

Nada Trajković
UDK 338.487(4)

PRIRODNI I KULTURNI RESURSI KAO FAKTORI KONKURENTNOSTI I JAČANJA PERFORMANSI SEKTORA TURIZMA

NATURAL AND CULTURAL RESOURCES AS FACTORS OF COMPETIVENESS AND STRENGTHENING THE PERFORMANCE OF THE TOURISM SECTOR

Apstrakt: Jedinstvenost turističke destinacije po svojoj prirodi i kulturi je jedan od faktora za poboljšanje konkurentnosti i performansi sektora turizma, jer su to faktori koji privlače pažnju turista i motivišu ih za posetu. Stoga se ovim radom namerava analizirati i istražiti uticaj prirodnih resursa i kulturne baštine na konkurentnost i performanse turističkih destinacija. Rezultati su pokazali da su ovi faktori značajno i pozitivno povezani sa konkurentnošću merenom TTCI indeksom konkurentnosti putovanja i turizma, kao i sa performansama sektora turizma merenim brojem zaposlenih u ovom sektoru i brojem dolazaka turista.

Ključne reči: turizam, konkurentnost, performanse, prirodni i kulturni resursi, Indeks konkurentnosti putovanja i turizma

Abstract: The uniqueness of tourist destinations by its nature and culture is one of the factors for improving the competitiveness and performance of the tourism sector, since they are factors that attract the attention of tourists and motivate them to visit. Therefore, this study appoints analyzes and researchers of influential natural resources and cultural heritage to the competitiveness and performance of tourist destinations. The results showed that these factors have a significant and positive impact on the competitiveness measured by the Travel & Tourism Competitiveness Index, as well as the performance of the tourism sector that deals with this sector and the number of tourist arrivals.

Key words: tourism, competitiveness, performance, natural and cultural resources, Travel & Tourism Competitiveness Index.



Uvod

Svaki sektor privrede igra, manje ili više, važnu ulogu za njen stabilan i dugoročan razvoj. Sektor putovanja i turizma je u poslednjim decenijama postao značajan generator ekonomskog razvoja. Živimo u vremenu kada turizam postaje sve važnija privredna delatnost i jedan od najbrže rastućih privrednih sektora. U mnogim zemljama predstavlja glavni instrument regionalnog razvoja jer podstiče nove privredne aktivnosti. Sve više ljudi putuje, povećavajući obim i kvalitet turističke ponude, a time i potrošnju turističkih usluga. U ovoj globalnoj igri, dobar ekonomski uspeh zagarantovan je samo najoriginalnijom turističkom ponudom. U takvoj konkurentskoj borbi svaka turistička destinacija je sve više „obavezna” da prati svoju konkurentnost, budući da samo na osnovu dobre analize postojećeg stanja i dovoljno preciznih predviđanja budućnosti može uspešno i učinkovito odgovoriti na promene u zahtevima turističkih potrošača.

Prema UNWTO¹ u Evropskoj uniji turizam doprinosi 10% BDP-u, a ovaj sektor zapošljava oko 26 miliona ljudi. Međunarodni dolasci turista u Evropi u 2017. godini dostigli su 671 milion, što je značajan rast od 8% nakon relativno slabije 2016. godine. Prema prvim saznanjima UNWTO-a o turizmu i kulturi 2015, dolasci „kulturnih turista“ postupno rastu u poređenju s ukupnim međunarodnim dolascima. Smatra se da 40% međunarodnih dolazaka ostvaruju „kulturni turisti”, tj. putnici koji učestvuju u kulturnim posetama ili aktivnostima u sklopu svog boravka (UNWTO, 2015).

Nacionalna i kulturna baština značajno podižu atraktivnost mesta, regija i zemalja. U poslednje vreme predstavljaju sve važniji deo turističkog proizvoda koji tako dobija na posebnosti i diferencijaciji. S druge strane, i turizam postaje sredstvo vrednovanja

kulturnih i prirodnih resursa kao i sredstvo stvaranja prihoda koji mogu podržati i ojačati ove resurse.

Rastuća sprega između kulturne baštine i turizma podstaknuta je brojnim faktorima. Globalizacija je ojačala ulogu kulture kao izvora lokalnog identiteta, a povećanom interesu za kulturnu i nacionalnu baštinu doprineo je i sve veći nivo obrazovanja i starenja stanovništva. Značajnu ulogu u tom procesu imaju i postmoderni oblici potrošnje i želja za novim iskustvima. Ovaj oblik turizma postao je izvor novih radnih mesta i prihoda kao i sredstvo za jačanje imidža na sve konkurentnijem turističkom tržištu (OECD, 2009).

