



**ANALIZA KULTURNIH RESURSA
ZEMALJA JUGOISTOČNE EVROPE KAO
FAKTORA KONKURENTNOSTI U TURIZMU**

Sonja Jovanović

Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Srbija

✉ sonja.jovanovic@eknfak.ni.ac.rs

Snežana Đekić

Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Srbija

✉ snezana.djekic@eknfak.ni.ac.rs

Ivana Ilić

Student doktorskih studija, Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Nišu, Srbija

✉ ivanica1404@yahoo.com

UDK
338.483.12
(4-12)
Originalni
naučni rad

Apstrakt: Nekadašnja uloga turizma u pogledu pružanja usluga smeštaja i ishrane je pevaziđena. Turistička ponuda sve više uključuje dodatne sadržaje, kao što su posete raznim kulturnim dobrima, materijalnim i nematerijalnim i događajima koje turisti doživljavaju vizuelno. U savremenim turističkim kretanjima, kulturni resursi zemalja Jugoistočne Evrope predstavljaju bitan faktor koji utiče na održanje konkurentnosti u uslovima sve veće konkurencije u svetskim razmerama. Kulturni resursi direktno utiču na turizam, ali javlja se i inverzan odnos uticaja turizma na kulturne resurse koji postaju važan činilac za izbor turističke destinacije. Predmet ovog rada jeste sagledavanje doprinosa kulturnih resursa razvoju turističke destinacije uz pomoć analize elemenata Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma – TTCI (Travel and Tourism Competitiveness Index).

Primljeno:
20.11.2014.
Prihvaćeno:
27.03.2015.

Ključne reči: kulturni resursi, konkurentnost, turizam, TTCI, zemlje Jugoistočne Evrope.

Rad je realizovan u okviru projekata br. 179066 i 031020, Ministarstva prosvete i nauke Republike Srbije.

Uvod

Turizam se karakteriše kao specifična delatnost koja ima direktni uticaj na održivi ekonomski i socijalni razvoj, s obzirom na značaj njegovog doprinosa bruto domaćem proizvodu. Prepoznat je kao jedan od ključnih sektora razvoja u mnogim zemljama sveta, značajan izvor prihoda, radnih mesta i uspešan način za generisanje bogatstva. Takođe, on ima ulogu u promovisanju neke zemlje i na taj način je značajan činilac domaće politike. Zbog složenosti svih uloga koje sektor turizma ima, postoje izazovi u izražavanju njegove konkurentnosti. U poslednjih nekoliko godina, konkurentnost predstavlja jedan od najčešćih koncepata kojima se određuje održivi razvoj sektora putovanja i turizma. Determinisanje konkurentnosti sektora turizma neke zemlje predstavlja važan faktor za kreatore politike pri donošenju konkretnih odluka. Upravljanje konkurentnošću turističkih destinacija u savremenim uslovima poslovanja predstavlja jedan od najvažnijih segmenata politike razvoja turizma. U svrhu merenja konkurentnosti sektora putovanja i turizma razvijena je metodologija Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma – TTCI (*Travel and Tourism Competitiveness Index*) od strane Svetskog ekonomskog foruma (*World Economic Forum*). Ovaj Indeks omogućava da se sagledaju faktori i politike koji čine da neka zemlja bude održivo mesto za ulaganje u sektor putovanja i turizma. Naime, Indeks daje detaljan uvid u konkurentnost sektora putovanja i turizma kroz analizu uticajnih faktora koje obuhvata u svojoj strukturi. Takođe, ukazuje i na ključna područja u kojima bi trebalo popraviti stanje zarad povećanja konkurentnosti ovog sektora u odnosu na druge zemlje, a samim tim ostvariti ekonomski razvoj posmatrane zemlje. *Predmet analize* u ovom radu jeste istražiti uticaj kulturnih resursa na konkurentnost sektora putovanja i turizma. Cilj rada je da se ukaže na stepen uticaja komponenti kulturnih resursa na sveukupnu vrednost pilara - *kulturni resursi*.

Pregled literature

Sektor putovanja i turizma prepoznat je kao ključan sektor i katalizator za ekonomski rast i razvoj u mnogim zemljama na svetu. U zemljama nižeg stepena razvoja, sektor turizma se smatra važnim u vođenju politike smanjenja siromaštva. Turizam ima potencijal da generiše devizne prihode i poveća zaposlenost u konkurentnoj destinaciji. Ovo može da pomogne da se diverzifikuje ekonomska aktivnost, što omogućava zemljama da se preraspodeli bogatstvo i radna mesta iz razvijenih područja ka manje razvijenim. (WEF, 2007). Na taj način, turizam ima ulogu uravnoteženja regionalnog razvoja. Zbog svega toga, tendencija u razvoju, kako nerazvijenih, tako i razvijenih zemalja je da turizam tretiraju kao ekonomski i društveni fenomen i potencijalno profitabilnu investicionu oblast (Berberoglu, 1988). Sa efektom povećanja konkurencije, zemlje koje posluju na međunarodnom turističkom tržištu su

stalno primorane da traže najbolji način za pružanje zadovoljstva kupcima (Turanli, Guneren, 2003). Drugim rečima, konkurencija između popularnih turističkih zemalja utiče na to da se vodi stalna borba za unapređenje i uspostavljanje konkurentne prednosti (Cimat, Bahar, 2003). Konkurentnost turističkih destinacija, i generalno, ukupna konkurentnost sektora putovanja i turizma, postala je od velikog značaja za opstanak turističkih destinacija na međunarodnom tržištu, u uslovima povećanja slobodnog vremena i rasta nivoa raspoloživog dohotka (Echtner, Ritchie, 2003). Prema podacima UNWTO (*World Tourism Organization*) 1950. godine je top petnaest turističkih destinacija privuklo skoro sve turiste od ukupnog broja u svetu (98%), a nakon šezdeset godina taj procenat je smanjen na 57% (UNWTO, 2008). Fokus turističkih organizacija u današnje vreme je, umesto jednostavnog privlačenja što većeg broja turista, prebačen na stvaranje konkurentnih turističkih destinacija.

Konkurentnost turističke destinacije je složen i relativan pojam, a deo ove složenosti proizilazi iz samog definisanja turističke destinacije. Kako svaka destinacija ima različitu tradiciju, istoriju, kulturne i prirodne resurse, ali i jedinstvene ambicije i sredstva za ostvarivanje ciljeva, stvoreni su različiti modeli za merenje konkurentnosti turističke destinacije. Najčešće korišćeni jesu integrativni koncepturalni model Ritcihea i Croucha (Ritcihe, Crouch, 2003) i drugi model koji je razvio Svetski ekonomski forum za potrebe izrade Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma.

