

UDK: 338.48-6:7/8

POSLOVNA EKONOMIJA  
BUSINESS ECONOMICS

Godina X

Broj II

Str 265–283

doi 10.5937/poseko10-12296

**Originalni naučni rad**

**MSc Milena Podovac,<sup>1</sup> Asistent**

Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji

**MSc Melita Jovanović Tončev<sup>2</sup>**

Univerzitet Singidunum, Beograd

**dr Snežana Miličević,<sup>3</sup> Docent**

Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji

**ISTRAŽIVANJE STAVOVA ISPITANIKA O  
POTENCIJALIMA VRNJAČKE BANJE ZA NJEN  
RAZVOJ KAO DESTINACIJE KULTURNOG TURIZMA**

**SAŽETAK:** Predmet istraživanja u ovom radu je analiza kulturnih resursa Vrnjačke Banje. Cilj istraživanja je da se utvrdi da li Vrnjačka Banja poseduje realne mogućnosti da postane destinacija kulturnog turizma. U svrhu provere potencijalnih resursa za razvoj kulturnog turizma u Vrnjačkoj Banji, sprovedeno je empirijsko istraživanje. Prikupljeni su i analizirani odgovori 130 ispitanika o njihovim stavovima o kulturnim resursima Banje. Primenom Kolmogorov-Smirnov testa utvrđeno je da podaci nemaju normalan raspored, te su primjenjeni neparametrijski testovi kako bi se potvrdile ili odbacile postavljene hipoteze. Mann-Whitney U-test i Spearman-ov koeficijent korelacije upotrebljeni su u cilju ustanovljavanja odnosa između definisanih varijabli. Utvrđeno je da kultura doprinosi imidžu destinacije, da Banja raspolaže kulturno-istorijskim lokalitetima i da organizuje

---

<sup>1</sup> milena.podovac@kg.ac.rs

<sup>2</sup> mjtoncev@singidunum.ac.rs

<sup>3</sup> snezana.milicevic@kg.ac.rs

manifestacije koje mogu doprineti razvoju kulturnog turizma. Deskriptivnom statističkom analizom je utvrđeno da ispitanici smatraju da je za razvoj kulturnog turizma važna saradnja između institucija kulture i nosilaca turističke ponude. Sa druge strane, primenom neparametrijskih testova analizirano da je li postoje statistički značajne razlike između stavova ispitanika.

*Ključne reči:* Vrnjačka Banja, kulturni turizam, resursi, destinacija.

## UVOD

Savremene tendencije na turističkom tržištu ukazuju na stalne promene u potrebama i zahtevima turističke tražnje. U cilju očuvanja pozicije na tržištu i povećanja većeg broja turista, destinacije mogu iskoristiti svoje kulturno-istorijsko nasleđe i kreirati jedinstvenu ponudu kulturnog turizma. Kulturni turizam je danas u mnogim zemljama prepoznat kao značajna šansa za ekonomski i ukupni društveni razvoj (Milošević, 2014, str. 263). U literaturi, autori različito definišu pojam kulturnog turizma i njegove pojavnne oblike. Seale (1996, str. 484) smatra da je kulturni turizam usko povezan sa graditeljskim nasleđem, od velikih religijskih spomenika do zavičajne arhitekture. Sa druge strane, Hughes (1996, str. 707) navodi da je pojam kulturnog turizma široko definisan, ali da li je turističko putovanje i kulturno određuje namera turiste i snaga umetničke forme ili događaja, a ne samo aktivnosti. Kulturni turizam se može definisati na dva načina. Prema konceptualnoj definiciji, kulturni turizam predstavlja kretanje ljudi prema kulturnim atrakcijama van mesta njihovog prebivališta, sa namerom da prikupe nove informacije i iskustva i zadovolje svoje kulturne potrebe. Prema tehničkoj definiciji, kulturni turizam podrazumeva sva kretanja ljudi ka posebnim kulturnim atrakcijama, kao što su mesta sa kulturnim nasleđem, umetničke i kulturne manifestacije, itd. (Reinhard et. al, 1999, str. 199). Jedna od najprihvaćenijih definicija kulturnog turizma je definicija, koju je dao Greg Richards (1996, str. 24), a prema kojoj kulturni turizam označava *kretanje ljudi, koje je uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mesta stanovanja, sa namerom sakupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje potrebe.*

Kao jedno od najpoznatijih banjskih lečilišta u Republici Srbiji, Vrnjačka Banja beleži dugu tradiciju razvoja organizovanog turizma. Intenzivniji priliv turista uslovio je potrebu kreiranja ponude, koja nije prvenstveno namenjena osobama, koje posećuju Banju zbog lečenja i rehabilitacije. Kulturna dobra, kao integrисани deo banjskog proizvoda, mogu

savremenom turisti omogućiti nova saznanja, doživljaje i iskustva. Adekvatno oblikovanje banjske ponude doprinelo bi smanjenju sezonskih oscilacija, koje za posledicu imaju nedovoljnu popunjenoš kapaciteta (Jovanović Tončev i dr., 2014, str. 55). Atrakтивност kulturnog identiteta destinacije u velikoj meri predodređuje kvalitet turističkog doživljaja. Razvoj kulturnog turizma se temelji na autentičnim vrednostima destinacije, uz kreiranje dodatnih sadržaja za turističku tražnju. Proizvod kulturnog turizma objedinjuje resurse kulturnog nasleđa, koji su interesantni za turiste i kao takvi mogu biti nosioci proizvoda. Pored ekonomski koristi, jedna od značajnijih uloga ovog proizvoda je promocija kulturnih vrednosti određene lokalne zajednice.