Uopšteno govoreći, nasleđe neke regije, države ili destinacije obuhvata fizičko i kulturno okruženje, prirodne fenomene, kulturnu tradiciju i nematerijalna kulturna dobra. Ono je uvek povezano sa nekim regionom i zasniva se na njegovoj istoriji, prenoseći se sa generacije na generaciju. Prirodna i kulturna baština nekog regiona predstavljaju jednu od glavnih motivacija turista za posetu, ili pružaju komplementarnu ponudu za druge vrste turizma, npr. kongresni turizam, rekreaciju i sportski turizam i dr. Izvanredne prirodne i kulturne karakteristike regiona su one koje čine to mesto „posebnim”, odnosno vrednim za posetu. Prirodno nasleđe se ne sastoji samo od flore i faune, već i od svakog drugog dela prirodne sredine, npr. neorganske prirode, kao što su stene, geološke formacije, reke, jezera, planine, kao i odnos tih prirodnih komponenti kao ekosistema. Glavne komponente prirodne baštine su vegetacija i divljač, geologija, hidrologija i prirodni fenomeni. Takođe, „događaji”, kao što su klimatski, vulkanski ili astrološki incidenti tokom godine, evolucija i promene u ekosistemima, deo su prirodnog nasleđa. Kulturna baština obuhvata sve postojeće kulturne fenomene od materijalnih do nematerijalnih dobara. To uključuje nepokretne istorijske spomenike (istorijske vrtove, parkove,

¹ Svetska turistička organizacija

industrijske objekte, spomenike vezane za promet, itd), pokretne istorijske spomenike (slike i skulpture, verske umetničke radove, istorijske rukotvorine, zanatsku opremu, poljoprivredne i industrijske alate i strojeve); verbalne i carinske kulture kao što su festivali, obredi, kostimi, legende, ponašanje i navike, muzika, plesovi i kulinarska kultura. Kao što ime već implicira, kulturno nasleđe se temelji na prošlosti i čini deo tradicije, ali tu spadaju i savremena kultura kao što je muzika, pozorište, književnost, likovna umetnost i sl.

Da bi se obezbedila osnova za razvoj turizma ne samo u sadašnjosti, već i za buduće generacije, prirodna i kulturna baština moraju biti zaštićene. Razmatranje zaštite i razvoj turizma kao sredstva očuvanja prirodne i kulturne baštine osnovni je princip održivog razvoja turizma. Ovaj rad prvenstveno želi da naglasi značaj koji ovi resursi imaju za razvoj turizma, a nesumnjivo su i ključ njegovog održivog razvoja.

Pregled literature

Konkurentnost je postala koncept koji se poslednjih godina koristi kao pristup za opisivanje razvoja industrije putovanja i turizma, smatraju Dugulan, Balaure, Popescu i Veghes (2010). U njihovom istraživanju koje je obuhvatilo zemlje Centralne i Istočne Evrope oni polaze od stava da su kulturni resursi jedan od faktora za povećanje konkurentnosti turističkih destinacija. Međutim, istraživanje pokazuje da kulturni resursi, u iznenađujuće maloj meri doprinose povećanju ukupne konkurentnosti ovih zemalja kao turističkih destinacija. Znanja i kapaciteta za efikasno zapošljavanje kulturnih resursa ključni su u pokušajima da se ovi faktori transformišu u ključne pokretače konkurentnosti turizma kod obuhvaćenih zemalja.

Michael Hitchcock (2004) je objasnio da turizam i kultura imaju duboku vezu.

Kultura se bazira na originalnosti, autoritetu, autentičnosti i još mnogo toga. Turiste privlače takvi faktori, a da bi se spasila kulturna baština i privukla turiste, kultura treba da bude originalna.

Hemdi i Hanafiah (2017) polaze od istraživanja u kome se ispituje da li osnovni turistički resursi poboljšavaju konkurentnost i performanse same destinacije. Koristeći panel podatke osam zemalja članica ASEAN² grupe, oni ispituju statističku vezu između ključnih turističkih resursa, turističkih performansi i ranga na TTCI listi. Zaključak je da kod ispitanih zemalja kulturni resursi, te istorija i fiziografija određena predstavlja moćne snage za privlačenje mogućih posetilaca. Ovi faktori takođe utiču na stvaranje nezaboravnog iskustva za korisnike, te na povećanje konkurentne prednosti.

Prema Chinonso i Ezenagu (2016) kulturni resursi su povezani sa ljudskom aktivnošću. Pod tim oni podrazumevaju sve faktore čovekovog kulturnog života koji se mogu mobilizovati u svrhu zadovoljenja uslova za razvoj turizma. Zaključak je da kulturno nasleđe i baština imaju ogromnu vrednost i značaj za turizam. Iako se turizam u mnogome temelji na razvoju infrastrukture, velika potreba postoji da se kulturni resursi iskoriste kao vid turističke atrakcije.