Na konkurentnost turizma utiče širok skup faktora ili determinanti. Literatura o turizmu priznaje turističku konkurentnost kao relativan, višedimenzionalni, složeni koncept određen nizom ekonomskih, političkih, ekoloških i kulturnih varijabli (Craigwell, 2007).

Svetski ekonomski forum je aktivno angažovan u istraživanju nacionalne konkurentnosti u cilju boljeg razumevanja i identifikovanja pokretača rasta i razvoja. Razvojem TCI ostvaren je cilj obezbeđivanja benčmarking alata koji omogućava zemljama da identifikuju ključne prepreke za unapređenje konkurentnosti i dostizanje nivoa konkurentnosti najbolje destinacije ili zemlje. U takvim okolnostima obezbeđuje se platforma za dijalog između vlade, poslovnog i civilnog sektora kako bi zajedničkim aktivnostima mogli da otklone identifikovane slabosti. U tom kontekstu, osnovni cilj Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma jeste da istraži faktore koji su noseći za konkurentnost sektora putovanja i turizma. Na taj način se dobija osnova za definisanje i sprovođenje politike razvoja turizma na nivou države. Postoji razlika u definisanju nosećih faktora za razvoj turizma u zavisnosti od razvijenosti zemlje. Iako su neki od faktora „must have“ za ekonomije sa visokim prihodima, oni možda nisu od suštinskog značaja za zemlje u razvoju. Značaj pojedinih faktora koji čine TCI varira u zavisnosti od faze razvoja svake zemlje. Politička stabilnost je, na primer, preduslov za bilo koju zemlju koja nastoji da privuče turiste (Dwyer, Kim, 2003). Svetski savet za putovanje i

turizam - WTTC (*World Travel and Tourism Council*) sugeriraju da se TTCI može koristiti da se odrede smernice i strategije kako zemlje u različitim fazama ekonomskog razvoja mogu da sektor putovanja i turizma učine konkurentnijim. Jedna od važnih pretpostavki jeste da vlade zemalja kreiraju okruženje koje stvara mogućnosti za razvoj sektora putovanja i turizma. Analiza TTCI može biti značajna u rasvetljavanju snaga, slabosti, šansa i pretnji neke države za dalji razvoj turizma.

Takođe, WTTC ističe da za uspešan razvoj sektora putovanja i turizma jeste važna i razvijenost celokupne privrede zemlje. Tako, ekonomski jake države, da bi poboljšale svoj sektor putovanja i turizma trebalo bi da nastoje da u potpunosti iskoriste svoje postojeće potencijale favorizujući očuvanje spomenika, turističkih lokacija i područja prirodne lepote. Nasuprot ovim zemljama jesu ekonomije sa niskim prihodima, koje bi trebalo da u razvoju sektora putovanja i turizma sagledaju moguće benefite u pogledu prihoda i novih radnih mesta.

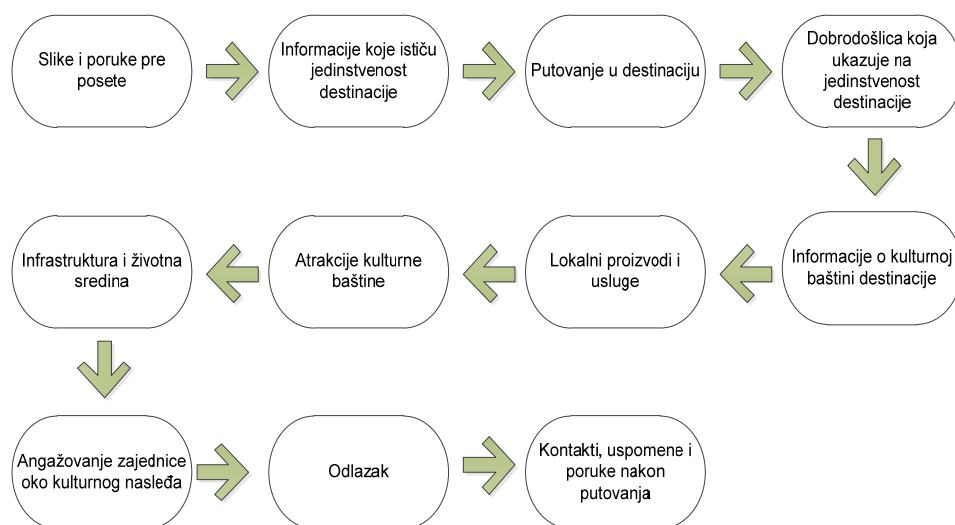
Za potrebe merenja dostignutog nivoa konkurentnosti sektora putovanja i turizma na međunarodnom nivou, definisan je 2007. godine *Indeks konkurentnosti putovanja i turizma* od strane Svetskog ekonomskog foruma. Strukturu ovog Indeksa čine tri podindeksa i to: 1) *regulatorni okvir*, koji obuhvata elemente koji se odnose na politiku i u nadležnosti su vlade; 2) subindeks, koji razmatra *poslovno okruženje i infrastrukturu* pri čemu ocenjuje ukupan poslovni ambijent i privrednu infrastrukturu svake zemlje; 3) subindeks, *vezan za ljudske, kulturne i prirodne resurse* svake zemlje. U okviru subindeksa *ljudski, kulturni i prirodni resursi*, kao značajan stub (pilar) razmatraju se kulturni resursi koji su jedan od kritičnih pokretača konkurentnosti sektora putovanja i turizma širom sveta. Kulturni resursi su kolektivni dokaz o dosadašnjim aktivnostima i dostignućima ljudi (New York Archaeological Council Standards Committee, 2000). Prema važećem Zakonu o kulturnim dobrima Republike Srbije (Službeni glasnik RS, 71/94), sva ostvarenja čoveka, bilo materijalne ili duhovne prirode, objedinjenja su pojmom kulturno dobro. Prema ovom Zakonu, kulturna dobra su definisana kao stvari i tvorevine materijalne i duhovne kulture koja imaju takva svojstva da zadovoljavaju deo ili ukupnu kulturnu potrebu savremenog čoveka. Kao takva, ona su nezaobilazan deo turističkih kretanja, odnosno deo sociokulturnog i prostornog fenomena. „Kulturno nasleđe uključuje razmatranje izgrađenog nasleđa (istorijsko i arhitektonsko), arheološkog i sociokulturnog nasleđa“ (Cooper et al., 2008). Naime, kulturni resursi su važan element turističkog proizvoda i ključan nosilac atraktivnosti neke destinacije. Očekuje se da „stanovništvo postane sve više kulturno diferencirano jer unapređenje procesa komunikacije, povećanje bogatstva i mobilnost stimulišu ljude da se sve više interesuju da razumeju druge kulture“ (Cooper et al. 2008).