## **ANALIZA KULTURNIH RESURSA VRNJAČKE BANJE**

Vrnjačka Banja predstavlja najpoznatije i najposećenije lečilište na prostorima Republike Srbije. Dosadašnji razvoj turizma zasnovan je na: povolnjom geografskom položaju, klimatskim karakteristikama, lekovitim termomineralnim izvorima, prirodnim i ekološki očuvanom okruženju, raznovrsnoj flori i fauni, bogatom kulturno-istorijskom nasleđu, manifestacijama i pratećim sadržajima za provođenje slobodnog vremena turista.

Arheološko nasleđe Vrnjačke Banje ukazuje na njenu dugu istoriju nastanka i razvoja. Kulturno-istorijsko nasleđe svedoči o postojanju naselja na tlu današnje Vrnjačke Banje mnogo pre nego što se ona prvi put spominje u pisanim dokazima. Najstariji tragovi naseljavanja u ovoj oblasti potiču iz mlađeg kamenog doba, iz perioda od 3800. do 3100. godine pre nove ere (Borović Dimić i dr., 2003, str. 9). Najznačajniji arheološki nalazi potiču iz rimskog perioda. Rimljani su mineralnu vodu koristili 300 godina pod nazivom *aquae orciniae*. Usled burnih istorijskih događaja, ratova i podele Rimskog carstva, mineralni izvori su bili zapušteni punih 15 vekova (Republički zavod za razvoj, 2005, str. 5–6).

Na teritoriji opštine nisu locirani značajniji sakralni objekti izuzev Hrama rođenja Presvete Bogorodice i manjih crkvi u okolnim selima. Graditeljski razvoj Vrnjačke Banje vezuje se za poslednju deceniju XIX i prve decenije XX veka. (Borović Dimić, Dimić, 2003, str. 11). Graditeljstvo na području Vrnjačke Banje prepoznatljivo je po starim vilama, koje se nalaze u neposrednom okruženju šetališta. Izgradnja vila je započeta nakon 1868. godine. Na teritoriji opštine, posebna zaštita i mere uređenja i očuvanja su na snazi za nešto više od 80 vila (Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije, 2005, str. 61). Stare vile nisu uključene u postojeću turističku ponudu iako postoji mogućnost za njihovu komercijalizaciju u cilju kreiranja dodatnih aktivnosti za turiste. Primer graditeljskog nasleđa je

*Zamak Belimarković*, u kome se danas nalazi Zavičajni muzej. Vrnjačka Banja raspolaže jedinstvenim fondom graditeljskog nasleđa sa bogatstvom arhitektonskih formi, tipoloških karakteristika i po svojoj heterogenosti i specifičnosti zauzima istaknuto mesto u kulturno-istorijskom i arhitektonskom nasleđu Srbije (Hrabovski Tomić, i dr., 2012, str. 760). Na području opštine Vrnjačka Banja, evidentirani su (Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije, 2005, str. 60):

- Nepokretno kulturno dobro od velikog značaja – Belimarkovića dvorac;
- Kulturno-istorijska prostorna celina od velikog značaja – Crkveno brdo sa 49 objekata;
- Pojedinačni objekti, koji uživaju prethodnu zaštitu – 100 objekata;
- Lokaliteti sa arheološkim nalazima iz perioda praistorije, perioda rimske dominacije, srednjeg veka i perioda turske dominacije.

Najznačajnija institucija, koja neguje, unapređuje i promoviše kulturu, istoriju i tradiciju Vrnjačke Banje je *Kulturni centar*. Institucija je javna ustanova u oblasti kulture i poseduje bioskopsko-pozorišnu dvoranu, *Zamak kulture* sa galerijskim i muzejskim prostorom i Amfiteatar sa 1500 sedišta. Stalnu postavku čine tri izložbe: *Ladarište – praistorija Vrnjaca*, *Etnografsko nasleđe Vrnjačke Banje i Spomen soba generala Belimarkovića*, dok se u vansezoni postavlja *Umetnička zbirka Zamka kulture* (<http://www.vrnjackabanja.co.rs>).

U Vrnjačkoj Banji organizuje se veliki broj manifestacija. Prvobitno su manifestacije bile skromnih razmara i posećenosti. Ozbiljnijim razvojem turizma, manifestacije su dobine masovni karakter i postale jedan od primarnih motiva dolaska turista. Kulturni centar Vrnjačke Banje je organizator jedne od najznačajnijih kulturnih manifestacija u Srbiji pod nazivom Vrnjačke kulturne svečanosti, koja traje 100 letnjih dana a čine je programi iz oblasti književnosti, pozorišnog, filmskog, televizijskog i muzičkog stvaralaštva, likovne delatnosti, izdavaštva i muzeologije. Kao najpoznatije i sa najdužom tradicijom izdvajaju se: Međunarodni festival klasične muzike, Književno leto, Pozorišni dani srpskog teatra, Festival likovnog stvaralaštva Srbije i Festival filmskog scenarija (Jovanović Tončev i dr., 2014, str. 58).