Morozov i Morozov (2018) tvrde da prisutnost kulturne baštine deluje kao glavni ali ne i jedini motivacioni faktor turistima pri izboru destinacije. Smatraju da je atraktivnost destinacije jedan od najbitnijih faktora koji privlači turiste. Prema njima, uspešan razvoj kulturnog turizma povezan je sa ispravnom identifikacijom atraktivnosti destinacije, te prisustvom kulturne baštine kao faktora za izbor destinacije.

Dekić drugi (2015) smatraju da je nekadašnja uloga turizma u pogledu pružanja usluga prevaziđena. U zemljama

² Asocijacija Jugoistočnih Azijskih Nacija.



Jugoistočne Evrope, prema njima, kulturni resursi direktno utiču na turizam, te u svom radu ispituju koliki je doprinos kulturnih resursa u razvoju turističke destinacije koristeći analizu Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma. Ovi autori zaključuju da je razvoj turizma veoma važan za ekonomski razvoj. Potrebno je razvijati atraktivnije turističke destinacije, koje će uz kulturnu baštinu znatno doprineti privlačenju većeg broja turista.

Svetska turistička organizacija definiše kulturni turizam kao kretanje ljudi koja uključuju kulturne ture, posete istorijskim znamenitostima i spomenicima, studijska putovanja, putovanja na festivale, folklor i hodočašća i druga kulturna događanja. Kulturni turizam podstiče očuvanje i prenošenje kulturne i istorijske tradicije, a to vodi daljem očuvanju kulturnog nasleđa. Globalno je uvreženo mišljenje da su umetnost, kultura i baština ključni „pojačivači odredišta”, tj. oni igraju značajnu ulogu u određivanju ukupne zainteresovanosti za određeno odredište, bez obzira na to jesu li navedeni kao razlozi za putovanje ili ne. Ovakvi turisti obično su motivisani učenjem nečeg novog i obogaćujući svoj život kroz iskustvo putovanja na više načina.

Teorijski okvir konkurentnosti sektora turizma

Razvoj međunarodnog turizma je uticao na pojačanu konkurenciju između turističkih destinacija. Za postizanje uspeha u toj konkurentskoj trci veliki izazov predstavlja jačanje i održavanje konkurentnosti na koju utiču brojni faktori. Postoje razne definicije konkurentnosti turističke destinacije. Prema Dwyer i Kim (2003) konkurentnost destinacije se odnosi na njenu sposobnost da isporuči robu i usluge koje su bolje nego na drugim destinacijama, naročito po pitanju onih aspekata turističkog iskustva koji su važni turistima.

Ritchie i Crouch (2003) opisuju konkurentnost destinacije kao njenu sposobnost da utiče na povećanje prihoda od turizma, da privlači nove posetioce na način da im pruži zadovoljstvo i nezaboravno iskustvo i to na profitabilan način, uz povećanje blagostanja stanovnika destinacije i očuvanje prirodnog kapitala za buduće generacije. Ovi autori su predložili model prema kome se konkurentnost turističke destinacije bazira na ključnim resursima i atraktorima, pratećim resursima i faktorima, menadžmentu upravljanja destinacijom, politikama koje se odnose na planiranje, razvoj i održivost destinacije, kao i na kvalifikacionim determinantama (Ritchie, Crouch, 2003). Prema Dwyer i Kim (2003), konkurentnost turizma određena je raspoloživim resursima (prirodnim resursima, kulturnim dobrima i predmetima baštine), stvorenim resursima (turistička infrastruktura, aktivnosti koje se nude itd.), faktorima koji podupiru (uopšte infrastruktura, kvalitet usluge, pristup odredištu itd) i faktorima upravljanja destinacijom. Konkurentnost se stoga oslanja na imovinu koja je nasleđena ili stvorena, te načinom na koji se ta imovina organizuje i koristi na tržištu. Zaključuje se da je od suštinske važnosti poznavanje i razumevanje faktora koji determinišu konkurentnost, kao i način merenja konkurentnosti kako bi se obezbedio uspeh poslovanja turističkih destinacija.

