

NEMATERIJALNO KULTURNO NASLEĐE KAO TURISTIČKI ATRAKTOR – CASE STUDY OF SREMSKA MITROVICA

Tamara Gajić¹, Dragan Vukolić², Katarina Stojanović³

Originalni naučni rad

UDK: 338.48-6:7/8(497.113)

Apstrakt

Nematerijalno kulturno nasleđe se ispoljava kroz različite običaje, muziku, igru, mitove, priče, duhovne aspekte i vrednosti zajednica i jedan je od glavnih faktora za razvoj turističke destinacije. Zbog velikog interesovanja turista za kulturne vrednosti, autori rada su pristupili istraživanju sve aktuelnije svetske teme a koja se tiče upravo nematerijalnih vrednosti kao atraktora u određenoj destinaciji. Rad se bavi istraživanjem stavova posetilaca o tome da li nematerijalno kulturno nasleđe može da bude atraktor i u kojoj meri, za privlačenje turista u Sremskoj Mitrovici. Korišćen je SPSS programski softver, verzija 23.00, te je predstavljena deskriptivna analiza ajtema kvaliteta. Rezultati pokazuju da je prosečna ocena poznavanja ispitanika o ponudi turističke destinacije na zadovoljavajućem nivou i da većina ispitanika smatra da Sremska Mitrovica ima veliki potencijal kao turistička destinacija u Republici Srbiji. Rezultati takođe pokazuju da je nematerijalno kulturno nasleđe jedan od ključnih motiva ili atraktora u izboru turističke destinacije.

Ključne reči: *nematerijalno kulturno nasleđe, turizam, Sremska Mitrovica*

JEL: *Z190,Z320,M31*

¹ Vanredni profesor, dr Tamara Gajić, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd Republika Srbija, Univerzitet za poslovne studije, Fakultet za turizam i hotelijerstvo, Banja Luka Republika Srpska - Bosna i Hercegovina, Senior Researcher at the Department of the Tourism and Socio - Cultural Service at the Institute of Sport, Tourism and Service, South Ural State University, Russian Federation, E-mail: tamara.gajic.1977@gmail.com

² Asistent, mast. Dragan Vukolić, Univerzitet za poslovne studije, Fakultet za turizam i hotelijerstvo, Jovana Dučića 23a, Banja Luka Republika Srpska - Bosna i Hercegovina, student doktorskih studija Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam, Vrnjačka Banja Republika Srbija, E-mail: vukolicd@yahoo.com

³ Docent, dr Katarina Stojanović, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam, Vojvođanska 5a, Vrnjačka Banja Republika Srbija i Internacionalni univerzitet u Novom Pazaru, E-mail: kina.ep@gmail.com

Uvod

Nematerijalno kulturno nasleđe postaje sve važnije kao turistička motivacija. Turiste sve više zanimaju različite kulture, izvođačke umetnosti, zanati, rituali, gastronomija i tumačenja prirode i univerzuma. Najrazvijenije zemlje sveta promovišu svoje kulturno nasleđe u svrhu razvoja turističke industrije i ulažu velike napore u promociju. Nematerijalno kulturno nasleđe čine sva nematerijalna kulturna dobra koja pripadaju jednom narodu, njegovoj kulturi i koja su nastala u prošlosti. Nematerijalna dobra su se prenosila sa generacije na generaciju, najčešće usmenim putem. Obimna literatura o tehnikama imenovanja mesta, zaštite polja, životinja i drugih reproduktivnih prostora i sredstava, obeležavanje smene godišnjih doba i poljoprivrednih ritmova, nalaženje odgovarajućeg mesta za nove kuće i bunare, otvaranje granica zapravo dokumentuje socijalizaciju prostora i vremena, tj. zapis o prostorno-vremenskoj proizvodnji lokalnosti (Apaduraj, 2011). Poslednjih godina značajna pažnja posvećena je fundamentalnoj dijalektici između vremena i prostora u okviru proučavanja pejzaža i mesta (Moore, Whelan, 2007). Baština sama po sebi nije relikv prošliosti, već je sve više instrumentalno polje u upravljanju održivim razvojem i dobrobiti zajednica, vrlo često kroz turizam (Dragičević-Šešić, Rogać-Mijatović, 2014). Mora se istaći, da razvoj jedne turističke destinacije, bez značajnih nematerijalnih nasleđa i adekvatne promocije ne postoji. Smatra se da nematerijalna kulturna baština jeste jedna od najvažnijih i najopsežnijih komponenata turizma. Zahvaljujući važnim istorijskim ličnosti i događajima iz prošlosti, nasleđe se posmatra kao deo kulturne tradicije jednog društva. S druge strane, koncept turizma je stvarni oblik moderne svesti i ona je fundamentalna i dinamična u svojoj stalnoj interakciji sa nematerijalnim kulturnim nasleđem. Dakle, koncept turizma zasnovan na nematerijalnoj kulturi i nasleđu je neprocenjiv za razvoj turističke destinacije (Filipović, 2018). Savremeno doba stvara mogućnosti da se društvene, materijalne i duhovne potrebe ljudi optimalno razvijaju po svom kvantitetu i kvalitetu. Rasprostranjeno je mišljenje teoretičara da su turističke aktivnosti te, koje već uveliko imaju poseban tretman, jer se kao opšti i neizostavni segmenti života savremenog čoveka smatraju pokretačkim faktorom razvoja privrede i društva (Gajić i sar.2010, Gajić i sar.,2018).

