

**Александар Антић**

Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет,  
Департаман за географију, туризам и хотелијерство  
UDK 338.48-6:7/8(497.11)

**МОГУЋНОСТИ УНАПРЕЂЕЊА КУЛТУРНОГ ТУРИЗМА ГРАДА ПОЖАРЕВЦА:  
ФОРМУЛАЦИЈА И РЕАЛИЗАЦИЈА КУЛТУРНЕ ТУРЕ**

**POSSIBILITIES OF CULTURE TOURISM ADVANCEMENT IN POŽAREVAC:  
FORMULATION AND REALISATION OF CULTURAL TOUR**

**Анотација:** Културни туризам представља значајан део туристичког тржишта и као такав обухвата широк спектар културно-историјских вредности, које поседују ефикасна туристичка својства када је у питању туристички промет и туристички приход. Појачано искоришћавање културно-историјских туристичких потенцијала и атрактивности неретко подразумева израду културне туре. Циљ једне такве туре је да обједини све културно-историјске вредности и презентује јединствену туристичку понуду. У овом раду истраживано је културно-историјско наслеђе града Пожаревца, које се може имплементирати у обједињену културну тору и на тај начин унапредити културни туризам овог града. Посиављена хипотеза у раду јесте могућност културне туре да унапреди културни туризам у Пожаревцу. Методолошки приступ је подразумевао примену модела за евалуацију културне руте, те је реализован детаљан аналитички преглед свих туристичких вредности и потенцијала. Резултати истраживања су показали да је могуће укључити културно-историјско наслеђе у потенцијалну културну тору, као и да сама тора може бити круцијална за унапређење културног туризма града Пожаревца.

**Кључне речи:** култура, туризам, Пожаревац, културна тора.

**Abstract:** Culture tourism represents a significant part of the tourist market, and as such, it includes a wide spectrum of cultural and historic values, that possess efficient tourism properties for tourist traffic and tourism income. The complete use of cultural and historic tourism potentials and attractions often include the development of cultural tour. The goal of cultural tour is to combine all cultural and historic values and present them as one unique tourism offer. The cultural-historic heritage of Požarevac, which can be implemented in the cultural tour and thus advance culture tourism in this city, was evaluated and explored in this paper. Established hypothesis is that there are possibilities of advancing culture tourism in Požarevac, by implementing the cultural tour. Methodological approach consists of Cultural Route Evaluation Model (CREM), thus the detailed analysis on all tourism values and potentials was realised. The results show that it is possible to engage cultural-historic heritage in potential cultural tour and that the tour itself can be crucial for culture tourism advancement of Požarevac city.

**Key words:** culture, tourism, Požarevac, cultural tour.

## Увод

Постоји велики број дефиниција културног туризма. Светска туристичка организација дефинише културни туризам као путовања из превасходно културних мотива, која обично укључују образовне туре, уметност, културне туре, путовања на фестивале, посете историјским локалитетима и споменицима, фолклор и религиозна путовања (WTO, 2005). Културни туризам тежи да оствари и бројне циљеве у складу са одрживим развојем као што су: конзервација културних ресурса, стална интерпретација ресурса, аутентични доживљаји туриста, стимулација повратне добити за културне ресурсе и локалну заједницу. Дакле, културни туризам није само заинтересован за идентификацију, управљање и заштиту културног наслеђа, већ мора садржати и разумевање утицаја туризма на заједнице и регионе, тако што ће обезбедити социјалну и економску добит, обезбедити финансијске ресурсе за заштиту, маркетинг и промоцију ових ресурса. Културне туре, као производ културног туризма могу у великој мери допринети остварењу наведених циљева (Божић, 2016, 13-15).

Културне туре представљају комплексне туристичке дестинације које су први пут успостављене од стране Савета Европе 1987. године. Тачније, кључну улогу у стварању иницијативе за формирање културних тура у Европи одиграла је радна група Савета Европе са називом „Европа наставља“ („L'Europe continue“) шездесетих година 20. века. Концепт културних тура прихваћен је и од стране УНЕСКО-вог Комитета Светске баштине, на конференцији „Путеви као културно наслеђе“ у Мадриду, 1994., а дефинисан је као: „Пут наслеђа који се састоји од опипљивих елемената код којих културни значај произилази из размене и вишедимензионалног дијалога међу земљама или регионима, и који илуструје интеракцију кретања, дуж туре, у времену и простору“ (UNESCO, 1994). Терми-

ни „културна тура“, „пут културе“ и „пут наслеђа“ сматрају се синонимима и означавају јединствену целину повезаних елемената културног наслеђа на одређеном географском простору. Поред бројних облика културног туризма, многобројне су и врсте културних активности које се нуде туристима на дестинацији, а многе од њих подразумевају ангажовање туриста, што је све израженија тенденција у развоју културног туризма. Културни туризам има расплнуте границе и представља широко подручје повезаних активности (Хаџић, 2005).