Destinacije koje su u stanju da ponude turistima pristup jedinstvenom iskustvu kroz lokalnu kulturu, ostvaruju konkurentsku prednost i osnov za generisanje publiciteta među turistima. Prema Mieczkowski (1995), kulturni turizam je deo alternativnih oblika turizma kao što su edukativni, naučni, avanturistički i agroturizam.

Konkurentska prednost ostvarena pomoću kulturnih resursa koje neka destinacija poseduje, u funkciji je dugoročnog održivog rasta i razvoja turizma kroz valorizaciju kulturnog nasleđa i zaštitu životne sredine. „Turizam bi trebalo da obezbedi korist za lokalnu zajednicu i pruži važna sredstva i motivaciju kako bi one preuzele brigu za očuvanje sopstvenog nasleđa i kulturne baštine“ (ICOMOS 1999). Saradnja svih stakeholdera (lokalna zajednica, turoperatori, kreatori politike, konzervatori) može doprineti dostizanju održivog kulturnog turizma.

Koncept održivog kulturnog turizma ima nekoliko principa i predstavlja veoma kompleksan proces koji zahteva pažljivo razmatranje. Ovaj proces ima nekoliko faza ili koraka gde „svaki korak predstavlja princip i smernicu, što je važno u osiguranju realizacije ciljeva u stvarnosti“ (Richards 2005, str. 8). Proces i principi održivog kulturnog turizma prikazani su na slici 1.

Slika 1. Održivi kulturni turizam i putovanja



Izvor: Richards 2005, str. 8.

Potrebno je da se dobro osmisli put od izvornih kulturnih resursa kojima obiluje neka destinacija do krajnjeg turističkog proizvoda koji će tu destinaciju učiniti drugačijom od ostalih i pogodnom za razvijanje kulturnog turizma. Kulturni turizam predstavlja integraciju turizma sa kulturom i doprinosi

konzervaciji kulturnih dobara. „Interesovanje za lokalnu kulturu, umetnost, zanate, istorijska mesta, može da dovede do buđenja svesti i osećaja ponosa“ (Collier 2007, str. 366). Osnovni cilj kulturnog turizma jeste da podstakne i motiviše turiste da putuju i upoznaju se sa lokalnim kulturnim vrednostima. Trebalo bi istaći da kulturni turizam nije samo pasivno posmatranje i upoznavanje, već i aktivno učešće, razmišljanje i doživljavanje ostvareno u sociokulturnim procesima.

Pilar Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma - *kulturni resursi* u svojoj strukturi, kao komponente, sadrži: broj UNESCO lokaliteta kulture svetske baštine, kapacitet sportskih stadiona, broj međunarodnih sajmova i izložbi u zemlji i izvoz proizvoda „kreativne“ industrije. Od velikog značaja za podizanje konkurentne prednosti neke destinacije, jeste broj UNESCO lokaliteta kulture svetske baštine koji se nalaze na njoj i privlače veliki broj turista širom sveta. Kulturna nasleđa (spomenici, spomeničke celine i spomenička područja) koja se nalaze na listi svetske baštine neminovno poseduju izuzetnu univerzalnu vrednost. Cilj je da se kulturno dobro zaštiti uz produžetak njegovog veka trajanja i očuvanja kvaliteta i vrednosti. Dakle, uz primenu načela održivog razvoja, turizam može biti sredstvo kojim će se ostvariti koristi i veći životni standard za lokalno stanovništvo, ali uz očuvanje i unapređenje lokaliteta za buduće generacije. Kapacitet sportskih stadiona bitan je za razvoj sportskog turizma koji podrazumeva putovanje gde je primarna motivacija aktivno ili pasivno angažovanja u sportu i sportskim aktivnostima. Sport doprinosi razvitku turizma na pojedinim destinacijama gde se održavaju bitniji sportski događaji koji privlače veći broj turista, u pogledu ekonomskog učinka, obogaćivanja ponude i jačanju turističkog imidža. Za diverzifikaciju turističke ponude neke destinacije kapacitet sportskih stadiona je važan uz povećanje atraktivnosti te destinacije. Međunarodni sajmovi i izložbe posmatraju se kao značajni za turističku ponudu mesta održavanja. Njihovim organizovanjem na određenoj destinaciji ostvaruje se podsticaj privrednim, umetničkim, odrazovnim i drugim značajnim aktivnostima društvenog života. Pored toga što upotpunjavaju turističku ponudu, sajmovi i izložbe promovišu turizam na određenoj turističkoj destinaciji i imaju direktne društvene i kulturne implikacije na njihove učesnike. Poslednja komponenta pilara TICI - *kulturni resursi*, ali ne i najmanje bitna, jeste izvoz proizvoda „kreativne industrije“. Pod ovime je obuhvaćen izvoz filmova, fotografija, nakita, muzike, knjiga. Posmatrano sa tog aspekta, „kreativna“ industrija svojim izvozom promoviše određenu zemlju prikazivanjem njenih prirodnih lepota, tradicije, kulture i umetnosti. Na ovaj način moguće je privući veći broj međunarodnih turista i učiniti neku destinaciju konkurentnijom u odnosu na druge (Jovičić, Mikić, 2006).

„Sa sigurnošću se može reći da je kultura važan turistički resurs Evrope i da je održanje konkurentnosti evropskih turističkih proizvoda od vitalnog značaja“ (Richards 2005, str. 10). Sve veći broj destinacija u Evropi zasniva svoj razvoj

na kulturnim resursima kako bi se očuvala dominantna pozicija na međunarodnom turističkom i kulturnom tržištu. Izazov u budućnosti koji se nameće jeste porast konkurentnosti u oblasti kulturne turističke industrije.

Metodologija

Predmet analize u ovom radu jeste sagledati kako kulturni resursi, kao pilar Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma, utiču na konkurentnost sektora turizma. Kroz komparativnu analizu vrši se poređenje vrednosti ovog pilara između nekoliko zemalja Jugoistočne Evrope (Srbija, Makedonija, Bugarska, Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Slovenija i Mađarska). Drugim rečima, u ovom radu se analizira karakter veze između pojedinih elemenata TTCI i ukupnog TTCI.