Sremska Mitrovica leži na ostacima Rimskog grada Sirmijuma koji je bio jedan od četiri ključna grada u Rimskom carstvu. Grad predstavlja značajni istorijski i arheološki lokalitet a pored nevedenog u ovom gradu koji prema poslednjem popisu stanovništva ima oko 40.000 stanovnika, živi preko dvadeset nacionalnosti. Svaka od nacionalnosti ima svoje običaje, kulturu i tradiciju koja može da se iskoristi za razvoj turizma u ovom gradu. Autori rada

su izvršili istraživanje na prostoru Sremske Mitrovice i okoline u periodu od 1. do 31. decembra 2020. godine, na ukupnom uzorku od 279 ispitanika, sa ciljem da se utvrdi značaj materijalnog kulturnog nasleđa kao atraktora u privlačenju turista u slučaju destinacije grada Sremska Mitrovica. Korišćen je SPSS programski softver, verzija 23.00, te deskriptivna analiza za ispitivanje stepena kvaliteta usluga. Jednosmernom analizom varijanse ustanovljena je razlika u stepenu izraženosti stava posetilaca uticaju nematerijalnog kulturnog nasleđa kao atraktora za posetu turističke destinacije između ispitanika iz različitih kategorija pola i starosne dobi. Rezultati nesumnjivo potvrđuju pozitivan stav ispitanika o značaju nematerijalnog kulturnog nasleđa za razvoj jedne turističke destinacije. Autori su se služili detaljnom analizom savremene literature i istraživačkih saznanja o datoj i aktuelnoj tematici, čime se uvećava značaj i ozbiljnost istraživačkog dela i celokupnog sadržaja. Rad obiluje veoma interesantnim podacima i činjenicama, sa aktuelnom istraživačkom tematikom u svetu, koja je do sada veoma slabo obrađivana u Srbiji, te stoga dobija više na svom društvenom značaju. Na osnovu istraživačkih podataka i dobijenih rezultata, biće moguće sagledati realno trenutno stanje u Sremskoj Mitrovici po pitanju motivisanosti turista da posete ovu destinaciju. Takođe, biće moguće sagledati i stavove lokalnog stanovništva po pitanju zainteresovanosti da učestvuju u razvoju Sremske Mitrovice kao turističke destinacije. Shodno tome, moguće je vršiti slična i šira istraživanja na datu tematiku, te konstruisati strateške planove budućeg razvoja jedne turističke destinacije kroz promociju nematerijalnog kulturnog nasleđa. Autori su se oslanjali na slična istraživanja. Narodno stvaralaštvo u Srbiji kao deo nematerijalnog kulturnog nasleđa može da bude turistički brend i da se prezentuje na brojnim manifestacijama što se povezuje sa kulturnim turizmom (Bjeljajac, Terzić, Lović, 2015). Rezultati rada (Bjeljajac, Terzić, Lović, 2015) prikazuju da bogato kulturno nasleđe predstavlja značajan deo nacionalnog i kulturnog identiteta. Identitet je centralni element fenomena turizma baštine na nacionalnim, regionalnim, lokalnim i sličnim nivoima. Sećanje i način na koji se obeležava prošlost često određuju nacionalnostii etničke identitete (Timothy, 2011). Slično tome, lične veze sa kulturnim mestima,istorijskim događajima ili poznatim ličnostima mogu pomoći u oblikovanju sopstvenih ličnih, porodičnih ili kulturnih identiteta (Timothy, Ron, 2013).

Pregled literature

U tehnološki dirigovanoj civilizaciji u kojoj postoje mnogi razorni, nehumani i samouništavajući elementi, ima puno smisla posvetiti jedan deo svojih misli kulturnoj vrednosti nasleđa (Kurtović- Folić, 2014).