Седиште Браничевског округа, град Пожаревац, налази се у источном делу Србије на осамдесетак километара југо-источно од Београда, у седишту плодног Стига, између три реке: Дунава, Велике Мораве и Млаве ([www.togp.rs](http://www.togp.rs)). У административном и културолошком смислу, град Пожаревац је центар Браничевског округа и представља један од већих градова источне Србије ([www.pozarevac.rs](http://www.pozarevac.rs)). Пожаревац обухвата значајне природне и антропогене атракције које могу бити индикатори за развој и унапређење више облика туризма. Богата историја и аутентичне природне погодности позиционирају Пожаревац на важно место туристичке мапе Србије. Зарад интензивнијег раста и развоја туризма у Пожаревцу, потребно је извршити пословна повезивања на интерном и екстерном нивоу, континуирано пратити светске туристичке трендове и пројектовати модерне туристичке презентације које би обухватале све постојеће потенцијале и атрактивности. Такође је потребна примена одговарајуће маркетинг стратегије како би претходно наведене активности биле квалитетно имплементирани на национално туристичко тржиште (Антић, 2017, 94).

Културно-историјско наслеђе културне туре представља културни и историјски идентитет града Пожаревца. Адекватна туристичка презентација свих локалитета и објеката подразумева широк дијапазон туристичких вредности, које

туристима могу бити веома атрактивни. Културна тура обухвата следеће локалитете и објекте: Ергела Љубичево, Спомен-парк Чачалица, Етно парк, Галерија Милене Павловић Барили, Легат Миодрага Марковића, Народни музеј, Галерија савремене уметности, Музеј историје уметности, Кућа Добрњчевих, Зграда окружног здања и споменик Кнеза Милоша.

Истраживање је подразумевало анализу културно-историјских вредности и примену модела за евалуацију културне туре (Божић и Томић, 2016). Главни циљ истраживања јесте да се покажу културне туристичке атракције и потенцијали, који могу бити саставни део будуће културне туре. У раду је постављена хипотеза Х, да постоје могућности за унапређење културног туризма града Пожаревца путем реализације културне туре.

### Истраживано културно наслеђе града Пожаревца

**Ергела Љубичево.** Једну од најстаријих ергела у Србији је 1860. године основао књаз Милош Обреновић на имању „Морава“, поред Велике Мораве. Ергела је почетком 20. века израсла у институцију европског ранга и имала је око 500 грла. Ергела је 5 km удаљена од центра Пожаревца, те представља оазу мира и тишине ([www.togp.rs](http://www.togp.rs)). Ниво туристичке инфраструктуре је последњих година значајно побољшан, што додатно омогућава унапређење туризма. За ергелу је везана туристичко-спортска манифестација „Љубичевске коњичке игре“.

*Слика 1. Културно наслеђе града Пожаревца*



*Извор:* ([www.togp.rs](http://www.togp.rs))



**Спомен-парк Чачалица.** Једно од омиљених излетишта Пожаревацана свакако јесте брдо које се уздиже изнад града на 203 m надморске висине. Пре 300 година на овом месту се налазило мочварно, непроходно подручје о чему сведоче турски списи. Вековима је била тзв. „ничије брдо“ све до Другог светског рата када је постала полигон за обуку војницима Југословенске војске ([www.togpr.rs](http://www.togpr.rs)). Поред тога што се овде налазе бројни културно-историјски споменици, Чачалица је важна и са еколошког аспекта, јер посетиоцима омогућава боравак у чистој и здравој средини.

**Етно парк.** У оквиру Народног музеја Пожаревац, формиран је 1972. године етно парк Тулда, са циљем да се на јавном месту прикажу традиционалне вредности народне архитектуре Браничевског краја из 19. века. У склопу парка се налази и реплика шатора Пожаревачког мира и етно ресторан „Тулба“ ([www.togpr.rs](http://www.togpr.rs)).

**Галерија Милене Павловић Барили.** Родна кућа позната сликарке представља једну од главних туристичких атракција и вредности града Пожареваца. Посетиоци у Галерији могу погледати сталну поставку слика (уље на платну, акварел, темпера, пастел), њене личне предмете, намештај, као и Миленину личну библиотеку ([www.togpr.rs](http://www.togpr.rs)).

**Народни Музеј у Пожаревцу.** Музеј у Пожаревцу јесте најважнија институција када је у питању културно наслеђе града Пожареваца, јер се већина истраживаних туристичких вредности налазе у управљачкој структури музеја. Међу бројним вредним експонатима посебно место свакако заузимају фреске из осликаних гробова из Виминацијума и грб Виминацијума, остава сребрног накита из села Баре, као и предмети израђени од свих врста метала (бронзе, сребра, злата, олова, гвожђа), стакла, кости, стаклене пасте, глине, мермера. У збиркама се налазе колекције накита, оружја (израђеног од метала, камена), алатки, посуђа (од стакла, метала, глине), фибула, жижака

и др. ([www.pozarevac.rs/narodni-muzej-pozarevac](http://www.pozarevac.rs/narodni-muzej-pozarevac)).

Кућа Добричевих, Легат Миодрага Марковића и Галерија савремене уметности су део Народног музеја, као и Етно парк Тулда. Истраживано наслеђе се у овом истраживању предлаже као најважније за културну туру. Према томе, потребно је реализовати детаљну туристичку валоризацију, применом модела за евалуацију културне туре.

### Методологија

Модел процењује значај културних тура за туристички развој, економију као и заштиту културног наслеђа. Такође, наглашава се да нису сви субиндикатори од истог значаја за процес евалуације, па самим тим немају ни исти утицај на крајњи резултат валоризације. Крајњи резултат модела се приказује на матрици која садржи тренутно стање културне туре, али такође и њену потенцијалну позицију која би се могла достићи у будућности. Модел такође пружа и предлоге за превазилажење постојећег јаза између тренутне и потенцијалне будуће позиције и бенефите које би то могло донети (Божић, 2016, 50-53).

