред тога, кроз комерцијализацију културног наслеђа, доприноси се промоцији дестинације али и реализацији економских користи, уз поштовање принципа одрживог развоја.

Циљ истраживања у нашем раду био је идентификација сегмената културног наслеђа Врњачке Бање и непосредног окружења, који могу бити реална основа за креирање, промоцију и дистрибуцију квалитетног производа културног туризма. На основу извршене анализе потенцијала за развој културног туризма, утврђено је да Врњачка Бања поседује квалитетне ресурсе, који нису у довољној мери укључени у развој овог облика туризма. Поред теоријског, спровели смо емпиријско истраживање ставова испитаника о културним ресурсима Врњачке Бање и могућностима за унапређење постојеће понуде развојем културног туризма.

У овом раду, основна хипотеза је дефинисана на следећи начин:

X1: Полазећи од постојеће структуре културних ресурса и степена развијености културног туризма, Врњачка Бања поседује ресурсе, које би могла да искористи за развој као дестинација културног туризма.

На основу анализе секундарних података о богатству културних ресурса, као и на основу одговора 74,6% испитаника да Врњачка Бања поседује адекватан потенцијал за развој културног туризма, долазимо до закључка да основну хипотезу можемо прихватити.

У раду су дефинисане и посебне хипотезе како би се могле проверити тврдње постављене у основној хипотези. Прва посебна хипотеза X1 гласи:

X1: Култура значајно утиче на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације, можемо прихватити. Као основу за прихватање ове хипотезе, користили смо емпиријско истраживање, у коме се 114 испитаника, односно 87,7% од укупног броја испитаника изјаснило да сматра да култура утиче на имиџ Врњачке Бање као туристичке дестинације.

Следећа посебна хипотеза која је дефинисана гласи:

X2: Врњачка Бања располаже културно-историјским локалитетима и организује културне манифестације који могу допринети развоју културног туризма Врњачке Бање. Културни туризам је у фокусу интересовања туриста, који у дестинацији очекују квалитетан и незабораван туристички доживљај. Савремене тенденције на туристичком тржишту указују на раст сегмента тражње, који очекује квалитетан доживљај у дестинацији, да доживе културу и упознају традицију локалне заједнице. У складу са тим, ову хипотезу можемо прихватити као тачну.

Посебна хипотеза X3 гласи: *Интензивна сарадња између институција културе и носилаца туристичке понуде Врњачке Бање представља важан фактор развоја и унапређења производа културног туризма.* Главне институције, које могу допринети развоју понуде културног туризма су *Културни центар, Туристичка организација Врњачке Бање*, носиоци туристичке понуде (агенције, хотели, угоститељски објекти и др.), уметничка удружења, локална самоуправа и др. Ову хипотезу можемо прихватити као тачну из више разлога. С обзиром да јавне институције брину о очувању и заштити локалитета културног наслеђа, јасно је да у развоју понуде културног туриста носиоци туризма морају сарађивати са истим. Са емпиријског аспекта истраживања, највећи број испитаника се изјаснио да су за развој културног туризма значајне Туристичка организација (70 испитаника, односно 29,9%) и Културни центар (46 испитаника,

односно 19,7%). Управо ове две институције су најзначајније за креирање понуде културног туризма уз сарадњу са појединачним носиоцима понуде. Посебна Х4, која гласи, *Постоји статистички значајна разлика у ставовима испитаника различитих демографских обележја*, се не прихвата на основу чињенице да 2 од укупно 3 појединачне хипотезе нису потврђене применом одговарајућих статистичких процедура.

Врњачка Бања представља значајну дестинацију здравственог туризма у Републици Србији. Међутим, њени туристички потенцијали обухватају много више од природног лековитог фактора. Туристичку понуду Врњачке Бање чине и антропогени ресурси, међу којима се истиче богато културно-историјско наслеђе. Сходно томе, културни ресурси Врњачке Бање омогућавају креирање интегрисане понуде, која може задовољити потребе туриста, чији мотиви путовања нису лечилишног карактера. Софистицираност туристичке тражње указује на неопходност прилагођавања ове дестинације савременим трендовима на тржишту кроз афирмацију културне баштине у циљу одржавања и унапређења конкурентске позиције на туристичком тржишту.