Kultura predstavlja jedan od faktora turističke ekonomije a to je deo koji počiva na kulturnim vrednostima ili dobrima kao motivima za turistička putovanja. Turizam se može posmatrati sa tri tačke gledišta. Prvo, turizam je socijalni fenomen, a ne proizvod aktivnosti. Drugo, turizam je zbir troškova svih putnika ili posetioca za sve njihove potrebe, a ne samo za određene statusne grupe ili grupe sa sličnim interesima, odnosno potrebama. Treće, turizam je proces doživljavanja, ne proizvoda, već bogatstvo različitih iskustava (Rodzi, Zaki, Subli, 2013). Stoga je kulturni turizam definisan kao specifičan oblik održivog turizma ili kao poseta turista koji su motivisani njihovim interesovanja za istorijske, umetničke, naučne ili zanatske proizvode i lokalnu ponudu zajednica (Milić, 2014). Međutim, upravljanje kulturnim nasleđem je mlad fenomen čija je tendencija u mnogim zemljama bila da se koncentrišu na baštinski resurs ili imovinu kao centralni element u procesu menadžmenta (DuCros, 2001). Danas postoji trend sve većeg interesovanja za proizvode kulturnog turizma u svetu. Očekuje se da će tržište kulturnog turizma biće jedan od pet vodećih segmenata turističkog tržišta u budućnost (Alberti&Giusti, 2012). Rast kulturnog turizma ogleda se u finansijskim pokazateljima. Procenjuje se da kulturni turisti troše trećinu više nego što prosečni turisti troše, zbog čega je kulturni turizam svrstan među deset najvažnijih i najdinamičnijih turističkih grana a sve veća proizvodnja kulturnih aktivnosti utiče na povećanje njegove konkurentnosti (Krasojević & Đorđević, 2015). Tako rastući trend interesovanja za kulturni turizam pruža priliku za kulturno nasleđe i kao resurs može da postane održiv, donoseći koristi lokalnoj i široj zajednici, sa preduslovom za njegovo očuvanje (Filipović, 2018). Kulturni turizam postaje sve važniji oblik turizma sa višestrukim pozitivnim implikacijama na socio-ekonomski plan, pruža finansijsku podršku za očuvanje, revitalizaciju i promociju dobara kulturne baštine (Krivošejev, 2014). To doprinosi finansijskoj i organizacionoj nezavisnosti ustanova kulture i organizacije, kao i proces decentralizacije kulture. Kulturni turizam ima značajan finansijski efekat na razvoj ekonomije mnogih zemalja, posebno zemalja u razvoju. Pored materijalnih efekata kulturnog turizma, nematerijalni efekti kao što su razvijanje svesti i briga o sopstvenim kulturnim vrednostima važan segment za kulturni identitet i pozitivnu sliku o zajednici. Prema UNESCO, koncept kulturnog nasleđa uključuje nekoliko kategorija (Krasojević & Đorđević, 2015.):

- materijalno nasleđe (pokretno kulturno nasleđe - slike, skulpture, rukopisi, novčići itd.);

- nepokretno kulturno nasleđe (spomenici, arheološka nalazišta itd.) i podvodno kulturno nasleđe (olupine brodova, podvodne ruševine i gradovi itd.);
- nematerijalna kulturna nasleđe (usmena tradicija, muzika, ples, rituali itd.);
- prirodno nasleđe (prirodni pejzaži sa kulturni motivi itd.); nasleđe oružanih sukoba.

Širi pogled na strukturu i sadržaj kulturnog nasleđa uključuje klasifikaciju nasleđa u materijalno i nematerijalno (Herz&Arnegger, 2016). Unutar materijalnog nasleđa, tu su: vojne atrakcije (spomen groblja, spomen obeležja, vojne zgrade itd.), darkattractions (mesta terorističkih napada i masovnih ubistava, kampovi, zatvori); istorijske znamenitosti (istorijski gradovi, obnovljene obale, sela, seoska naselja), arheološka nalazišta / istorijska zgrade (drevni ostaci, arheološka nalazišta, dvorci, crkve, istorijske zgrade, muzeji), industrijske atrakcije (pristaništa, železnice, rudnici, kamenolomi, fabrike), verske atrakcije (crkve, katedrale, planine, reke, pećine, hramovi). Nematerijalno nasleđe čine: umetnost (umetnička tradicija, ručne veštine, ishrana, gastronomija), jezik (jedinstven jezici, muzika), nacionalni običaji (odeća, poljoprivreda, ponašanje, folklor, priče i legende), muzika i scenske umetnosti (plesovi, muzika, opera), religija (verovanja, prakse i rituali, ceremonije), sport, festivali i svečanosti (etnički festivali, festivali hrane, verske ceremonije) (Filipović, 2018).

Savremeno poslovanje zahteva promenu turističkog proizvoda, a samim tim i promenu turističkog tržišta na kojem kulturno nasleđe postaje jedan od osnovnih faktora atraktivnosti turističke destinacije. Tokom proteklih nekoliko godina, međudnos turizma i kulture je privukla značajnu pažnju i s pravom je postala ključna tačka za kulturnu politiku na regionalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou (Isaković, 2016). Turizam je susret ljudi i prirode, ali takođe i susret između materijalnog i zamišljenog prostora (Moore, Whelan, 2007). Granicu destinacije treba da odredi tržište, bez obzira na administrativne granice određenog prostornog područja koje posećuju turisti (Jovičić, 2013). Danas postoji veliki broj mesta kulturnog i istorijskog nasleđa u gotovo svim urbanim i ruralnim oblastima.