Модел се састоји од две основне групе индикатора: Основне вредности културне туре и Вредности специфичне за туризам. Основне вредности културне туре се састоје од научних вредности, вредности специфичних за туру, економског значаја туре и Заштите и конзервације. Научне вредности даље обухватају: Културне, историјске, уметничке, друштвене, едукативне, истраживачке и естетске вредности. Вредности специфичне за туру обухватају: јединственост и реткост дате туре у региону, географски карактер туре, број атрактивних локалитета на тури, атрактивност теме коју тура промовише, постојање организације која управља рутом, постојање менаџмент плана за управљање рутом. Ова група ин-

дикатора је један од најзначајнијих делова овог модела која га разликује од осталих модела за валоризацију културног и геонаслеђа. Субиндикатор Економски значај туре се састоји из следећих ставки: допринос локалној заједници, утицај на економски развој региона или земље у целини, потенцијал за инвестирање, допринос креирању брэнда, допринос креирању позитивног имиџа земље, и могућности за преко-граничну сарадњу. Последња група субиндикатора у оквиру Основних вредности туре јесте Заштита и конзервација. Ова група субиндикатора обухвата: тренутно стање локалитета на тури, рањивост/осетљивост локалитета, ниво заштите, и одговарајући број туриста (Божић, 2016, 50-53).

С друге стране, Вредности специфичне за туризам се састоје од две групе субиндикатора: Функционалне вредности и Додатне вредности туристичког производа. Функционалне вредности обухватају: туристичко-географски положај туре, туристичка сигнализација и концентрација атракција на тури. Додатне вредности су друга група субиндикатора у оквиру Вредности специфичне за туризам. Ова група субиндикатора обухвата: промоцију, смештај, ресторатерске услуге, постојање водичке службе, туристичку инфраструктуру, могућности за интерпретацију, могућности за организацију догађаја, могућности за анимацију, аутентично искуство и могућност за пружање интересантне посете туристима. Поред тога, овај субиндикатор обухвата још пет битних ставки: атрактивност локалитета на тури, постојање додатних интерпретативних могућности, постојање туристичких аранжмана за учешће у тури, ниво посете, и постојање аутентичних сувенира (Божић, 2016, 50-53).

С обзиром на то да модел полази од тога да нису сви субиндикатори у моделу од подједнаког значаја за валоризацију туре, спроведено је истраживање у сврху утврђивања нумеричких вредности као индикатора важности сваког од субин-

дикатора. Истраживање је спроведено у форми интервјуа са 27 туристичких експерата (универзитетски професори, експерти у менаџменту и маркетингу културне туре) из бројних европских земаља, који су имали основни задатак да процене значај појединих субиндикатора модела (од 1 до 5) за успех културне туре (Божић, 2016).

Фактор значајности субиндикатора (The importance factor (Im)) је исказан следећом формулом:

$$Im = \frac{\sum_{k=1}^K Iv_k}{K} \quad (1)$$

(Tomić & Vožić, 2014), где је  $Iv_k$  резултат процене значајности сваког експерта за све субиндикаторе,  $K$  је број експерата, што значи да  $Im$  представља просечну значајност за све испитанике укључене у истраживање. Када се одреди фактор значајности, следећи корак је утврђивање максималне вредности односно максималан број поена за сваки субиндикатор у моделу:

- Субиндикатори са фактором значајности од 1 до 1.49 имају максималан број поена 1.
- Субиндикатори са фактором значајности од 1.5 до 2.49 имају максималан број поена 2.
- Субиндикатори са фактором значајности од 2.5 до 3.49 имају максималан број поена 3.
- Субиндикатори са фактором значајности од 3.5 до 4.49 имају максималан број поена 4.
- Субиндикатори са фактором значајности од 4.5 до 5 имају максималан број поена 5.

На овај начин, субиндикатори који су значајнији, носе више поена, док они који су мање значајни, носе мање поена и имају мање утицаја на коначни резултат евалуације.

Сабирањем максималног броја бодова субиндикатора који припадају Основним вредностима (*Main Values*) и Вредностима специфичним за туризам (*Tourism Specific Values*), добијена је и максимална вредност за ове групе ( $MV=88$ ) и ( $TSV=80$ ). Максималан број поена за Основне вредности добија се сабирањем максималних вредности за сваку од подгрупа субиндикатора у оквиру Основних вредности Научне вредности (*Scientific values - SV=27*), Вредности специфичне за туру (*The route specific values - RSV=22*), Економски значај културне туре (*The economic significance of the cultural route - ES=24*) и Заштита и конзервација (*Protection & conservation values - PCV=15*), док се максималан број поена за Вредности специфичне за туризам добија сабирањем максималног броја поена за Додатне вредности туристичког производа (*Additional values of the tourism product - AV=62*) као и Функционалне вредности (*Functional Values - FV=18*).