U neposrednoj blizini Vrnjačke Banje nalaze se lokaliteti kulturno-istorijskog nasleđa, koji su značajni za istoriju i tradiciju srpskog naroda. Kulturno-istorijsko nasleđe Raškog i Rasinskog okruga privlači veliki broj posetilaca, koji žele da se upoznaju sa bogatom kulturom i tradicijom ovog kraja. Dominantna su dva pravca: prvi, koji se pruža od Banje preko Kraljeva i Novog Pazara i predstavlja ibarsku kraljevsku dolinu, i drugi koji

se pruža preko Goča, Župe i Kruševca i predstavlja potkosovsku Srbiju. U najreprezentativnije primere spomenika kulture ibarske kraljevske doline, svrstani su: manastiri Žiča, Studenica, Gradac, Petrova crkva, Sopoćani, ostaci Đurdevih stupova, zatim ostaci srednjovekovnih gradova Ras i Maglič. Najznačajniji spomenici kulture potkosovske Srbije su: srednjovekovni grad Koznik, manastiri Naupara, Lazarica, Veluće, Rudenica, Kalenić, Ljubostinja, kao i ostaci srednjovekovnih gradova kneza Lazara Hrebreljanovića i Jerinin grad (Ruđinčanin i dr., 2008, str. 334–345).

Na osnovu navedenog, možemo zaključiti da Vrnjačka Banja poseduje resurse za razvoj kulturnog turizma i da kulturna dobra mogu biti oblikovana u integrisani banjski proizvod koji bi privukao savremenog turistu u potrazi za novim saznanjima i težnji da upozna lokalnu kulturu, tradiciju i običaje. Vrnjačka Banja ne predstavlja samo vodeću destinaciju zdravstvenog turizma Srbije, već svoju turističku ponudu može obogatiti i prilagoditi zahtevima sofisticiranih turista željnih autentičnih iskustava i jedinstvenih doživljaja. Navedeno arheološko nasleđe, građevine koje svedoče o prošlim vremenima, manifestacije na kojima se neguje lokalni folklor, pesma i igra, predstavljaju resursnu osnovu za razvoj kulturnog turizma Vrnjačke Banje.

## **METODOLOGIJA, STRUKTURA ISTRAŽIVANJA I ISTRAŽIVAČKA PITANJA**

Empirijsko istraživanje stavova ispitanika o kulturnim resursima Vrnjačke Banje sprovedeno je u vremenskom periodu od 02. 07. 2014. do 08. 10. 2015. godine. Od 250 ispitanika, na čije adrese je poslata anketa, 130 je popunilo i poslalo ispravan anketni listić. Na osnovu uvida u prikupljene podatke, utvrđeno je da je 52% anketnih listića validno. Upitnik je sastavljen od tri celine. Prvi deo upitnika obuhvata pitanja o osnovnim podacima ispitanika (pol, godine starosti, nivo obrazovanja) kao i pitanja o konkretnim stavovima u pogledu imidža Banje kao destinacije kulturnog turizma i postojanju resursa za razvoj ovog oblika turizma. U drugom delu upitnika definisana su pitanja koja se odnose na najznačajnije resurse Vrnjačke Banje za razvoj kulturnog turizma. Ispitanici su se izjašnjavali o tome za koje kulturne resurse, manifestacije i institucije smatraju da su najznačajniji za razvoj ponude kulturnog turizma. U ovom delu upitnika, primenjena je petostepena Likertova skala za ispitivanje stepena slaganja ispitanika sa ponuđenim tvrdnjama o kulturnim resursima i manifestacijama. U trećem delu upitnika, ispitanicima su ponuđene konstatacije u vidu smernica za unapređenje ponude kulturnog turizma. Ispitanici su se izjašnjavali o smernicama, konstatacijama za koje smatraju da bi u najvećoj meri doprinele unapređenju ponude kulturnog turizma.

Podaci su analizirani upotrebom IBM SPSS softverskog paketa verzije 20 prilagođenog analizi statističkih podataka u društvenim naukama. Navedeni softver nam je omogućio sagledavanje odnosa između demografskih karakteristika i stavova ispitanika. U tu svrhu, definisali smo varijable i primenili deskriptivnu statističku analizu kako bismo izračunali aritmetičku sredinu i standardnu devijaciju uzorka. Dobijeni podaci su korišćeni za utvrđivanje homogenosti odgovora ispitanika. Od statističkih procedura korišćeni su neparametrijski testovi (Mann-Whiney U-test i Kruskal-Wallis test) i korelaciona analiza.

Prikupljanjem i analizom podataka sprovedenog istraživanja, empirijski su testirane navedene teorijske postavke o postojanju preduslova za razvoj ponude kulturnog turizma Vrnjačke Banje. Vodeći računa o opredeljenom predmetu istraživanja, u radu je postavljena osnovna hipoteza, koja glasi: *Polazeći od postojeće strukture kulturnih resursa i stepena razvijenosti kulturnog turizma, Vrnjačka Banja poseduje resurse koje bi mogla da iskoristi za razvoj kao destinacija kulturnog turizma.*

Iz osnovne hipoteze, izvedene su pomoćne:

**H1:** *Kultura značajno utiče na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije.*

**H2:** *Vrnjačka Banja raspolaže kulturno-istorijskim lokalitetima i organizuje kulturne manifestacije koji mogu doprineti razvoju kulturnog turizma Vrnjačke Banje.*

**H3:** *Intenzivna saradnja između institucija kulture i nosilaca turističke ponude Vrnjačke Banje predstavlja važan faktor razvoja i unapređenja proizvoda kulturnog turizma.*

**H4:** *Postoji statistički značajna razlika u stavovima ispitanika različitih demografskih obeležja.*

Iz ove pomoćne hipoteze, izvedene su pojedinačne:

**H4 (a):** *Ne postoji statistički značajna razlika u stavovima muškaraca i žena o uticaju kulture na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije.*

**H4 (b):** *Postoji statistički značajna razlika u stavovima ispitanika različitih starosnih grupa o uticaju kulture na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije.*