Termin „kulturni turizam“, koji se koristi naizmjenično sa terminima „turizam i nasleđe“ ili „etnički turizam“, nudi turistima pomenute kulturne atrakcije nasleđa. Pored svega navedenog, Australijska savezna vlada opisuje baštinski turizam kao „prihvatanje potpunog iskustva koje posetioci mogu da osete kako bi naučili po čemu je određena destinacija prepoznatljiva - način života

domaćeg stanovništva, nasleđe odredišta, umetnost, gostoprimstvo i način pružanja usluga (Rodzi, Zaki, Subli, 2013).

Stoga nematerijalno kulturno nasleđe mora biti izvor emocija za turiste, mora im pružiti određeno iskustvo. Osim mnogih pozitivnih efekata turizma na kulturno nasleđe, neizbežni su i negativni uticaji.

Turizam može fizički negativno uticati na kulturno nasleđe, pa na nekim destinacijama turisti nisu poželjni jer previše traže autentično kulturno iskustvo koji mogu otvoriti vrlo osetljive lokacije za opasan masovni turizam (Filipović, 2018).

Inovativni kulturni i turistički proizvodi obogaćuju osnovni proizvod, odnosno odredišni brend, povećaće potrošnju, dužinu boravka turista i zadovoljstvo njihovim ostankom. Rezultat takvih kretanja je ponovna poseta turista, što dovodi do stimulacije potražnje destinacija, stvarajući mogućnosti za razvoj novih tržišnih segmenata (Chhabra, Healy, Sills, 2003). Razvoj kulturnog turizma u budućnosti zavisice od kvalitet kulturnih resursa ali i uticaće na njihovo očuvanje. Može se zaključiti da kultura prima dodatni izvor prihoda od turizma. Postoji potreba za profesionalnijim upravljanjem i promocijom kulturnog nasleđa, bolja kontrola korišćenja kulturnih potencijala, bolji odnos prema stvaranju i održavanju kultura među lokalnim stanovništvom, a samim tim i bolja slika o turističkoj destinaciji (Filipović, 2018; Vukolić, 2020). Postoje mnoga istraživanja u svetu koja pokazuju svojim rezultatima da nematerijalna dobra čine ključne atraktore u razvoju turizma.

Danas je Sremska Mitrovica jedna od razvijenijih opština Vojvodine i Srbije i značajan administrativni, privredni, kulturni i obrazovni centar Srema. Grad Sremska Mitrovica sa prigradskim naseljima Laćarkom i Mačvanskom Mitrovićom, broji preko 60 hiljada stanovnika. Opština se prostire na 730 km² sa 26 naseljenih mesta i u njoj živi više od 100.000 stanovnika. Na reci Savi podignut je impozantan pešački most koji spaja gradska jezgra Sremske i Mačvanske Mitrovice. Izuzetno povoljan geografski položaj grada uslovljen je i blizinom autoputa, međunarodne železničke pruge, aerodroma „Nikola Tesla“, sportskog aerodroma, kao i činjenicom da grad leži na reci Savi koja ga svojim plovnim putem povezuje sa značajnim odredištima širom evropskog kontinenta. (Istorija Sremske Mitrovice, 2011; Jeremić, 2016; Vukolić, 2020).

Autori rada su svojim istraživanjem doprineli širem društvenom i naučnom značaju. Tema istraživanja je aktuelna u svetu, ali nije toliko u Srbiji. Istraživanje može da doprinese svojim rezultatima značajnijim istraživanjima, na osnovu kojih bi se uočile greške u poslovanju, te pristupilo strateškim

merama za unapređenje jedne turističke destinacije koja je bogata nematerijalnim kulturnim nasleđem.

Metodologija istraživanja

U odnosu na prirodu istraživanja analizirana je postojeća literatura, dokumentacija, te sagledani relevantni podaci iz dostupnog materijala. Svi dobijeni podaci analizirani su u programskom softveru SPSS, verzija 23.00. Za izračunavanje prosečnih ocena po pitanjima i po determinantama kvaliteta primenjena je deskriptivna statistička analiza (aritmetička sredina i standardna devijacija) te su rezultati prikazani u tabeli. Korištena je ANOVA ili analiza varijanse, koja se sastoji u ispitivanju varijabiliteta aritmetičkih sredina iz više slučajno odabranih uzoraka, pri čemu se ukupan varijabilitet (ukupna varijansa) razdvaja na sastavne delove, odnosno na varijabilitet koji nastaje usled uticaja primenjenog tretmana i na slučajan varijabilitet. Autori su krenuli od hipoteza:

H_0 - ne postoji statistički značajna razlika aritmetičkih vrednosti u stavu, između ispitanika različitih demografskih kategorija pola i obrazovanja o uticaju nematerijalnog kulturnog nasleđa na razvoj turizma u Sremskoj Mitrovici.