Indeks konkurentnosti turizma i putovanja, kreiran od strane Svetskog ekonomskog foruma, takođe, predstavlja jedan od modela ocene konkurentnosti turističkih destinacija. TTCI indeks je u praksi široko korišten model za merenje konkurentnosti u ovom sektoru i poređenje konkurentskih turističkih destinacija. Ovaj indeks se objavljuje svake druge godine, a poslednji izveštaj je obuhvatio 136 zemalja. TTCI indeks se sastoji od četiri podindeksa: *omogućeno okruženje, politika turizma i uslovi, infrastruktura, prirodni i kulturni resursi*. Svaki od ovih podindeksa ima određeni broj

pilara (ukupno 14), a oni se sastoje od niza pokazatelja i kvantitativnih podataka. Kada je u pitanju podindeks *prirodni i kulturni resursi*, on obuhvata dva pilara: *prirodne resurse i kulturne resurse i poslovna putovanja*. U strukturu pilara *kulturni resursi* ulaze sledeći pokazatelji: broj UNESCO lokaliteta kulture svetske baštine, kapacitet sportskih stadiona, broj međunarodnih sajmova i izložbi u zemlji i izvoz proizvoda „kreativne“ industrije.

Metodologija

Predmet analize ovog rada je utvrđivanje uticaja prirodnih resursa i kulturne baštine na konkurentnost i performanse sektora turizma.

Korišćeni su sekundarni podaci iz izveštaja o konkurentnosti putovanja i turizma za 2017. godinu koje je izdao Svetski ekonomski forum u Ženevi. Analiza je izvršena na 33 evropske zemlje obuhvatajući zemlje Zapadne Evrope i zemlje Centralne i Istočne Evrope. Radi se o heterogenom skupu zemalja u odnosu na geografski položaj, resurse, broju turista kao i udelu sektora turizma u stvaranju BDP-a i broja zaposlenosti.

Analiziraće se kako pojedini elementi TTCI indeksa utiču na ukupni TTCI indeks kao i na varijable koje se odnose na performanse ovog sektora. U radu se koriste sledeće varijable:

- ukupna konkurentnost putovanja i turizma, izražena TTCI indeksom i njegovim podindeksi,

- varijable koje se odnose na performanse sektora turizma: udeo turizma u BDP, broj zaposlenih u ovom sektoru, te varijabla *dolasci turista* koja reprezentuje turističku tražnju;

- varijable koje su komponente pilara *prirodni i kulturni resursi*: broj *prirodnih znamenitosti svetke baštine* i broj *kulturnih znamenitosti svetske baštine*. Putem ovih varijabli želi se utvrditi da li lokacije

prirodne i kulturne baštine generišu više turizma, odnosno da li povećavaju broj dolazaka turista što dalje utiče i na ostale performanse ovog sektora.

Kako bi se dovele u vezu pomenute varijable i ispitaio stepen njihove povezanosti koristiće se regresiona i korelaciona analiza.

Analiza rezultata

U tabeli 1. zemlje su poređane po opadajućem nizu u odnosu na TTCI indeks u obe grupe. Vidljivo je da zemlje Zapadne Evrope imaju znatno veći ukupni TTCI indeks kao i ostale podindekse i izabrane varijable performansi turističkog sektora. Naročito velika razlika se može primetiti kod podindeksa *Prirodni i kulturni resursi* gde su zemlje Centralne i Istočne Evrope mnogo lošije, što je u velikoj meri uticalo i na nižu vrednost agregatnog TTCI indeksa. Kada se posmatra podindeks koji se odnosi na *omogućeno okruženje* ne postoje velike razlike. Srednja vrednost ovog podindeksa je 5,439, standardna devijacija 0,421, što govori da je raspršenost podataka mala i da je njegova vrednost za sve zemlje grupisana oko srednje vrednosti. Slično se može zaključiti i za podindeks *politika turizma i uslovi* (srednja vrednost 4,42; standardna devijacija 0,305939) i podindeks *infrastruktura* (srednja vrednost 4,34; standardna devijacija 0,910). Međutim, znatno veće odstupanje od srednje vrednosti se može uočiti kod podindeksa *prirodni i kulturni resursi*, gde je srednja vrednost 3,039, a standardna devijacija 1,227. Dakle, najveće odstupanje kod izabranih grupa zemalja je upravo kod ovog podindeksa, što upućuje na zaključak da zemlje Centralne i Istočne Evrope moraju biti usmerene na povećanje ovog podindeksa, na način da se utiče na pokazatelje koji ulaze u strukturu ovog podindeksa, što bi vodilo i većem agregatnom TTCI indeksu.