CREM модел се може приказати помоћу следећих формула:

$$CREM = MV + TSV, \quad (2)$$

$$MV = SV + ES + RSV + PCV, \quad (3)$$

$$TSV = AV + FV. \quad (4)$$

Резултати валоризације се на крају приказују у матрици на чијој  $X$  оси се налазе Основне вредности, док се на  $Y$  оси налазе Вредности специфичне за туризам. Матрица је подељена у 16 поља која су обележена словом  $F_{ij}$  ( $i, j=1, 2, 3, 4$ ). На  $X$  оси постоје четири подеока, и сваки је вредности 22 (јер је максималан број поена за Основне вредности 88) а  $Y$  оса има четири подеока вредности по 20 поена (јер је максималан број поена за Вредности специфичне за туризам 80). Пример: Уколико су Основне вредности културне туре 70, а Вредности специфичне за туризам 50, културна тура ће бити у пољу  $F_{43}$ , што указује на високе Основне вредности али средњи ниво Вредности специфичних за туризам (Божић, 2016, 50-53).

## Резултати и дискусија

Поједини аутори (Reisinger & Turner, 1997, 140-141) наглашавају изузетну важност културе у туризму, представљајући је као круцијални фактор развоја туристичких мотива. Према истраживањима (Kim & Lee, 2000), разлика туристичких мотива је базирана на културолошким разликама, што отвара многобројне могућности и доводи туристе са једног краја света на други (Ambrož & Ovsenik, 2011, 73). Евидентно је да култура и туризам имају велику повезаност, те да туристички потенцијали добрим делом припадају развоју културног туризма. Имајући у виду потенцијале културног туризма, многе земље у свету га препознају као државни приоритет (Кривошејев, 2012, 7-8). Музеји, галерије, археолошко-палеонтолошки локалитети, споменички комплекси и други видови културних атракција су најчешће институционално организовани субјекти, који својим програмским активностима представљају туристичку вредност. Остварења материјалне културе народа улазе у категорију покретних етнографских или фолклорних добара и као таква могу бити представљена посетиоцима у виду поставки које су саставни део зграда и простора народног неимарства (Бјељац et al., 2014, 196-197). Организовање туристичке делатности унутар неразвијених подручја и општина у Србији може да представља основу будућег укупног привредног развоја региона. Уколико се узме у обзир да туризам као саставни део укупних привредних активности, својим економским ефектима обезбеђује просперитет места у ком се развија, јасно је да ова привредна делатност треба да буде анализирана и тумачена као један од потенцијалних покретача ревитализације простора који су категорисани као неразвијени (Бјељац et al., 2009, 107).

Табела 1. Научне вредности и културне тури

Главни индикатори/ субиндикатори							
Основне вредности културне тури – Научне вредности	Објашњење вредности					Im	Оцена тури
Културне вредности (повезаност тури са културом земље или региона)	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока	5-највиша	4.72	4
Историјска вредност (значај локалитета за историју подручја, државе)	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока		4.16	3
Уметничка вредност (вредност базирана на реткости, јединствености)	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока		4.48	3
Друштвене вредности (могућност за друштвено повезивање и интеракцију)	1-ниска	2-средња	3-висока			2.32	2
Едукативна вредност (могућност учења нових информација)	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока		3.96	4
Истраживачка вредност (потенцијални допринос науци)	1-ниска	2-средња	3-висока			2.60	2
Естетска вредност (визуелни квалитет објеката на тури)	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока		4.04	3
						Σ	21

Извор: Аутор



Културна добра представљају раритетне примерке стваралаштва свога времена, имају изузетну уметничку, историјску или естетску вредност, која подстиче развој културног туризма (Ћирковић, 2003, 72-73). Презентована и анализирана културна тура града Пожаревца евидентно поседује културна добра са импозантним туристичким потенцијалима, који се лако могу претворити у туристичке вредности од изузетног значаја. Успешно реализована културна тура подразумева ангажовање стручног тима за анализирање културно-историјског наслеђа, формулисање туре и примену промотивних активности. Туристичко тржиште источне Србије није богато културним турама, те се овакав подухват сматра обавезним. Први резултати, који се очекују након реализације туре, јесу раст туристичког промета и туристичког прихода. Побољшање тих параметра указује на позитиван резултат туре, која евентуално доводи до потпуног унапређења културног туризма у Пожаревцу.

Применом модела за евалуацију културне туре, уочавају се различити аспекти туристичких потенцијала. Оцене научних вредности, приказане у табели 1., обележавају присуство едукативних способности туре и указују на висок квалитет културних вредности, које повезују туру са регионалним културолошким идентитетом. Народни музеј у Пожаревцу представља главну културну институцију Браничевског округа. Од десет анализираних локалитета и објеката, чак четири спадају под управљачком структуром Народног музеја у Пожаревцу. Етно парк поседује сталну поставку фолклорне архитектуре са традиционално-етнографских мотивима; Легат Миодрага Марковића обухвата уметничку збирку; Музеј историје уметности етнографску збирку; Кућа Добрњчевих чува историјску збирку музеја. У главној згради музеја налази се археолошка збирка, која се дели на: праисторију, античку, колекцију Виминацијума и средњовековну колекцију (Бранковић и Шега, 2010, 55-58).