H_1 - postoji statistički značajna razlika aritmetičkih vrednosti u stavu, između ispitanika različitih demografskih kategorija pola i obrazovanja o uticaju nematerijalnog kulturnog nasleđa na razvoj turizma u Sremskoj Mitrovici.

Rezultati istraživanja i diskusija

Kategorijalne varijable (obeležja) prikazane su relativnom (%) frekvencijom. Centralna tendencija numeričkih obeležja prikazana je aritmetičkom sredinom (m) a rasipanje standardnom devijacijom (sd). Raspodela frekvencija numeričkih obeležja ispitana je pokazateljima zakrivljenosti ($skewness$) i izduženosti ($kurtosis$). S obzirom na to da su sve varijable normalno distribuirane, korišćene su metode parametarske statistike. Za ispitivanje razlika aritmetičkih sredina više uzoraka, jedne kategorijalne varijable sa više modaliteta i druge varijable intervalnog nivoa, korištena je jednosmerna analiza varijanse. Izabrani nivo značajnosti je 0,05. Uopšteno govoreći, instrument pokazuje zadovoljavajuće merne karakteristike. Pouzdanost je određena Krombahovim alfa koeficijentom. Unutrašnja pouzdanost korišćenog upitnika je 0.80 (Krombahov alfa koeficijent $\alpha = 0.867$, sa standardizacijom $\alpha = 0.863$).

Tabela 1. daje uvid u demografske karakteristike učesnika istraživanja. U najvećem procentu učešće su uzele žene sa 57,3%, dok je od ukupnog broja

ispitanika bilo 42,7% muškaraca. Kada se posmatra starosna dob, uočava se da je najveći procenat učesnika bio u intervalu između 31 i 45 godina života (32,6%), zatim njih 27,6% od 18-30 godina, te 23,3% od 46-59 godina i preko 60 godine starosti ukupno 16,5% ispitanika.

Tabela 1. Demografske karakteristike učesnika istraživanja

Kategorija	Procentualne vrednosti (%)			
	Muški		Ženski	
Pol	N	%	N	%
		119	42,7	160
Starosna dob	18-30 god.	31-45 god.	46-59 god.	60 i više god.
	27,6	32,6	23,3	16,5
Stepen obrazovanja	Osnovna škola	Srednja škola	Visoka škola ili fakultet	Master ili doktorske studije
	0	39,4	56,6	3,9
Nivo zarade u dinarima	do 30.000	od 30.000 do 50.000	od 50.000 do 80.000	više od 80.000
	16,1	27,2	37,6	19

Izvor: istraživanje autora

Od ukupnog broja učesnika anketnog istraživanja njih 39,4% ima završenu srednju školu zatim 56,6% završen fakultet ili visoku školu te oko 3,9% ima master ili doktorsku diplomu, dok sa osnovnom školom nije zabeležen nijedan učesnik istraživanja. Što se tiče nivoa zarade, najveći procenat njih ima prosečnu zaradu 50.000 do 80.000 dinara (37,6%), dok najmanje ispitanika ima zaradu preko 80.000 dinara i to svega 19%.

Tabela 2: Deskriptivna analiza ajtema informisanosti ispitanika

Ajtem	m	sd
Poznavanje termina nematerijalno kulturno nasleđe	1,35	0,479
Poznavanje istorijskog naziva grada Sremska Mitrovica	1,94	0,552
Mišljenje o promovisanosti naziva grada u javnosti	1,90	0,296
Priče iz Rimskog carstva mogu da privuku turiste.	4,69	0,629
Arheološka nalazišta mogu da privuku turiste	1,00	0,000
Jela pripremana u doba Rimskog carstva mogu da privuku turiste.	1,03	0,157
Običaji lokalnog stanovništva mogu da privuku turiste	1,03	0,157
Savremena gastronomija može da privuče turiste	1,05	0,211
Običaji vertepa mogu da privuku turiste	1,03	0,157
Pešački most može da privuče turiste	1,03	0,157
Lokalni spomenici mogu da privuku turiste	1,03	0,157
Festivali mogu da privuku turiste	1,03	0,157

*N = ukupan broj ispitanika; m = aritmetička sredina; sd = standardna devijacija

Izvor: istraživanje autora

Ispitanici su imali priliku da se izjasne po pitanju poznavanja grada Sremska Mitrovica te su mogli sami da ocene potencijale Sremske Mitrovice kao turističke destinacije. Prosečan broj ispitanika poznaje osnovne informacije o turističkoj destinaciji ($m=1,94$; $sd=0,552$). Najveću prosečnu ocenu imao je ajtem koji se odnosi na to da legende i priče iz doba Rimskog carstva mogu da doprinesu da destinacija može da privuče više turista ($m=4,69$; $sd=0,629$). Nešto manju ocenu je dobio ajtem koji se odnosi na to da gastronomija može da doprinese povećanom broju turista ($m=1,05$; $sd=0,211$). Veoma sličnu procenu su dobili ajtemi koji se odnose na to da festivali, lokalni spomenici, pešakći most, lokalni običaji i običaji vertepa mogu da doprinesu privlačenju turista ($m=1,03$; $sd=0,157$).