**H4 (v):** *Postoji statistički značajna povezanost između nivoa obrazovanja ispitanika i stavova o najznačajnijim elementima za ponudu kulturnog turizma Vrnjačke Banje.*

## REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U istraživanju je učestvovalo 130 ispitanika koji su popunili upitnik. Kada je reč o strukturi uzorka, izražena je zastupljenost ženske populacije u uzorku. Od ukupnog broja ispitanika 73,8% predstavljaju osobe ženskog pola. Prema starosnoj strukturi, najveći broj ispitanika, odnosno 43,8%, pripada starosnoj grupi od 26 do 35 godina. Prema stepenu obrazovanja, u uzorku su najzastupljeniji ispitanici koji imaju završen fakultet, odnosno 43,1% od ukupnog broja ispitanika. Na pitanje da li kultura utiče na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije, 87,7% od ukupnog broja ispitanika je odgovorilo potvrđno. Neznatno je i učešće ispitanika koji su odgovorili odrično (6,9%) i ispitanika (5,4%) koji nemaju definisan stav. Od ukupnog broja ispitanika, 97 ispitanika koji predstavljaju 74,6%, na pitanje da li Vrnjačka Banja poseduje adekvatan potencijal za razvoj kulturnog turizma, odgovorili su potvrđno. Četrnaest ispitanika (10,8%) smatra da Vrnjačka Banja ne poseduje adekvatan potencijal za razvoj kulturnog turizma, dok njih 19 (14,6%) nema jasno definisan stav (Tabela 1). Na osnovu toga, možemo konstatovati da se najveći broj ispitanika slaže sa činjenicom da je kultura važan element ponude Vrnjačke Banje i da ova destinacija poseduje adekvatne kulturne resurse koji mogu biti atraktivni turistički proizvod.

*Tabela 1. – Analiza demografskih karakteristika ispitanika (n = 130)*

Demografski podaci	Broj ispitanika (n)	Procenutlano učešće ispitanika
<b>Pol</b>		
Muški	34	26,2
Ženski	96	73,8
<b>Godine starosti</b>		
Do 25 godina	52	40,0
26–35	57	43,8
36–44	13	10,0
45–54	5	3,8
55 i više godina	3	2,3
<b>Nivo obrazovanja</b>		
Srednja škola	30	23,1
Viša škola	6	4,6
Fakultet	56	43,1
Master	34	26,2
Magistar	4	3,1
<b>Da li kultura utiče na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije?</b>		
Da	114	87,7
Ne	9	6,9
Ne znam	7	5,4
<b>Da li Vrnjačka Banja poseduje adekvatan potencijal za razvoj kulturnog turizma?</b>		
Da	97	74,6
Ne	14	10,8
Ne znam	19	14,6

*Izvor:* Rezultati sprovedenog istraživanja

*Tabela 2. – Analiza stavova ispitanika o kulturnom resursima Vrnjačke Banje (n = 130)*

Kulturni resursi	Odgovori ispitanika	Procentualno učešće ispitanika
Sakralni objekti	15	4,5
Zamak Belimarković	69	20,8
Crkvine, stara groblja i zapisi	8	2,4
Spomen obeležja	34	10,3
Postavke Zavičajnog muzeja	17	5,1
Spomen park Popina	13	3,9
Park skulptura	24	7,3
Tradicija, folklor i gastronomija	64	19,3
Spomenici prirode	38	11,5
Stare vile	49	14,8
<b>Ukupan broj odgovora</b>	<b>331</b>	<b>100</b>

*Izvor:* Rezultati sprovedenog istraživanja

Na pitanje za koje od navedenih elemenata smatrate da su značajni za ponudu kulturnog turizma Vrnjačke Banje, ispitanici su davali odgovor tako što su imali mogućnost da se opredеле za maksimalno tri konstatacije. Prema tome, statistički paket SPSS 20 prepoznao je nedostajuće podatke zbog činjenice da su ispitanici navodili i manje od tri konstatacije. Ako sumirano odgovore ispitanika, zapažamo da najveći broj ispitanika smatra da su: Zamak Belimarković (69 ispitanika), tradicija, folklor i gastronomija (64 ispitanika) i stare vile (49 ispitanika) najznačajniji resursi za razvoj ponude kulturnog turizma Vrnjačke Banje.

*Tabela 3. – Analiza stepena slaganja ispitanika sa pojedinim tvrdnjama o kulturnim resursima Vrnjačke Banje*

Konstatacije	Broj ispitanika (n)	Procentualno učešće ispitanika
<b>Lokaliteti kulturno-istorijskog nasleđa su pristupačni za posete i obilaske.</b>		
U potpunosti se ne slažem	11	8,5
Ne slažem se	12	9,2
Niti se slažem, niti se ne slažem	28	21,5
<b>Delimično se slažem</b>	<b>56</b>	<b>43,1</b>
U potpunosti se slažem	23	17,7
<b>Lokaliteti kulturno-istorijskog nasleđa su u dovoljnoj meri uključeni u postojeću turističku ponudu.</b>		
U potpunosti se ne slažem	7	5,4
<b>Ne slažem se</b>	<b>50</b>	<b>38,5</b>
Niti se slažem, niti se ne slažem	23	17,7
Delimično se slažem	43	33,1
U potpunosti se slažem	7	5,4
<b>Lokaliteti kulturno-istorijskog nasleđa su promovisani kao deo postojeće turističke ponude.</b>		
U potpunosti se ne slažem	7	5,4
Ne slažem se	32	24,6
Niti se slažem, niti se ne slažem	36	27,7
<b>Delimično se slažem</b>	<b>46</b>	<b>35,4</b>
U potpunosti se slažem	9	6,9
<b>Lokaliteti kulturno-istorijskog nasleđa su posećeni od strane turista.</b>		
U potpunosti se ne slažem	9	6,9
Ne slažem se	22	16,9
Niti se slažem, niti se ne slažem	36	27,7
<b>Delimično se slažem</b>	<b>51</b>	<b>39,2</b>
U potpunosti se slažem	12	9,2
<b>Organizovane posete lokalitetima kulturno-istorijskog nasleđa su propraćene usluga turističkih vodiča.</b>		
U potpunosti se ne slažem	17	13,1
<b>Ne slažem se</b>	<b>40</b>	<b>30,8</b>
Niti se slažem, niti se ne slažem	38	29,2
Delimično se slažem	26	20,0
U potpunosti se slažem	9	6,9