Imajući u vidu strukturu TTCI, *cilj rada* je da se utvrdi stepen uticaja vrednosti pojedinih komponenti koje obuhvata pilar - *kulturni resursi* na njegovu ukupnu vrednost, kao i kako vrednost pilara - *kulturni resursi* utiče na vrednost subindeksa - *ljudski, kulturni i prirodni resursi* i na ukupnu vrednost TTCI. To znači da bi trebalo uvideti koliki je uticaj kulturnih resursa na konkurentnost, kao i koje su to komponente ovog pilara koje bi trebalo poboljšati radi povećanja ukupne turističke konkurentnosti.

U radu su korišćene metode statističke analize. Poseban akcenat je na primeni korelacione i regresione analize. Uz pomoć ovih metoda moguće je utvrditi karakter povezanost, značajnost veze i uticaj pojedinih parametara na TTCI.

Informacionu osnovu istraživanja čine podaci Svetskog ekonomskog foruma, Svetske turističke organizacije, Međunarodne unije za očuvanje prirode i Svetskog saveta za putovanje i turizam. Za potrebe metodoloških objašnjenja i analize korišćeni su podaci iz Izveštaja o konkurentnosti putovanja i turizma Svetskog ekonomskog foruma za period od 2007. do 2013. godine.

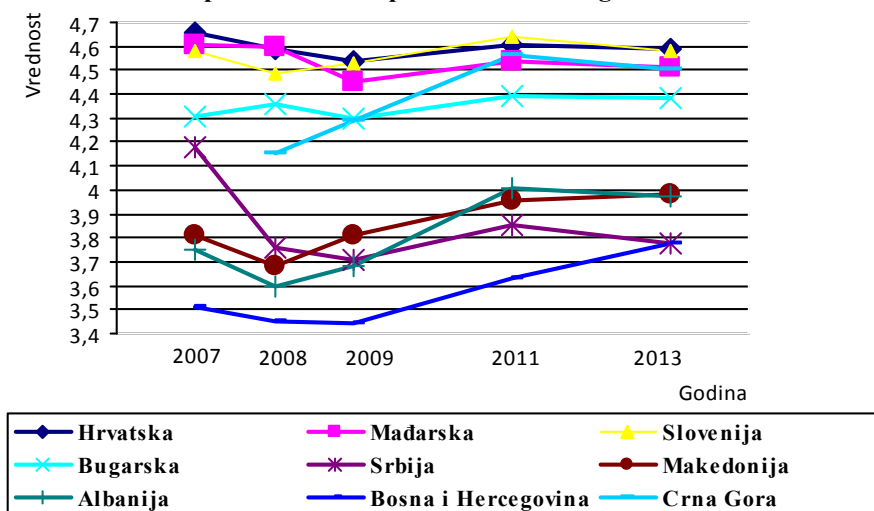
Istraživanje u ovom radu sastoji se iz tri dela: I) U prvom delu je izvršena analiza vrednosti TTCI za zemlje obuhvaćene analizom; II) U drugom delu je razmatrana vrednost subindeksa TTCI - *ljudski, kulturni i prirodni resursi*. Detaljnije istraživanje posvećeno je vrednosti pilara - *kulturni resursi* i njegovim komponentama i to za svaku od posmatranih zemalja; III) Pomoću metoda statističke analize utvrđena je korelacija između pilara - *kulturni resursi* i ukupnog TTCI u razmatranim zemljama. Regresionom analizom ispitan je stepen uticaja pilara na Indeks konkurentnosti putovanja i turizma i uticaj komponenti pilara - *kulturni resursi* na njegovu ukupnu vrednost. U ovom delu je urađena i klaster analiza, odnosno posmatrane zemlje su razvrstane u homogene grupe prema nivou konkurentnosti kulturnih resursa.

Rezultati istraživanja i diskusija

D) Ispitivanje konkurentnosti zemalja Jugoistočne Evrope prema vrednosti TTCI

Za potrebe istraživanja korišćeni su podaci iz Izveštaja o Indeksu konkurentnosti putovanja i turizma za 2007, 2008, 2009, 2011. i 2013. godinu, odnosno svi raspoloživi izveštaji koji se tiču ovog Indeksa. U različitim godinama, obuhvat broja zemalja je drugačiji. Tako su 2007. godine Izveštajem obuhvaćene 124 zemlje, 2008. godine 130 zemalja, 2009. godine 133 zemlje, 2011. godine 139 i 2013. godine 140 zemalja širom sveta. Kroz Izveštaj za 2007. godinu Srbija i Crna Gora se posmatraju kao jedna zemlja, što je posebno naglašeno i sagledano daljom analizom u ovom radu. Primenom komparativne analize vrednosti ili ranga, svaka zemlja se poredi sa ostalim zemljama iz grupe i sagledava se u analiziranom vremenskom periodu. Dostignuti nivo konkurentnosti u turizmu zemalja Jugoistočne Evrope prema TTCI za period 2007-2013. godina prikazan je na grafiku 1.

Grafik 1. Dostignuti nivo konkurentnosti u turizmu zemalja Jugoistočne Evrope prema TTCI za period 2007-2013. godine



Izvor: The Travel and Tourism Competitiveness Report za 2007, 2008, 2009, 2011 i 2013. godinu, World Economic Forum, Geneva, Switzerland.

Prema rangu TTCI u okviru posmatrane grupe zemalja u 2007. godini visoko su rangirane Hrvatska, Mađarska i Slovenija koje imaju približne vrednosti TTCI. Ovo su ujedno i zemlje koje su visoko rangirane i u okviru 124 zemlje razmatrane u Izveštaju o Indeksu konkurentnosti putovanja i turizma za navedenu godinu. Na osnovu ovog Izveštaja, Bugarska zauzima 54. mesto, a

Srbija i Crna Gora 61. poziciju. Lošije u odnosu na Srbiju i Crnu Goru su rangirane Makedonija (83.), Albanija (90.) i Bosna i Hercegovina (104.). Pozicioniranje zemalja u narednoj 2008. godini slično je kao u prethodnoj, samo što se zapaža da su vrednosti TTCI neznatno manje nego li u 2007. godini. TTCI vrednosti se u grupi analiziranih zemalja u ovoj godini kreću u rasponu od 4,59 do 3,45. Nastavak opadanja vrednosti TTCI karakterističan je i za 2009. godinu, osim za Makedoniju, Albaniju i Crnu Goru kod kojih se uviđa rast vrednosti TTCI, a samim tim bolja pozicija na rang listi. U 2011. godini prekida se trend opadanja vrednosti i tada je kod svih zemalja zabeležen rast vrednosti TTCI. Najbolje rangirana iz posmatrane grupe zemalja naznačene godine je bila Slovenija (33.), a najnižu poziciju je imala Bosna i Hercegovina (97.). Srbija je po Izveštaju iz ove godine poboljšala, kako vrednost TTCI, tako i mesto na listi rangiranih zemalja sveta.