*Табела 2. Вредности специфичне за туру*

Главни индикатори/субиндикатори						
Основне вредности културне туре – Вредности специфичне за туру	Објашњење вредности				Im	Оцена туре
Јединственост и реткост туре у окружењу	1-честа/ локална	2-регионална	3-национална	4-међународна	4.24	2
Географски карактер (величина територије кроз коју се тура протеже)	1-локални/ регионални	2-национални	3-међународни		2.68	1



Број атрактивних локалитета на тури	1-нема их	2-мали	3-средњи	4-велики	3.84	4
Атрактивност теме коју тура промовише	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока	4.44	3
Постојање организације која управља рутом	1-не постоји	2-локална/ регионална	3-национална	4-међународна	4.32	1
Постојање менаџмента плана за управљање рутом (на пример мастер план)	1-план не постоји	2-план је у припреми	3-постоји план		3.36	1
					Σ	12

*Извор:* Аутор

Слабије оцене су дате друштвеним и истраживачким вредностима. Могућност друштвеног повезивања је минимална, те се не сматра великом предношћу туре. Обухваћени објекти и локалитети нису истраживачког карактера, те немају основа за научне проналаске и промоцију науке.

Вредности које су специфичне за турску најзначајније су изражене у броју атрактивних локалитета на тури. Истраживачко подручје поседује бројне атрактивности и туристичка својства, која нажалост не испуњавају свој пуни потенцијал. Ово се најбоље види у примеру Ергеле Љубичево. Дуга традиција овог спорта у Пожаревцу наглашава обавезно присуство Ергеле у потенцијалној културној тури. Аутентичност коњичког туризма, као специфичност туре, треба бити главни

предмет промовисања. Нажалост, посещеност и уређеност овог локалитета, није на највишем нивоу.

С обзиром да се у раду, поред евалуације туре, врши формулисање исте, субиндикаторима за управљање рутом је дата оцена 1. Управљачка структура туре треба да буде усмерена на очување и промоцију културно-историјског наслеђа, с акцентом на развој и унапређење културног туризма. Географски карактер туре је локалног нивоа, а атрактивност теме, коју тура промовише, је средњег квалитета. Ово је резултат друштвеног амбијента у којем живимо. Културно-историјско наслеђе представља велику вредност, али услед слабе промоције и неадекватног едукативног приступа, није у фокусу јавности.



Табела 3. Економски значај шуре

## Главни индикатори/субиндикатори

Основне вредности културне туре – Економски значај туре	Објашњење вредности					Im	Оцена туре
	1-никакав	2-низак	3-средњи	4-велики	5-веома велики		
Допринос локалној заједници (креирање радних места, отварање локалног бизниса)	1-никакав	2-низак	3-средњи	4-велики		4.40	3
Утицај на економски развој региона или целе земље (финансијски бенефити од посета, развој инфраструктуре)	1-никакав	2-низак	3-средњи	4-велики		3.84	3
Потенцијал за инвестирање	1-никакав	2-низак	3-средњи	4-велики		3.68	4
Допринос креирању позитивног бренда земље	1-никакав	2-низак	3-средњи	4-велики		4.28	4
Утицај на развој позитивног имица земље	1-никакав	2-низак	3-средњи	4-велики	5-веома велики	4.68	4
Мogućност за прекограничну сарадњу	1-никакаве	2-средње	3-велике			3.20	1
						Σ	19

Извор: Аутор

Економски утицаји се највише одражавају на раст туристичког прихода, који произилази из раста и развоја туристичког промета. Потенцијал за инвестирање, утицај на развој позитивног имица зе-

мље, као и допринос креирању позитивног бренда су субиндикатори са највишим оценама у табели економског значаја туре. Подразумева се да тура треба да донесе профит локалној заједници и да

економски и привредно утиче на локално становништво. Такође треба поменути да је потребно инвестирати у саму реализацију туре. Процес унапређења туризма је дуготрајан посао и захтева одређени ниво посвећеност локалних самоуправа.

Када је у питању заштита истраживаних локалитета и објеката, уочава се да су оцене ових субиндикатора углавном средње вредности. Скоро непостојећа осетљивост локалитета на тури је важна предност, јер се у супротном могу јавити додатне компликације. Важно је истаћи да Зграда окружног здања, некадашњи двор куће Обреновић, данас представља зграду локалне самоуправе, библиотеке и полицијске управе. Ово је једини објекат у тури који није препознат као туристички. Те околности делимично отежавају развој туризма, односно могућност организованих посета.

Ниво заштите је националног карактера, јер су сви локалитета и објекти институционални носиоци националних културних вредности. Континуирана заштита је неопходна, како би тура могла

да функционише.

Резултати који су приказани у оквиру Основних вредности културне туре се углавном односе на формулацију туре. Анализа вредности туре које су специфичне за туризам подразумева детаљан преглед свих функционалних и туристичких вредности, које су од круцијалног значаја за реализацију културне туре. Микролокација и доступност објеката и локалитета се може означити као веома повољна, односно поседује висок квалитет. До свих места је могуће доћи било којим превозним средствима. Додатне културне и природне вредности су многобројне, али када анализирамо радијус од 5 km, примећује се да су све главне природне и антропогене вредности обухваћене рутом. Из тог разлога је овом субиндикатору дата оцена 1. Туристичка сигнализација је средњег квалитета. Интерпретативне табле постоје скоро код свих места. Међутим, садржај табли се не може оценити са високим квалитетом, јер недостају карте, слике, више текста и сл.