*Izvor:* Rezultati sprovedenog istraživanja

Likertova skala je korišćena za utvrđivanje stepena slaganja ispitanika sa definisanim tvrdnjama o kulturnim resursima. Na skali od 1 – u potpunosti

se ne slažem, do 5 – u potpunosti se slažem, ispitanici su se izjašnjavali u kojoj meri se slažu sa određenim konstatacijama, kao što je prikazano u tabeli 3.

Na pitanje za koje od navedenih kulturnih manifestacija smatraju da su značajne za ponudu kulturnog turizma Vrnjačke Banje, ispitanici su se u najvećem broju opredelili za sledeće manifestacije: Festival filmskog scenarija (59 ispitanika), Dani Danila Bate Stojkovića (51 ispitanik) i izložbe, koncerte i književne večeri (42 ispitanika). Ispitanici su imali mogućnost da se opredеле za maksimalno tri konstatacije. Statistički paket SPSS 20 prepoznao je nedostajuće podatke zbog činjenice da su ispitanici navodili i manje od tri konstatacije. Ispitanici su pod kategorijom Ostalo navodili manifestacije kao što su Love fest, Karneval i sl., za koje autori rada smatraju da ne poseduju kulturni karakter.

*Tabela 4. – Analiza stavova ispitanika o kulturnim manifestacijama, koje se organizuju u Vrnjačkoj Banji*

Kulturne manifestacije	Odgovori ispitanika	Procentualno učešće
Međunarodni festival klasične muzike	30	9,3
Književno leto	29	9,0
Pozorišni dani srpskog teatra	36	11,2
Festival likovnog stvaralaštva	12	3,7
Festival filmskog scenarija	59	18,4
Na Desankin dan	21	6,5
Dani Danila Bate Stojkovića	51	15,9
Program Zamka kulture	35	10,9
Izložbe, koncerti i književne večeri	42	13,1
Ostalo	6	1,9
<b>Ukupan broj odgovora</b>	<b>321</b>	<b>100</b>

*Izvor:* Rezultati sprovedenog istraživanja

Na skali od 1 – u potpunosti se ne slažem, do 5 – u potpunosti se slažem, ispitanici su se izjašnjavali u kojoj meri se slažu sa određenim konstatacijama koje se odnose na kulturne manifestacije u Vrnjačkoj Banji (Tabela 5.).

Tabela 5. – Analiza stepena slaganja ispitanika sa pojedinim tvrdnjama o kulturnim manifestacijama Vrnjačke Banje

Tvrđnje	Broj ispitanika (n)	Procentualno učešće ispitanika
<b>Manifestacije prezentuju kulturu, tradiciju i istoriju Vrnjačke Banje</b>		
U potpunosti se ne slažem	14	10,8
Ne slažem se	27	20,8
Niti se slažem, niti se ne slažem	31	23,8
<b><i>Delimično se slažem</i></b>	<b>41</b>	<b>31,5</b>
U potpunosti se slažem	17	13,1
<b>Manifestacije su posećene od strane turista i lokalnog stanovništva.</b>		
U potpunosti se ne slažem	10	7,7
Ne slažem se	10	7,7
Niti se slažem, niti se ne slažem	31	23,8
<b><i>Delimično se slažem</i></b>	<b>53</b>	<b>40,8</b>
U potpunosti se slažem	26	20,0
<b>Manifestacije prate dodatni sadržaji za provođenje slobodnog vremena.</b>		
U potpunosti se ne slažem	13	10,0
Ne slažem se	23	17,7
<b><i>Niti se slažem, niti se ne slažem</i></b>	<b>47</b>	<b>36,2</b>
Delimično se slažem	33	25,4
U potpunosti se slažem	14	10,8
<b>Informacije o manifestacijama su dostupne u promotivnim materijalima.</b>		
U potpunosti se ne slažem	14	10,8
Ne slažem se	17	13,1
<b><i>Niti se slažem, niti se ne slažem</i></b>	<b>43</b>	<b>33,1</b>
Delimično se slažem	41	31,5
U potpunosti se slažem	15	11,5
<b>Manifestacije su zastupljene u turističkoj ponudi tokom cele godine.</b>		
U potpunosti se ne slažem	22	16,9
<b><i>Ne slažem se</i></b>	<b>44</b>	<b>33,8</b>
Niti se slažem, niti se ne slažem	34	26,2
Delimično se slažem	17	13,1
U potpunosti se slažem	13	10,0

Izvor: Rezultati sprovedenog istraživanja

*Tabela 6.* – Analiza stavova ispitanika o značajnim institucijama za razvoj kulturnog turizma Vrnjačke Banje