Poslednja analizirana godina (2013.) ne donosi bitne promene u vrednosti TTCI za zemlje obuhvaćene istaživanjem u ovom radu, dok je najveći pomak na rang listi napravila Bosna i Hercegovina u odnosu na prethodno analiziranu godinu.¹ Tokom svih godina vrednost TTCI Albanije i Makedonije je rasla, dok se kod Srbije dosta smanjila ako se primeti da je 2007. godine bila 4,18, a 2013. godine 3,78, što je dovelo do pada sa 61. mesta na 89. mesto 2013. godine.

II) *Analiza subindeksa - ljudski, kulturni i prirodni resursi u zemljama Jugoistočne Evrope*

Agregatni pokazatelj (vrednost TTCI), nema uvek veliku analitičku vrednost, pa se prelazi na dublju analizu subindeksa - *ljudski, kulturni i prirodni resursi*. Najbolje rangirane zemlje u 2007. godini prema vrednosti ovog subindeksa bile su Hrvatska i Srbija, koje su se našle na jedanestom i trinestom mestu. Ostale zemlje bile su daleko niže na listi svih zemalja, a Bosna i Hercegovina je zauzela 108. mesto, što je i najlošija pozicija u grupi analiziranih zemalja. Tokom 2008. i 2009. godine vrednost subindeksa grupe zemalja opada, što dovodi do pomeranja zemalja na niže pozicije na listi. Blagi rast vrednosti javlja se 2011. godine kada se vrednost subindeksa kretala u rasponu od 4,38 (Crna Gora) do 3,60 (Srbija). Izveštaj iz 2013. godine pokazuje slične vrednosti subindeksa - *ljudski, kulturni i prirodni resursi* kao u 2011. godini, pri čemu su sve analizirane zemlje imale rang manji od 42. Kod Srbije se vrednost posmatranog subindeksa, ali i rang u periodu od 2007. do 2013. godine bitno pogoršao premeštanjem sa 13. pozicije na 109. poziciju rang liste.

Struktura pilara - *kulturni resursi* je drugačija u 2007. godini u odnosu na ostale godine, jer su objedinjeno analizirani prirodni i kulturni resursi. Tada su ovaj pilar činile sledeće komponente: broj UNESCO lokaliteta kulturne svetske

¹ U svim izveštajima za posmatrane godine najvišu vrednost TTCI, kao i mesto broj jedan u svetu ima Švajcarska, a najnižu vrednost i rang Čad.

baštine, šteta od ugljen-dioksida (CO₂), nacionalno zaštićene oblasti, poslovna briga za ekosisteme i rizik od malarije i žute groznice (World Economic Forum, 2007). U izveštaju iz 2007. godine, zemlje su rangirane u opsegu od 26. (Srbija) do 100. pozicije na kojoj se našla Bosna i Hercegovina. Vrednosti pilara bile su dosta niže 2008. godine kada su se odvojeno posmatrali prirodni i kulturni resursi. Kod većine iz grupe analiziranih zemalja zapažaju se prepolovljene vrednosti navedenog pilara u 2008. u odnosu na 2007. godinu. Mađarska je u ovoj godini imala najbolju poziciju na listi (23.), a Albanija najnižu, 75. poziciju. Pad vrednosti pilara karakterističan je i za 2009. godinu kada je Bugarska imala najveći pad. U grupi visoko rangiranih u 2011. godini nalaze se Mađarska i Hrvatska. Albanija sa najnižom vrednošću u ovoj godini bila je na 83. poziciji rang liste, a nešto ispred nje bile su Makedonija i Bosna i Hercegovina. Situacija, što se tiče Mađarske i Hrvatske, ostaje nepromenjena i 2013. godine. U niže rangirane zemlje iz grupe analiziranih zemalja ubrajaju se Albanija, Makedonija, Bosna i Hercegovina i Srbija. Za analizirani period u ovom istraživanju može se uočiti da vrednost pilara i mesto na rang listi po osnovu te vrednosti za Srbiju znatno opada, sa izuzetkom u 2011. godini kada se vrednost pilara malo poboljšala, ali se pad nastavio 2013. godine.

U okviru pilara - *kulturni resursi*, posmatraju se njegove sastavne komponente čije vrednosti formiraju ukupnu vrednost pilara. Podaci o ovim komponentama karakterišu se kao „teški/tvrđi“ podaci dobijeni od međunarodnih organizacija ili iz nacionalnih izvora. Takođe, kod podataka postoji odstupanje u pogledu godine iz koje oni datiraju i godine za koju se preračunava vrednost komponente. *Broj UNESCO lokaliteta kulture svetske baštine* je komponenta pilara – *kulturni resursi* koja je tokom svih godina bila posmatrana. Najveći broj UNESCO lokaliteta kulturne svetske baštine ima Hrvatska i njihov broj se vremenom povećavao. Prema broju slede je Mađarska i Bugarska koje prema poslednjem Izveštaju imaju po devet UNESCO lokaliteta kulturne svetske baštine. Bosna i Hercegovina, Slovenija i Albanija imaju po dva, odnosno tri UNESCO lokaliteta. Makedoniju i Crnu Goru odlikuje svega po jedan UNESCO lokalitet kulturne svetske baštine. Srbija ima četiri UNESCO lokaliteta kulturne svetske baštine. Naznačeni lokaliteti su: Stari Ras sa Sopoćanima (celina koja uključuje manastir Sopoćani i Đurđevi Stupovi, Petrovu crkvu i ostatke tvrđava Ras i Gradina), Manastir Studenica, Gamzigrad i srednjovekovni spomenici na Kosovu (Manastir Dečani, Pećka patrijaršija, Gračanica i crkva Bogorodica Ljeviška) (Turistička organizacija Srbije). Naredna komponenta koja je izračunavana samo 2007. godine jeste *šteta od ugljen dioksida*. Vrednost ove komponente za posmatrane zemlje bila je u rasponu od 0,2 do 1,6. Najnižu vrednost, samim tim i visoku poziciju na rang listi imala je Albanija (27.). Među najniže pozicioniranim zemljama našla se Bosna i Hercegovina (109.). U Izveštajima koji su usledili posle 2007. godine posmatraju se *sportski stadioni* sa aspekta njihovog kapaciteta na milion stanovnika. Prema ovoj komponenti, zemlje iz grupe uzetih za istraživanje se