Tabela 1. Pregled izabranih varijabli po zemljama

Zemlja	TTCI	EE	TTPEC	I	NCR	NR	CR	BDPT	DT	BZT	NS	CS
Španija	5,43	5,50	4,80	5,60	5,90	4,90	6,80	5,80	68521255	937262	4	41
Francuska	5,32	5,50	4,60	5,40	5,80	4,80	6,70	3,70	84451621	1170310	4	39
Nemačka	5,30	5,90	4,60	5,60	5,10	4,0	6,30	3,90	34971458	3010590	3	38
Velika Britanija	5,20	5,70	4,20	5,60	5,30	4,60	6,00	3,70	34435840	1791220	5	26
Italija	4,99	5,10	4,30	5,00	5,60	4,80	6,50	4,20	50731770	1118990	4	47
Švajcarska	4,94	6,20	4,60	5,70	3,30	3,70	2,90	2,10	9304633	141798	3	9
Austrija	4,86	5,90	4,70	5,30	3,60	4,10	3,10	5,50	26718945	261100	0	9
Portugal	4,74	5,50	4,70	4,80	3,90	3,90	3,90	6,40	10140199	362797	1	14
Holandija	4,64	5,90	4,60	5,30	2,80	2,20	3,40	1,80	15007000	434833	1	9
Švedska	4,60	5,90	4,50	4,70	3,00	3,10	3,00	2,5	10522000	179767	2	14
Norveška	4,60	6,00	4,60	4,70	3,20	4,10	2,20	3,2	5361000	144658	1	7
Belgija	4,54	5,70	4,40	4,90	3,10	2,20	4,10	2,50	8345753	119435	0	12
Irska	4,53	5,70	4,70	4,90	2,90	2,80	2,90	2,20	9528000	43507	0	2
Finska	4,40	6,10	4,60	4,40	2,50	2,90	2,10	2,1	2622039	53321	1	6
Danska	4,40	5,90	4,40	4,60	2,80	3,30	2,30	2	10424000	80788	3	5
Grčka	4,51	5,20	4,70	4,60	3,60	4,10	3,10	7,60	23599455	400983	1	17
Hrvatska	4,42	5,20	4,50	4,40	3,60	4,50	2,80	10,10	12683179	130523	1	7
Češka	4,22	5,50	4,50	4,40	2,40	2,50	2,40	2,50	11148000	208331	0	12
Estonija	4,20	5,80	4,80	4,30	2,00	2,40	1,60	3,9	2988731	25476	0	2
Rusija	4,20	5,00	4,10	4,00	3,50	3,80	3,20	1,30	31346486	973503	10	16
Bugarska	4,14	5,20	4,60	3,80	3,00	3,80	2,10	3,30	7099000	92413	2	7
Poljska	4,11	5,30	4,60	3,70	2,90	3,00	2,80	1,70	16728000	275365	1	13
Mađarska	4,06	5,20	4,60	4,00	2,40	2,60	2,30	4,00	14316000	246232	1	7
Latvija	4,00	5,40	4,60	3,90	1,90	2,40	1,40	4,1	2023500	36570	0	2
Litvanija	3,90	5,50	4,50	3,70	1,90	2,20	1,50	1,7	2071300	22553	0	4
Slovačka	3,90	5,20	4,40	3,40	2,50	3,40	1,50	2,40	6861000	58876	2	5
Rumunija	3,78	5,10	4,20	3,20	2,60	3,00	2,30	1,30	2234520	189769	1	6
Gruzija	3,70	5,30	4,30	3,20	2,00	2,40	1,60	7,10	2281971	100601	0	3
Armenija	3,50	5,20	3,90	5,00	2,00	2,60	1,40	3,80	1191910	40158	0	3
Ukrajina	3,50	4,60	4,10	3,10	2,20	2,30	2,10	1,40	12428286	214364	1	6
Srbija	3,38	4,90	3,80	3,00	1,80	2,00	1,70	2,20	1132221	36766	0	5
Bosna i Hercegovina	3,12	4,60	3,60	2,70	1,60	1,80	1,40	2,70	678271	21933	0	3
Moldavija	3,09	4,80	3,80	2,40	1,40	1,60	1,20	1,00	94381	9502	0	1

Izvor: Svetski ekonomski forum

TTCI – Indeks konkurentnosti putovanja i turizma; EE – enabling environment (podindeks omogućavajuće okruženje); TTPEC – T&T policy and enabling factors (podindeks politika turizma i uslovi); I – Infrastructure (podindeks infrastruktura); NCR – Natural and culture resources (podindeks prirodni i kulturni resursi); NR – pilar prirodni resursi; CR – pilar kulturni resursi i poslovna putovanja; BDPT – udeo turizma u BDP; DT – dolasci turista; BZT – broj zapo-

slenih u sektoru turizma; NS – broj prirodnih znamenitosti svetske baštine; CS – broj kulturnih znamenitosti svetske baštine

U nastavku je korišćena regresiona analiza kako bi se utvrdilo koji od podindeksa ima značajan uticaj na kretanje ukupnog TTCI indeksa i varijabli koje se odnose na performanse sektora turizma. Cilj je da se utvrdi koliki je uticaj podindeksa *prirodni i kulturni resursi* na ove varijable.