Tabela 3: ANOVA test za varijable

	N	m	sd	95% Confidence Interval for Mean	
				Lower Bound	Upper Bound
Srednja škola	110	1,21	0,526	1,11	1,31
Visoka škola ili fakultet	158	1,02	0,177	0,99	1,05
Master ili doktorska diploma	11	1,45	0,688	0,99	1,92
Ukupno	279	1,11	0,396	1,06	1,16

*N =broj ispitanika, m= aritmetička sredina, sd= standardna devijacija

Izvor: istraživanje autora

Prosečnu ocenu koju su dali učesnici iz kategorije srednje škole, za ajtem nematerijalno kulturno nasleđe kao motiv za turistu za turističku destinaciju Sremska Mitrovica iznosila ($m=1,21$; $sd = 0,526$). Zatim iz kategorije ispitanika koji imaju završenu visoku školu ili fakultet ($m=1,02$; $sd = 0,177$). Najveću vrednost aritmetičke sredine ima kategorija postdiplomskih, master ili doktorskih studija, gde je vrednost aritmetičke sredine iznosila ($m=1,45$; $sd = 0,688$).

Tabela 4. Test homogenosti varijanse

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
51,363	2	276	,000

$p<0,05$ statistički značajno (sig)

Izvor: istraživanje autora

Da bi se pristupilo statističkoj analizi varijanse, kojom se ispituje efekat nezavisne varijable stepen obrazovanja, na zavisnu varijablu nematerijalno kulturno nasleđe kao motiv za turistu za turističku destinaciju Sremska

Mitrovica, potrebno je sagledati da li su ispunjeni preduslovi za datu analizu. Jedan od preduslova jeste i ispitivanje homogenosti varijanse, koja je prikazana u tabeli 4. Uočava se da je ispunjen preduslov, jer je statistička značajnost u Leveneovom testu homogenosti $p < 0,05$ ($p = 0,00$).

Tabela 5. Analiza varijanse ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.(p)
Between Groups	3,694	2	1,849	12,790	,000
Within Groups	39,861	276	,144		
Total	43,556	278			

$p < 0,05$ statistički značajno

Izvor: istraživanje autora

Jednosmerna analiza varijanse pokazuje da postoji statistički značajna razlika u stepenu izraženosti stava da nematerijalno kulturno nasleđe jeste motiv za turistu u turističkoj destinaciji Sremska Mitrovica, u odnosu na različite kategorije obrazovanja ($F = 12,790$, $p = 0,000$). PostHoc test (TukeyHSD), pokazuje da pojedinci sa najvišim stepenom obrazovanja ili postdiplomskim obrazovanjem, značajno više smatraju da nematerijalno kulturno nasleđe jeste motiv za turistu, za turističku destinaciju Sremska Mitrovica u odnosu na ostale grupe iz kategorije obrazovanja.

Tabela 6. Post Hoc test

PostHoc test	Obrazovanje	N	Subset for alpha = 0.05	
			1	2
Tukey HSD ^{a,b}	Viša škola ili fakultet	158	1,02	
	Srednja škola	110	1,21	
	MSc ili PhD	11		1,45
	Sig.		,147	1,000
Means for groups in homogeneous subsets are displayed.				
a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 28,214.				
b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.				

Izvor: istraživanje autora

Tabela 6 daje uvid u rezultate TukeyHSD, testa, gde se može videti da ispitanici iz kategorije postdiplomske studije imaju najjače izražen stav prema činjenici da nematerijalno kulturno nasleđe može da bude glavni motiv za turistu, za turističku destinaciju Sremska Mitrovica. Potvrđena je alternativna hipoteza H1 da postoji statistički značajna razlika aritmetičkih vrednosti u stavu, između ispitanika različitih modaliteta demografske kategorije

obrazovanja, o uticaju nematerijalnog kulturnog nasleđa na razvoj turizma u opštini Sremska Mitrovica.