visoko kotiraju tokom celokupnog vremenskog perioda analize. Crna Gora je prema poslednjem Izveštaju na četvrtom mestu i vodeća je zemlja Jugoistočne Evrope po osnovu kapaciteta sportskih stadiona. Za vremenski period od pet godina (2008-2013. godina) kapacitet sportskih stadiona se u Srbiji nije bitno menjao, što utiče na zadržavanje približno iste pozicije na rang listi tokom vremena. *Nacionalno zaštićene oblasti*, kao komponenta pilara - *kulturni resursi*, u 2007. godini pokazuje procenat nacionalno zaštićenih oblasti na ukupnoj teritoriji. Po oceni Svetskog ekonomskog foruma, na osnovu raspoloživih podataka, 7,5% je nacionalnog zaštićenog zemljišta u Hrvatskoj, što predstavlja i najveće procentualno učešće među razmatranim zemljama. Za Srbiju nije bilo podataka, a najmanji udeo je imala Bosna i Hercegovina. Od 2008. godine uvedene je nova komponenta u analizi ovog pilara konkurentnosti - *broj međunarodnih sajмова i izložbi održanih svake godine u zemlji*. Vrednost ove komponente se za sve zemlje, izuzev Makedonije, povećavala vremenom. Zemlja sa najvećim brojem međunarodnih sajмова i izložbi jeste Mađarska, prema poslednjem Izveštaju o indeksu konkurentnosti putovanja i turizma. U Srbiji se ovaj broj bitno povećao, pa se Srbija sa 64. pozicije u 2008. premestila na 48. poziciju 2013. godine i to sa 45,7 međunarodnih sajмова i izložbi za godinu dana. Kod *poslovne brige za ekosisteme*, u pogledu preduzimanja aktivnosti za njihovo očuvanje, najbolje ocenjena u grupi je Slovenija, a Mađarska je sledi. U grupu zemalja koje neredovno vode brigu za ekosisteme i time utiču na njihovu degradaciju jesu Albanija i Srbija. Komponentu pilara - *kulturni resursi* od 2009. godine čini *izvoz proizvoda „kreativne“ industrije* koji se prikazuje kao udeo zemlje u ukupnom svetskom izvozu ovih proizvoda. Tokom godina, kod svih zemalja Jugoistočne Evrope zapaža se malo procentualno učešće i to od 0% do 0,3%. Mađarska ima najveći procenat izvoza proizvoda „kreativne“ industrije od 0,3%. Zemlje koje uopšte nemaju udela u svetskom izvozu proizvoda „kreativne“ industrije jesu Srbija, Makedonija, Albanija, Bosna i Hercegovina i Crna Gora. *Rizik od malarije i žute groznice* tokom 2007. godine nije postajao u analiziranim zemljama, što ih je sve svrstavalo na prvu poziciju svetske rang liste.

III) *Ispitivanje povezanost između pilara - kulturni resursi i Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma u zemljama Jugoistočne Evrope*

Pomoću statističke metode, korelacione analize, ispitana je povezanost između pilara - *kulturni resursi* i Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma, odnosno karakter i jačina veze. Izračunavanjem Pirsonovog koeficijenta za ove dve navedene varijable u analiziranom vremenskom periodu zapaža se da među njima postoje srednje jake, pa i jake pozitivne korelacije, pri čemu je koeficijent korelacije statistički značajan za svaku posmatranu godinu. Najveći stepen kvantitativnog slaganja među varijablama jeste 2009. godine kada je Pirsonov koeficijent imao vrednost 0.808, što upućuje na veliku usklađenost pilara -

kulturni resursi i vrednosti ukupnog TTCI. Ujedno je u ovoj godini nivo značajnosti (P-value) imao najnižu vrednost od 0,008, što pokazuje da je korelacija između posmatranih varijabli visoko značajna. Spearmanov koeficijent korelacije pokazuje približne vrednosti Pirsonovom koeficijentu korelacije gde se vrednosti koeficijenta rangiraju. Najviša uslađenost rangova je bila 2008. godine, dok je najmanja bila 2007. godine. Na taj način je utvrđeno da povećanje vrednosti pilara - *kulturni resursi* može imati uticaj na povećanje vrednosti Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma, ali njegova ukupna vrednost zavisi i od kretanja ostalih parametara (pilara).

Tabela 1. Vrednosti Pearsonovog i Spearmanovog koeficijenta korelacije između TTCI i pilara - *kulturni resursi* za grupu posmatranih zemalja u periodu 2007-2013. godine

	Pearson Correlation Coefficients	P value	Spearman Correlation Coefficients	P value
2007.	0,758	0,018	0,563	0,114
2008.	0,713	0,031	0,833	0,005
2009.	0,808	0,008	0,800	0,010
2011.	0,759	0,018	0,633	0,067
2013.	0,759	0,018	0,787	0,012

Izvor: obračun autora

Nakon primene korelacione analize, nad istim varijablama primenjena je regresiona analiza. Regresionom analizom utvrđuje se zavisnost između dve varijable i to: pilara - *kulturni resursi*, koji oslikava nezavisnu promenljivu i TTCI koji predstavlja zavisnu promenljivu. Na osnovu regresionog modela uvida se koliko jedinično povećanje vrednosti pilara - *kulturni resursi* utiče na promenu vrednosti Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma. Za prvu posmatranu godinu rast vrednosti pilara - *prirodni i kulturni resursi* za jedinicu vrednosti uzrokuje povećanje vrednosti TTCI u proseku za 0,45. Za naredne godine iz analiziranog perioda, izuzev 2009. godine, karakteristično je da jedinično povećanje vrednosti pilara - *kulturni resursi* utiče na promenu vrednosti TTCI približno za 0,3. U 2009. godini je povećanje TTCI u proseku za 0,53 ako se vrednost pilara - *kulturni resursi* poveća za jednu jedinicu. Tokom svih godina koeficijent determinacije je veći od 0,5 i shodno tome model je statistički reprezentativan i može se koristiti za predviđanje opšteg kretanja vrednosti TTCI u zavisnosti od pilara - *kulturni resursi*. Ovime je utvrđeno da je moguće predvideti vrednost zavisne varijable u odnosu na pretpostavljenu vrednost nezavisne, kao i efekat promene nezavisne u odnosu na zavisnu varijablu.