**Табела 4. Заштита и конзервација**

Главни индикатори/субиндикатори						
Основне вредности културне туре – Заштита и конзервација	Објашњење вредности				Im	Оцена туре
Тренутно стање туре	1-веома оштећени (последича људске активности)	2-средње (резултат природних процеса)	3-постоје оштећења	4-нису оштећени	4.16	3
Осетљивост/рањивост	1-висока	2-средња	3-ниска или никаква		3.28	3
Ниво заштите	1-локални	2-регионални	3-национални	4-међународни	4.12	3
Одговарајући број туриста по једној посети	1-0-10	2-11-20	3-21-50	4-Више од 50	3.64	3
					Σ	12

Извор: Аутор



Имајући у обзир намеру да се тура ре-ализује у Пожаревцу, за који се може рећи да представља регионални туристичко-емитивни центар, анализа близине емитивног центра се посматрала у односу на град Београд. Оцена овог субиндикатора је 0.50, јер од Пожаревца до Београда има више од 50 km.

Додатне вредности туристичког производа се односе на субиндикаторе, који уз функционалне вредности, пресудно утичу на реализацију културне туре.

Ниво промоције туре се не може адекватно оценити, јер је тура у процесу формулисања, али сагледавањем тренутне промоције културно-историјског наслеђа закључује се регионални ниво промоције. Услуге смештаја и ресторатерства су нераздвојни делови туре, јер је тура градског карактера. Стална окруженост градских услуга омогућава и олакшава процес развоја и унапређења културног туризма.

Табела 5. Функционалне вредности

Главни индикатори/субиндикатори						
Вредности специфичне за туризам - Функционалне вредности	Објашњење вредности				Im	Оцена туре
Микролокација и доступност објекта	1-ниска (пешке)	2-средња (бициклом)	3-висока (аутомобиломи аутобусом)		3.08	3
Додатне културне и природне вредности (у радијусу од 5 km)	0.50-1	1-2 до 3	1.50-4 до 6	2-Више од 6	2.48	1
Локација туре (туристички и географски положај)	1-није повољна	2-средње повољна	3-повољна		2.60	3
Туристичка сигнализација (информационе табле)	1-не постоји	2-лоша	3-средња	4-добра	3.80	3
Концентрација атракција на тури (број атракција у односу на дужину туре)	1-не постоје	2-ниска	3-средња	4-висока	3.56	3
Близина емитивних центара	0.50-више од 50 km	1-од 50 до 25 km	1.50-25 до 5 km	2-мање од 5 km	2.36	0.50
					Σ	13.5

Извор: Аутор

Услуге водича су засад доступне преко локалне Туристичке организације града Пожаревца. Квалитет водича је задовољавајућ, али непостојање активног

водича представља недостатак. Град мора имати запослене водиче, који познају терен, имају одличне комуникационе и интерпретативне вештине и познају више језика.

*Табела 6. Додајне вредности њурисичкој ѡроизвода*

Вредности специфичне за туризам – Додатне вредности туристичког производа	Објашњење вредности					Im	Оцена туре
	1-локални	2-регионални	3-национални	4-међународни			
Ниво промоције	1-локални	2-регионални	3-национални	4-међународни		4.08	2
Услуге смештаја (удаљеност од локалитета)	1-више од 25 km	2-10-25 km	3-5-10 km	4-мање од 5 km		4.28	4
Ресторанске услуге (удаљеност од локалитета)	1-више од 10 km	2-5-10 km	3-5-1 km	4-мање од 1 km		4.20	4
Постојање водичке службе и њен квалитет (знање језика, интерпретативне способности)	1-не постоји	2-низак	3-средњи	4-висок	5-највиши	4.88	2
Туристичка инфраструктура (ниво додатне инфраструктуре за туристе – стазе, тоалети, канте итд.)	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока		3.52	2
Могућности за интерпретацију	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока	5-највиша	4.92	4
Погодност за организовање догађаја	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока		2.48	2
Могућности за анимацију	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока		4.24	3
Пружање аутентичног искуства	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока	5-највише	4.80	4
Могућност интересантне посете	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока		4.40	3



Атрактивност локалитета на тури	1-никаква	2-ниска	3-средња	4-висока	5-највиша	4.64	4
Ниво туристичке посете (годишњи број посетилаца)	1-низак (испод 25.000)	2-средњи (25.001-50.000)	3-висок (50.001-100.000)	4-веома висок (више од 100.000)		3.88	1
Постојање додатних интерпретативних могућности (музеји, изложбе, визиторски центри)	1-нема	2-ниско	3-средње	4-високо	5-веома високо	4.52	4
Постојање туристичких аранжмана за туру	1-мало или никако	2-средње	3-високо			3.04	1
Постојање аутентичних сувенира	1-нема их	2-лош квалитет	3-средњи квалитет	4-висок квалитет		3.56	3
						Σ	43

*Извор: Аутор*

Оцена туристичке инфраструктуре указује на низак квалитет. Потребно је значајно инвестирати и обновити саобраћајну и комуналну инфраструктуру. Тренутно стање инфраструктуре дозвољава реализацију туре, међутим, уређење туристичких атракција треба бити на највишем нивоу, како би посетиоци и туристи пожелели поново да плате туристички аранжман.