Zaključak

Nematerijalno kulturno nasleđe grada Sremska Mitrovica, implicira na razvoj same turističke destinacije, te ostvaruje pozitivan učinak na socijalne faktore. Kako se nematerijalno kulturno nasleđe usko vezuje za kulturni turizam smatra se odličnom prilikom da se gostima predstavi tradicija nekog kraja, gostoljubivost i istorija naroda kao i gastronomska ponuda kako Rimskog carstva u prošlosti, tako i savremene gastronomije lokalnog stanovništva. Međusobnom koordinacijom, kooperacijom i partnerstvom među lokalnim institucijama kao što je Turistička organizacija grada, lokalna samouprava grada Sremska Mitrovica i lokalnog stanovništva treba da se postignu maksimalni učinci u funkcionisanju kulturnog turizma pomenutih atraktora. Autor rada je izvršio anketno istraživanje krajem 2020. godine. Uzorak istraživanja obuhvatio je 279 ispitanika, pripadnika lokalnog stanovništva kao i ispitanika koji ne žive u Sremskoj Mitrovici ili okolini. Cilj istraživanja bio je da se utvrdi značaj nemeaterijalnog kulturnog nasleđa kao atraktora u privlačenju turista u slučaju destinacije grada Sremska Mitrovica, u odnosu na različite obrazovne kategorije i finansijsku situaciju samih ispitanika. Analiza rezultata izvršena je u programskom softveru SPSS, verziji 23.00. Za analizu stepena kvalitete pruženih usluga uporebljena je deskriptivna statistička analiza, dok za utvrđivanje razlika aritmetičkih vrednosti između različitih modaliteta kategorije obrazovanja, korištena je metoda analize varijanse. Rad i istraživanje oslanjali su se na postojeća slična istraživanja na datu tematiku. Turizam je jedna od najrelevantnijih svetskih industrija koja igra ključnu ulogu u razvoju mnogih regiona, a nematerijalno kulturno nasleđe je jedan od glavnih faktora za izbor turističke destinacije, koji je usko povezan faktor sarazvojem turizma određenih destinacija (Alberty, Giusti, 2012). Međutim, autori Bjeljajac Željko, Terzić Aleksandra i Lović Suzana (2015) u svom radu „Nematerijalno kulturno nasleđe u Srbiji“ govore da može da bude brend i da se prezentuje na brojnim manifestacijama što se dovodi u tesnu vezu sa kulturnim turizmom. Da je nematerijalno kulturno nasleđe na jednom nezavidnom nivou, govore i prosečne ocene koje su autori tabelarno izneli u svom istraživanju. Međutim, potvrđena je i alternativna hipoteza da postoje statistički značajne razlike aritmetičkih vrednosti u stavu između ispitanika različitih modaliteta demografske kategorije obrazovanja. Naime, obrazovaniji ispitanici imaju u većoj meri pozitivan stav prema tvrdnji da nematerijalno kulturno nasleđe jeste ili može da bude glavni motiv kod turista za posetu turističke destinacije Sremska Mitrovica. Kada se posmatra Sremska Mitrovica sa istorijskog i geografskog aspekta može se uočiti da je ovo jedna od potencijalno značajnijih turističkih destinacija ne samo na mapi Sremskog okruga

već i čitave Republike Srbije. O integraciji kulturnog turizma i nematerijalnog kulturnog nasleđa u gradu Sremska Mitrovica ne vredi polemisati, ali je zasigurno da razvoj ovog oblika turizma povlači razvoj i celokupne gradske sredine. Kulturna vrednost teži da objedini kreativne napore prošlosti sa savremenim progresom civilizacije (Kurtović- Folić, 2014). U tom cilju je potrebno podizati svest i koristiti ekonomski potencijal kulturnog nasleđa uzimajući u obzir specifičan karakter i interese kulturnog nasleđa prilikom kreiranja ekonomskih politika.

Literatura

1. Alberti, F.G., and J.D. Giusti. "CULTural heritage, tourism and regional competitiveness:the motor valley cluster." *City, Culture and Society*, 2012: 261-273.
2. Apaduraj, A.: "Kultura i globalizacija", Beograd: Biblioteka XX vek, 2011.
3. Bjeljac, T., Terzić, A. & Lović, L. (2015). Nematerijalno kulturno nasledje u Srbiji kao turistički brend [Intangible cultural haritage in Serbia as a tourist brand]. *Geografski institut „Jovan Cvijić“, SANU*, 15, 53-61.
4. Chhabra, D, R Healy, and E Sills. "Staged authenticity and heritage torurism." *Annals of Tourism Research* 30(3), 2003: 702-719.
5. Dragičević-Šešić, Milena, i Ljiljana Mijatović-Rogač. 2014. „Balkan Dissonant Heritage Narratives (and Their Attractiveness) for Tourism.” *American Journal of Tourism Management B*, 3(1B): 10-19.
6. Du Cros, H. "A new model to Assist in planing for Sustainable Cultural Heritage." *International Journal of Tourism Research*, 2001: 165-170.
7. Filipović, N. "Intangible cultural heritage as a motive for chosing the tourist destination Arandelovac ." *Hotel and Tourism Management* , 2018: 53-62.
8. Gajić, T, Penić, M, Vujko, A, Petrović, M.D, (2018). Development Perspectives of Rural Tourism Policy – Comparative Study of Rural Tourism Competitiveness Based on Perceptions of Tourism Workers in Slovenia and Serbia. *Eastern European Countryside*, Vol.24, No.1, pp.144-154
9. Gajić, T., Đurica, N., & Bošković, T. [2010]. Ekonomsko aktiviranje ljudskih resursa u turističkoj privredi - primer Južnobačkog okruga. *Ekonomika poljoprivrede*, 57(1), 61-78.
10. Herz, M, and j Arnegger. "Economic and destiantion image of megaevents in emerging tourist destinations." *Journal of Destination Marketing and Management* , 2016: 76-85.
11. Isaković, S. Menadzment turističkih destinacija. Vrnjačka Banja: Fakultet za hotelijerstvo i turizam , Univerzitet u Kragujevcu, 2016.
12. Istorija Sremske Mitrovice. 2011. <http://tosmomi.rs/o-gradu/istorijat> (accessed 12. 14., 2020).