Višestrukom regresionom analizom ispitan je uticaj vrednosti komponenti pilara na samu njegovu vrednost. Tokom svih analiziranih godina u radu, iznos koeficijenta determinacije ukazuje da je model statistički reprezentativan. Model višestruke regresije 2007. godine različit je u odnosu na ostale godine jer se posmatraju komponente pilara - *prirodni i kulturni resursi*. Porast komponenti - *broj UNESCO lokaliteta kulturne svetske baštine i poslovna briga za ekosisteme* za jedinicu vrednosti utiču na porast vrednosti pilara u proseku za 0,105, odnosno za 0,243, dok komponenta *šteta od ugljen dioksida* prouzrokuje smanjenje vrednosti pilara za 0,856. *Rizik od malarije i žute groznice* trebalo bi da bude što manji, pa promena vrednosti ove komponente za jedinicu vrednosti bitno povećava (0,975) vrednost pilara. *Nacionalno zaštićene oblasti* izražene su procentualno, pa ako se njihova vrednost poveća za 1% to dovodi do neznatnog rasta vrednosti pilara. Za izračunavanje vrednosti pilara - *kulturni resursi* u 2008. godine uzete su komponente *broj UNESCO lokaliteta kulturne svetske baštine, sportski stadioni i broj međunarodnih sajмова i izložbi*. Jedinično povećanje vrednosti *broja UNESCO lokaliteta kulturne svetske baštine i broja međunarodnih sajмова i izložbi* doprinosi porastu vrednosti pilara za 0,19, odnosno 0,014. Komponenta *sportski stadioni* uz povećanje za jedan indeksni poen utiče na povećanje pilara za 0,12. U svim narednim analiziranim godinama, pored prethodno navedenih komponenti, uzima se u obzir i komponenta - *izvoz „kreativne“ industrije*. Ako se prati uticaj komponente broj UNESCO lokaliteta kulturne svetske baštine za 2009, 2011. i 2013. godinu na vrednost pilara, uočava se da pri njenom jediničnom povećanju dolazi do sve manjeg povećanja vrednosti pilara (0,120 - 0,082). Isti je slučaj i sa komponentom broja međunarodnih sajмова i izložbi, čiji porast za jedinicu uzrokuje izuzetno nizak porast vrednosti pilara koji se tokom godina sve više smanjivao. Sportski stadioni, kao komponenta pilara - *kulturni resursi*, uz uvećanje za jedan indeksni poen izazivaju porast vrednosti pilara približno za 0,1 u svim preostalim analiziranim godinama. Povećanje izvoza proizvoda „kreativne“ industrije od 2009. do 2013. godine za 1% bitno utiče na porast vrednosti pilara - *kulturni resursi*. Najuticajnije komponente na vrednost pilara prema rezultatima dobijenim višestrukom regresijom za odabrani vremenski interval jesu sportski stadioni i izvoz „kreativne“ industrije. Kako bi se poboljšala vrednost pilara - *kulturni resursi*, a time i mesto na svetskoj rang listi prema konkurentnosti u sektoru turizma i putovanja, u Srbiji bi trebalo povećati kapacitet sportskih stadiona i započeti sa izvozom proizvoda „kreativne“ industrije.

Sprovođenjem klaster analize ispitana je međuzavisnost više promenljivih sa ciljem klasifikovanja u grupe na osnovu njihove sličnosti prema nizu posmatranih karakteristika. Grupisanje komponenti pilara - *kulturni resursi* izvršeno je u tri klastera za svaku od godina zasebno. U 2007. godini najveći broj analiziranih zemalja našao se u prvom klasteru u kome su svrstane zemlje koje najveću prednost među posmatranim komponentama daju riziku od

malarije i žute groznice. Svega jedna zemlja je svrstana u drugi klaster koji ističe komponentu broj UNESCO lokaliteta kulturne svetske baštine. U treći klaster klasifikovane su dve zemlje (Bosna i Hercegovina i Albanija). Strukturu pilara - *prirodni i kulturni resursi* u 2007. godini čine drugačije komponente nego li u sledećim godinama, pa su i dobijeni podaci klaster analize dijametralno različini u odnosu na naredne godine. Za 2008. godinu karakteristično je da je od devet analiziranih zemalja samo jedna zemlja (Mađarska) u drugom klasteru koji pridaje važnost broju UNESCO lokaliteta kulturne svetske baštine i broju međunarodnih sajmova i izložbi. U prvom klasteru klasifikovano je šest zemalja kod kojih je kapacitet sportskih stadiona, kao komponenta pilara - *kulturni resursi*, bila izražena. Ostale dve zemlje (Hrvatska i Slovenija) pripadaju trećem klasteru. Kao i prethodne godine, Mađarska je 2009. godine u drugom klasteru koji ima nepromenjene odlike. Takođe, Hrvatska i Slovenija su u trećem klasteru u kome je uticajna komponenta kapacitet sportskih stadiona dok su sve ostale zemlje u prvom klasteru. Identična situacija je bila 2011. godine kada nije došlo do promene sastava ni jednog od klastera. Klaster analiza za 2013. godinu pokazuje da se većina analiziranih zemalja nalazi u trećem klasteru koji obuhvata zemlje koje imaju maksimalnu vrednost za komponentu kapacitet sportskih stadiona. Mađarska je kao i svih ranijih godina u drugom klasteru, a u prvom klasteru su tri zemlje (Hrvatska, Slovenija i Srbija). Zapaža se da je Mađarska tokom svih godina vodeća po broju UNESCO lokaliteta kulturne svetske baštine i broju međunarodnih sajmova i izložbi što je i odvaja u poseban klaster. Ostale zemlje menjale su klaster kome pripadaju u zavisnosti od ocenjene konkurentnosti komponenata.

Zaključak

Sektor turizma, u savremenim uslovima života, ima značajan doprinos ekonomskom razvoju u mnogim zemljama. Njegov doprinos je značajan za razvoj privrede, ali uvek postoji i potencijal za unapređenje i poboljšanje. Od turizma se očekuje da bude interdisciplinarnan, kombinujući različite faktore koji utiču na rast. Za uspešnost turizma neophodno je razvijati turistički atraktivne destinacije koje su konkurentnije i u mogućnosti su da privuku veliki broj turista. Kako bi kreatori politike razvoja turizma bili u mogućnosti da strategijskim aktivnostima usmeravaju dalji razvoj turističkog sektora, neophodna je benčmarking analiza, odnosno upoređivanje sa dostignutim nivoom razvijenosti ovog sektora u drugim zemljama. Zbog toga je poznavanje dostignutog nivoa konkurentnosti sektora turizma, kao i analiza faktora koji determinišu njegovu konkurentnost od izuzetne važnosti. U svrhu merenja konkurentnosti neke destinacije, razvijen je od strane Svetskog ekonomskog foruma Indeks konkurentnosti putovanja i turizma. Na osnovu analize TTCI, zemlje su u mogućnosti da procene svoje performanse u odnosu na ostale zemlje sveta i identifikuju sopstvene slabosti i mogućnosti za unapređenje razvoja.