Јединствено искуство је често главни мотив потенцијалног туристе да се одлучи за путовање. Културно-историјско наслеђе Пожаревца, поред тога што пружа едукативна и културолошка искуства, омогућава туристима да се упознају са аутентичним локалитетима, објектима и предметима. Само искуство налаже упознавање локалног становништва и дегустирање традиционалне хране тог подручја. Ово су круцијални аспекти потенцијалне туре, који пресудно могу да утичу на њен квалитет. Локални туристички инфо-центар поседује богату ко-

лекцију сувенира и промотивног материјала културно-историјског наслеђа. Промоција локалног карактера располаже dobrim информацијама, које су доступне на енглеском и немчком језику. Уз помоћ анализе додатних вредности туристичког производа закључује се релативно добро стање за реализацију културне туре.

У табели 7. приказане су коначне оцене свих субиндикатора из модела за евалуацију културне туре. Збир укупних оцена Основних вредности износи 64, а Вредности које су специфичне за туризам 56.5. Као што је већ раније поменуто добијене вредности се приказују графички у матрици. На основу положаја туре у матрици закључује се истраживање и разматра се могућност унапређења културног туризма у Пожаревцу.

Матрица нам омогућава да видимо тренутно стање потенцијалне културне туре али и пројекцију њене позиције у будућности. С обзиром да је вредност Основних вредности туре 64 (висока), а

сума Вредности специфичних за туризам 56.5 (средња), тура је позиционирана у поље F33. Висока вредност основних вредности туре и средња специфичних вредности за туризам приказују тре-

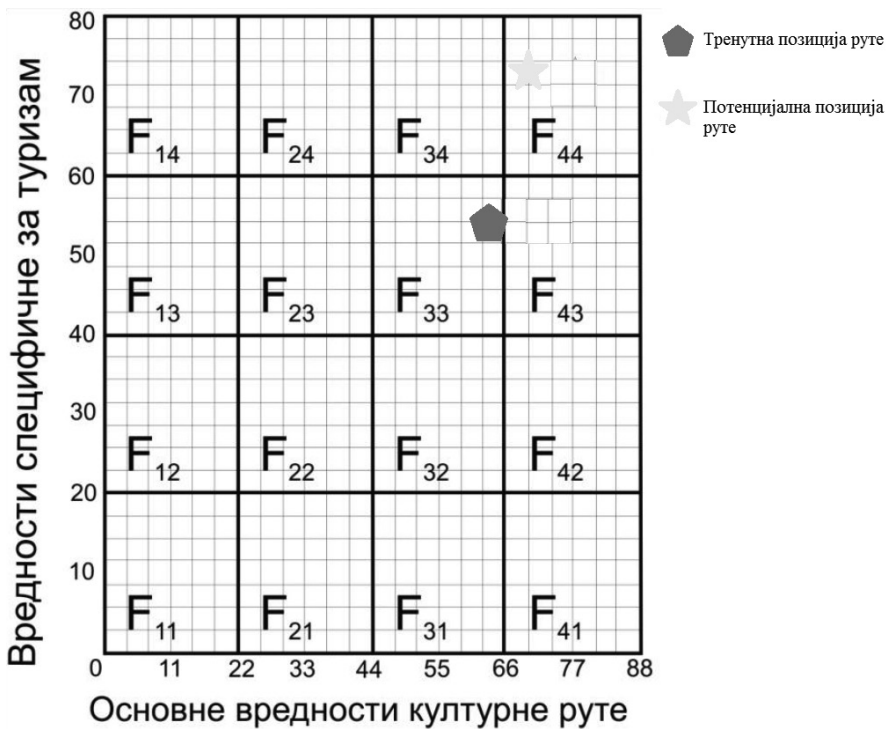
нутно стање и перспективе туристичког развоја културно-историјског наслеђа у Пожаревцу.

Табела 7. Коначне оцене културне туре

Основне вредности туре (MV)	Σ	Вредности специфичне за туризам (TSV)	Σ	Поље
21+12+19+12 (SV+RSV+ES+PCV)	64	13.5+43 (FV+AV)	56.5	F33

Извор: Ауџор

Слика 2. Тренутна и потенцијална позиција туре у матрици



Извор: Прилагођено од Воџић S., N., Томић, (2016)



Евалуација је показала веома повољне услове за формулацију и реализацију културне туре. Анализом субиндикатора добијени су резултати који указују да је културно-историјско наслеђе у Пожаревцу адекватно за укључење у културну турсу. Обједињена и разноврсна културна тура, са чак десет локалитета и објеката, имајући градски карактер, свакако може да унапреди културни туризам у Пожаревцу. Након стратешке формулације туре, треба применити имплементацију на туристичко тржиште, односно реализацију туре. Овај процес се примењује уз помоћ туристичких агенција у земљи и региону, локалних, регионалних или националних туристичких организација, локалне самоуправе и других актера који посредно утичу на развој туризма. Унапређење културног туризма подразумева тежак посао, јер је конкуренција велика. Србија, као земља богатог историјског и културолошког идентитета, поседује велики број културних добара, која се користе као туристички ресурси. За град Пожаревац је неопходно да се прикључи расту и развоју туризма, а изградом и реализацијом једне модерне културне туре свакако добија значајно место на туристичком тржишту.