Tabela 2. Zavisnost izabranih varijabli od podindeksa agregatnog TTCI indeksa

Varijable	Zavisna varijabla TTCI	Zavisna varijabla broj zaposlenih	Zavisna varijabla udeo turizma u BDP	Zavisna varijabla dolasci turista
Konstanta	-0.869291***	411184.3	1.366455	11156267
EE	0.414358***	308874.3	-3.276065**	-11946894
NCR	0.320971***	106507.8***	0.005194	2264448***
TTPEC	0.349749***	-620916.1**	3.498161**	7250786
I	0.088833**	197053.3	1.017088	4189525
R^2	0.988299	0.881654	0.286207	0.821003
Prilagođeni R^2	0.986627	0.864747	0.184236	0.795432
F statistika	591.2237	52.14841	2.806760	32.10688
Prob (F statistike)	0.000000	0.000000	0.044626	0.000000

***, ** - značajnost parametara na nivou rizika od 1%, 5%

Izvor: Obrada autora

U tabeli br. 2 dati su rezultati ocene četiri regresiona modela sa izabranim zavisnim varijablama. Pomoću ovih modela želi se sagledati zavisnost agregatnog TTCI indeksa i varijabli koje se odnose na performanse sektora turizma od podindeksa. Vrednost koeficijenta determinacije i prilagođenog koeficijenta determinacije u svim modelima pokazuje da su izabrane adekvatne objašnjavajuće varijable za opisivanje izabranih zavisnih varijabli, a na osnovu F statistike zaključujemo da su modeli statistički značajni, odnosno reprezentativni za donošenje zaključaka na bazi njih. Jedino u modelu gde je zavisna varijaba udeo turizma u stvaranju BDP-a ne postoji statistički značajan uticaj nijednog podindeksa. Na kretanje agregatnog TTCI indeksa statistički je značajan uticaj svih podindeksa, a ako se posmatra-

ju koeficijenti regresije onda najveći uticaj imaju podindeksi *omogućeno okruženje i prirodni i kulturni resursi*. Ono što se može zapaziti je da podindeks koji obuhvata prirodne i kulturne resurse značajno utiče na broj zaposlenih u sektoru turizma kao i da jedini statistički značajno utiče na varijablu koja reprezentuje turističku tražnju. Može se zaključiti da su ocenjeni regresioni modeli ukazali na važnost prirodnih i kulturnih resursa kao ključnih varijabli za povećanje konkurentnosti i performansi u ovom sektoru. Ovi resursi predstavljaju ključni faktor za povećanje broja poseta turista, odnosno za povećanje turističke tražnje, što dalje vodi drugim pozitivnim efektima.

U tabeli 3. ocenjeni su regresioni modeli u kojima se ispituje uticaj dva pilara u okviru podindeksa *prirodni i kulturni resursi*.



Tabela 3. Zavisnost izabranih varijabli od pilara prirodni resursi i kulturni resursi i poslovna putovanja

Varijable	Zavisna varijabla TTCI	Zavisna varijabla broj zaposlenih	Zavisna varijabla udeo turizma u BDP	Zavisna varijabla dolasci turista
Konstanta	2.903368***	-417126.1	-0.231788	-22165420***
NR	0.244588***	-45685.15	1.444758***	3619145
CR	0.208229***	319806.7***	-0.319537	8930477***
R^2	0.770922	0.637165	0.265465	0.795994
Prilagođeni R^2	0.755651	0.612976	0,216496	0,782393
F statistika	50.47999	26.34109	5,421073	58.52713
Prob (F statistike)	0.00000	0.000000	0.00977	0.000000

***, ** - značajnost parametara na nivou rizika od 1%, 5%

Izvor: Obrada autora

Na osnovu ocenjenih modela može se zaključiti da pilar *kulturni resursi i poslovna putovanja* ima statistički značajan uticaj na kretanje svih varijabli, dok pilar *prirodni resursi* jedino utiče na vrednost agregatnog TTCI indeksa.

Takođe su ocenjeni i regresioni modeli kojima se želi utvrditi uticaj *broja lokaliteta prirodnih i kulturnih znamenitosti svetske baštine* na pomenute četiri varijable (Tabela 4).