13. Jeremić, Miroslav. Sirmijum grad na vodi. Beograd: Arheološki institut Beograd, 2016.
14. Jovičić, D. Menadžment turističkih destinacija. Beograd: Geografski fakultet, Univerzitet u Beogradu, 2013.
15. Krasojević, B, and B Đorđević. "Nematerijalno kulturno nasleđe: turistički resurs Srbije." Scientific Conference of IT and Business-Related Research , 2015: 561-565.
16. Krivošejev, V. (2014). Upravljanje baštinom i održivi turizam. Valjevo: Narodni muzej.
17. Krivošejev, V. Upravljanje baštinom i održivi turizam. Valjevo: Narodni muzej, 2014.
18. Kurtović-Folić, Nađa. 2014. „Kulturno nasleđe kao arhitektonski kontekst.” Novi Sad: FTN.
19. Milić, V. "Kulturno istorijsko nasleđe gradske opštine Savski venac kao osnova za razvoj turizma." Menadžment u hotelijerstvu i turizmu, 2014: 85-94.
20. Moore, N., Whelan, Y. Heritage, Memory and the Politics of Identity: New Perspectives on the Cultural Landscape, Routledge, 2007.
21. Rodzi, M. N. I, S. A. Zaki, and S. H. M. S. Subli. Between Tourism and Hanoi: AcE-Bs Hanoi ASEAN Conference on Environment Behaviour Studies "Cultural Sustainability in the Built and Natural Environment"., 2013.
22. Timothy, D. J. (2011). Cultural heritage and tourism: An introduction. Bristol: Channel View.
23. Timothy, D. J., & Ron, A. S. (2013). Understanding heritage cuisines and tourism: Identity, image, authenticity, and change. Journal of Heritage Tourism, 8(2–3), 99–104.
24. Vukolić, Dragan. "Gastronomski proizvodi u funkciji razvoja različitih oblika turizma u Sremskom okrugu. doi:10.5937/OdrRaz2002041V." Održivi razvoj, 2020: 41-54.

INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE AS A TOURIST ATTRACTOR - CASE STUDY OF SREMSKA MITROVICA

Tamara Gajić⁴, Dragan Vukolić⁵, Katarina Stojanović⁶

Abstract

Intangible cultural heritage is manifested through various customs, music, games, myths, stories, spiritual aspects, and values of communities and is one of the main factors for the development of a tourist destination. Due to the great interest of tourists in cultural values, the authors of the paper approached the research of an increasingly current world topic that concerns intangible values as an attraction in a particular destination. The paper deals with the research of visitors' attitudes about whether intangible cultural heritage can be an attractor and to what extent, for attracting tourists to Sremska Mitrovica. Used SPSS software, version 23.00, and a descriptive analysis of the quality item were presented. The results show that the average assessment of the respondent's knowledge of the offer of a tourist destination is at a satisfactory level and that the majority of respondents believe that Sremska Mitrovica has great potential as a tourist destination in the Republic of Serbia. The results also show that intangible cultural heritage is one of the key motives or attractors in choosing a tourist destination.

Key words: *intangible cultural heritage, tourism, Sremska Mitrovica*

Datum prijema (Date received): 12.03.2021

Datum prihvatanja (Date accepted): 10.05.2021

⁴ Associate professor Tamara Gajić PhD, University of Singidunum, Faculty of Tourism and Hospitality Management, Belgrade, Republic of Serbia, University of business studies, Faculty of tourism and hotel management, Jovana Dučića no. 23a, Banja Luka Republic of Srpska - Bosnia and Herzegovina, Senior Researcher at the Department of the Tourism and Socio - Cultural Service at the Institute of Sport, Tourism and Service, South Ural State University, Russian Federation, E-mail: tamara.gajic.1977@gmail.com

⁵ Asistant, M.A. Dragan Vukolić, University of business studies, Faculty of tourism and hotel management, Jovana Dučića no. 23a, Banja Luka Republic of Srpska - Bosnia and Herzegovina, student of doctoral studies, University of Kragujevac, Faculty of hotel management and tourism, Vojvođanska 5a, Vrnjačka Banja, Republic of Serbia, E-mail: vukolicd@yahoo.com

⁶ Assistant professor Katarina Stojanović PhD, University of Kragujevac, Faculty of hotel management and tourism, Vojvođanska 5a, Vrnjačka Banja, Republic of Serbia, International University of Novi Pazar, E-mail: kina.ep@gmail.com