Institucije	Odgovori ispitanika	Procentualno učešće
Kulturni centar	46	19,7
Biblioteka „Dr Dušan Radić”	19	8,1
Bioskop	6	2,6
Muzeji i galerije	24	10,3
Razni vidovi udruženja umetnika na lokalnom nivou	9	3,8
Turistička organizacija	70	29,9
Lokalna samouprava opštine Vrnjačka Banja	28	12,0
Hotelijeri, privatne turističke agencije i drugi nosioci turističke ponude	32	13,7
<b>Ukupan broj odgovora</b>	<b>234</b>	<b>100</b>

*Izvor:* Rezultati sprovedenog istraživanja

Kada je reč o pitanju koje su institucije najznačajnije za afirmaciju i uključivanje kulturne baštine i stvaralaštva u ponudu kulturnog turizma Vrnjačke Banje, ispitanici su se opredelili za sledeće: Turistička organizacija (70 ispitanika), Kulturni centar (46 ispitanika) i Hotelijeri, privatne turističke agencije i drugi nosioci turističke ponude (32 ispitanika). U najvećem broju slučajeva ispitanici su se opredelili za institucije koje su značajne za očuvanje i promociju kulturnih dobara i one organizacije, koje su uključene u proces pružanja usluga turistima (Tabela 6). Ispitanici su davali odgovor tako što su imali mogućnost da se opredelite za maksimalno dve konstatacije. Prema tome, statistički paket SPSS 20 prepoznao je nedostajuće podatke zbog činjenice da su ispitanici navodili i manje od dve konstatacije.

*Tabela 7. – Analiza stavova ispitanika u pogledu smernica za unapređenje ponude kulturnog turizma Vrnjačke Banje*

<b>Smernice za unapređenje ponude kulturnog turizma</b>	<b>Odgovori ispitanika</b>	<b>Procentualno učešće</b>
Kreiranje kulturnih radionica za upotpunjavanja aktivnosti za turiste	32	9,5
Organizacija gastronomskih manifestacija	37	10,9
Kreiranje kulturnih ruta	50	14,8
Povezivanje ponude kulturnog turizma Banje sa ponudom okolnih gradova, koji imaju bogato kulturno-istorijsko nasleđe	61	18,0
Organizacija većeg broja manifestacija tokom cele godine	51	15,1
Veći broj muzeja i galerija	15	4,4
Saradnja nosilaca turističke ponude i institucija kulture na inoviranju postojeće ponude kulturnog turizma	20	5,9
Pravna regulativa o očuvanju, zaštiti i korišćenju lokaliteta kulturno-istorijskog nasleđa	16	4,7
Upotpunjavanje ponude kulturnog turizma dodatnim sadržajima	35	10,4
Manastirske ture	21	6,2
<b>Ukupan broj odgovora</b>	<b>338</b>	<b>100,0</b>

*Izvor:* Rezultati sprovedenog istraživanja

U trećem delu upitnika, ispitanici su imali mogućnost da se opredеле za maksimalno tri konstatacije, za koje smatraju da mogu unaprediti ponudu kulturnog turizma Vrnjačke Banje. Prema tome, u najvećem broju slučajeva, ispitanici su se opredelili za sledeće konstatacije:

- Povezivanje ponude kulturnog turizma Banje sa ponudom okolnih gradova, koji imaju bogato kulturno-istorijsko nasleđe (61 ispitanik);
- Organizacija većeg broja manifestacija tokom cele godine (51 ispitanik);
- Kreiranje kulturnih ruta (50 ispitanika);
- Organizacija gastronomskih manifestacija (37 ispitanika);
- Upotpunjavanje ponude kulturnog turizma dodatnim sadržajima (35 ispitanika).

Na osnovu stavova ispitanika, možemo zaključiti da postoji prostor za unapređenje ponude kulturnog turizma kako uvođenjem novih sadržaja u

vidu inovacija, povezivanjem sa drugim turističkim destinacijama, ali isto tako i kombinovanjem sa ponudom zdravstvenog, sportsko-rekreativnog, spa&wellness i drugih oblika turizma.

Da bi se na adekvatan način utvrdila povezanost između nezavisnih i zavisnih varijabli, u radu su primjenjeni određeni statistički postupci. Glavni ciljevi primene, u ovom slučaju testova, je da se utvrdi da li postoji veza između analiziranih varijabli i da se donesu odluke o prihvatanju i/ili odbijanju postavljenih hipoteza istraživanja. Na osnovu Kolgomorov Smirnov testa, koji se koristi za utvrđivanje normalnosti raspodele za uzorce veće od 50 ispitanika, utvrđeno je da distribucija ne prati normalnu raspodelu. S obzirom na to da distribucija nema karakteristike normalne raspodele i da nisu zadovoljeni uslovi za primenu t-testa nezavisnih uzoraka, primjenjen je Mann-Whiney U-test i Kruskal-Wallis test. Mann-Whiney U-test se koristi u statistici za ispitivanje razlike između dve nezavisne grupe na neprekidnoj skali. Ovaj test je neparametrijska alternativa t-testu nezavisnih uzoraka. Za razliku od pomenutih testova, koji porede srednje vrednosti dvaju grupa, U-test poredi njihove medijane (Milenović, 2011, str. 73).