Tabela 4. Zavisnost izabranih varijabli od broja prirodnih i kulturnih lokaliteta svetske baštine

Varijable	Zavisna varijabla TTCI	Zavisna varijabla broj zaposlenih	Zavisna varijabla udeo turizma u BDP	Zavisna varijabla dolasci turista
Konstanta	3.861058***	-116703.2	3.142123***	-1639562
NS	0,015322	35485.49	-0,316896	1188382
CS	0,035285***	51880.02***	0.066722**	1320658***
R^2	0.538473	0,650058	0.153167	0.816487
Prilagođeni R^2	0.507705	0,626728	0.032191	0.804253
F statistika	17.50081	27.86420	1.266093	66,73819
Prob (F statistike)	0.000009	0.000000	0.306689	0.000000

***, ** - značajnost parametara na nivou rizika od 1%, 5%

Izvor: obrada autora

Ovi modeli upućuju na isti zaključak kao i modeli u tabeli br. 3, dakle, kulturne znamenitosti imaju statistički značajan pozitivan uticaj na sve varijable uz visok novo značajnosti. Ono što se može zapaziti na osnovu prethodnih modela jeste nedovoljan uticaj pilara *prirodni resursi*, pokazalo se da ima statistički značajan uticaj samo na kretanje udela turizma u BDP. Međutim, prediktivna moć ovog modela je najlošija, model jeste statistički značajan, ali sa jako niskim koeficijentom determinacije. Otuda se ni ovaj uticaj ne može smatrati dovoljno jakim. U tabeli br. 4 jedini model koji nije reprezentativan je takođe model kod koga je zavisna varijabla udeo turizma u BDP, pa sledi zaključak da su ovi resursi nedovoljno iskorišćeni za privlačenje turista i jačanje konkurentnosti.

U daljoj analizi koristićemo koeficijente korelacije (Pearson-ov i Sperman-ov koeficijent) kako bismo utvrdili povezanost *broja kulturnih i prirodnih znamenitosti svetske*

baštine izabranih pokazatelja, s tim što su koeficijenti izračunati odvojeno za zemlje Zapadne Evrope koje imaju visoke vrednosti ovog podindeksa i zemalja Centralne i Istočne Evrope sa znatno nižim vrednostima ovog podindeksa.

Iz tabele se vidi da postoji izrazito visoka povezanost broja lokaliteta kulturne znamenitosti na popisu svetske baštine sa svim varijablama. Nastojanje destinacija da registruju veći broj ovih znamenitosti na popisu, uz odgovarajuću promociju vodiće povećanju turističke tražnje, doprineti stvaranju novih radnih mesta, kako direktno unutar industrije turizma, tako i indirektno na povezane industrije. Ovi rezultati ukazuju na nužnost sprovođenja adekvatnih marketinških kampanja za promovisanje ovih resursa, a naročito se ovo tiče zemalja Centralne i Istočne Evrope koje imaju male vrednosti podindeksa *prirodni i kulturni resursi*.

Tabela 5. Koeficijenti korelacije za zemlje Zapadne Evrope

	Zemlje Zapadne Evrope				Zemlje Centralne i Istočne Evrope			
	Broj kulturnih znamenitosti svetske baštine		Broj prirodnih znamenitosti svetske baštine		Broj kulturnih znamenitosti svetske baštine		Broj prirodnih znamenitosti svetske baštine	
	Pearson	Sperman	Pearson	Sperman	Pearson	Sperman	Pearson	Sperman
TTCI	0,842***	0,840***	0,781***	0,798***	0,629***	0,652***	0,302	0,423**
DT	0,868***	0,755***	0,737***	0,677***	0,806***	0,855***	0,733	0,723
BZT	0,746***	0,847***	0,507***	0,661***	0,803***	0,882***	0,894	0,670
TBDP	0,489***	0,679***	0,162	0,224	0,084	0,003	-0,138	-0,188

*** ** značajnost koeficijenata na nivou rizika 1%, 5%

Izvor: Obrada autora

Analizom izračunatih koeficijenata uočava se visoka korelacija broja kulturnih znamenitosti svetske baštine sa dolascima turista i brojem zaposlenih u ovom sektoru u obe grupe zemalja. Vidljivo je da su najniži koeficijenti korelacije kod povezanosti broja kulturnih znamenitosti svetske baštine i

agregatnog TTCI indeksa kod zemalja Centralne i Istočne Evrope. Znatno niži stepen povezanosti se uočava kod broja prirodnih znamenitosti svetske baštine prvenstveno sa TTCI indeksom prema Pearson-ovom koeficijentu i ne postoji statistički značajna povezanost kod zemalja Centralne i Istočne

Evrope. Ovo dovodi do zaključka da prirodne atrakcije koje ove zemlje poseduju ne daju svoj doprinos ukupnoj konkurentnosti.

Zaključak

Cilj rada je bio da pokaže doprinos prirodnih i kulturnih resursa performansama i konkurentnosti sektora turizma. Regresiona analiza na uzorku od 33 zemlje Evrope nesumnjivo je pokazala značajan uticaj i visok stepen povezanosti ovih varijabli. Ovo istraživanje ukazuje na važnost prirodnih resursa i kulturne baštine kao pokretača atraktivnosti i konkurentnosti sektora turizma.