SUMMARY

A SURVEY OF ATTITUDES OF RESPONDENTS CONCERNING THEIR VIEWS ABOUT POTENTIAL OF VRNJACKA BANJA FOR DEVELOPMENT AS A DESTINATION OF CULTURAL TOURISM

The subject of this paper is to analyze the cultural resources of Vrnjačka Banja. The aim of the survey is to determine whether Vrnjačka Banja has a real opportunity to become a destination of cultural tourism. The empirical research is conducted in order to check potential resources for the development of cultural tourism in Vrnjačka Banja. Data were collected from 130 respondents views about and their responses concerning their views about cultural resources of Banja were analyzed. The Kolmogorov-Smirnov test showed that the data do not have a normal distribution, and non-parametric tests were applied in order to confirm or reject the proposed hypotheses. Mann-Whitney test and Spearman correlation coefficient were used to establish the relationship between the defined variables. It is determined that culture contributes to the image of the detination, that Spa has cultural and historical sites and that organizes events that may contribute to the development of cultural tourism. Descriptive statistic's analysis determined that the respondents think that the cooperation between the institution of culture and the holders of tourism supply is very important for the development of cultural tourism. On the other hand, by applying non-parametric tests was analyzed wheter there are significant differencies between attitudes of the respondents.

Key words: Vrnjačka Banja, cultural tourism, resources, destination.

ЛИТЕРАТУРА

1. Боровић-Димић, Ј., Димић, Б., *Врњачка Бања на старим разгледницама*, Завичајни музеј-Замак културе, Културни центар Врњачке Бање, 2003.
2. Институт за архитектуру и урбанизам Србије, *Генерални план општине Врњачка Бања 2005-2021*, Београд, 2005.
3. Јовановић Тончев, М., Подовац, М., *Културна добра као део туристичког производа бања Србије, Економија теорија и пракса*, 7(3), 2014, 54-67.
4. Миленовић, Ж., *Примена Ман-Витнијевог У-теста у истраживањима професионалног усавршавања наставника основне школе, Методички обзори*, 6(11), 2011, 73-79.
5. Милошевић, С., *Чиниоци развоја културног туризма – Студија случаја Бар, Црна Гора, Пословна економија*, 8 (1), 2014, 259-280.
6. Reinhard, B., Andreas, H. Z., *Cultural Tourism in Rural Communities: The Residents' Perspective, Journal of Business Research* 33 (3), 1999, 199-209.

7. Републички завод за развој, *Програм развоја општине Врњачка Бања 2005-2015*, Врњачка Бања, 2005.
8. Richards, G., *Cultural Tourism in Europe*, Wallingford: CABI, 1996.
9. Руђинчанин, О., Топаловић, О., *Врњачка Бања на почетку 21. века*, Библиотека „Др Душан Радић“, Врњачка Бања, 2008.
10. Seale, R., A Perspective from Canada on Heritage and Tourism, *Annals of Tourism Research* 23 (2), 1996, 484-488.
11. Турјачанин, В., Чекрлија, Ђ., *Основне статистичке методе и технике у SPSS-у – Примјена SPSS-а у друштвеним наукама*, Центар за културни и социјални поправак, Бања Лука, 2006.
12. Храбовски Томић, Е., Милићевић, Развој туризма Врњачке Бање на принципима одрживог развоја *Теме* 2/2012, 2012, 755-771.
13. Hughes, H. L., Redefining Cultural Tourism, *Annals of Tourism Research* 23 (3), 1996, 707-709.
14. Званични сајт Туристичке организације Врњачка Бања, <http://www.vrnjackabanja.co.rs/srpski/sadrzaj/kulturaglmeni>, од суботе 12.07.2014. године

RESUME

Empirical research on a sample of 130 respondents shows the views of respondents about the potential of Vrnjacka Banja for its further development as a destination for cultural tourism. The majority of respondents agreed with the statement that Vrnjacka Banja possesses the resources and real opportunities in the form of cultural and historical heritage, cultural events, etc., which can be formed into a cultural tourism product that Vrnjacka Banja can offer its visitors.

Modern tourists looking for authentic knowledge, striving to meet the different forms of local culture, customs and traditions in Vrnjacka Banja can find products that can meet their expectations. Vrnjacka Banja is not only a destination for health, medical and wellness tourism, but offer an integrated tourist product, which would involve a cultural heritage material and immaterial nature, could also become a destination for cultural tourism.