Ljudski, kulturni i prirodni resursi predstavljaju subindeks u okviru Indeksa konkurentnosti putovanja i turizma od koga u velikoj meri zavisi ukupna konkurentnost turističkog sektora svake zemlje. Kulturni resursi jesu pilari u okviru ovog subindeksa koji je predmet posebnog interesovanja u ovom radu. Stavljanjem akcenta na kulturne resurse mnoge zemlje ostvaruju koristi od turizma. U Srbiji kulturni turizam još nije našao mesto u svrsishodnijim istraživanjima, kao ni u osmišljavanju strateških razvojnih planova, iako postoje kulturni resursi od međunarodnog značaja. Za poboljšanje konkurentnosti turističkih destinacija u Srbiji u pogledu kulturnih resursa, kao pilara TTCI, zaključak do kog se došlo ovim istraživanjem ukazuje na to da bi trebalo organizovati što veći broj međunarodnih sajmova i izložbi, sportskih događaja i podsticati „kreativnu“ industriju kako bi njeni proizvodi učestvovali u što većem procentu u ukupnom svetskom izvozu proizvoda ove industrije.

Grupa posmatranih zemalja Jugoistočne Evrope, nakon izvršene klaster analize, prilično je homogena prema karakteristikama kulturnog turizma. Jedino se izdvajaju Hrvatska i Slovenija koje čine poseban klaster i Mađarska koja se izdvaja od ostalih zemalja prema broju UNESCO lokaliteta kulturne svetske baštine i broju međunarodnih sajmova i izložbi. Srbija, Makedonija, Bugarska, Albanija i Bosna i Hercegovina su prilično homogene prema osnovnim komponentama pilara – *kulturni resursi*. Bez obzira na značajan potencijal u pogledu kulturnih resursa postoji potreba bitnog i kontinuiranog unapređenja svake od komponenti u cilju dostizanja višeg nivoa atraktivnosti i konkurentnosti.

Literatura

- Berberoglu, N. C. (1988) Economic Development Tourism, Eskisehir Anadolu University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal 2: 207–218.
- Cimat, A., Bahar, O. (2003) Arrange the location and importance of the tourism sector in Turkey in Evaluation Economics, Faculty of Economics Mediterranean Magazine, 6: 1-18.
- Collier, A. (2007) *Principles of Tourism*, Pearson Education New Zealand.
- Cooper, C., Flecher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2008) *Tourism – Principles and Practice*, England: FT Prentice Hall – Financial Time.
- Craigwell, R. (2007) Tourism competitiveness in small island developing state. United Nations University, UNU-WIDER 2007.
- Dwyer L., Kim C.W. (2003) Destination Competitiveness: a Model and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6 (5): 369-413.
- Dwyer, L., Forsyth, P., Dwyer, W. (2011) The travel and tourism competitiveness index as a tool for economic development and poverty reduction. In L. Moutinho (ed.), *Strategic Management in Tourism*, 2nd ed. Wallingford, UK: CAB International, pp. 33-52.

- Echtner, C.M., Ritchie, J.R.B. (2003) The meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*, 14(1): 37-48.
- Grunewald, R., A. (2002) Tourism and cultural revival. *Annals of Tourism Research*, 29 (4): 1004–1021.
- Jovičić, S., Mikić, H. (2006) *Creative industries - Basic facts and policy recommendations for Serbia*, British Council Belgrade.
- ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) (1999) International cultural tourism chapter - Managing Tourism at Places of Heritage Significance, Mexico.
- Mieczkowski Z. (1995), *Environmental issues of tourism and recreation*, University press of America, Maryland.
- Law on cultural properties of the Republic of Serbia, Official Gazette of RS, No. 71/94.
- Moutinho, L. (2011) *Strategic Management in Tourism*. CABI
- National Tourism Organisation of Serbia, <http://www.srbija.travel/kultura/unesco-liste/svetska-kulturna-bastina/> (4.2.2014.)
- New York Archaeological Council standards committee (NYAC), (2000) Guidance for understanding and applying the New York state standards for cultural resource investigations.
- Ritchards, G. (2005) *Cultural tourism in Europe*, CABI, Wallingford.
- Ritchie, J.R.B., Crouch, G.I. (2003) *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*, CABI Publishing.
- The Economist, <http://www.economist.com/> (8.2.2014.)
- The Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD), <http://www.oecd.org/cfe/tourism/Indicators%20for%20Measuring%20Competitiveness%20in%20Tourism.pdf> (1.2.2014.)
- The World Travel & Tourism Council, www.wttc.org (1.2.2014.)
- Tourist Organization of Serbia, World Cultural Heritage, <http://www.srbija.travel/kultura/unesco-liste/svetska-kulturna-bastina/> (25.05.2014)
- Turanli, M., Guneren, E. (2003) Tourism Sector in Demand Forecasting Modeling, *Istanbul Commerce University Magazine*, 6: 1–13.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), <http://whc.unesco.org/> (10.2.2014.)
- World Economic Forum (2007) *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2007: Furthering the Process of Economic Development*, Geneva.
- World Economic Forum (2008) *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2008: Balancing Economic Development and Environmental Sustainability*, Geneva.
- World Economic Forum (2009) *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2009: Managing in a Time of Turbulence*, Geneva.
- World Economic Forum (2011) *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011: Beyond the Downturn*, Geneva.
- World Economic Forum (2013) *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013: Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation*, Geneva.
- World Economic Forum (WEF), www.weforum.org (28.1.2014.)
- World Tourism Organization (UNWTO), www2.unwto.org (30.1.2014.)

ANALYSIS OF CULTURAL RESOURCES OF SOUTHEAST EUROPEAN COUNTRIES AS A FACTOR OF TOURISM COMPETITIVENESS

Abstract: The former role of tourism in terms of provision of accommodation and food has become outdated. Tourist offer increasingly includes additional activities, such as visits to various tangible and intangible cultural sites, and events that tourists perceive visually. In the contemporary tourism trends, cultural resources of Southeast European countries have become an important factor that maintains the competitiveness under conditions of the growing competition on a world scale. Cultural resources directly affect tourism, but there is also an inverse relationship reflected in the impact of tourism on cultural resources that are becoming an important factor for the choice of tourist destinations. The subject of this paper is to review the contribution of cultural resources to the development of tourist destinations with the help of the analysis of elements of Travel and Tourism Competitiveness Index – TTCI.

Keywords: cultural resources, competitiveness, tourism, TTCI, the Southeast European countries.