*Tabela 8. – Rezultati Mann-Whiney testa*

		Da li kultura utiče na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije
Mann-Whitney U		1483,000
Wilcoxon W		2078,000
Z		-1,384
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,166

*Izvor:* Rezultati sprovedenog istraživanja

Cilj primene Mann-Whiney U-testa je utvrđivanje razlike u stavovima ispitanika muškog i ženskog pola o uticaju kulture na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije. Vrednost Asymp. Sig. (2-tailed) iznosi 0,166, što ne ukazuje na postojanje statistički značajne razlike u stavovima muškaraca i žena o uticaju kulture na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije. Prema tome, možemo konstatovati da je pojedinačna hipoteza *Ne postoji statistički značajna razlika u stavovima muškaraca i žena o uticaju kulture na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije*, na osnovu rezultata testa, **potvrđena**.

Kruskal-Wallis test se primjenjuje za utvrđivanje značajnosti razlika između dve ili više merenih osobina u onim slučajevima kada podaci ne zadovoljavaju uslove za primenu analize varijanse. Uslov za primenu ovog testa jesu postojanje jedne kategoričke variable sa dva ili više modaliteta i druge variable bar ordinalnog tipa (Turjačanin i dr., 2006, str. 107). Cilj

primene Kruskal-Wallis testa je da se utvrdi da li postoji statistički značajna razlika u stavovima ispitanika različitih starosnih grupa o tome da li Vrnjačka Banja poseduje potencijal za razvoj ponude kulturnog turizma.

*Tabela 9.* – Rezultati Kruskal-Wallis testa (Prvi deo)

	Nivo obrazovanja	N	Mean Rank
Da li kultura utiče na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije	Srednja škola	30	70,60
	Viša škola	6	57,50
	Fakultet	56	66,71
	Master	34	61,35
	Magistar	4	57,50
	Total	130	

*Izvor:* Rezultati sprovedenog istraživanja

Vrednost Asymp. Sig. od 0,340 pokazuje da ne postoji statistički značajna razlika u statovima ispitanike različitih starosnih grupa. U skladu sa tim, pojedinačna hipoteza, koja glasi: *Postoji statistički značajna razlika u stavovima ispitanika različitih starosnih grupa o uticaju kulture na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije*, na osnovu rezultata testa, **nije potvrđena**.

*Tabela 10.* – Rezultati Kruskal-Wallis testa (Drugi deo)

	Da li kultura utiče na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije?
Chi-Square	4,524
df	4
Asymp. Sig.	0,340

*Izvor:* Rezultati sprovedenog istraživanja

Tabela 11. – Rezultati korelaceione analize

		Nivo obrazovanja	Za koje od navedenih elemenata smatrate da su značajni za ponudu kulturnog turizma Vrnjačke Banje	
Spearman's rho	Nivo obrazovanja	Correlation Coefficient	1,000	0,052
		Sig. (2-tailed)		0,560
Za koje od navedenih elemenata smatrate da su značajni za ponudu kulturnog turizma Vrnjačke Banje	Za koje od navedenih elemenata smatrate da su značajni za ponudu kulturnog turizma Vrnjačke Banje	Correlation Coefficient	0,052	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,560	

Izvor: Rezultati sprovedenog istraživanja

Za potrebe detaljnije analize, korišćen je Spearman-ov koeficijent korelacijske, kako bi se utvrdilo da li postoji veza između nivoa obrazovanja i stavova ispitanika o tome koji su najznačajniji elementi za razvoj ponude kulturnog turizma. Na osnovu vrednosti Sig, možemo zaključiti da ne postoji statistički značajna razlika između nivoa obrazovanja i stavova ispitanika o tome koji su elementi najznačajniji za razvoj ponude kulturnog turizma. Prema tome, pojedinačna hipoteza, koja glasi: *Postoji statistički značajna povezanost između nivoa obrazovanja ispitanika i stavova o najznačajnijim elementima za ponudu kulturnog turizma Vrnjačke Banje, nije potvrđena.*

## ZAKLJUČAK

Zahvaljujući razvoju kulturnog turizma, banje mogu privući turiste, pri čemu primarni motiv putovanja nije zdravstvenog karaktera. Sa rastom broja ljudi koji žele da dožive destinaciju kroz njene tradicionalne i autentične vrednosti, kulturni turizam je dobijao na značaju. S obzirom na to da se sastoji od različitih vrsta kao što su religiozni, manifestacioni i dr., kulturni turizam zaokružuje čitav spektar aktivnosti za turiste. Pored toga, kroz komercijalizaciju kulturnog nasleđa doprinosi promociji iste ali i realizaciji ekonomskih koristi, uz poštovanje principa održivog razvoja.

Cilj istraživanja u našem radu bio je identifikacija segmenata kulturnog nasleđa Vrnjačke Banje i neposrednog okruženja, koji mogu biti realna osnova za kreiranje, promociju i distribuciju kvalitetnog proizvoda kulturnog turizma. Na osnovu izvršene analize potencijala za razvoj kulturnog turizma, utvrđeno je da Vrnjačka Banja poseduje kvalitetne resurse koji nisu u dovoljnoj meri uključeni u razvoj ovog oblika turizma. Pored teorijskog, sproveli smo empirijsko istraživanje stavova ispitanika o kulturnim resursima Vrnjačke Banje i mogućnostima za unapređenje postojeće ponude razvojem kulturnog turizma.

U ovom radu, osnovna hipoteza je definisana na sledeći način:

**H1:** *Polazeći od postojeće strukture kulturnih resursa i stepena razvijenosti kulturnog turizma, Vrnjačka Banja poseduje resurse, koje bi mogla da iskoristi za razvoj kao destinacija kulturnog turizma.*

Na osnovu analize sekundarnih podataka o bogatstvu kulturnih resursa, kao i na osnovu odgovora 74,6% ispitanika da Vrnjačka Banja poseduje adekvatan potencijal za razvoj kulturnog turizma, dolazimo do zaključka da osnovnu hipotezu možemo prihvati.