Из потенцијалне будуће позиције туре, можемо видети да се одређени пораст може очекивати у домену Основних вредности – што се посебно односи на пораст економског значаја који би био евидентан у случају већег туристичког развоја. Као што је и раније поменуто, туризам је значајан покретач економског развоја, а део профита би свакако требао бити усмерен на очување туристичких ресурса, у овом случају културно историјског наслеђа града Пожаревца. Побољшање вредности које су специфичне за туризам може донети велике предности на тржишту, поготово у случају развоја промотивних активности, запошљавањем активног водича и побољшањем рецептивних капацитета.

Провођење времена у природи за туристе представља додатну вредност и свакако употпуњује целокупну туристичку турсу. У виду комплементарних туристичких атракција могу се јавити и поједини геотуристички локалитети у Браничевском округу. Претходних година одређен број радова је написан са акцентом на геотуризам и промовисање геолошких и геоморфолошких процеса на овом простору. Истраживања су подразумевала примену модела за евалуацију геолокалитета, који су развили Вујичић и сарадници (2011), а затим су Томић и Божић (2014) модификовали првобитну верзију модела, тако што су увели фактор важности, који се користио у другој форми и у овом истраживању.

### Закључак

Основни циљ истраживања био је да се утврди могућност унапређења културног туризма у Пожаревцу применом културне туре. Уз помоћ модела за евалуацију културне туре може се закључити да је истраживано културно-историјско наслеђе спремно за укључење у турсу, као и да сама тура представља модеран приступ у процесу развоја туризма. Утврђује се да је постављена хипотеза тачна – унапређење културног туризма у Пожаревцу може бити спроведено путем реализације културне туре.

Да би се турсу спровела у дело потребно је ангажовати стручан тим, који би професионалним приступом евалуационо реализовао унапређење културног туризма у Пожаревцу. Веома је важно пратити регионалне, чак и светске трендове у туризму, како би унапређење било на високом нивоу. Успешност туре се огледа у расту туристичког промета и туристичког прихода, отварањем нових радних места, као и у унапређењу имиџа дестинације. Пожаревац је град који обухвата многе туристичке атракције и потенцијале. Њихова ширира употреба



може донети овом граду многе предности, како у економском и привредном, тако у културном и друштвеном смислу.

### Литература

Антић, А. (2017). Могућности за развој екотуризма са комплементарним културним наслеђем: студија случаја, спомен-парк Чачалица. *ХиТ менаџмент*, 59(2), 85-95.

Бјељац, Ж., Бранков, Ј. и Поповић, И. (2009). Туризам у неразвијеним просторима Србије. Зборник радова Географског института „Јован Цвијић“ САНУ, 59(2), 95-110.

Бјељац, Ж., Терзић, А. и Ђурчић, Н. (2014). Туризмолошка валоризација нематеријалне културне баштине Србије по Хилари ду Крос методи. *Етноантрополошки проблеми*, 9(1), 195-217.

Божић, С. (2016). Утицај личности туристе на бренд дестинације и туристичко понашање на примеру локалитета културне туре. Докторска дисертација. Природно-математички факултет, Департаман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Бранковић, Т и Шега, М. (2010). Дигитализација збирки Народног Музеја у Пожаревцу. *Преглед НЦД* 16, 55-58.

Кривошејев, В. (2012). Музеји, менаџмент, туризам. Народни Музеј Ваљево.

Ђирковић, С. (2003). Споменици културе од изузетног значаја као туристичка вредност Србије. *Гласник Српског Географског Друштва*, 83(2), 71-86.

Хаџић О. (2005). Културни туризам, Природно-математички факултет, Департаман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад.

Ambrož, M., & Ovsenik, R. (2011). Tourist origin and spiritual motives. *Management: journal of contemporary management issues*, 16 (2), 71-86.

Božić S. & Tomić N. (2016). Developing

the Cultural Route Evaluation Model (CREM) and its application on the Trail of Roman Emperors, Serbia. *Tourism Management Perspectives*, 17, 26–35.

Kim, C., & Lee, S. (2000). Understanding the cultural differences in tourist motivation between Anglo-American and Japanese tourists. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9(1-2), 153-170.

Reisinger, Y., & Turner, L. (1997). Cross-cultural differences in tourism: Indonesian tourists in Australia. *Tourism Management*, 18(3), 139-147.

Vujičić MD, Vasiljević DjA, Marković SB, Hose TA, Lukić T, Hadžić O, Janičević S (2011) Preliminary geosite assessment model (GAM) and its application on Fruška Gora Mountain, potential geotourism destination of Serbia. *Acta Geographica Slovenica* 51:361-377

Tomić N (2011) The potential of Lazar Canyon (Serbia) as a geotourism destination: inventory and evaluation. *Geographica Pannonica* 15:103-112

Tomić N, Božić S (2014) A modified geosite assessment model (MGAM) and its application on the Lazar Canyon area (Serbia). *International Journal of Environmental Research* 8(4):1041-1052.

UNESCO (24-25 NOVEMBER, 1994). Routes as part of our cultural heritage. Report on the meeting of experts, Madrid. (<http://whc.unesco.org/archive/routes94.htm>).

WTO (2005 – 2009). *Tourism Market Trends Edition: World overview and tourism topics*. Madrid: WTO.

[www.pozarevac.rs](http://www.pozarevac.rs)

[www.togp.rs](http://www.togp.rs)