Može se zaključiti da su zemlje Zapadne Evrope mnogo više razvile svoja materijalna i nematerijalna prirodna i kulturna dobra za sticanje konkurentnih prednosti i stvaranje prepoznatljivosti u svetlu globalizacije. Naime, poredeći podindekse TTCI indeksa najznačajnije razlike postoje kod podindeksa *prirodni i kulturni resursi* pri čemu zemlje Zapadne Evrope imaju vrednost ovog podindeksa značajno iznad proseka za analizirane zemlje. Zemlje Centralne i Istočne Evrope koje su niže rangirane po svim podindeksima u odnosu na zemlje Zapadne Evrope treba pretvoriti u privlačnije destinacije za međunarodne turiste, koji stvaraju veće prihode i tako pozitivno utiču na ukupnu konkurentnost industrije turizma i putovanja.

Dakle, od presudnog uticaja za opstanak turističkog proizvoda na konkurentnom tržištu je naglašavanje identiteta destinacije i integrisanje prirodnog i kulturnog nasleđa u turistički proizvod. Nasleđe, odnosno prirodno i kulturno blago treba čuvati za buduće generacije kako bi se očuvao identitet koji je postao jedan od važnijih stubova za prepoznatljivost turističkog proizvoda. Važno je zaštititi životnu sredinu, društvo i pojedince koji ih posećuju. Turizam se sada pojavljuje kao jedan od osnovnih razvojnih alata na svim nivoima vlasti, a međunarodni turizam je najveći izvoznik na svetu. Kultura i baština deluju kao pokretači razvoja turizma koji je zaista održiv.

Literatura

Blanke, J., Chiesa, T., 2009. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. Managing in a Time of Turbulence*, World Economic Forum Geneva, Switzerland 2009, dostupno na http://www.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_FullReport.pdf (pristupljeno 15.4.2019. godine)

Bowitz, E., & Ibenholt, K. (2009). *Economic impacts of cultural heritage e Research and perspectives*, Journal of Cultural Heritage, 10 , 1-8.

Dallen, T. J., (1996), *Tourism and the Personal Heritage Experience*, Research Notes and Reports, pp.751-754.

Dugulan, D., Ioana, V. B., Popescu, C., Veghes, C. (2010): *Cultural heritage, natural resources and competitiveness of the travel and tourism industry in Central and Eastern European countries*, Annalea Universitatis Apulensis Series Oeconomica. Vol. 12 (2), dostupno na: <http://oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1220102/26.pdf>, (pristupljeno 25.3.2019.godine)

Dwyer, L., and Kim, C.W. (2003) *Destination Competitiveness: a Model and Indicators*, Current Issues in Tourism, Vol. 6, No. 5, pp 369-413.

Hanafiah, M. H., Hemdi, M. A., Ahmad, I. (2017): *The influence of Tourism Core Resources on Travel and the Tourism Competitiveness Index and Tourism Performance*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/308671091_The_Influence_of_Tourism_Core_Resources_on_Travel_and_the_Tourism_Competitiveness_Index_and_Tourism_Performance/download, (pristupljeno 15.3.2019. godine).

Jovanović, S., Đekić, S, Ilić, I., (2015): *Analiza kulturnih resursa zemalja Jugoistočne Evrope kao faktora konkurentnosti u turizmu*, Ekonomske teme, Niš, Vol. 53(2), pp 235-251.

Morozov A. M., Morozov M. M., (2018): *The influence of cultural heritage on the attractiveness of the tourist destination*, SIT-

CON 2018 Conference Proceeding, Beograd, str. 69-75.

Nigoyi, E., N, Chinonso, I., N. (2016) *The role of cultural resources in Tourism development in Awka*, African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol.5(2), dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/309855457_The_role_of_cultural_resources_in_Tourism_development_in_Awka/download (pristupljeno 25.3.2019.godine).

OECD (2009) *The Impact of Culture on Tourism*. Paris: OECD Dostupno na: http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2009_The_Impact.pdf , (pristupljeno 25.3.2019.godine)

Richards, G. (2001) *Cultural Attractions and European Tourism*. CABI, Wallingford.

Richards, G. (2007) *Cultural Tourism: Global and local perspectives*, Haworth Press, Binghampton: .

Ritchie, J.R.B., & Crouch, G.I. (2003) *The competitive destination: a sustainable tourism*, New York, NY : CABI Pub.

Schouten, F. (2007) *Cultural tourism: between authenticity and globalization*, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/292732147_Cultural_Tourism_Between_Authenticity_and_Globalization, (pristupljeno 26.3.2019.)

Vida, G., M. (2008) *Intangible heritage tourism and identity*. Tourism Management, 29, 807-810.