U radu su definisane i posebne hipoteze kako bi se mogle proveriti tvrdnjne postavljene u osnovnoj hipotezi. Prva posebna hipoteza H1 glasi:

**H1:** *Kultura značajno utiče na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije,* možemo prihvati. Kao osnovu za prihvatanje ove hipoteze, koristili smo empirijsko istraživanje u kome se 114 ispitanika, odnosno 87,7% od ukupnog broja ispitanika izjasnilo da smatra da kultura utiče na imidž Vrnjačke Banje kao turističke destinacije.

Sledeća posebna hipoteza glasi:

**H2:** *Vrnjačka Banja raspolaze kulturno-istorijskim lokalitetima i organizuje kulturne manifestacije koje mogu doprineti razvoju kulturnog turizma Vrnjačke Banje.* Kulturni turizam je u fokusu interesovanja turista, koji u destinaciji očekuju kvalitetan i nezaboravan turistički doživljaj. Savremene tendencije na turističkom tržištu ukazuju na rast segmenta tražnje, očekivanje kvalitetnog doživljaja u destinaciji, jedinstveni doživljaj kulture i tradicije lokalne zajednice. U skladu sa tim, ovu hipotezu možemo prihvati kao tačnu.

Posebna hipoteza H3 glasi: *Intenzivna saradnja između institucija kulture i nosilaca turističke ponude Vrnjačke Banje predstavlja važan faktor razvoja i unapređenja proizvoda kulturnog turizma.* Glavne institucije, koje mogu doprineti razvoju ponude kulturnog turizma su Kulturni centar, Turistička organizacija Vrnjačke Banje, nosioci turističke ponude (agencije, hoteli, ugostiteljski objekti i dr.), umetnička udruženja, lokalna samouprava i dr. Ovu hipotezu možemo prihvati kao tačnu iz više razloga. S obzirom na

to da javne institucije brinu o očuvanju i zaštiti lokaliteta kulturnog nasleđa, jasno je da u razvoju ponude kulturnog turizma – nosioci turizma moraju sarađivati sa njima. Sa empirijskog aspekta istraživanja, najveći broj ispitanika se izjasnio da su za razvoj kulturnog turizma značajne Turistička organizacija (70 ispitanika, odnosno 29,9%) i Kulturni centar (46 ispitanik, odnosno 19,7%). Upravo ove dve institucije su najznačajnije za kreiranje ponude kulturnog turizma uz saradnju sa pojedinačnim nosiocima ponude. Posebna H4, koja glasi: *Postoji statistički značajna razlika u stavovima ispitanika različitim demografskim obeležja*, ne prihvata se na osnovu činjenice da dve od ukupno tri pojedinačne hipoteze nisu potvrđene primenom odgovarajućih statističkih procedura.

## 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 destination, 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 whether there are significant differences between attitudes of the respondents.

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

## LITERATURA

1. Borović-Dimić, J., Dimić, B. (2003). *Vrnjačka Banja na starim razglednicama*. Zavičajni muzej – Zamak kulture, Kulturni centar Vrnjačke Banje.
2. Hrabovski Tomić, E., Milićević, S. (2012). Razvoj turizma Vrnjačke Banje na principima održivog razvoja. *Teme* 2/2012, str. 755–771.
3. Hughes, H. L. (1996). Redefining Cultural Tourism, *Annals of Tourism Research* 23 (3), pp. 707–709.
4. Institut za arhitekturu i urbanizam Srbije, (2005). *Generalni plan opštine Vrnjačka Banja 2005–2021*. Beograd.
5. Jovanović Tončev, M., Podovac, M. (2014). Kulturna dobra kao deo turističkog proizvoda banja Srbije. *Ekonomija teorija i praksa*, 7(3), str. 54–67.
6. Milenović, Ž. (2011). Primena Man-Vitnijevog U-testa u istraživanjima profesionalnog usavršavanja nastavnika osnovne škole, *Metodički obzori*, 6(11), str. 73–79.
7. Milošević, S. (2014). Činioci razvoja kulturnog turizma – Studija slučaja Bar, Crna Gora, *Poslovna ekonomija*, 8 (1), 2014, str. 259–280.
8. Reinhard, B., Andreas, H. Z. (1999). Cultural Tourism in Rural Communities: The Residents' Perspective. *Journal of Business Research* 33 (3), pp. 199–209.
9. Republički zavod za razvoj, (2005). *Program razvoja opštine Vrnjačka Banja 2005–2015*, Vrnjačka Banja.
10. Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*, Wallingford: CABI, 1996.
11. Ruđinčanin, O., Topalović, O. (2008). *Vrnjačka Banja na početku 21. veka*, Biblioteka „Dr Dušan Radić”, Vrnjačka Banja.
12. Seale, R. (1996). A Perspective from Canada on Heritage and Tourism. *Annals of Tourism Research* 23 (2), pp. 484–488.
13. Turjačanin, V., Čekrljija, Đ. (2006). *Osnovne statističke metode i tehnike u SPSS-u – Primjena SPSS-a u društvenim naukama*, Centar za kulturni i socijalni popravak, Banja Luka.
14. Zvanični sajt Turističke organizacije Vrnjačka Banja, <http://www.vrnjackabanja.co.rs/srpski/sadrzaj/kulturaglmeni>, od subote, 12. 07. 2016. godine.

Ovaj rad je primljen **04.11.2016.**, a na sastanku redakcije časopisa prihvćen za štampu **13.02.2017.** godine.